

УДК 314.74

Солодовник И.В.

Русскоязычные СМИ в Австралии и Канаде

Russian-speaking mass-media in Australia and Canada

В данной статье представлена информация о русской эмиграции в Австралию и Канаду. Чем заинтересовали наших соотечественников эти две страны, и кто в первую очередь отправился покорять "terra incognita". Что стало причиной возникновения печатных и аудиовизуальных русскоязычных СМИ, и что они представляют из себя на данный момент (в частности рассматривается город Сидней и русскоязычная редакция радио "SBS-Sydney" и Ванкувер с русскоязычным телевидением "United Voices").

Ключевые слова: Австралия, Сидней, СБС, государство, русские, эмиграция, СМИ, Канада, Ванкувер, United Voices



There is information about Russian emigration in Australia and Canada. Why these countries were interested by our compatriots and whom "terra incognita" was conquered? What is the reason of arisen Russian-speaking mass media and how are they look like today (we just speak about Sydney city and Russian redaction radio "SBS-Sydney" and Vancouver city with russian-speaking TV "United Voices").

Key words: Australia, Sydney, SBS, government, Russians, emigration, mass media, Canada? Vancouver, United Voices.

Эмиграция, как явление, имеет глубокие исторические корни. Причин для переселения могло быть много, но наиболее важными были две. В эмиграцию отправлялись либо в поисках лучшей жизни, либо спасаясь от собственного государства. Не стали исключением и русские, внесшие в историю мировой эмиграции значительную лепту.

Русская эмиграция насчитывает пять исторических этапов, или, как их называют исследователи, – "эмиграционных волн".

Жители Российской империи были в высокой степени мобильны и часто переселялись с места на место. Поскольку территория страны была огромна и слабо освоена, массовая эмиграция за границу впервые была зарегистрирована лишь в 1685 году. История переселения наших соотечественников, в результате которого за границей складывалась русская диаспора, насчитывает несколько столетий, если учитывать вынужденные бегства за рубеж политических деятелей еще в период средневековья и раннего нового времени. В Петровскую эпоху к политическим мотивам отъезда за рубеж добавились религиозные. Процесс же экономической миграции, столь характерный для стран Центральной и Западной Европы и вызванный избытком трудовых ресурсов и

малоземельем, практически не затрагивал Россию до второй половины XIX века. Правда, от XVI–XVIII вв. до нас дошли сведения о русских переселенцах в дальние земли, в том числе в Америку, Китай, Африку, но подобные миграции, вызывались зачастую не только экономическими причинами: одни чувствовали "зов дальних морей" [3, с. 46], другие бежали от злосчастия, ища на чужбине покоя или успехов. Некоторые старообрядцы, не принявшие церковную реформу, уходили не в леса, а в Австрию, Венгрию, Румынию и Восточную Пруссию, а также в мусульманскую Османскую империю и Китай.

Наибольшее количество русских (до 56% в 1909 – 1913 гг.) выехало из России не в европейские, а в заокеанские страны. Так, в период с 1900 по 1913 гг., в США и Канаду переселилось 92 тысячи человек. В отличие от краткосрочных (на несколько лет) отъездов в Европу, заокеанская эмиграция состояла из людей, решивших сменить подданство и весь образ жизни. Эмиграция в Европу была "эмиграцией холостых". В США эмигрировали семьями. Ехали самые предприимчивые и здоровые (велся медицинский контроль), соблазненные большими перспективами и обещаниями специальных вербовщиков молодые люди. Однако среди эмигрантов, этнически русских, велик был процент реэмигрантов (шестая, а в некоторые годы, например, в 1912 году, и четвертая часть уехавших), что несопоставимо с "возвращениями" представителей других национальностей. И все же, говоря о том, что русские позже других наций включились в эмиграцию, следует учитывать, что их эмиграция имела тенденцию к росту, как и отъезд из страны в целом [15].

Более половины русских переселенцев, уезжавших по экономическим мотивам в конце XIX века, направлялось в США. Кроме того, они ехали в Канаду, Аргентину, Бразилию и другие страны. Причины эмиграции были разные – как религиозные (выехало примерно 30 тысяч членов различных религиозных групп, преследуемых за вероисповедание: молокане, мормоны, менониты и т.д.), так и экономические. Менониты, кстати, выезжали из Саратовской и Симбирской губерний.

Что ждало русских за рубежом? Низкие заработки, но вчетверо более высокие, чем оплата аналогичного труда на родине. Скитания, тяжелые, неприятные, и опасные работы. Тем не менее, труженики, решившиеся по экономическим соображениям покинуть Россию, действительно накапливали более или менее значительные сбережения.

С начала 90-х гг. XX в. среди соотечественников, проживающих в настоящее время за рубежом, стало особенно заметным стремление к сотрудничеству: все чаще стали образовываться ассоциации с целью сохранения национальных традиций, поддержания "русского духа, русского направления". Огромную объединяющую роль играют сегодня и русскоязычные СМИ.

Австралия

В Австралию ехали мало – это было обусловлено географической отдалённостью материка. Тем не менее, по австралийской переписи 1891 года число русских в стране составило 2881 человек (2350 мужчин и 531 женщина). Введение в эксплуатацию Транссибирской магистрали и КВЖД позволило использовать дальневосточные порты, откуда шли пароходы в Австралию, что было ближе и дешевле. Толчком для эмиграции русских с Дальнего Востока в Австралию стало поражение России в русско-японской войне. Многие русские стали уезжать в Австралию через Шанхай и Дальний (совр. Далянь), главным образом на японских пароходах.

До конца XIX в. данные об эмиграции из Российской империи в

Австралию (как и в любую другую страну), практически не попадали в печать. Это было связано с тем, что информация подобного рода тогда считалась секретной, а царское правительство предпочитало делать вид, что эмиграции не существует. В XX веке в ряде работ, опубликованных до начала Первой мировой войны, были впервые поставлены задачи изучения проблемы. Подводилась статистика за период с начала 80-х годов XIX в. и до 1914 года. После революции 1917 года, появились публикации по истории политической эмиграции XIX – XX вв. По большей части, это были отклики эмигрировавших историков и публицистов на идеологические запросы того времени. Тогда же, были сделаны первые попытки периодизации истории российской эмиграции XIX – начала XX вв. [2; 6; 13, с. 78-85].

Благодаря этим публикациям, появились сведения о дальнейшей судьбе многих эмигрантов. Стало ясно, что, эмигрировав, не все из них оседали на одном месте, но, зачастую, продолжали движение. Например, в Австралию русские переселялись не только из Российской империи. По донесению генконсула Российской империи в Австралийской федерации и Новой Зеландии из Мельбурна – князя А. Абазы, в Австралию в 1911 – 1917 гг. ежемесячно приезжали от 90 до 150 человек из Сибири и Дальнего Востока, 20 – 30 человек из Европейской части России и, примерно столько же, из Канады и США. Большинство из вновь прибывших были коренными русскими.

Основным центром российской иммиграции стал северо-восточный австралийский штат Квинсленд и его столица Брисбен, где в 1912 г. была целая улица, заселенная русскими. Брисбен был первым портом на пятом континенте, куда заходили пароходы из Японии и Китая, а большинство русских, попадавших сюда таким путем, не имели средств, чтобы двинуться дальше вглубь страны.

В том же 1912 году, 27 июня, в Брисбене под редакцией Артема¹ вышел первый номер газеты "Эхо Австралии" – органа Союза русских эмигрантов (Союз русских рабочих с 1914 г.). Это издание стало первой русской газетой на пятом континенте.

В связи с тем, что в Австралию, выезжали, как правило, образованные люди, Австралийское правительство пошло навстречу, и горячо приняло наших иммигрантов. Однако, политэмигранты, ввиду своей бурной деятельности по созданию второго Союза на территории Австралии, очень быстро испортили российско-австралийские отношения. Вследствие этого правительство пятого континента начало преследования русских партий и кружков. Оно налагало запреты на печатание газет, а также принимало более жёсткие меры, среди которых были такие, как арест и выдворение из страны. Всё это затормозило развитие русскоязычных СМИ.

Тем не менее, сколько бы ни было тяжело нашим соотечественникам, хорошие отношения с Австралией со временем были восстановлены, и люди продолжали получать информацию о России.

Так, уже 60 лет подряд постоянно выходит газета "Единение", старейшая русская газета Австралии, издающаяся еженедельно с 1950 года. Она входит в пятёрку старейших русских газет дальнего зарубежья.

В декабре далекого 1950 года в Мельбурне вышел в свет первый номер газеты "Единение". Вряд ли её первый редактор Олег Перекре-

¹ Русский политэмигрант, большевик Артем (Ф.А. Сергеев) после побега в сентябре 1910 г. из иркутской ссылки, через Харбин, Дайрен, Нагасаки, Шанхай и Гонконг добрался в середине 1911 г. до Брисбена, захватив там, в 1911 году, вместе со своими сторонниками руководство в Союзе русских эмигрантов созданном в 1910 году, в качестве кружка взаимопомощи и совместного проведения досуга. С целью превратить его в общественно-политическую организацию российских рабочих [3; 7; 14, с. 90-93].

стов¹ и его помощники ожидали, что газете уготована такая долгая и славная судьба. Тем не менее, в 2008 году газета выпустила свой уже 3000-й номер и по-прежнему еженедельно приходит в тысячи русских домов в Австралии. С первых лет своего существования газета старалась объединить русскую эмиграцию, помочь русским людям, оказавшимся далеко за пределами России не чувствовать себя одинокими, поддерживать русскую культуру, русский язык у новых поколений иммигрантов. Старшее поколение вспоминает объединяющие балы газеты "Единение" в Мельбурне в 60-е – 70-е гг., которые собирали вместе многие сотни людей, считавших русскую культуру родной. Поскольку эмиграция в те годы была, в основном, политической, то это отражалось и в направленности газеты. Газета была основана членами Народно-Трудового Союза российских солидаристов (НТС), и политическая платформа газеты была определенно антикоммунистической. Более 30 лет с начала 60-х годов и до 1996 года редакцию газеты возглавлял Юрий Амосов². В 1977 году редакция переехала в Сидней, в котором к тому времени проживало большее количество русских, и с тех пор издается в этом городе. С изменением политического строя в России изменилась и направленность газеты. Она ушла от политической конфронтации и стала больше внимания уделять жизни русских общин.

В 90-х гг. XX в. с распадом СССР новая большая волна эмигрантов высадилась на берегах далекого зеленого континента. В эти годы редакцию возглавляли Евгений Прокопьев³ и Сергей Скороходов⁴. С 2006 года издателями и редакторами газеты стали Владимир и Ольга Кузьмины⁵. Постоянно обновляясь в соответствии со временем, газета поддерживает традиционное направление на объединение людей русской культуры. Газета публикует много материалов о жизни русских общин в Сиднее, Мельбурне, Аделаиде, Брисбене и других городах Австралии. Значительную роль в поддержании русской культуры за рубежом играет русская православная церковь. Газета регулярно рассказывает о жизни приходов.

Среди ведущих печатных изданий, можно выделить и газету "Горизонт", так же издающуюся с 1950 года, и не менее известную среди русскоязычной диаспоры Австралии. Из личного интервью главы издательского дома "Горизонт" Семёна Пинчука, генеральному директору ИТАР-ТАСС Виталию Игнатенко: "Пройденный путь был сопряжен с немалыми трудностями, поисками новых форм для разностороннего освещения происходящих в России, Австралии и мире событий. Задача была не только в том, чтобы расширить круг читательской аудитории, но и дать ей возможность самостоятельно сопоставлять факты и мнения. При этом особое внимание уделялось сохранению великих традиций родного языка, уважения к культурному наследию исторической родины среди тех, кто оказался далеко за ее пределами" [14].

Насыщенная деятельность печатных СМИ иммигрантов нашла

¹ Газета "Единение" была основана группой членов НТС (Народно-Трудового Союза Российских Солидаристов) в декабре 1950 г. Первым руководителем и управляющим был Олег Владимирович Перекрестов.

² Амосов Ю.К. журналист, редактор газеты Единение [12, с. 23].

³ В 1997 году тогдашний редактор "Единения" Юрий Константинович Амосов продал газету Евгению Прокопьеву, пожелавшему жить в Австралии.

⁴ Стал редактором "Единения" с 2003 года (русский журналист из Казахстана).

⁵ Нынешние редакторы и издатели Владимир и Ольга Кузьмины. За это время газета изменила свое лицо, появилось больше информации о жизни русских в Австралии, увеличилось количество положительных материалов в отношении современной России. В газете стали публиковать больше материалов из разных штатов, газета теперь выходит с цветными страницами.

естественное продолжение и на следующем этапе развития средств массовой информации, начало которому положило правительство Австралии, учредив первое мультиязычное СМИ.

Из личного интервью с главным редактором "Radio SBS-Sydney" Симой Цыскиной: "Вещание в Мельбурне началось в 1975 г. Была небольшая этническая станция, кажется 8 языков. Я работаю с 1981 года. Тогда набрали 6 человек. Координатором программы был Олег Перекрестов (ныне – покойный)". Так, 35 лет тому назад, правительство Австралии, под руководством министра по коммуникациям, информационным технологиям и культуре создало первую уникальную правительственную мультиязычную радиостанцию (тогда она носила название "2EA" (вещало на 7 языках: Арабский, Русский, Греческий, Итальянский, Кантонис (диалект Китайского), Мандарин (диалект Китайского) и Вьетнамский) в Сиднее, и "3EA" (вещало на 8 языках: Арабский, Русский, Французский, Греческий, Итальянский, Кантонис (диалект Китайского), Мандарин (диалект Китайского) и Вьетнамский). Две правительственные радиоточки были запущены в экспериментальном режиме, сроком на 3 месяца, и были предназначены для оповещения населения о системе здравоохранения, но, просуществовав вместо этого 3 года, были объединены и переименованы в единую государственную мультиязычную вещательную радиокomпанию – "SBS". Спустя пять лет после экспериментального запуска радиовещательной сети, правительство Австралии, при личном участии министра по коммуникациям, информационным технологиям и культуре, пришло к решению о создании государственной мультиязычной телевизионной компании, которая, также, стала первой в своём роде. Но, так как у государства уже была одна вещательная компания, было принято решение, объединить эти проекты. Так, в 1980 году, появилась Государственная Австралийская Специальная Вещательная Корпорация – "SBS".

В 1986 году в Австралии была создана Публичная Этническая Вещательная Ассоциация. В июне 1986 года, на её основе, в Мельбурне, была запущена радиокomпания "3zzz" вещающая на русском языке. По своим основным функциям это новостная служба, рассказывающая о важных событиях, и музыкальный сервис с лёгкой, классической вокальной и оркестровой музыкой.

СМИ как инструмент формирования этнического единства

С того момента, как эмигрант оказывается за пределами родины, того места, где он родился и вырос, он оказывается вдали не только от привычных мест и образа жизни, но и вдали от привычного, родного круга общения.

Первым эмигрантам пришлось, наверное, тяжелее всех, так как они были полностью отрезаны от родины. Приходилось строить жизнь практически с нуля даже в том случае, если у переселенца были деньги. Не говоря уже о тех, кто эмигрировал, обладая лишь небольшими средствами [3, с. 65].

Именно потому, что людей общей языковой и культурной принадлежности, тянет друг к другу, а вдали от родины эта тяга увеличивается, им всегда необходимо было нечто, что объединяло бы их, давало надежду, уверенность и просто радовало.

Для первых переселенцев этим "нечто" становились места общих встреч, выстроенные общими усилиями русские клубы и церкви. Так было в самом начале.

Позже, с развитием общины, после того, как люди одной этнической группы сплотились, сформировав общие интересы, задавшись решением общих проблем, им потребовался общий источник информации. Так появилась необходимость в появлении первых средств массовой ин-

формации.

Если сказать, что цель первых этнических СМИ была только в том, чтобы доносить основную информацию о культуре, политике и экономике до общины, то это не сказать ни о чём. Первоначально этническое СМИ – это средство сохранения культурного наследия. Первые из них были скудны по содержанию, но несли в себе большой элемент отражения истинной культуры переселенцев: язык, стиль изъяснения, оформление. Всё это не просто вдохновляло людей. Отражение, пусть и небольшое, исторической родины в плохо отпечатанной дешёвой листовке играло роль успокаивающего фактора, даря переселенцам знание, что в далёком краю, куда они переселились, они не одни.

Однако одной ностальгией русские иммигранты не удовлетворились, и развитие первичных СМИ получило новый толчок. После "первых проб" русскоязычные СМИ взяли курс на объединение всей русской общины в единое целое. Газеты стали тем самым инструментом, которого так долго не хватало общине. Если провести сравнение эффективности газет и более ранних средств формирования общины (уличных призывов, листовок), то станет понятно, что в подавляющем большинстве, предпочтение отдавалось газетам. Именно они помогали объединять не только членов общины, но и вновь прибывших иммигрантов с соотечественниками.

Полезная информация на родном языке, в совершенно чужой стране, где у новичка нет ни родственников, ни знакомых, может не просто помочь, а оказаться спасательным кругом для совершенно неопытного переселенца. В основном, первые русскоязычные СМИ публиковали информацию о необходимых компаниях, адреса мест встречи общины, полезную справочную информацию о системе здравоохранения и вводный курс о том, как нужно вести себя в стране пребывания [9, с. 3].

Разумеется, первые СМИ обладали и ещё одной важной особенностью. Они спланировали людей не только важностью и актуальностью публикуемой в них информации, но и более высоким уровнем ответственности: газету необходимо было издавать на вполне определённый бюджет. Разумеется, этот бюджет, первоначально формировался за счёт пожертвований членов общины [5, с. 315].

Таким образом, первичные средства массовой информации иммигрантов, создавали как минимум три стимула для формирования этнического единства:

◆ **Религиозный** – первые иммигранты обладали ярко выраженными религиозными чертами, объединялись по религиозным предпочтениям (вероисповедание, принадлежность к той или иной конфессии внутри религии). Данный стимул, особенно ярко выражен в Канаде (религиозная информационная газета "Искра").

◆ **Информационный** – новые иммигранты нуждались в помощи при переезде, в информации о том, где и как можно устроиться, и как правильно себя вести в стране пребывания. Члены уже действующей общины были заинтересованы в получении информации о том, где и когда будут проводиться сборы общины.

◆ **Финансовый** – для получения легкодоступной информации требовалось внести определённое пожертвование (не путать с платой за газету). Для всех первые газеты были бесплатны, а количество пожертвований определялось самим спонсором. Для совершения данного благотворительного действия необходимо было присутствовать на собрании общины.

Таким образом, только зародившись, первичные СМИ уже взяли на себя миссию не только информирования этнической группы об основных событиях и необходимых компаниях, но и объединения всех пред-

ставителей этноса, в одну общину, где каждый её член мог рассчитывать на посильную помощь своих соотечественников.

Но этническая группа, объединённая в одну общину, является ничем иным как самостоятельной ячейкой общества, а это значит, что ей свойственно развитие. С возникновением такого явления, как "эмигрантские волны" [4, с. 5] русских эмигрантов, мы можем наблюдать постепенное возрастание роли СМИ в формировании этнического единства.

Так, с появлением политических иммигрантов, русскоязычные СМИ приобрели целую массу новых функций, выступая уже не только в качестве источника необходимой информации, но и в качестве средства влияния на массы. Рассмотрим основные "новоприобретённые" функции русскоязычной прессы в эпоху политических волнений:

♦ Патриотическая – сразу же, как только в русскоязычных общинах зарубежья появились политические иммигранты, СМИ полностью перешли под контроль "пропитанных духом патриотизма" "изгнанников родины". В газетах начали появляться явно агрессивные статьи о патриотизме, о том, что обустроившиеся на чужбине русские люди забыли, как дорога им родина, как она велика. Это породило целую волну "сочувствующих", и послужило основой для появления очередной, неизвестной до этих пор общинным СМИ функции – политической.

♦ Политическая – после того, как община прониклась сочувствием к политическим иммигрантам, начался процесс "политизации" общины. Ярким примером такой "политизации" выступает Австралия. Именно там, иммигрантам удалось не просто оказать влияние на правительство страны, но и создать собственные союзы (среди которых "Союз русских рабочих"¹), и собственную партию "The Communist Party of Australia"². Именно благодаря массовым выпускам общинных газет, призывающих к единению, удалось привлечь к политическому движению абсолютное большинство иммигрантов.

Так, первые источники массовой информации положили начало массовому объединению разрозненной иммиграции русских в одну общину, наличие которой, заставило задуматься государства разных стран о том, что русская иммиграция оказывает немалое влияние, как на жизнь страны, так и на государственный строй.

Как только зарубежные государства осознали важность существования этнических СМИ, был запущен процесс создания новой ветви информационных средств, но уже подконтрольных государству.

Так, была запущена в эксплуатацию русская секция международного отделения "радио Канада", ставшего практически единственным источником достоверной международной информации для "западных" эмигрантов, послужившим ещё большему сплочению русскоговорящих граждан по всей Европе и Канаде. В большей мере ещё и потому, что она освещала не только основные события и международную ситуацию, но и в сравнительно небольших временных рамках, рассказывала о жизни русских за рубежом [17].

Однако не во всех странах этот процесс был одинаков. Исследуемые мною страны шли по совершенно разным путям развития средств массовой информации. Так, правительство Австралии, запустило в тестовом режиме, всего на три месяца две радиоточки, вещавшие на русском и нескольких других языках. Вся их задача сводилась к информированию населения на русском языке о системах здравоохранения. Но случилось так, что русская редакция этих двух радиоточек получила настолько

¹ Был создан политэмигрантами в Австралии в 1914 году.

² Коммунистическая партия Австралии, создана в 1920 году, существует до сих пор.

большую популярность, что уже через три года в Австралии появилась уникальная для всего мира государственная специальная вещательная корпорация [18].

Так появилась ещё одна функция зарубежных этнических СМИ, давно уже присущая всем локальным средствам массовой информации того времени. Функция, заложившая фундамент для развития этнических СМИ не только в рамках ускоряющего своё развитие технического прогресса, но и далеко за пределами владеющего им государства. Она объединила русскоязычных граждан по всей планете, позволила им узнавать о жизни друг друга, о тех, кто остался на родине, и о тех, кто продолжил свою эмиграцию дальше, или вернулся по специальным программам обратно. Она позволила им получать то, к чему стремились этнические СМИ на протяжении более чем ста лет:

♦ Социальная – с момента создания первого СМИ, реализация этой функции была не только основной, но и, наверное, главной, на протяжении всех лет существования. Ведь именно благодаря этой функции русские редакции всех СМИ получили доступ к инструментам "донесения" до общественности всей красоты и мощи русской культуры.

К моменту появления этой функции, развитие этнических СМИ вступило в свой самый активный период: появились сначала мысли о телевидении, а потом и первые русскоязычные программы. Общины получили доступ к визуальным СМИ. Теперь, они могли не только читать и слышать, но и видеть свою историческую родину и соотечественников. Именно благодаря этому нововведению, яркую окраску получила ещё одна, формирующая этническое единение, функция СМИ.

♦ Пропагандистская – государство, политики, лидеры движений, религиозные конфессии, крупнейшие корпорации, все они и во все времена хотели получить доступ к управлению мнением людей, их точкой зрения. В настоящее время, в век интерактивных СМИ, эмигранты из разных стран всегда в курсе последних событий и важной информации. На страницах газет расположены многочисленные рекламные блоки, в радиоэфире так же присутствует реклама, а на экранах телевизоров людям предлагают ознакомиться воочию с предлагаемым товаром, услугой или политиком. Благодаря этому теперь СМИ играют в формировании этнического единства не просто важную роль, а одну из важнейших.

Говорить о том, определилась ли Австралия со своим "identity" или нет, примерно то же самое, что и размышлять о том, является ли Австралия материком или островом. Правительство Австралийской Федерации, после объединения самостоятельных колоний¹, определило очень чёткий курс развития страны.

Многонациональный состав не стал фактором способным дестабилизировать общенациональное сознание, поскольку правительство федерации смогло создать уникальную систему, при которой вновь прибывший в страну иммигрант становится частью общества, вливаясь в жизнь страны, и работая на её благо, поддерживая общенациональные идеи и чтя национальных героев. При этом правительство декларирует полную свободу личности, вероисповедания, культуры и языка. Ярким показателем заинтересованности государства в сохранении и стабилизации относительно молодой "идентификации", которую сами австралийцы любят называть "образом жизни", служит наличие в стране уникальной практически для всех государств мира Государственной Австралийской Специальной Вещательной Корпорации "SBS". Корпорация осуществляет радио и телевещание на всех языках многонациональной Австралии.

"В мире живёт шесть миллиардов людей, которым есть что рас-

¹ 1 января 1901 года, шесть самостоятельных колоний Британской империи на материке, образовали Австралийскую Федерацию.

сказать" – сегодня, этот лозунг, практически самой уникальной мультикультурной вещательной корпорации мира, не пустые слова. За этим лозунгом стоят реальные истории со всего света.

Миссия, возложенная на корпорацию, имеет огромный масштаб не только в пространстве, но и во времени. Австралийская Федерация возложила на "SBS", как записано в уставе, задачу по объединению многонациональной страны, созданию единого, сплоченного социума – нации. Каждый иммигрант, прибывая на территорию Союза, получает минимальный пакет информации не только о стране, но и о своей диаспоре. В том числе, и о бесплатных этнических СМИ, для просмотра и прослушивания которых, не требуется специального оборудования и отдельного подключения. Так, уже после того, как вы взяли в аренду машину, встроенный приёмник с лёгкостью можно настроить на русскоязычное радио (к примеру, в городе Сидней, это радио SBS-Sydney).

Привычный для русскоязычной диаспоры Австралии стиль вещания радиостанции, для "новичка" покажется сюрпризом из прошлого. Дело в том, что любая из передач радиостанции, начинается с простого, но в то же время, очень знакомого нашим бабушкам и дедушкам джингла в стиле знаменитого диктора 40-х гг Ю.Б. Левитана: "радио SBS передаёт программу на русском языке". Качественные заставки, цифровой звук, и огромные мощности, отступают перед тем, как именно представляет себе правительство федерации стиль русскоязычного вещания. Отличие в подаче информации, для иммигранта только что прибывшего в Австралию, замечено сразу же. Исторический стиль вещания, создаёт благоприятную среду для слушателя, но, дирекция корпорации забывает о том, что время и царящая в нём атмосфера с годами меняются. Прослушивая полезную и актуальную информацию, чувствуешь, что переносишься в прошлое, что немного не соответствует современному ритму жизни. Медленная, отчётливая, полностью лишённая эмоций речь в стиле Юрия Борисовича, для современного человека создаёт ощущение максимальной серьёзности. Привыкшему к современной российской жизни человеку не хватает темпа (в особенности жителям Дальнего Востока России, которые привыкли к быстрой речи и быстрому темпу жизни). Попытки выяснить, чем обусловлен именно такой стиль вещания, привели к "своду практических правил" корпорации (данные правила регулируют практически все сферы деятельности медиа-структуры, запрещая и разрешая те или иные действия. В том числе, в данном своде прописана приверженность одному стилю вещания. Настоящий стиль русскоязычного радиовещания был создан и утверждён первым директором волны), нарушение которого строго наказывается¹.

Правилам подчиняются не только сотрудники, но и сами вещательные компании, входящие в состав государственной корпорации. Правила же, как и сами медиа-структуры создаются государством, и оно же регулирует их развитие и совершенствование. Это сковывает действия корпорации, заставляя развиваться в строго определённых рамках, разработанных федеральным правительством. В условиях отсутствия проблем с бюджетом, присутствуют государственные ограничения. Иными словами, государство по своей воле, или же неосознанно, сдерживает возможное развитие своих медиа-структур. В чём причина такого поведения, остаётся загадкой, но, судя по настроению журналистов, в основе может быть нежелание политиков потерять контроль над масс-медиа, в случае их внезапного стремительного развития.

SBS-Sydney "Russian" – это одно из отделений государственной медиа-корпорации "SBS". В данном исследовании пойдёт речь о радио

¹ В случае нарушения "свода практических правил", сотрудник будет оштрафован или уволен.

SBS-Sydney. Русскоязычная волна вещает на отдельных аналоговых (97.7 FM) и цифровых (SBS Radio 2 и SBS Radio 2+2H) волнах. Есть несколько типов вещания по стране – национальное (National) и локальное (по городам). Национальная волна вещает на всех языках по определённым часам, в это время её принимает локальная волна, которая вещает 24 часа. Количество часов вещания на национальной волне зависит от множества факторов (в том числе, количество говорящих на языке, размер общин в городах и т.д.). Компания собирает серьёзную статистику и аналитику, на основании которой принимается решение о целесообразности вещания в том или ином городе или районе. Так как вещание происходит практически на всей территории Австралийской Федерации, статистические исследования проводятся регулярно.

Сидней, это один из двух городов, в которых федеральное правительство в 1975 году запустило экспериментальную сеть вещания. Сегодня, в этом городе функционирует цифровая сеть и один из трёх основных офисов радиовещания "SBS". Причём, вещание станции настроено так, что слушатель не знает из какого города, в данный момент, идёт вещание. Дело в том, что офисы как таковые, после очередной корректировки плана развития корпорации (и соответствующего реформирования), с апреля 2008 года утратили самостоятельный статус, и функционируют как единый механизм.

Помощь в данном исследовании мне оказала Директор радио SBS-Sydney "Russian" Сима Цыскина. Эмигрантка из эстонской ССР, родившаяся в городе Таллинн, и окончившая Тартуский Государственный Университет. После работы в газете "Вечерний Таллинн" эмигрировала в Австралию (1979 год). Уже в июле 1981 года она впервые вышла в эфир радио SBS (Тогда это ещё разделенные станции 2EA – Сидней и 3EA – Мельбурн). Госпожа Цыскина рассказала об удивительной истории станции, и о человеке, стоявшем у истоков создания русскоязычного направления в корпорации – Алексее Петровиче Ивачёве (русский эмигрант). Личность эта поистине историческая. Алексей Петрович стоял у истоков практически всех основных русскоязычных сервисов Австралии (газеты "Горизонт" и "Единение", а также Вестник русского этнического представительства штата NSW (New South Wales)). Именно он создал русскоязычное радио SBS (сегодня, SBS включает в себя городские студии, такие как SBS-Sydney "Russian") в том виде, в котором оно существует сегодня. Впрочем, о господине Ивачёве существует множество публикаций в русскоязычной прессе Австралии, как о легенде и практически герое русской общины. Сима Цыскина, как преемник основателя сервиса, в данное время поддерживает заданные в самом начале традиции вещания. По поводу стиля вещания, директор русскоязычного отдела говорит так: "В каком смысле стиль вещания? Я бы сказала – широкое разнообразие материалов: Австралия, Россия, СНГ, политика, история, культура, музыка, спорт (немного, но иногда – эксклюзив для русского слушателя, как, например, интервью и репортажи Андрея Бучко с международных соревнований). А всё остальное регулируется "Codes of Practice" (**Архив автора**). Но, стоит отметить, что единый стиль вещания всё же присутствует, и по нему радио можно узнать сразу. Всё оттого, что начало практически всех программ сильно напоминает стиль Юрия Борисовича Левитана, озвучивающего в 1941 – 1945 гг. своим отчётливым сильным голосом информацию с фронтов. Правда, стоит сделать поправку на тот факт, что радиостанция не российская. Начало передач начинается с приветствия на английском, и только уже потом на русском языке.

В оборудованных по последнему слову техники цифровых студиях по всей стране (а в Сиднее, как и в Мельбурне – 7 студий и 16 аудиобудок) постоянно действует команда из 7 журналистов (Сима Цыскина,

Леонид Третьяк, Владимир Дубоссарский, Алексей Манглет, Тина Васильева – внештатный корреспондент в Перте, Ирина Козыревич – Сидней, Екатерина Данова – Мельбурн) работающих в пределах страны, и 3 контрибьюторов (Ирина Преснякова – Москва, Александр Дядин – Санкт Петербург, Изабелла Гинор – Иерусалим).

Звукозаписывающее и обрабатывающее оборудование в студиях очень мощное и практически самое современное – такое же, как и в корпорации "ABC"¹ – французская система Netia².

SBS-Sydney "Russian", созданная как информационная волна, развивалась в строгом соответствии с первоначальной доктриной. На данный момент, у радиостанции есть своя служба новостей (состоящая из штатных корреспондентов), но имеется доступ и к сторонним австралийским агентствам (на практике это агентства двух корпораций "ABC" и "AAP", а также "и электронные данные от BBC, Свободы, Вестей, Немецкой волны со ссылками и не буквально" – признаётся Сима Цыскина). Новости переводятся в этнической студии. Главное – это местные материалы: люди и судьбы, интервью, приезжие артисты и т.д. Русские общественные организации сами связываются с радиостанцией, с различными предложениями и конкурсами, а также с информацией о предстоящих событиях. Собственные корреспонденты нередко сами делают свои передачи: политика, история, культура. Материалы передают несколькими способами: по телефону (устно для обработки, или сразу в прямой эфир), или по электронной почте (пересылают файлы и тексты). Местные записывают на студии (через Екатерину Данову). Новости "на злобу дня" – выходят в прямой эфир. Интервью также подаются в прямой эфир, но иногда и в записи, в зависимости от ситуации. При всём этом, подход к качеству информации, её интересности и актуальности – стоит на первом месте.

Уместным в этой ситуации будет и вопрос об отношении слушателей к радиостанции. Мои собственные исследования не просто подтвердила, но и дополнила краткой критикой госпожа Цыскина: "Отзывов очень много, звонят, пишут, ругают, хвалят. Очень редко бывают официальные жалобы – но, это только в письменном виде, и непосредственно начальству. Тогда происходит разбирательство – были ли нарушены "codes of practice". У нас нарушений не было. В других редакциях – бывает (редчайший случай). Также, прошу отметить тот факт, что "официальной хвалёбы" не бывает. Что касается "Codes of practice" – это правила, которыми мы обязаны руководствоваться, нарушение может караться взысканием вплоть до увольнения" (**Архив автора**).

На основании собственных исследований, могу сказать, что отношение диаспоры к станции очень тёплое. Об этом свидетельствует множество статей и отзывов. В том числе и отзывов поступающих на саму радиостанцию, ведь там они фиксируются для составления очередной статистики и возможных корректировок программ и передач. В большинстве своём, это происходит благодаря профессиональной кадровой политике корпорации, а также мощной государственной системе контроля качества сервисов.

Для чего государству содержать такую мощную и очень дорогостоящую машину? Ведь во всём мире, этническое вещание носит частный характер. Дело в том, что Австралия, являясь уникальной страной, видимо берёт за самоцель оставаться уникальной во всём. Цель создания

¹ Australian Broadcasting Corporation.

² Система разработанная "Радио Франсе", предназначенная для многоканальных станций вещающих в нескольких режимах (в основном упор на цифровое вещание). Включает в себя все инструменты для профессиональной работы радиостудии, включая инструменты обработки частного и коммерческого контента и т.д.

корпорации "SBS" – это объединение многонациональной страны. Однако не просто объединение множества иммигрантов, а объединение культур, этносов, менталитетов – помощь государству в создании единой нации молодого государства – национального патриотизма, преданности и любви к своей стране. Достижение цели, как говорится в рабочем уставе корпорации, должно произойти за счёт становления индивидуума, то есть отдельно взятой личности со всеми своими профессиональными навыками и знаниями, над теми устоями, среди которых он жил ранее, и принятие окружающего его пространства, людей и их взглядов на жизнь, с помощью понимания и взаимоуважения. Помощь государству корпорация оказывает тем, что помогает гражданам Федерации лучше понять различные культуры, этносы, языки и всё что с этим связано. Также, целью работы мультикультурной государственной корпорации является воспитание патриотизма, национальной гордости и преданности. Вот, что было сказано на одной из конференций "SBS": "Опыт SBS показал, что культурное разнообразие в Австралии может стать источником вдохновения, открытия и трансформации личности".

Цель, поставленная федеральным правительством перед собственной корпорацией, действительно уникальна и даже благородна, но, осуществление такой цели, как правило, не может проходить совершенно "гладко". Как факт, на практике существуют значительные отклонения от намеченного курса. Само государство, преследуя благородные цели, ставит принадлежащие ему корпорации в очень жёсткие рамки. Если слов критики не услышать от журналистов этнических станций, то их коллеги из "ABC" высказывают в адрес правительства резкие слова¹. Правда, жёсткая критика в адрес государства воспринимается большинством граждан Союза порой даже с улыбкой. Дело в том, что федеральное правительство, преследуя цели по созданию нации, об этой самой нации не забывает. Многомиллионные субсидии, помощь населению, поддержка граждан – эта информация всегда на первом месте в любом информационном выпуске, будь то радио, телевидение, или пресса.

Критика в адрес правительства Федерации – явление уместное и не вызывающее негативной реакции у критикуемых. Дело в том, что критика негласно разрешена, но для её высказывания необходима чёткая аргументация с приведением доказательств.

В просторных дорогах студиях "Special Broadcasting Service", ведётся кропотливая работа по подбору необходимой информации, записи её в определённом порядке, с наилучшим качеством. При этом к самой информации относятся весьма серьезно. Информация должна быть подана так, чтобы ни в коем случае не нарушить утверждённые правила – как внутренние для самой студии, так и корпоративные. В целом, если смотреть на студию изнутри, то работа в ней интересная, график напряжённый. На первый взгляд, отличий от работы на русской радиостанции нет. Но это так, если не задумываться над общим списком информации, которая должна быть размещена в эфире. Краткий анализ эфира показывает простой факт – это очень интересный и занимательный радиоэфир, пропагандирующий хорошую жизнь в Федерации. Сегодня государственная пропаганда не просто имеет больший масштаб, она стала более профессиональной, тактичной и уместной.

Государство настолько сильно заинтересовано в создании австралийской нации, что кажется, готово, вкладывать в осуществление своей цели неограниченное количество средств. Действительно, бюджет корпорации похож на бюджет небольшого государства. К примеру, только бюджет помощи самостоятельным радиостанциям (речь идёт о департа-

¹ Для того что бы увидеть на практике волнения журналистов, можно посмотреть/ послушать любой из бесплатных видео/радио каналов Австралии.

менте радиовещания "SBS") равен 100 миллионам австралийских долларов (информация из открытых источников: финансовый отчёт корпорации за 2008 год). И это только фонд помощи на открытие радиостанций. Согласно тем же финансовым отчётам, средства, выделяемые на содержание студий, штата журналистов и менеджмента, содержание массы контролирующих органов превышают сотни миллионов австралийских долларов. Но, исследование касается только русскоязычного радио сервиса, поэтому, сузим круг обзора до SBS-Sydney. Средняя зарплата на русскоязычной студии составляет триста тысяч австралийских долларов в год. При этом, доходы студии, принадлежат корпорации. Говоря о доходах, вспомним, что недавно, "SBS" было разрешено запускать рекламу, которая на данный год составляет 20% бюджета всего медиа-гиганта. Но и тут есть свои подводные камни. Дело в том, что государственная этническая машина не имеет права самостоятельно распоряжаться своими фондами. Бюрократический аппарат самостоятельно решает, как и на какие средства развивать ту или иную отрасль или сервис. Также стоит отметить, что правительство стремиться оснастить свои корпорации, самым современным (а это значит совсем не дешёвым) оборудованием.

Находясь внутри русскоязычной редакции, наблюдая за напряжённой работой профессионалов, у которых за плечами огромный опыт, и накопленные знания, узнав о крайне жёсткой кадровой политике корпорации, способствующей тому, что в штате работают только очень опытные и грамотные люди, которых, к сожалению, ощущается острая нехватка, можно сделать вывод: чем больше государство заинтересовано в собственных этнических сервисах (частных радио и телеканалов в Федерации нет), тем больше будет у них возможностей, а у русскоязычных иммигрантов (говоря о русскоязычной редакции) больше условий для мягкой адаптации, сохранения памяти о своей родине и родной культуре.

Канада

В наше время "феномен" эмиграции вышел на официальный государственный уровень. Главы государств посещают этнические представительства соотечественников в разных странах, и даже оказывают помощь в развитии различных сервисов, в том числе и средств массовой информации. В настоящее время существует определённый ряд исторических очерков о русскоязычных общинах за рубежом [1, 12]. Большая часть публикаций описывает общины в "популярных" странах, количество которых, строго лимитировано (возглавляют список США, Германия, Англия, Франция). В то же время, история не стоит на месте. Русскоязычные общины растут, со временем появляется необходимость в собственных СМИ, и, как следствие, СМИ учреждаются, эволюционируют и становятся реальными игроками рыночного сектора. Но информация об общинных средствах массовых коммуникаций всё также доступна по очень узкому кругу стран, и по прежнему мало исследована.

Первые эмигранты, переселявшиеся в Канаду, уезжали из Российской Империи под давлением религиозного гнёта. Переселившись на североамериканский материк, они не имели никакого желания, возвращаться обратно. Однако основной целью русских эмигрантов в Канаде, было сохранение религиозного наследия, обрядов, правил и обычаев. После того, как наши эмигранты обжили освоенные территории, они начали сталкиваться с необходимостью собственного источника информации на родном языке. Постепенно в русскоязычных общинах такие источники появились.

Информация о самых первых русскоязычных СМИ Канады прак-

тически отсутствует. Старейшие же из существующих в настоящее время очень хорошо известны. Это не удивительно, поскольку сделать издание рентабельным в Канаде не так-то и легко. Поэтому такие издания, как "Искра", можно считать верхом профессиональной деятельности и популярности [7].

Журнал "Искра" издается Союзом духовных общин Христа, объединяющем потомков русских духоборов (30 тысяч), переселившихся сюда в конце XIX века. Журнал печатается на английском и русском языках, выходит один или два раза в месяц в провинции Британская Колумбия с 1945 года. "Искра" носит характер духовного издания и ориентирована на духоборческую аудиторию. Значительное место занимают произведения духоборческих лидеров, в том числе Льва Николаевича Толстого, хроника духоборской истории, исторические публикации. "Издание "ИСКРЫ" посвящено содействию духовного просвещения, повышению роста моральной нравственности, развитию культурных ценностей и расширению умственного кругозора у своих читателей. Оно также посвящено вдохновению читателей к более ценному, сознательному вкладу в олицетворение, в жизнь сущности духоборческого мировоззрения, основанного на законе Божьем и учении Иисуса Христа". Когда журнал "Искра" был установлен как официальное издание Союза Духовных Общин Христа (USCC) – 62 года назад, – никто не предполагал, что он будет издаваться непрерывно на протяжении более чем шести десятилетий!

Газета "Голос общины" – самая "старая" из ныне издающихся русскоязычных газет Монреаля. Финансируется из фондов Jewish-Russian Media Foundation. Существует с 1994 года, тираж – 5000 экземпляров, выходит 2 раза в месяц. Распространяется также в Оттаве, Торонто, Ванкувере. Вот как позиционирует себя сама редакция газеты: "Это – уникальная газета на русском языке. Газета была создана для новых русскоговорящих канадцев, которые иммигрировали в Канаду после краха прежнего СССР. Каждую вторую неделю газета распространяется бесплатно не только на территории Большого Монреаля, но также в Ванкувере и Оттаве. Газета "Голос Сообщества", как часть Объединенной Общины русскоговорящих евреев Квебека организывает тематические вечера, встречи и много других действий и предоставления, укрепляет наше единство и представляет наше разнообразие".

Газета "Young Street Review" выходит с 1996 года один раз в неделю, распространяется в других регионах. Тираж – 10 000 экземпляров. Наряду с рекламной информацией, публикует авторские статьи, рецензии из канадских и американских газет, новости русскоязычной общины.

Газета "Ванкувер и мы" – старейшая на западном побережье, выходит с 1996 года, и является наиболее профессиональной. Распространяется бесплатно [10].

На сегодняшний день, в Ванкувере широко известны такие издания как – Русский Экспресс, журнал "Bonus", Беседа, Канадский Курьер, Карусель, Плюс, Russian Canadian Info, Запад Восток, Русский Репортер, TV-Review, Американка, Вечерний Торонто, журнал "Форум", Эксодус, и платные газеты "Наша Газета" и "Наша Канада".

С развитием технологий в жизнь русской общины Канады, плотно входит радио и телевидение. К сожалению, в отличие от других стран, появление русского телевидения в Канаде, ввиду его относительной молодости, относится больше к современному этапу истории. Радио же появилось намного раньше.

Radio Canada International (RCI) [8]. Первые годы Международного отдела RCI были отмечены быстрым ростом, как радиостанции, так и аудитории. 25 февраля 1945 года была открыта коротковолновая служба.

Передачи шли на английском, французском и немецком языках. Вещание шло на Великобританию и Западную Европу. Его объем составлял шесть часов в день. С самого начала у новой радиостанции стала появляться своя аудитория. Рапорты о приеме того времени указывают, что у канадского радио был тогда самый чистый в Северной Америке сигнал на коротких волнах. В январе 1951 года была открыта русская секция, а в сентябре 1952 года началось вещание на украинском языке. Канадцы, говорившие на этих языках, а иногда и граждане из Восточной Европы, регулярно передавали неподцензурные новости, комментарии и репортажи о Канаде для аудитории за железным занавесом. Вместе с другими радиостанциями Международный отдел давал надежду людям, у которых не было никакого другого адекватного источника информации. 29 января 1955 г. в рамках реорганизации прекратила вещание финская секция. Французская служба претерпела еще большие бюджетные сокращения, чем профильная английская. Из-за финансовых сокращений исчезли голландская, датская, норвежская, португальская, испанская и шведская секции. Однако, некоторые службы выиграли от новой сетки вещания: к примеру, русская международная передача из Канады, увеличила время своего вещания на 50% (Это было обусловлено тем фактором, что в середине 50-х годов появилась необходимость в передачах о состоянии мира и позиции Канады, в том числе и в отношении России, в которой на то время наблюдалась сложная политическая обстановка).

Вплоть до середины 80-х гг. ситуация с русскоязычным информационным полем контролировалась исключительно на государственном уровне, и лишь в 90-х годах Канада испытала настоящий этнический телекоммуникационный бум.

Ситуация с русскоязычным телевидением обстояла менее радужно. Периодически появлялись идеи о создании мультиязычных передач и каналов. Тем не менее, до их серьезной реализации дело не доходило. Так продолжалось до тех пор, пока инициатива не перешла в руки телекоммуникационной корпорации Rogers. Она взяла под свой контроль большинство каналов и учредила кабельную сеть, по которой запустила вещание российских телеканалов. Так же по кабельной сети начали показывать и местные передачи. Правда, и после этого основную задачу информирования представителей отечественной диаспоры на всей территории Канады решить не удалось.

Начиная с середины 90-х годов ситуация со всеми русскоязычными СМИ начала резко меняться. Новые промышленные мощности, спутниковые технологии и активный интерес иммигрантов к своей исторической родине сделали своё дело.

Проблемы русскоязычных СМИ в Канаде

Первое, о чём задумывается иммигрант, приехавший в Канаду – "Есть ли здесь русские?". Ответ на свой вопрос он получает довольно быстро. И не только потому, что русскую речь в Канаде можно услышать довольно часто в любых местах – магазинах, барах, стадионах, поликлиниках, университетах. В Канаде существует довольно обширная сеть развитых русскоязычных сервисов. Только информацией об их существовании обладает не вся заинтересованная в них аудитория. Как следствие, развитие сервисов происходит очень медленными темпами. Так что же стоит на пути роста и развития русскоязычных медиа-компаний в Канаде?

Фактор первый – "финансы". С первого взгляда, этот фактор является основным для начала любого бизнеса и в самой России. Однако в Канаде мы сталкиваемся с другой экономической системой, отличной от той, к которой привыкли в своей стране. Основным источником дохода радио и телеканалов является абонентская плата. На первоначальных

этапах развития, медиа-компания требует вложения существенных инвестиций. Любая помощь, даже самая скромная, на каналах принимается с радостью. Что подтверждает директор и главный редактор русскоязычной программы "RUSSIAN TV United Voices", Ирена Лючиу: "Было и такое, что пенсионеры старались помочь, кто, чем мог, присылали по 20 долларов в фонд программы, отрывая от своей скромной пенсии или пособия" [19].

Между тем, добровольная помощь абонентов, является хорошим показателем успешности и что самое главное – востребованности транслируемых программ и передач. Что лишний раз доказывает необходимость существования такого сервиса для общины. Тем не менее, востребованность, это ещё не показатель самоокупаемости, и, что важно для любого бизнеса, доходности. Русскоязычные общины, благодаря многолетнему соперничеству между двумя крупнейшими медиа-компаниями Канады Rogers and Shaw, обладают широким выбором сервисов на русском языке (телевидение, радио, интернет и т.д.). Это даёт потребителю, возможность делать выбор в пользу более качественного продукта. Рекламодатели, впрочем, обращают внимание не на слова, а на реальный рейтинг программы, который легко установить по количеству абонентов. Всё это заставляет владельцев русскоязычных каналов и программ придумывать новшества и выстраивать оригинальный видеоряд, с целью заинтересовать своих настоящих и будущих абонентов.

Фактор второй – "аудитория". Создавая программу, для выхода в эфир которой необходимо задействовать десять человек, чей труд должен быть оплачен, необходимо иметь достаточное количество желающих оплатить просмотр этой программы. Именно на данном этапе, большинство создаваемых аудиовизуальных СМИ прекращают своё существование. По статистическим данным Tims International (Агентство, официально аффилированное Министерством Иммиграции Канады, ежегодно отслеживающее все изменения в иммиграционной статистике, законодательстве и регулировании), на 2009 год, русскоязычное население Канады приближается к отметке в 500 000 человек, что составляет примерно 1,47% от населения всей Канады. В случае, когда конкуренции нет, и абонентская плата составляет один канадский доллар, даже половина из живущих в Канаде русскоговорящих соотечественников, сможет содержать очень большую передачу или программу. Однако программа не одна, а абонентская плата даже для самой маленькой передачи, колеблется от 3-х канадских долларов.

Фактор третий – "спрос". Представители русскоязычной общины практически не знают о том, какие передачи и программы на русском языке есть в Канаде. Бизнес-сообщество, в большинстве своём, даже не интересуется наличием таких сервисов, отдавая предпочтение интернету или общеизвестным новостным компаниям.

Причина такой неосведомлённости скрыта не в плохой рекламе и промоушене – этого хватает, а в следующем, четвёртом факторе – "социальном". На летней конференции "Shaw" 2008 года, были обозначены истинные причины низкого уровня спроса на русскоязычные этнические программы и передачи. Они обусловлены не отсутствием профессионализма, ведь подбирать пытаются максимально профессиональные кадры, а в том, что иммигранты состоят из нескольких "волн". Как показывает практика, и статистика, первые и самые многочисленные из "иммиграционных волн", не очень любят свою историческую родину, ассоциируя её с бывшим СССР. Но, как было озвучено на той же конференции, компании, предоставляющие русскоязычные сервисы, ведут активную пропаганду, целью которой является изменение такого отношения. Это должно привести к увеличению абонентской базы, и как следствие,

к увеличению прибыли.

Русскоязычная телепрограмма United Voices.

Одним из сегментов "Shaw" является самостоятельная, этническая теле-радиокомпания – "Shaw Multicultural Channel" [19], которая в свою очередь, транслирует множество этнических программ и передач, среди которых нашлось место и русскоязычной программе "United Voices", выходящей в эфир два раза в неделю, с продолжительностью в 30 минут.

Госпожа Ирена Лючиу – директор и главный редактор русскоязычных программ и передач "United Voices" и "United Vibe". Ирена относится к тем людям, что начинали свою профессиональную карьеру ещё в Советском Союзе. Всё началось с факультета журналистики в Кишиневском Государственном Университете, после которого последовала практика в Останкино и аспирантура в Москве. До того, как возглавить русскоязычный сервис в Британской Колумбии, она успешно вела программу "ТВ-М" на русском языке на многонациональном канале Rogers в Торонто.

"В общем, все понимают, что телевидение это особый вид искусства" – говорит Ирена о русскоязычных передачах в Канаде. Тем более что, "человек в кадре" на этническом канале, очень быстро становится известным и популярным. Впрочем, учитывая тот факт, что телевидение – это самый короткий путь к известности, нужно помнить, что оно является очень трудоемким и дорогостоящим производством. В создании даже самой небольшой программы задействованы минимум 10 человек.

В составе редакции работают профессионалы с многолетним опытом работы в телевизионном искусстве. Это – телеоператор Майкл Гэйл, график дизайнер-монтажер Елена Демьяненко, администратор-сценарист Мария Романо, опытный костюмер-гример Людмила Осипова, и многие другие. Все эти профессионалы выбрали Ванкувер не зря. Дело в том, что Британская Колумбия является третьим районом по количеству эмигрантов из России, и если учитывать численность и качество русскоязычной общины, можно смело утверждать, что спрос на локальные передачи и программы, здесь должен быть высокий.

Опыт прошлых лет позволил построить программу таким образом, чтобы полностью исключить акцент на языковом принципе. Телевидение – это, прежде всего, действие и видеоряд. Монтаж строится так, чтобы сюжеты менялись довольно быстро – красивые ведущие, экстравагантные эстрадные исполнители, эффектные моды, красочные виды города. Подборка новостей за прошедшую неделю тоже динамична и длится не более 10 минут. Это единственная часть, где необходимо понимать русский язык, но в дальнейшем этот блок может идти с субтитрами.

"United Voices" имеет строго определенную аудиторию – русскоязычную диаспору. Однако отношение тех, для кого ориентирована телепередача – неоднозначно. Большинство эмигрантов из России весьма скептически относятся ко всему, что связано с их бывшей родиной. Попытки "заманить" их на телевидение не приносили успеха. Представители первых трех волн эмиграции сохранили негативное впечатление о России. Они не поддерживают, не понимают, и более того, не хотят понимать политику русскоязычной передачи.

На фоне такого отношения к общинным СМИ, особое внимание стоит уделить сети вещания. Телекомпания Shaw Multicultural распределила время и количество выходов в эфир этнических передач на основании зрительских рейтингов, которые складываются из отзывов и финансовой поддержки. По результатам рейтинга, русскоязычным программам отведено два выхода в неделю – по пятницам в 9:30 утра и по воскресениям в 16:00. Стоит так же отметить, что в данное время, есть перспектива расширения временного диапазона вещания. Так же,

значительным фактором является то, что вещание русскоязычных программ происходит лишь в районах максимальной востребованности, а именно: Метро Ванкувер, Остров Бовен, Скуамиш и Вислер, а так же в Дельте, где "Shaw" вещает на 51-ом канале [17].

В таких условиях, цель, которую преследуют организаторы – воспитание патриотизма, становится ещё более труднодостижимой, так как вещание происходит, на данный день, ещё не по всей Канаде. Не помогает в этом случае, даже запущенный спутник, который не так сильно разрекламирован. Даже учитывая тот факт, что первую Ка-диапазонную лицензию на слот 107,3° з.д., компания получила ещё в 2000 году. После того, как на собственном опыте чувствуешь, насколько кропотлив и тяжёл труд сотрудников "United Voices", понимаешь, что каждый новый абонент (а их не менее 60 тысяч), это результат настоящей, профессиональной борьбы с широко представленными на рынке англоязычными программами.

Как исследователь и тем более журналист, я приняла участие в этой борьбе. Результат проявился после первой же съёмки.

Первая передача, где я приняла участие, на тему патриотизма, требовала моего мнения, как человека только что приехавшего из России на учебу в Канаду. В рамках программы, участники, включая и меня, обсуждали вопросы, касающиеся пребывания в новой для себя обстановке, полученных впечатлениях и возможных положительных или негативных ощущениях во время интернациональных встреч и бесед при обучении и проживании в стране. В конце программы, мы затронули тему патриотизма. Были подняты вопросы, касающиеся любви к родине, тоске по ней, а так же о том – что нельзя забывать о том, что ты русский. Вскоре после этого, в студии стали поступать звонки от телезрителей. Одни говорили, что "действительно, ни в коем случае не надо стыдиться, что ты русский. Более того, надо это говорить с гордостью. Люди уезжают из своей страны по разным причинам, но от этого не перестают быть россиянами". Другие же, наоборот, были очень недовольны.

Звонков с положительными высказываниями по поводу патриотической программы оказалось намного меньше. Такая реакция не расстроила госпожу Лючию, наоборот, она проявила себя как уверенный в будущем своих программ директор, и прокомментировала ситуацию по-своему: "Чем больше будет русского телевидения и газет, – тем лучше для читателей и зрителей, лучше для нашей общины. Мы должны гордиться тем, что мы, русские, имеем свою общину, свои газеты, свое русскоязычное телевидение" (**Архив автора**).

Если представить, что "United Voices" государственная передача, то удивляться не стоит, но "United Voices" располагается на площадках частной компании "Shaw", и, как следствие, тоже является частной. Созданная по инициативе нескольких сторон, программа преследует основную цель любой коммерческой деятельности – получение прибыли (на 2009 год, капиталоборот программы составляет примерно 900 000 канадских долларов, без учёта дохода от рекламы). Сторонами было решено, что основой статьёй дохода будут рекламные сюжеты, которых впоследствии стало очень много. Профессионализм команды позволил интегрировать рекламные сюжеты в обычные, а в некоторых случаях, замещать обычный сюжет рекламным.

Пребывание русскоязычного телевидения в таком зародышевом состоянии, заслуга нашей диаспоры. Ведь не случайно, что индусы или китайцы дошли уже до 12 часов телевизионного времени в сутки. На данный момент, дирекция "United Voices" старается "вырвать" у "Shaw" хотя бы еще полчаса, в рамках которых может появиться возможность транслировать жизнь русской общины. Иными словами, увеличить вре-

мя на так называемый "local journal"¹.

Информационные выпуски программы, по тематической структуре, отличаются от программ других телекомпаний. Там в основном все выпуски однотипны: внутренняя информация, международная, спортивная, сводка погоды. Здесь же – краткая информация о том, что увидят телезрители в течение 30 минут, внутренняя информация (локальные новости "United Vibe"), информация, касающаяся непосредственно самой программы (трансляция каких фильмов будет осуществляться на этой неделе) и заключительный музыкальный клип (**Архив автора**). Складывается отчетливое впечатление, что "United Voices" всё больше и больше приближается к виду ток шоу, в то время как из неё ярко выделяется новостная передача "United Vibe".

Что же касается жанров и характера отбираемых материалов, то практика "заманивания" зрителя, особенно характерная для коммерческого вещания в Канаде, используется и в русскоязычной программе "United Voices". Специфика работы служб телеинформации страны сказывается в форме подачи новостей. Хотя то, что я увидела, мало напоминает англоязычное канадское телевидение. В России мы привыкли, включая новости, видеть ведущего в привычной студии. В Канаде ведущие преподносят зрителю весьма эмоциональный диалог, чтобы разрядить обстановку. В программах "United Voices" вы не увидите ничего подобного. Ведущая предстаёт перед зрителем в домашней обстановке, в своей квартире, где рассказывает о том, что предстоит увидеть телезрителю.

Учитывая то, что отзывов о компании поступало даже в моём присутствии очень много – спрос на телепередачу есть, и хочется отметить – не маленький. Кроме того, я лично наблюдала рост рейтинга передачи, благодаря которому у дирекции появилась возможность увеличить эфирное время. Именно такое поведение абонентов является залогом успешного развития передачи.

В заключение нельзя не обратить внимания на тот примечательный факт, что в сохранении русской культуры активное участие принимает эмигрантка из Молдовы. Как жаль, что слишком мало эмигрантов из России, задумываются об этом.



Литература

1. Бэттлер А, Бэттлер В. Иммиграции в Северную Америку / В. Бэттлер. – М.: Интердиалект+, 1997. 232 с.
2. Воблый К.Г. Заокеанская эмиграция, ее причины и следствия. Варшава, 1904.
3. Давидсон, А.Б., Макрушин, В.А. Зов дальних морей / А.Б. Давидсон, В.А. Макрушин. М.: Гл. ред. восточной литературы изд-ва "Наука", 1979. 326 с.
4. Каневская, Г.И. "Я бездомный, но зато на воле..." Русские перемещенные лица в Австралии (1947 – 1954 гг.) / Г.И. Каневская. Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2005. 232 с.
5. Ковалевский, П.Б. Зарубежная Россия. История и культурно-просветительная работа русского зарубежья за полвека (1920 – 1970) / П.Б. Ковалевский. Париж, 1977. 347 с.

¹ Местные новости

6. Курчевский Б. О русской эмиграции в Америку. Либава, 1914.
7. Международный исторический журнал /Институт "Открытое общество" (Фонд Сорос). М.: № 19, 2002. [Электронный ресурс]. URL: <http://history.machaon.ru> [Дата обращения: 14.10.2010 г.]
8. "Радио Канада" (Официальный сайт) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rcinet.ca> [Дата обращения: 14.10.2010 г.]
9. Русская еженедельная газета "Единение" / Русская газета в Австралии. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.unification.net.au> [Дата обращения: 02.03.2010].
10. Русский информационный портал Ванкувера. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vancouver.ru> [Дата обращения: 14.10.2010 г.]
11. Судьбы поколения 1920 – 1930-х годов в эмиграции: Очерки и воспоминания / Ред. сост. Л.С. Флам. М.: Русский путь, 2006. 472 с.
12. Телелабиринты: Буржуазное ТВ сегодня. Популярные очерки /Под ред. Н.А. Голядкина. М.: Искусство, 1988. 270 с.
13. Тизенко П. Эмиграционный вопрос в России. 1820 – 1910. Либава, 1909.
14. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.farpmc.ru/> [Дата обращения: 15.02.2010]
15. Федеральное архивное агентство. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rusarchives.ru/> [Дата обращения: 23.02.2010]
16. Филиппов Ю.Д. Эмиграция. СПб.: 1906.
17. Library and Archives Canada (LAC)/ Government of Canada official Web Site. – [Электронный ресурс]. URL: <http://www.collectionscanada.gc.ca> [Дата обращения: 15.03.210]
18. Northern Territory – annexed to SA 1863-1911 since then a Commonwealth territory published fiche [GSNT] National Archives of Australia (Brisbane) [Электронный ресурс]. URL: <http://naa.gov.au/> [Дата обращения: 03.02.2010]
19. Shaw Investor Relations Department. (Официальный сайт Shaw Communication) – [Электронный ресурс]. URL: <http://www.shaw.ca> [Дата обращения: 14.10.2010 г.]