
СМИ И ПРЕЗИДЕНТСКИЕ ВЫБОРЫ В ЕГИПТЕ ПОСЛЕ РЕВОЛЮЦИИ

А.А. Грабельников, Тамух Мохаммед Анасс

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В статье рассматривается освещение президентских выборов в Египте после народной революции 2011 г. с точки зрения египетских официальных и оппозиционных средств массовой информации и их влияние на развитие дальнейших политических событий в стране.

Ключевые слова: «арабская весна», революция, президентские выборы, государственные и оппозиционные СМИ, египетское телевидение, Фейсбук, Твиттер.

Прошло два года после революции в Египте. То, чего так жаждал египетский народ, свершилось — закончилось тридцатилетнее правление Хосни Мубарака и впервые демократическим путем был избран пятый президент Египта — Мухаммед Мурси Иса Аль-Аййат.

Победа далась ему нелегко. Являлся председателем Партии свободы и справедливости, которая была образована движением «Братья-мусульмане» в апреле 2011 г. после революции в Египте, Мухаммед Мурси победил только во втором туре президентских выборов. Его соперником был последний премьер правительства Мубарака Ахмед Шафик. Оба кандидата набрали более 5,5 млн голосов, но Мурси опередил конкурента более чем на 200 тыс. избирательных бюллетеней, получив поддержку 5 млн 765 тыс. египтян. 24 июня 2012 он покинул Партию свободы и справедливости, чтобы выражать интересы всех граждан страны, независимо от их принадлежности к тем или иным политическим партиям и объединениям.

Об этом он неоднократно напоминал своим соотечественникам, начиная со своего первого обращения к нации в качестве лидера страны. «Я президент всех египтян, и я не позволю никому манипулировать народом. Если я буду вынужден сделать то, что необходимо для защиты народа, я сделаю это», — сказал М. Мурси в заявлении, размещенном в Твиттере, в ответ на столкновения сторонников и противников президента. В конце марта 2013 г. демонстранты подожгли офис «Братьев-мусульман» в столице, куда накануне специально для защиты здания на автобусах прибыли сотни сторонников движения. В столкновениях пострадали около 40 человек.

«Некоторые люди используют медиа, чтобы разжигать насилие, и кто бы ни был причастен к этому, он не избежит наказания», — подчеркнул президент [1]. Тем самым он подтвердил, что средства массовой информации Египта продолжают играть важную роль в политической жизни страны, как до и в ходе революции 2011 г.

Египетские, арабские и мировые СМИ широко освещали президентские выборы в Египте, которые считаются первыми в новейшей политической истории

Египта, прошедшими на многопартийной основе. Тогдашний госсекретарь США Хилари Клинтон охарактеризовала их как историческое событие.

Существуют разные точки зрения на позицию египетских СМИ и освещение ими предвыборных кампаний кандидатов и событий, связанные с этими выборами. Одни аналитики считали, что официальные СМИ, принадлежащие государству, будут, естественно, продвигать кандидатов, служивших режиму прежнего президента. Это Ахмад Шафик, последний премьер-министр в эпоху Мубарака, и Амру Муса, бывший генсек Лиги арабских государств, который был министром иностранных дел. Были и те, кто упорно говорил лишь о деятельности официальных СМИ на выборах, и не замечал частные СМИ, которые описывали президентские выборы как национальный праздник для всех египтян. Известный журналист Джихад аль-Хазин, работающий в лондонской газете «Аль-Хаят», заявил, что роль СМИ в президентских выборах была незначительной. Это просто чтение газет или просмотр телепрограмм, не влияющие на египетского избирателя, пришедшего на выборы. Он заранее знает, кому он отдаст свой голос [2].

Аль-Хазин без колебаний свидетельствовал в пользу этих выборов и говорил, что, несмотря на некоторые незначительные нарушения, выборы прошли свободно и честно, чего еще не было в истории Египта.

Ряд работников СМИ заявили, что роль египетских СМИ была нейтральной, что они объективно освещали весь ход избирательной кампании, и пресса, и телевидение отличались полной беспристрастностью. Они пояснили, что теперь голос египетского избирателя стал чего-то стоить.

Журналистка газеты «Аш-Шарк Аль-Аусат» Надия ат-Турки, говоря о кампании по избранию президента Египта, отметила, что ее освещение существенно отличалось от выборов во времена Мубарака. В прошлом роль СМИ сводилась лишь к поддержке и продвижению одного кандидата, который всегда был всем известен [3].

Председатель комиссии по оценке деятельности СМИ при освещении президентских выборов в Египте Сафут аль-Алям заявил, что некоторые деятели СМИ приняли сторону кандидатов еще в период, предшествовавший первому туру президентских выборов [4]. Кроме того, некоторые СМИ допустили нарушения в освещении выборов. Известные дебаты между кандидатами Амру Муса и Абделем Мунимом Абу аль-Фаттухом, несмотря на свои положительные стороны, превратились, по сути, в откровенную торговую рекламу. Некоторые журналисты открыто поддерживали определенных кандидатов, выступая с нападками на их противников. Так, например, Ибрагим Иса резко критиковал кандидата от «Братьев-мусульман» Мухаммеда Мурси. Тауфик Акяшя атаковал кандидатов-исламистов, поддерживая Ахмада Шафика. Журналистка Мана аш-Шазли открыто поддерживала Абделя Мунима Абу аль-Фаттуха. Надо сказать, что подобные вещи происходят и в странах с развитой демократией. Здесь это обычное дело [5].

Исследование, проведенное Египетским центром политических, социальных и экономических исследований, показало, что затраты на предвыборную агитацию кандидатов на президентских выборах в Египте достигали десятков млрд египет-

ских фунтов. Затраты на агитацию одного кандидата оценивались в размере от 120 до 150 млн египетских фунтов (20—25,2 млн долл. США). Кандидаты прибегали к услугам специалистов по предвыборной агитации, этикету, вопросам протокола, стилистам по костюмам из Ливана, которые тренировали их в искусстве общения с массами и иностранными гостями [6].

В исследовании подчеркивается, что борьба за президентский пост нуждается в огромных усилиях и финансовых расходах на агитацию, логистику, пожертвования и помощь. Все эти необходимые средства использует любой кандидат, независимо от своих возможностей и своей популярности. Практика показывает, что власти не могут полностью контролировать разрешенный объем финансирования по каждому кандидату, к тому же имеются многочисленные способы обойти закон.

В исследовании говорится, что стоимость прямой агитации через телеканалы и уличную агитацию за кандидата достигала 50 млн египетских фунтов (8,4 млн долл. США). В случае повторных выборов суммы расходов на агитацию значительно увеличивалась. Средняя стоимость одного агитационного телевыступления колебалась между 7 и 10 тыс. египетских фунтов.

Некоторые кандидаты в президенты обращались к услугам иностранных информационных агентств. Исследователи поясняют, что причина этого кроется в отсутствии у местных агентств достаточного опыта проведения агитационных кампаний на президентских выборах. Ведь они проводились в Египте первый раз в условиях конкурентной борьбы кандидатов за президентский пост.

Важную роль в избирательных кампаниях кандидатов сыграли социальные сети — Фейсбук и Твиттер. Во-первых, это самые быстрые механизмы агитации. Во-вторых, обратная связь позволяет непрерывно отслеживать реакцию на опросы и агитационные материалы команды кандидата в провинциях. В-третьих, эти механизмы предвыборной агитации являются самыми малозатратными для кандидатов [7].

Некоторые кандидаты в президенты договаривались с информационными агентствами о проведении своей кампании под названием «Президент», среди них были генерал-лейтенант Ахмад Шафик, Абдель Мунъим Абу аль-Фаттух, Хамдин Сабахи.

Помимо телевизионной агитации, агентство опиралось на рекламу и печатные издания, вклад которых оценивался в 25—30% от общей агитации кандидата, обладающего для этого финансовыми возможностями.

Амира Ахмад Мустафа, активистка по наблюдению за президентскими выборами на международном уровне, считает, что СМИ явились наиболее важным и влиятельным средством на египетских президентских выборах с учетом того, что это первые по-настоящему демократические выборы в Египте, а не декорированные, как это было раньше [8]. Она отмечает, что культура большинства египетских граждан подчинена национальным и религиозным традициям, семейному и племенному наследию. Важнейшей особенностью является то, что СМИ представляют наиболее влиятельную силу в странах третьего мира, в отли-

чие от развитых стран, где влияние результатов опроса общественного мнения не так велико.

Она подтвердила также, что ни один египетский фунт не попал в сектора египетской экономики после революции, в то время как около миллиарда египетских фунтов было закачено в частные египетские СМИ для создания новых телеканалов или специализированных каналов вдобавок к уже существующим. Были названы каналы «Си-Би-Си», «ан-Нахар», «Ун-Ти-Ви», «аль-Михвар» и др., а также многочисленные газеты, среди которых «аль-Ватан», принадлежащая группе каналов «Си-Би-Си» и «ас-Сабах», которые скоро получают финансирование от владельца, бизнесмена Ахмада Бахаджата. Это и ежедневная газета «аль-Хурия ва аль-Адаля» — рупор «Братьев-мусульман», «аль-Фатх» — еженедельник, выражающий интересы части течения салафитов, еженедельник «ан-Нур», выражающий интересы салафитского течения, еженедельник «ар-Рахма», который финансирует шейх Мухаммед Хасан. И еще одна еженедельная газета «Мусульмане», главным редактором в которой является доктор Салах Кабадая.

Амира Мустафа подчеркнула, что ожидается вливание по меньшей мере еще 500 млн египетских фунтов (это примерно 84 млн долл. США) в нынешнем 2013 г. в частные египетские СМИ. В то же время заметно снижается роль государственных или официальных СМИ из-за их позиции, занятой в ходе египетской революции. Это негативно повлияло на отношение к ним граждан страны. По наблюдениям Амиры, общие расходы на избирательную кампанию колеблются между 10 и 13 млрд египетских фунтов (сюда входят расходы и со стороны государства, и со стороны самих кандидатов и поддерживающих их бизнесменов). Она также отметила, что существуют еще деньги, потраченные на кандидатов, проследить которые точно невозможно, поскольку они не поддаются контролю ни с какой стороны.

Сайты социального общения, которые еще называют «новые СМИ», активно использовались в агитации перед президентскими выборами в Египте. Кандидаты соревновались друг с другом в частоте их использования, что отразилось на возрастании общественно-политического значения этих средств, сыгравших ранее, как известно, заметную роль в подготовке революции 25 января 2011 г. Среди приблизительно 25 млн пользователей Интернета 7 млн состоят в Фейсбуке, 1,5 млн — в Твиттере [9].

Эксперт по СМИ Ясир Абдель Азиз считает, что новые СМИ стали играть существенную роль в увеличении или уменьшении шансов кандидатов на президентских выборах. В ряду средств массовой информации, влияющих на картину президентских выборов, они стоят после прессы, телевидения, радио и устной информации. Он заявил, что большинство пользователей новых СМИ в Египте представляют общественные группы, относящиеся к среднему классу и элите, политически активные, имеющие свое мнение и позицию и владеющие каким-либо иностранным языком, что увеличивает их возможность общения с иностранцами [10]. Абдель Азиз напомнил, что кандидатами-фаворитами на президентских выборах в Египте во время предвыборной гонки были такие, как, например, Мухам-

мед Мурси, Абдель Муним Абу аль-Фаттух, Хамдин Сабахи, Амру Муса, Ахмад Шафик, продемонстрировавшие профессионализм в оказании влияния на аудиторию новых СМИ путем создания целых групп по работе с этой аудиторией. Отслеживание кандидатами событий и их оперативные комментарии в социальных сетях сыграли важную роль в их соответствии критериям новых СМИ.

Эксперт по СМИ считает, что Абдель Муним Абу аль-Фаттух отличался как кандидат, наиболее удачно использовавший в предвыборной кампании новые СМИ. Пользователи Фейсбука и Твиттера отдали предпочтение кандидатам Абу аль-Фаттуху и Хамдину Сабахи, поскольку оба они наиболее соответствовали запросам «аудитории новых СМИ».

Представительство молодежи было наибольшим в числе пользователей новых СМИ в Египте. Профессор журналистики Каирского университета Сафут аль-Алям отметил, что эти новые СМИ превзошли традиционные средства массовой информации на президентских выборах в распространении агитации, контркритики своих конкурентов и иронии над тем или иным кандидатом.

Со своей стороны, эксперт по СМИ Ясир Абдель Азиз поддержал точку зрения аль-Аляма, но отметил и ту сомнительную роль, которую играли новые СМИ в выборной кампании в фальсификации фактов, распространении слухов наряду с их быстрой и более полной передаче информации о событиях и отслеживании нарушений закона.

Абдель Азиз ожидает, что рост темпов развития новых СМИ будет способствовать усилению их влияния на египетскую политическую жизнь. Он считает, что рост этого влияния в будущем выразится в снижении влияния «официальных, режимных СМИ».

Кстати, политические события последних месяцев в Египте еще раз подтверждают продолжающийся рост влияния социальных сетей особенно в руках оппозиционеров. Недовольство оппозиции назревало постепенно. Так, участники «Движения 6 апреля» были одной из движущих сил египетской революции 2011 г. На выборах в июне 2012 г. многие его активисты выступали в поддержку кандидата в президенты Мухаммеда Мурси. Однако первые месяцы правления нового лидера Египта разочаровали его недавних сторонников. Оппозиция тщетно добивается отставки кабинета Хишама Кандиля, формирования нового правительства и внесения поправок в недавно принятую конституцию. Массовые акции протеста начались в Египте во вторую годовщину революции. Протестующие выступили против узурпации власти со стороны исламистов. Начавшись в Каире, Александрии, Суэце и Порт-Саиде, беспорядки перекинулись на другие города. Недовольные стали громить правительственные и административные здания [11].

Ряд египетских СМИ заявили, что Мухаммеду Мурси удалось сделать со страшной то, что не удалось английским колонизаторам, — разделить египетский народ и оккупировать страну руками «Братьев-мусульман». Главный редактор газеты «Аль-Исбуа» Мустафа Бакри подтвердил, что президент Мурси не слышит призывов к гражданскому неповиновению, распространяемых в обществе. Египтяне, по его словам, ждали свободы, а получили взамен еще более диктаторский режим,

так как с приходом к власти Мурси стал обращаться к народу на языке запугивания, тирании, мести и сведения счетов.

Журналист отметил, что время правления Мурси отмечено разрастанием конфликта и раскола в обществе, начавшимся введением «проклятой» конституции. При нем исчезло понятие диалога, терпимости, возросло насилие, начался распад общественных институтов. История навсегда запомнит, что «Братья-мусульмане» толкнули людей на этот путь. Они убили их веру в реформы, в настоящее и будущее.

При Мубараке, подчеркнул автор, общество разъедала коррупция, но люди находили себе пропитание, существовала власть закона и конституции, что исчезло при власти Мурси. При Мубараке египтяне жаловались на пытки в тюремных застенках, однако сейчас Египет находится в постоянном страхе перед убийствами, похищениями, разбоем и бандитизмом. Раньше египтяне могли не соглашаться с линией Национальной партии, но не существовало такого громадного раскола, в который окунулось общество сейчас. Он отметил, что США ранее оказывали давление на Мурабака, а сейчас замалчивают все, что делают Мурси и «Братья-мусульмане», и это подтверждает их тайный сговор, нацеленный на раскол страны [12].

Египетский публицист Ибрагим Мансур в газете «Тахрир» прокомментировал свое скандально известное интервью с Мурси. По его словам, Мурси проявил неграмотность и неуважение к египетскому народу, потеряв во время беседы контроль над собой. После этого всем стало понятно, что он не уважает мнение народа, ему неизвестно об актах гражданского неповиновения в обществе и о том, что происходит в разных провинциях Египта [13].

Люди, недовольные политикой нового президента, не стесняются это показывать в независимых СМИ. В конце марта 2013 г. правительство Египта пригрозило аннулировать лицензию независимого телеканала СВС, на котором вышла программа комика Басема Юсефа с пародией на президента страны Мухаммеда Мурси. «Это шоу содержит вульгаризмы, оскорбления, сексуальные жесты и сквернословие», — цитирует государственное информационное агентство Египта MENA представителя государственной компании. Он также сообщил о направлении предупреждения СВС о том, что телеканал потеряет лицензию, если не будет соответствовать правилам в сфере СМИ. Прокурор обвинил Юсефа в неуважительном отношении к президенту Мурси, оскорблении чувств мусульман и выдал ордер на его арест. Однако египетский суд отклонил этот иск и отказался закрывать независимый телеканал, на котором выходит в эфир программа сатирика. Принятия мер в отношении Юсефа радикальные исламисты требовали уже давно, направляя властям жалобы о том, что он «разлагающе действует на мусульманские устои» общества.

Еженедельное юмористическое шоу с участием Басема Юсефа появилось на египетском телевидении после революции 2011 г., когда президент страны Хосни Мубарак лишился власти. В своей программе комик высмеивал и нынешнего лидера страны Мухаммеда Мурси. Юсеф, в частности, представлял президента

в образе фараона, пародировал его публичные выступления, в том числе официальные обращения к нации, а также смеялся над его плохим английским произношением [14].

Таким образом, роль средств массовой информации и после революции 2011 г. оказалась не менее важной, чем в ходе ее. Это со всей очевидностью показали президентские выборы и дальнейшее правление нового президента. Для большинства зрелого населения наибольшее влияние оказывало и оказывает телевидение, а для молодежи на первом месте оказались «новые СМИ» — социальные сети Фейсбук и Твиттер. Новый президент, как видно из СМИ, не оправдал надежд больших групп населения, и они снова вышли бороться за свои права на улицы. Оппозиция активно использует в этой ситуации средства массовой информации. Руководство пытается противостоять достаточно традиционными способами, в том числе с использованием суда, репрессий. Но народ, вкусивший свободу революции, не согласен на ту роль, которую отводит ему правящая власть.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] URL: http://www.gazeta.ru/politics/news/2013/03/24/n_2815773.shtml
- [2] URL: <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=851320&eid=5303>
- [3] Nadia Atturki “Achark al Awsat” Journal London 2012-04-07
- [4] URL: <http://www.elaph.com/Web/news/2012/4/729375.html>
- [5] URL: <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=916107&eid=9471>
- [6] URL: http://www.aljazeera.net/news/pages/a1f47fd5-ad6f-4e10-95f4_477bfca45022
- [7] URL: http://www.uniem.org/index.php?action=show_page&ID=830&lang=ar
- [8] URL: www.almasyalyoum.com/.../10290... — Египет
- [9] URL: http://www.uniem.org/index.php?action=show_page&ID=830&lang=ar
- [10] URL: www.almasyalyoum.com/.../10290... — Египет
- [11] URL: <http://www.vz.ru/news/2013/2/22/621544.html>
- [12] URL: <http://www.regnum.ru/news/1629982.html>
- [13] URL: <http://www.regnum.ru/news/1629982.html>
- [14] URL: http://www.gazeta.ru/politics/news/2013/04/07/n_2839169.shtml

MEDIA EGYPT AND EGYPTIAN PRESIDENTIAL ELECTIONS AFTER THE REVOLUTION

A.A. Grabelnikov, Tamouh Mohammed Anass

Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maclaya str., 6, Moscow, Russia, 117198

This article reviews recent developments Egyptian Presidential Elections in terms of Egyptian officials and opposition media and their influence on the development of the event is following the popular revolution in Egypt.

Key words: “Arab spring” revolution, state and opposition media, Presidential Elections, the Egyptian television, Facebook, Twitter.