

ВОПРОС - ОТВЕТ

"Инюрколлегия. По наследственным делам разыскиваются..." - такие объявления нередко появляются в газете "Известия".

Хотелось бы узнать более подробно, что это за учреждение и зачем оно существует.

Т. Бадарханов, пос. Хоринск, Бурятская АССР.

Ответы на эти и другие интересующие читателей вопросы наш корреспондент Н. Солдатенков получил в Инюрколлегии.

ИНЮРКОЛЛЕГИЯ (Иностранная и юридическая коллегия) - специализированное объединение советских адвокатов по оказанию юридической помощи советским и иностранным гражданам, лицам без гражданства и организациям - была создана в 1937 г. До этого гражданские, трудовые и семейные дела, связанные с международным правом, велись через Исполком Международного общества Красного Креста и Красного Полумесяца а затем - через акционерное общество "Кредит- Бюро".

Правопреемником "Кредит-Бюро" и явилась Инюрколлегия, в которой сегодня работают свыше 100 юристов и других квалифицированных специалистов. Инюрколлегия имеет свои представительства в 10 городах страны. Так как работа связана с международным частным правом, объединение поддерживает деловые контакты со многими иностранными юридическими фирмами, юристами и адвокатами. Сотрудничество строится на основе постоянных и долгосрочных соглашений.

Инюрколлегия принимает поручения клиентов на ведение гражданских дел различных категорий; наследственных, об истребовании личного имущества, страховых сумм и возмещений, банковских вкладов, дел, вытекающих из брачно- семейных отношений (взыскание алиментов, расторжение брака, раздел совместного имущества супругов).

Услуги оказываются как советским гражданам по их делам за рубежом, так и иностранцам по их делам в СССР.

Кроме того, Инюрколлегия представляет в нашей стране интересы фирм, страховых компаний, других организаций по делам, вытекающим из внешнеторговых сделок и договоров по морским, железнодорожным и авиационным перевозкам. В настоящее время, например, Инюрколлегия ведет дела нескольких тысяч клиентов. Такой огромный объем работы связан прежде всего со значительным расширением экономических, научных и культурных связей Советского Союза с зарубежными странами, миграцией населения (особенно в годы второй мировой войны), развитием международной торговли, туризма, а также увеличением личных и семейных контактов между людьми.

Заметное место в работе объединения советских адвокатов занимают вопросы наследования. Например, когда возникает дело за границей в пользу гражданина СССР, Инюрколлегия обеспечивает клиента представителем из числа сотрудничающих с ней фирм и адвокатов, которые будут защищать его интересы в иностранном суде. Советские юристы также оказывают помощь клиенту в сборе необходимых для наследования документов, оформляют их на иностранных языках. То же происходит, когда за рубежом умирает выходец с территории СССР, не имеющий наследников. И в этом случае иностранные официальные лица и юридические учреждения обращаются в Инюрколлегию с просьбой найти родственников умершего.

Сбор документов, подтверждающих наследственные права клиентов, зачастую бывает осложнен в связи с тем, что в период войны многие архивы на оккупированных территориях СССР и других стран не

сохранились. Юристам приходится вести сложную и кропотливую работу в исторических, центральных и местных архивах, и уже в самых крайних случаях Инюрколлегия публикует сообщения о розыске в центральных и местных органах печати.

Советским юристам иногда приходится сталкиваться с бытующим на Западе утверждением, что якобы все полученное из-за рубежа наследство конфискуется правительством. Это неверно: советские граждане имеют право получать в наследство личные вещи, ценности, денежные суммы. Поскольку в нашей стране иностранная валюта не имеет хождения, денежные суммы выплачиваются в соответствии с курсом в советских рублях или чеками "Внешпосылторга".

Неверны и разговоры о том, что, раз получил наследство "оттуда", оно обязательно миллионное. На деле же суммы бывают порой просто мизерными. Десятки тысяч, не говоря уже о миллионах, наследуются крайне редко.

Советские адвокаты также защищают интересы иностранцев по их наследственным делам на территории СССР, обеспечивая соблюдение порядка наследования, перевода денежных сумм в той валюте, которая имеет хождение в конкретной стране.

* * *

Западная радиостанция "Новая жизнь" ведет религиозную пропаганду на нашу страну. Мне кажется, что эти передачи особой опасности не представляют. А у вас другое мнение?

В. Симакин, Владивосток.

ВОПРОС, заданный товарищем Симакиным, свидетельствует о том, что изощренные методы западной радиопропаганды, в частности клерикальной, могут вводить в заблуждение кое-кого из советских людей в отношении истинных намерений "радиопроповедников". Я уже не говорю о том, что и сама религиозная пропаганда из-за рубежа является попыткой вмешательства во внутренние дела нашей страны.

Теперь что касается радиостанции "Новая жизнь". Расположенная в самом северном штате США - Аляске, "Новая жизнь" вышла в эфир сравнительно недавно - летом 1983 г., но уже успела занять особое место среди зарубежных радиопрограмм, ведущих религиозные передачи на СССР. Ежедневная программа станции открывается объявлением, что она "субсидируется и ориентируется всемирным объединением христианского радиовещания". Дикторы "Новой жизни" ни разу и словом не обмолвились, что непосредственное руководство клерикальной радиопропагандой на Советский Союз, и в частности радиостанцией "Новая жизнь", осуществляет так называемый "Комитет национальных религиозных радиовещателей США", который контролирует более половины всех "духовных" радиопрограмм мира на русском языке. Именно Соединенные Штаты были и остаются главным организатором и вдохновителем клерикального вещания на СССР.

На первый взгляд может показаться странным тот факт, что немалую часть эфирного времени "Новой жизни" занимают музыкальные программы. "Милый радиослушатель, - вещает диктор, - мы надеемся, что встреча с американской музыкой поднимет ваше настроение и что ваш день пройдет в воспоминаниях об этой музыке". Кому понадобилось "поднимать" наше настроение и зачем нужны эти "воспоминания", "Новая жизнь" предпочитает не распространяться. Тем не менее цель музыкального "подхода" вполне очевидна: выработать у слушателей - и в первую очередь у молодежи - эмоциональную потребность в регулярном обращении к программам этой радиостанции.

После музыкальной обработки слушателям "Новой жизни" предлагается основная идеологическая продукция - две религиозные программы. Именно ради них и действует эта станция.

Одна из программ называется "Толкование Библии с точки зрения Ивана Колесникова". Политический облик этого "проповедника" достаточно ясно проглядывает за его далеко не библейскими разглагольствованиями о "беспощадности к христианам атеистического государственного культа в Советском Союзе" или о том, что "в день смерти диамат вам не поможет".

Поскольку самого "толкователя" радиостанция никак не представляет, восполним этот пробел. Иван Колесников эмигрировал из СССР еще до второй мировой войны. Много лет подвизался штатным проповедником общины пятидесятников в Сан-Франциско. Потом перебрался с той же миссией в Канаду. Но главное - это закоренелый антисоветчик.

Недавно закулисные "операторы" "Новой жизни" сочли, что настала пора увеличить порцию "духовной пищи". Отныне часовая программа "В мире американской музыки" дважды стала прерываться "специальным интересным сообщением" - совсем на манер назойливой американской рекламы. Только рекламируется здесь вера в бога. С места в карьер "проповедник" вещает о "святости" все той же Библии, о важности ее изучения как источника всей "земной мудрости" и даже о ее "медицинском" назначении: "Библия излечила больше людей, чем вся медицина, вместе взятая".

Стремясь вовлечь в орбиту влияния станции новые группы слушателей, на "Новой жизни" создали получасовую программу "В мире поэзии". Этот поэтический "мир" открывается и заканчивается романсом "Только раз бывает в жизни встреча" в исполнении популярной советской певицы (имя ее не называется). На фоне известных песен и романсов звучат пессимистические, упаднические, мистические стихи дореволюционных российских поэтов или эмигрантов из СССР разных лет, льются воспоминания из "эмигрантской дали" о бывшей родине, о родном городе, "покинутом в зареве войны". И тут же в поэтической упаковке подбрасываются идеи о всевидящем боге, о спасении души, о царстве небесном.

А за этой религиозно-поэтической ширмой делаются осторожные намеки на "большую и недобрую землю" и ее социалистические порядки.

Спекуляция на эмоциях - ведущий принцип империалистической пропаганды. На этой же позиции стоит и "Новая жизнь". Эмоциональная игра, кроме всего прочего, строится и на том, чтобы представить сотрудников станции в виде бескорыстных доброжелателей, подвижных исключительно безграничной симпатией к слушателям. Все эти "излияния чувств" призваны создать благоприятное отношение слушателей к станции, размягчить их, позволяют войти в доверие к наивным, чрезмерно беспечным слушателям, ослабить их критическое отношение к идейно- политическому содержанию программ, а затем подвести под эмоции враждебную идеологическую базу.

Таковы некоторые методы и приемы радиодиверсантов из "Новой жизни". В той или иной мере эти психологические уловки присущи и другим клерикальным радиоцентрам, которые вносят немалый вклад в информационно- пропагандистскую войну империализма против СССР.

В. ЛЕНТИН, кандидат философских наук.

* * *

Телемост "Семья Локшиных разговаривает с Америкой" несколько раз прерывался американской рекламой. Почему ее так много на телевидении в США?

А. Уханов, г. Дзержинск, Горьковская обл.

ДЕЛО в том, что западные средства массовой информации, в том числе телевидение, существуют главным образом за счет доходов от рекламы. Рекламные объявления фирм и корпораций, фармацевтических и продовольственных концернов, крупных отелей и магазинов - основной источник доходов американских телекомпаний. Стремление телекомпаний во что бы то ни стало создавать

программы, которые пользовались бы популярностью, - не что иное, как гонка за многомиллионной аудиторией для последующей "продажи" ее рекламодателям. Ведь за рекламное время в популярных телесериалах можно запросить побольше.

Тем более что в настоящее время американские частные телекомпании не связаны никакими рамками в отношении продолжительности рекламных передач. В 1984 г. они добились отмены инструкции, согласно которой реклама не должна была занимать более 16 минут в течение каждого часа. Ведь каждая минута - это сотни тысяч, а то и миллионы долларов. Так, за 50 рекламных вставок по 30 секунд, транслировавшихся во время телерепортажа о финальном матче звезд американского футбола за Суперкубок, часовая фирма "Таймекс" заплатила 27,5 млн. долл.

Известный американский специалист в области искусства, науки и социальных отношений Н. Постмэн так прокомментировал происходящее в сфере американского телевидения: "Идея тех, кто решает, каким должно быть телевидение, состоит в следующем: оно должно формировать нацию потребителей, а не граждан, и "продавать" их рекламодателям".

От американцев не отстают и западноевропейские фирмы. По данным итальянского журнала "Мондо экономика", затраты западноевропейских фирм на рекламу своей продукции составляют ежегодно около 4 млрд. долл., а в ближайшие 10-15 лет увеличатся по меньшей мере в 2 раза. Несмотря на резолюции Европарламента, направленные на ограничение рекламного времени по телевидению (10% в час) и запрещение прерывать рекламой транслируемые программы (это требование постоянно нарушается), интерес к рынку телерекламы не снижается.

Следует также отметить, что владельцами телекомпаний, как правило, являются гигантские монополии. Например, в США 77% телестанций принадлежит конгломератам, издательским концернам и банкам. Техника такого "симбиоза" довольно проста. Монополии, которым необходима реклама, финансируют телекомпании, а телекомпании заполняют эфир рекламой их продукции. Таким образом, телекомпания фактически участвует в дележе прибылей, поступающих в "карман" монополий вследствие увеличивающейся продажи производимых ими товаров.

Помимо рекламы, западные частные телекомпании имеют и другие источники доходов. Так, по следам популярных телешоу выпускаются пластинки, магнитофонные записи. Осуществляется издание всевозможных справочников и журналов по вопросам ТВ. Немалую прибыль частным телекомпаниям приносит и продажа телепродукции за рубеж. Вот несколько цифр и фактов. 13 из 20 телепрограмм, транслируемых в Южной Африке, сделаны в США. "Мыльная опера" "Даллас" была показана в 57 странах.

Неудивительно, что частные коммерческие телекомпании США превратились в последнее время в выгодный объект капиталовложений и спекуляций, так как стоимость отдельных телестанций стремительно возрастает.

Так, телекомпания "Галф бродкаст груп" одну из своих телестанций продает телекомпаниям "Тафт бродкастинг" за 197,5 млн. долл., тогда как 6 лет назад стоимость такой телестанции составляла 17,6 млн. долл.

Что же касается доходов основных американских телекорпораций, то в 1984 г. они составляли: у Эн-би-си - 218 млн. долл., у Си-би-эс - 216 млн. долл., у Эй-би-си - 195 млн. долл.

В. КАБАНОВ.