

Представление украинского кризиса в российских СМИ: правда и ложь

Н. П. Кнэхт

Национальный исследовательский университет «МИЭТ»

Выявляются причины смены режима историчности, переосмысления истины в истории. Показывается, что развитие электроники, цифровых технологий, ежедневная масс-медийная активность по-новому ставят вопрос: не *что* такое событие, а *как* оно создается? Анализируются вербальные и визуальные стратегии, выбранные для формирования образа реальности при описании событий на Украине. Рассматриваются современные формы представления реальности в российских СМИ, использование новых технологий и формата инфотейнмента на примере освещения украинских событий (февраль — май 2014 г.).

Ключевые слова: историческая реальность; историческое событие; событие в СМИ; масс-медиа; репрезентация реальности; инфотейнмент.

События на Украине и в Крыму развели и рассорили не только политиков, но и коллег по кафедре, соратников по цеху производства знания (почти непримиримые позиции представителей интеллигенции отражены в комментариях из социальной сети Facebook), подруг и друзей (работающих по грантам за границей), родителей и детей, мужей и жен и других родственников, оказавшихся по разные стороны баррикад на Украине и в России. Умонастроения, собственные оценки последних событий меняются с поразительной быстротой, вызывая пугающее чувство невесомости, или, в терминах психоанализа, состояние когнитивного диссонанса. Однако можно утверждать, что эти же события и консолидировали российское общество, так как не оставили никого равнодушным.

Понимание в России происходящего на Украине и в Крыму сильно зависит от информационных источников. В Москве на каждого жителя приходится 15—17 информационных ресурсов, подобное разнообразие несколько снижает внушаемость и смягчает агрессивность каждого конкретного канала. В малых городах и селах примерно 2—3 источника информации, в основном это «Первый канал», ВГТРК и НТВ. Охват аудитории ими составляет 90 % населения, тогда как Интернетом для получения новостей пользуется 20 % россиян. Соответственно, представления людей в значительной степени сформированы тем, *что и как* сообщают по телевидению.

Необычная по интенсивности и агрессивности тона пропагандистская кампания началась в 20-х числах февраля 2014 г. и резко изменила настроения в обществе. Сначала протест украинского населения именовался «радикальным», «экстремистским», «националистическим», затем, в соответствии с новой ситуацией в Крыму, риторика сменилась на «оправдательную» (необходимо защищать права русских на Украине).

Эффективность пропаганды непосредственно связана с ее тематикой. Людям трудно убедить в компетентности и порядочности всех носителей власти, но в том, что на Украине происходят еврейские погромы, в Киеве творится мародерство,

© Кнэхт Н. П.

а в Донбассе и Харькове действуют переодетые русские провокаторы и Путин уже ввел на юго-восток Украины войска, — легко, ибо это не поддается проверке. Пропаганда основывается на разрушении альтернативного понимания. Она не убеждает абсолютно всех (люди не настолько доверчивы), однако навязывает циническое представление о том, что политика — «грязное дело», борьба заинтересованных групп и верить никому нельзя, что сама система не просто коррумпирована, но ориентирована только на самосохранение и обогащение. Происходит диффузия общественного мнения, причем нет единого источника, который бы его распространял: оно проникает в общество капиллярным путем, в условиях дефицита лидеров, групп, способных артикулировать альтернативные настроения.

Тема, вынесенная в заголовок статьи, уже предполагает неоднозначность. Мы не предлагаем анализировать события в категориях формальной логики («истина» или «заблуждение»), так как речь идет не о природной реальности, где истина хотя и конструируется, но в конечном счете подтверждается решающим экспериментом. В исследовании социокультурной реальности, все более становящейся символически-знаковой, историческая наука, как и другие отрасли социально-гуманитарного знания, предпочитает осторожно оперировать понятиями «правда», «правдоподобие», «вымысел», «ложь», «симулякр» и т. п. Здесь логика уступает место риторике, аргументированность и доказательность — эффективности воздействия, успешности влияния на адресата; вдумчивый анализ, требующий интеллектуального напряжения, а следовательно, длительности погружения в проблему, — мгновенности эмоционального принятия на веру. И сегодня в целях анализа современных социокультурных практик, наверное, уместнее обратиться к методологическому арсеналу таких относительно новых дисциплин, как теория речевых актов, лингвистическая прагматика, НЛП (NLP), конфликтология, теория и практика массовой коммуникации, к визуальным исследованиям и даже вспомнить методику партийной пропаганды, активно применявшуюся в советское время.

Кроме этого, нельзя не учитывать серьезные трансформации восприятия прошлого. Произошла смена режима историчности, связанная с изменением способа восприятия исторического времени. Это повлекло за собой переосмысление таких понятий, как историческая реальность, историческое событие, исторический факт, исторический опыт и истина в истории.

Уплотнение и акселерация социального времени привели к потере не только естественной связи с прошлым, но и будущего. Сегодня оно уже не высвечивается в прошлом. В условиях перманентной нестабильности настоящее становится важнее того, что называется историей. Прошлое и будущее словно бы «схлопываются» в настоящем. «Временная» логика (линейности, последовательности, длительности, перехода) сегодня подчиняется «пространственной» (рядоположенности, смежности, картирования, места). Перефразируя Фернана Броделя, можно сказать, что не время порождает реальность, а каждая социальная реальность порождает свое время.

Действительность последних двух столетий сделала исторический опыт массовым. Возможно, задача исследователя сегодня — не объяснять прошлое, а показать, как представления о нем формируются и живут в настоящем. Неизбежен здесь «конфликт интерпретаций», но это — особенность сегодняшнего дня, проявляющаяся в «битвах за прошлое» [1, с. 60]. «Спор историков» в них не был просто локальным

драматическим эпизодом последних десятилетий. В более широком контексте он представлял собой старания неолиберальных правительств по-новому национализировать пережитое, т. е. создать своим гражданам не только удобное прошлое, но и приемлемое будущее. Это нашло отражение в попытках переосмыслить роль и даже статус стран, как побежденных, так и победивших во Второй мировой войне [2, с. 21—41; 3, с. 270—275].

Сами эти примеры заостряют проблему истины в истории: что считать историческим фактом, что такое историческое событие и как к нему относиться?

Под собственно событиями обычно понимают наблюдаемые изменения, имеющие смысл для наблюдателя. Событие — это феномен, который выделяется из пассивной монотонности бытия (не является элементом повтора), не может быть незамеченным и называется собственным именем. Тема «события» — предмет напряженных размышлений известных философов современности: Вальтера Беньямина, Мартина Хайдеггера, Жиля Делёза, Филиппа Лаку-Лабарта. Событие — это «межвременье» (его нельзя отнести ни к прошлому, ни к будущему), разрыв непрерывности, пустой промежуток, «мертвое время» (Делёз), «прыжок» (Хайдеггер) из прошлого в будущее, «дыра в мире», «трещина» или цезура (Беньямин, Лаку-Лабарт). Оно всегда есть придание явлению ценности, смысла, или «...есть акт присвоения бытия мыслью» [4, с. 38].

Развитие электроники, цифровых технологий, ежедневная масс-медийная активность по-новому ставят вопрос: не *что* такое событие, а *как* оно создается? С какой реальностью мы имеем дело? Что лежит в основании опознания явлений и фактов происходящего, именуемого нами событием? В этом контексте его сравнивают с поводом, случаем, новостью. Современные СМИ «не столько передают информацию о событии, сколько производят само событие, распространяют, контролируют, оценивают, делают его зависимым от способа подачи» [4, с. 41]. Дискурсивная форма представления событий в масс-медиа автономизирует их, придает им статус самостоятельно существующей, самопроизводящейся (аутопойетической, по выражению Н. Лумана) системы [5, с. 14—15]. СМИ становятся главной инстанцией — сознанием, осмысливают опыт за нас и для нас, отдавая нас от его реальности. Сегодня практически невозможно отделить личностный опыт, приобретенный самостоятельно, вне сфер влияния, от навязанного рекламой, новостными и развлекательными программами. Практика освещения текущих событий СМИ, построенная на оперативности, быстром реагировании и подаче информации на основе видеоряда с места происшествя рождает у нас эффект присутствия.

«Реальность», прежде чем попасть в эфир в виде телевизионного сообщения, проходит несколько этапов «перевода», прежде всего на телеязык с его правилами (так, любой текст должен сопровождаться видеорядом, быть сжатым во времени и т. п.). Телевизионные каналы, зависимые от рекламодателей, конкурируют друг с другом; при этом в современной культуре телевидение адресовано не элитам и отдельным группам, а «всему» населению, поэтому содержанию и форме сообщений надлежит быть несложными и интересными (телевидение общается со зрителем на доступном языке). Общее правило заключается в ориентации на условный средний уровень смыслов, понятных потенциальному потребителю передач [6, с. 2].

Современная пропаганда российских СМИ ориентируется на массу людей, не желающих лучшего будущего. Большинство жителей современной России следуют консервативной тактике приспособления к сложившимся условиям путем относительного снижения запросов и готовности терпеть трудности. Горизонт существования основной массы населения в нашей стране очень короток. Люди живут от зарплаты до зарплаты, не ставя больших задач: 70—75 % россиян в состоянии планировать жизнь максимум на 3—6 месяцев. Это маленький ресурс существования, но его всеми силами сохраняют.

Пропаганда достигает цели удержания массы в состоянии пассивности и отчужденности от политики двумя средствами: устрашением (условиями и затем последствиями событий на Майдане) и одновременно увеселением на ТВ (развлекательные ток-шоу: «Голос», «Один в один», «Танцы со звездами», «Дом-2», бесконечные «кулинарные поединки» и пр.). Таким образом, используются технологии, с одной стороны, запугивающие массовое сознание, а с другой — развлекающе-усыпляющие его, что обеспечивает эффект апатии, равнодушия и безысходности.

В публикациях последних лет, посвященных СМИ, и в частности телевидению, основное место отводится вопросам «реальности» и ее репрезентаций [7, с. 131—233]. Сами тележурналисты не стесняются в выражениях, говоря о «непрозрачности медиума», каковым является современное телевидение: «Наша профессия — делать новости». Любое высказывание о «действительности» предполагает, что его кто-то произносит, кодируя информацию, облекая ее в слова, за которыми стоит определенная идеология, система взглядов, ценностей. Сегодня это уже стало тривиальным, однако не потеряло важности для анализа СМИ, по своему статусу являющихся транслятором реальности. Как замечает В. Зверева: «Монтаж образов (подразумевающий создание любой желаемой последовательности и связи между фрагментами записи), эффект пространственно-временного сжатия события на пленке, неограниченные возможности трансформации цифрового изображения и т. п. — все это служит созданию нового пространства, где “подлинность”, “реальность” не существуют сами по себе: событие учреждает телекамера, а факт показа придает ему достоверность» [6, с. 6]. Средства редактирования и монтажа позволяют, например, придать небольшой группе людей вид огромной аудитории и пр. Как отмечает известный французский философ Жан Бодрийяр, статус репрезентаций и реальности в современной культуре практически не различается, так как в ней доминируют симулякры — знаки без референта, образы, не имеющие подобия, отрицающие не саму реальность, а различия между ней и образами [8, с. 111—155].

Представление о том, как должна выглядеть реальность на экранах телевизоров, чтобы считаться правдоподобной, также изменяется. В современной культуре действует негласное соглашение, по которому телевидение заслуживает доверия уже в силу технических средств, используемых для улавливания и презентации реальности (особенно это касается информационных передач). Не только мощный арсенал уже апробированных камер, микрофонов и объективов, но и новые устройства, внедряясь в практику телевещания, усиливают эффект правдоподобия. Так, сначала в выпуски теленовостей стали включаться фрагменты прямого эфира с корреспондентами, находящимися в центре событий («А. Балицкий передает из Киева»). Затем применение цифровой технологии — мобильной спутниковой связи — позволило получать видеоряд и звук непосредственно с места события в момент его

развертывания. Самая современная аппаратура (например, видеофон, использованный для передачи изображения во время последних событий на Украине) способна практически сканировать поверхность реальности.

Обострение украинского кризиса существенно увеличило спрос на новостные программы. Эти передачи аудитория воспринимает наименее критически; предполагается, что новости представляют собой всего лишь отчет о произошедшем за день. Зрители привыкли считывать условный язык, не задумываясь о законах его построения, о том, что скрывается за внешними правилами, идеологическими и техническими ограничениями. Однако эти условные требования, по которым конструируется телевизионная реальность, известны всем профессионалам [6, с. 8]. Наибольший интерес представляет рассмотрение вербальных и визуальных средств, выбранных для формирования образа реальности при описании событий на Украине. Среди них и название происходящего события, и подбор определенных слов, и использование фигуры умолчания. Нужный образ строится посредством ряда распространенных приемов, в чем несложно убедиться, сопоставляя лексикон, с помощью которого представлено одно и то же событие на телеканалах с разной идеологией и политическими предпочтениями. Например, слова, вызывающие негативные ассоциации, исключаются и заменяются эвфемизмами («война» — «контртеррористическая операция»). Или, наоборот, применяются слова с устрашающей семантикой (в украинских СМИ ополченцев юго-востока называют террористами, в российских именуют украинскую национальную гвардию карателями). Целям передачи смысла служат речевые стереотипы, клише, постоянные эпитеты и т. п., а также шаблонные видеоизображения: знаки «официальной встречи» (С. В. Лавров с иностранными коллегами), «демонстрации трудящихся» (в Одессе, Харькове, Луганске, Крыму), «боевых действий» (на Майдане, в Донбассе, Луганске и других населенных пунктах юго-востока). Кроме того, риторика убеждения подразумевает использование приемов, уже апробированных рекламой: многократного повтора видеоэпизодов и сопутствующих им утверждений, не предназначенных для смыслового анализа.

В российских информационно-аналитических программах озвучиваются концепты и установки: «государственный национализм», «мощь страны», «вертикаль власти», делается акцент на значимости силовых структур. Авторы передач стараются зримо воплотить позитивный образ России как «великой державы, которая находится в процессе преодоления трудностей во имя «стабильности и процветания», как страны с богатыми традициями и духовностью. Одновременно нагнетаются тревожность и изоляционистские настроения (противопоставление России Западу, угроза санкциями со стороны Евросоюза и США). Такая картина предполагает редукцию культурного многообразия до ограниченного набора значений, форм и стилистики [9, с. 234].

Освещение последних событий на Украине соответствует тенденциям последних лет, отражающим ландшафт общественно-политического телевидения в России. С экранов исчезли не только инакомыслящие, но и инакоговорящие, как будто на Украине остались лишь русскоязычные жители и нет самих украинцев, а в Крыму — крымских татар. Ниша информационных и политических программ при этом заполнена: в выходные дни можно провести несколько часов за непрерывным просмотром «итогов недели», где освещены основные события. Но по этим фрагментам трудно выяснить причины и возможные следствия политических процессов. В таких

передачах представлена официальная речь, поскольку объективность на телевидении исходит «от государства». Ее черты — предельная нейтральность высказываний дикторов. Таким образом производится подмена понятия «объективности» «официальностью».

Действительно объективное телевидение — это не монопольное положение государственного канала или отсутствие «мнений» в эфире, а результат открытого обсуждения разных позиций. Нельзя не заметить и еще одну тенденцию: авторы информационно-аналитических программ предпочитают использовать новую стилистику высказываний о реальности. Многие передачи: «Вести недели с Брилевым», «Сегодня. Итоговая программа» с Кириллом Поздняковым, «В центре событий» с Анной Прохоровой, «Воскресное “Время” с Ирадой Зейналовой», «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым» и др. — все чаще включают в себя элементы информационного развлечения, или инфотейнмента (в соответствии с западными образцами информационных программ, использующих технологию «infotainment») [9, с. 237]. Успех этого формата отражает ориентацию современного ТВ на рынок и рейтинги. Зрительское внимание удерживается семантикой развлекательности, подразумеваемой яркостью, стремление к шоу, театрализации. Из программ исчезают аналитические процедуры: создание проблемной ситуации, подбор аргументов за и против, выявление противоречий в суждениях собеседников, поиск возможных компромиссов. Напротив, способ подачи информационного материала заставляет зрителя реагировать эмоционально — восторгаясь или негодуя по поводу действий (или бездействия) властей, сторонников или противников оппозиции и пр. Отсутствие серьезного, квалифицированного обсуждения, экспертной оценки формирует плоскостное, поверхностное, некритическое восприятие информации, ориентированное на «клиповое» мышление, лишенное символических и психологических глубин. Скептически настроенные зрители вынуждены лишь догадываться о реальном положении дел, расшифровывая подтекст и извлекая смысл из предложенного видеоряда.

Часто в информационно-политических программах используется фигура иронии: с ее помощью ведущий, словно бы заигрывая с оппозицией, дистанцируется и от материала, и от произносимых в кадре слов. Однако и она оказывается скорее симуляцией, так как для зрителя остается герметичным обосновывающий ее контекст. Особенно показательным это в программе «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым», где намек на иронию (за которой с некоторым усилием можно усмотреть критическую позицию) соединяется с апологией власти. Однородность сглаженной, разумно-либеральной речи новостных сообщений искусно нарушается «экстремальной резкостью» «авторского» комментария (например, в таких программах, как «Однако» М. Леонтьева, «Постскриптум» А. Пушкова, «Вести недели» Д. Киселева, «Телемайдан» Г. Мамонтова или «Прямым текстом» Г. Вассермана).

Операция по задержанию лидера «Правого сектора» Сашко Билого (политический псевдоним А. И. Музычко) в кафе «Три карася», разоружение боевиков «12-й сотни» этой группировки и выдворение их из отеля «Днипро» у кафе (с таким же «говорящим» названием) «Мафия», раздача «печенюшек» на Майдане, появление «женщины с косой» в инвалидном кресле, а затем на каблуках (уже без косы) представлены на ТВ трагифарсом.

Многократное повторение эпизодов, где Сашко Билый, бряцающий автоматом, раздает подзатыльники, а вскоре и сам получает удары каблуком, тиражирование маршей, полевых занятий и тренировок «Правого сектора» и его лидера Дмитрия Яроша избавляет ультраправых от необходимости оплачивать эфирное время: они и без того не сходят с экранов.

У зрителей целенаправленно создают впечатление, что к власти на Украине пришли невменяемые люди: педерасты (ролики с откровениями существа неопределенного пола и возраста, свидетельствующего против А. Авакова и О. Ляшко); садомазохисты (многократное избивание Сашко Билого гетерой в ботфортах); преступники (сюжеты о «подвигах» Яроша и Музычко в Чечне); сектанты (намек на связи А. Яценюка с сайентологами); умственно отсталые (политическая карьера спортсмена В. Кличко); русофобы (радикальные высказывания О. Тягнибока).

Наряду с устрашающими названиями оппозиционных групп и группировок на Майдане («Правый сектор», «Белый молот», «Трезуб», «Удар», «Волчья стая», «12-я сотня») появляются нейтральные («Свобода», «Батькивщина») и, наконец, возвышенные (Трибунал «Небесной сотни»).

Репортажи о событиях на Украине и в Крыму изобилуют тенденциозными кадрами: в Киеве люди маршируют в масках, со щитами и дубинками (аллюзия на позднее Средневековье), а по Крыму мирно прохаживаются в камуфляже, заслужив прозвание «зеленых человечков» за свое неожиданное появление (то ли возникли из пены морской, то ли высадились с НЛО).

Украинская избирательная кампания 2014 г. в интерпретации российского телевидения превратилась в псевдополитический (опереточный) сериал. Кандидатов характеризовали при помощи шуточных ярлыков: «шоколадный король» и «конфетный магнат» П. Порошенко, «газовая леди» Ю. Тимошенко, «боксер» В. Кличко, а саму кампанию называли предвыборной сагой, тем самым настраивая зрителей на длинную череду комических сюжетов. Результаты же выборов российские СМИ определили как «сладкий выбор Украины», саркастически намекая на веру украинцев в воплощение еврамечты («Украина в шоколаде»), которое обеспечит победу Порошенко.

Сравним, как российское ТВ освещало ход выборов на Украине 10 лет назад, в ноябре 2004 г. Приведем небольшой отрывок из сюжета «Малороссия. Вперед в прошлое» Петра Ровного: «Вот мы все говорим: Украина, Украина. А где это и что это? Нация, конечно, древняя, но ее современной государственности — считанные десятилетия. А в нынешних границах она возникла даже не просто при Советской власти, а после войны. Украина — “у края”. Так в Средние века исторически назывались приграничные земли России на юге» [9, с. 245].

Можно видеть, что почти ничего не изменилось: при помощи тех же технологий у граждан формировалась «позитивная идентичность», предполагающая уверенность аудитории в политике президента, надежду на постепенное повышение уровня жизни и сплочение вокруг памятных дат.

Информационно-политические программы демонстрируют виртуозное владение технологическими приемами в целях конструирования реальности, создающей у зрителей впечатление, будто бы они «в курсе дел». Но технологический профессионализм не восполняет недостаточность концептуального, риторического и эстетического. Не случайно политики, обладающие наиболее высоким статусом,

самоустраиваются из эфира. В результате снижается качество телевизионной продукции, упрощается образ аудитории. Напрашивается вывод: «От телезрителей требуется следить за информационным потоком, но понимать его им необязательно, а может быть, и нежелательно» [9, с. 247]. Однако, как отмечают некоторые исследователи, на сайтах телеканалов в Рунете центральное место занимает обсуждение информационных программ на форуме, в чате и т. п. [10, с. 264]. Таким образом Интернет, создавая новые медийные смыслы, компенсирует недостаточную интерактивность новостных программ.

Литература

1. **Копосов Н. Е.** Память строгого режима: история и политика в России. М.: Новое литературное обозрение, 2011. 320 с. (Б-ка журнала «Неприкосновенный запас»).
2. **Фрай Н.** Преодоленное прошлое? Третий Рейх в современном немецком сознании // *Ab im- regio*. 2004. № 4. С. 21—40.
3. **Ветте В.** Гитлеровский вермахт: этапы дискуссии вокруг одной немецкой легенды // *Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре*. 2005. № 2/3. С. 270—274.
4. **Подорога В.** Событие и масс-медиа. Некоторые подходы к проблеме // *Синий диван: Философско-теоретический журнал* / Под ред. Е. Петровской. 2010. № 14. С. 35—62.
5. **Луман Н.** Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. М.: Праксис, 2005. 256 с. (Образ общества).
6. **Зверева В.** Репрезентация и реальность // *Отечественные записки* [Электронный ресурс]. 2003. № 4. URL: <http://www.strana-oz.ru/2003/4/representaciya-i-realnost> (дата обращения: 02.06.2014).
7. **Назаров М. М.** Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2002. 239 с.
8. **Бодрийяр Ж.** Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. 387 с.
9. **Зверева В.** Представление реальности в информационных телепрограммах // *Синий диван: Философско-теоретический журнал* / Под ред. Е. Петровской. 2010. № 14. С. 231—237.
10. **Липина-Кратасюк Е.** Телевидение и Интернет: формы взаимодействия в постсоветской медиа-системе // *Синий диван: Философско-теоретический журнал* / Под ред. Е. Петровской. 2010. № 14. С. 258—274.

Кнэхт Наталья Петровна — кандидат философских наук, доцент кафедры философии и социологии (ФиС) МИЭТ. E-mail: nataknekht@gmail.com