



ФОНД ЛИБЕРАЛЬНАЯ МИССИЯ

СМЕЮЩАЯСЯ **НЕРЕВОЛЮЦИЯ:** ДВИЖЕНИЕ ПРОТЕСТА И МЕДИА

(МИФЫ, ЯЗЫК, СИМВОЛЫ)

СМЕЮЩАЯСЯ НЕРЕВОЛЮЦИЯ: ДВИЖЕНИЕ ПРОТЕСТА И МЕДИА

(МИФЫ, ЯЗЫК, СИМВОЛЫ)

Под редакцией А.Г. Качкаевой

УДК 323.22(470+571):070

ББК 66.3(2Рос),133

C50

C50 Смеющаяся НРеволюция: движение протеста и медиа (мифы, язык, символы) / под ред. А.Г. Качкаевой. – Москва : Фонд «Либеральная Миссия», 2013. – 172 с.

ISBN 978-5-903135-43-1

Протестное движение, сопровождавшее выборы в Государственную Думу (в декабре 2011-го) и президентские выборы (в марте 2012-го), чаще всего интерпретировалось официальными лицами как провокация со стороны каких-то внешних и внутренних сил. «Креативный класс», «сетевые хомячки», «бандерлоги», «рассерженные горожане», «новая интеллигенция» появились как будто ниоткуда. Действительно, среди персон и персонажей телевизионного информационного поля 2000-х годов их не было. Это не раз подтверждал контент-анализ телевизионных эфиров, который проводился различными исследователями.

Однако качественный анализ медиаконтента последних лет, результаты которого мы приводим в данном сборнике, показывает, что формирование социальной страты «рассерженные горожане» происходило достаточно долго, процесс шел и сверху (подстегивался правительством через федеральные медиа), и снизу (вызревал в медиасреде, в социальных медиа).

При анализе отражения протестных событий в медиа (как в традиционных СМИ, так и в социальных сетях) авторы уделяют особое внимание карнавальным формам самовыражения протестующих. По их мнению, именно карнавальным характер митингов, восприятие политической активности как вида развлечения является специфической особенностью современного этапа развития общества в целом и медиасреды как дополняющей реальности. Эта особенность не может не оказывать влияния на формирование гражданского общества в России и обуславливает его отличие от гражданского общества стран, где это общество формировалось в другое время и при других условиях.

УДК 323.22(470+571):070

ББК 66.3(2Рос),133

ISBN 978-5-903135-43-1

© Фонд «Либеральная Миссия», 2013

СОДЕРЖАНИЕ

ОТ РЕДАКТОРА _____	4
--------------------	---

ПРЕДПОСЫЛКИ

<i>И. Кирия.</i> Социальные медиа как инструмент политической изоляции в России _____	12
<i>Р. Гудяков.</i> Реальная виртуальность «Стратегии-31» _____	25
<i>М. Васкез, А. Новикова.</i> Миф о прогрессе в контексте дискурса модернизации: инноград Сколково в теленовостях _____	38
<i>В. Кричевская, А. Качкаева.</i> «Дождь»: дайте телевидению еще один шанс! (Об оптимистическом канале для тех, кому не все равно) _____	67

ПОД КАРНАВАЛЬНОЙ МАСКОЙ

<i>А. Качкаева.</i> Символические фигуры: о динамике развития образов лидеров России и их отражении в телевизионном эфире. _____	84
<i>С. Шомова.</i> Homo Ridens (традиции смеховой культуры в лозунгах российского митинга) _____	132
<i>К. Туркова.</i> Словарь перемен, или Язык российского протеста _____	147

ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ

<i>А. Архангельский.</i> Смеющаяся, но не революция _____	162
---	-----

ОТ РЕДАКТОРА

Название книги, которую вы держите в руках, не «научное», хотя вы найдете в ней академические выкладки, базирующиеся на идеях современных теорий коммуникаций, результаты эмпирических исследований, материалы многолетних наблюдений за телевизионным эфиром и анализ актуальной медиапрактики. Конечно, мы играли с названием. Тем самым подчеркивая «креативность» и «карнавальность» протестов, участников которых объединила не только неэтичность происходящего в политике (не материальный протест) – они еще и получали удовольствие от самовыражения. От индивидуального осознания соразмерности окружающего мира и собственных возможностей и способностей, совместного сопереживания и говорения на «общем языке» (в большей степени это, конечно, касается участников «белого движения»).

События 2011–2012 годов, сопровождавшие выборы в Государственную Думу в декабре 2011-го и президентские выборы в марте 2012-го, пожалуй, впервые в постсоветской истории так открыто поставили вопрос о единстве российского общества. Причем единстве не только идейно-ценностном, но и информационно-коммуникационном. Неслучайно многие эксперты и медиааналитики констатировали, что на Болотную и Поклонную вышли представители партии интернета и партии «большого телевидения». После периода «телевизионной демократии» конца 1980-х – начала 1990-х в первое десятилетие XXI века в России именно социальные сети становятся единственным реально действующим инструментом создания горизонтальных связей в социуме. Но есть и другая сторона этого процесса. Активные пользователи с разочарованием осознают, что, пребывая в онлайн-среде среди «своих», в офлайне они оказываются «в тени молчаливого большинства», хотя это «противопоставление скорее количественное, а не качественное; дальше тезиса о думающем меньшинстве и пассивном/согласном большинстве социологи не выходят»¹.

«Если в 2004 г. митинги были скорее бунтом пенсионеров и льготников, а молодежь активно не подключалась к фронде, то для политической оттепели 2011–2012 гг., напротив, был характерен активный рост интереса со стороны молодежи, причем материально обеспеченной. Как зафиксировал опрос (Института социологии РАН. – Ред.), чаще других о необходимости бороться за свои права заявляют россияне в возрасте 16–25 лет (66%), а также представители среднего класса (о готовности борьбы за свои интересы заявили 71% тех,

1 См. подробнее: Бараш Р.Э. Интернет как средство самоактуализации и революционной самоорганизации // Власть. [Журнал ИС РАН]. 2012. № 10 (3). С. 104–105. URL: http://www.isras.ru/files/File/publ/Barash_Internet.pdf

кто оценили свое материальное положение как хорошее). Это наиболее образованные (с двумя высшими образованиями и ученой степенью) – 57%, хорошо материально обеспеченные (43%), граждане до 45 лет (36–40%), причем большинство на прошедших президентских выборах голосовали за М. Прохорова (55%). Данная группа не всегда готова к радикальной борьбе за свои идеалы, и значительную часть своей протестной активности они направляют именно на символическую борьбу»¹.

«Нереволюционность» нынешних российских протестов заставляет вспомнить о борьбе европейских интеллектуалов с идеей тоталитарной власти в 1960–70-х годах прошлого века (Г. Маркузе, Р. Барт, концепция инаковости Э. Левинаса) и согласиться с мыслью об «отсутствующей политической энергетике», о которой говорил А. Пятигорский, характеризуя пик студенческих волнений в Париже в 1968 году². В современной «расколотой действительности» особенно важно понимание того, что производство медиасодержания (контента) связано не только с идеями, но и в очень значительной степени с эстетикой, которая, по утверждению неомарксистских социологов, «есть стремление среднего класса к политическому господству»³.

Протестное движение 2011–2012 годов чаще всего интерпретировалось официальными лицами в медиaprостранстве как провокация со стороны неких внешних и внутренних «вражеских» сил. «Креативный класс», «сетевые хомячки», «бандрелоги», «рассерженные горожане», «новая интеллигенция», «белое движение» появились как будто ниоткуда. Действительно, среди персон и персонажей телевизионного информационного поля 2000-х годов их не было. Это не раз подтверждал контент-анализ телевизионных эфиров, который проводили различные исследователи⁴.

Но качественный анализ медиаконтента последних лет, результаты которого мы приводим в сборнике, показывает, что формирование социальной страсти «рассерженные горожане» происходило достаточно долго. Процесс шел и сверху (подстегивался правительством через федеральные медиа), и снизу, вызревая в медиасреде, куда перетекали многие писатели, музыканты, режиссеры, названные когда-то «кузнецами слов»⁵ (мобилизация волонтеров в период пожаров 2010 года, акции «Синих ведерок» и в защиту Химкинского леса, проекты «РосПил», «КремлинРаша», «Гражданин поэт» и рождение движения

1 Бараш Р.Э. Интернет как средство... С. 104–105.

2 См.: Пятигорский А. Что такой политическая философия: размышления и соображения : Цикл лекций. М., 2007. С. 69.

3 Подробнее см.: Мусихин Г.И. Очерки истории идеологии. М., 2013. С. 19.

4 Например, о проекте «Обыденные критики» (совместно с фондом «Общественное мнение») см. в: Российское телевидение: между спросом и предложением : в 2 т. / под ред. А.Г. Качкаевой, И.В. Кирия. Т. 1. М. : Элиткомстар, 2007.

5 Нозик Р. Почему интеллектуалам не нравится капитализм? // inLiberty = Свободная среда : [веб-сайт]. URL: <http://www.inliberty.ru/library/study/3503>

«За честные выборы» сопровождалась расцветом творческой активности в социальных медиа).

Сборник «Смеющаяся НЕРЕволюция» подготовлен учеными – сотрудниками факультета медиакommunikаций НИУ ВШЭ совместно с исследователями из МГУ, Университета Севильи и медиапрактиками. В текстах анализируется медиаконтент, который предшествовал, а во многих случаях – из-за катастрофического несовпадения повесток дня между телевидением и Интернетом – и способствовал нарастающему общественному напряжению в 2008–2010 годах и в период «выборного сезона» 2011–2012 годов.

В разделе «Предпосылки» авторы рассматривают, как политическая повестка дня нескольких лет, предшествующих событиям 2011–2012 годов, репрезентировалась в традиционных СМИ (прежде всего на телевидении) и в социальных медиа. Илья Кирия показывает, как конфигурация новых медиа и их взаимодействие с традиционной медиасистемой в России способствует изоляции оппозиции и социальному контролю, благоприятной для действующей властной коалиции. Эти размышления идут вразрез с распространенным мнением, что новые медиа – катализатор социальных перемен и «арабских революций». Изучение социальных медиа в контексте общественной сферы помогает лучше понять, почему медиасистема, с одной стороны, не способствует выработке внятной политической стратегии у оппозиционных партий, способствуя их маргинализации и поляризации относительно официально разрешенных политических сил, а с другой – увеличивает риски находящихся у власти сил лишиться гарантий безопасности в случае проигрыша, что стимулирует их любой ценой сохранять власть.

Исследование восприятия российской аудиторией телевизионной информации на примере освещения акции политической оппозиции в рамках «Стратегии-31»¹ представлено в статье Романа Гудякова. Тестирование отобранных для эксперимента телематериалов в дискуссионных фокус-группах «экспертов» и «зрителей» позволило определить в первом приближении, как элементы аудиовизуального текста влияют на признание аудиторией информации соответствующей действительности. Исследование зафиксировало невысокий уровень новостной и медиаграмотности современного зрителя, его слабую способность «декодировать» аудиовизуальный ряд.

Мигель Васкес (Испания) и Анна Новикова (Россия) в своей совместной работе представляют результаты исследования, в ходе которого были проанализированы сюжеты выпусков новостей Первого канала, посвященные модернизации (попытка создания новой социальной мифологии). Точнее, ее материальному воплощению – иннограду Сколково – и одному из традиционных мифов, на котором базируется продвижение в СМИ идеи строительства инногра-

1 Акции протеста российской политической оппозиции, проходившие с лета 2009 года 31-го числа (символическая привязка к 31-й статье Конституции РФ) каждого месяца на Триумфальной площади в Москве и в других российских городах.

да и который связан с тезисом, что развитие технологий будет способствовать формированию «новых людей» (локомотив модернизации). Проводя исторические параллели, авторы исследования констатируют, что технический и технологический прогресс сам по себе не ведет к модернизации общественного сознания, а проект «Сколково» в нынешней исторической ситуации может быть расценен как попытка власти начать диалог – часто пропагандистский и имитационный, но все-таки желаемый активной и молодой частью общества (при президенте Д. Медведеве) – с новой социальной стратой, ориентированной на модернизацию. Провал этой попытки, по мнению авторов, стал одной из предпосылок протестов, ставших главной темой этого сборника.

Последняя статья первого раздела оттеняет теоретическую основательность статей предыдущих. Авторы анализируют причины появления и особенности стиля и содержания телеканала «Дождь» – единственного нового канала общественно-политического содержания в России последнего десятилетия (Общественное телевидение России запущено в 2013 году). «Дождь» концептуально родился в 2008 году, как медиапродукт появился в информационном пространстве в 2010-м. На телевидении это время тотального развлечения (и позитивного, и агрессивного), гламура, исчезновение как класса общественно-политических программ, серьезного разговора, прямого эфира, расцвет цензуры и самоцензуры. Время победы картинки (даже не формы!) над содержанием. Время модной фразы: «Я телевизор не смотрю» (его называют «зомбо-ящиком» и «ящиком для идиотов»). Время больших бюджетов и коротких мыслей. Креативный продюсер «Дождя» и один из идеологов его создания Вера Кричевская вместе с редактором-составителем настоящего сборника, журналистом и исследователем Анной Качкаевой объясняют, как появилась идея, как позиционировался канал в эпоху нишевого телевидения и фрагментарного просмотра и как выбиралась аудитория: те, кто перестал смотреть ТВ последнего десятилетия, и те, кто и не предполагал, что ТВ вообще может быть проводником общественных смыслов и социальных процессов, то есть те, кто родился в конце 1980-х – начале 1990-х. Получилось, что «Дождь» оказался нужен именно этому «цифровому» и «сетевому» поколению, которое влилось в протестное движение зимы 2011/12 года.

Раздел «Под карнавальной маской» объединил статьи, в которых авторы интерпретируют отраженную в экранных образах, символах, знаках окружающую действительность, захватывающую эмоционально, но в то же время фиксирующую как виртуальную (телевизионную/сетевую), так и реальную (уличную) политическую повседневность. Анна Качкаева анализирует, как в телеэфире отразились существенные изменения политических имиджей Путина и Медведева за 13 лет. Понять закономерности этих изменений важно, потому что телевизионный «код» Путина – это в каком то смысле витрина и маркировка постепенных общественно-политических изменений, начавшихся с его приходом в 1999 году. Социологические же исследования последних лет показы-

вают, что протесты были вызваны, в частности, разочарованием определенной части общества не только в деятельности «тандема» во время президентства Д. Медведева, но и в том, как произошла рокировка первых лиц государства. «Соревнование» имиджей двух главных медиалиц политической сцены, случившееся накануне выборов, стало одним из главных поводов для иронии протестующих и позволило выработать общую систему языковых и метаязыковых коммуникаций как в социальных сетях, так и на площадях и улицах городов России.

Лозунги российских митингов с точки зрения их укорененности в традиции смеховой культуры (от Средневековья до наших дней) не только дают возможность анализировать эмпирический материал, но и позволяют осмысливать пространство свободного протеста с помощью разных областей гуманитарного знания (социологии, политологии, лингвистики, культурологии). Светлана Шомова в своей статье выделяет несколько функций смеха как механизма политического протеста и классифицирует наиболее интересные и показательные лозунги с точки зрения эффективности реализации ими названных функций. Неслучайно сквозная идея этого раздела сборника – *карнавальность*. Медиа (как традиционные СМИ, так и социальные сети) отражали эту особенность протестных событий, но не анализировали карнавальные формы самовыражения протестующих. Мы постарались зафиксировать эту особенность протестов.

Авторы данного раздела сборника полагают, что именно карнавальным характер митингов, восприятие политической активности в том числе и как вида развлечения становятся специфической особенностью современного этапа развития общества в целом и медиасреды как дополняющей реальности. Так же как «провайдерство» и освещение массовых событий самими участниками меняют природу политической и медиакоммуникации, и последствия этого еще не до конца осмыслены. Журналист и исследователь Ксения Туркова разбирает тексты как традиционных СМИ, так и новых медиа, написанные в период митинговой активности, фиксирует активное рождение и закрепление в языке новых слов, словосочетаний, формулировок и понятий. Одним из ярких лингвистических признаков протестов 2011–2012 годов автор считает все более четкое деление лексики и фразеологии на «свою» и «чужую». Язык оппозиции, язык «креативного класса», с одной стороны, и язык «патриотов», государственников – с другой. Язык Болотной и язык Поклонной, куда свозили на *путинги* (одно из новых слов). По слову, фразе, цитате или наименованию того или иного явления теперь возможно опознать идеологического противника или единомышленника.

Книгу завершает статья Александра Архангельского, которая, по сути, объясняет, почему у сборника такое название. Она представляет собой попытку разобраться (с позиций историка, литературоведа, публициста) в том, как вписываются события зимы 2011/12 года в культурную традицию российских ре-

волюций. Анализируя поведение как отдельных личностей (политиков, публицистов, активистов), так и различных групп протестующих, автор приходит к выводу, что случившееся нельзя назвать революцией ни в политическом, ни в социокультурном смысле, однако результатом протестов можно считать формирование новой интеллигенции, которая отчасти наследует традициям прошлого, но во многом ориентирована на будущее.

Революция в коммуникациях и технологиях (развитие социальных медиа и их доступность), трагическое несовпадение повесток дня на телевидении и в Интернете, эстетика карнавальности и формирование новой интеллигенции – таковы уже фиксируемые особенности политического и медиаландшафта в России 2011–2012 годов. Эти особенности не могут не влиять на формирование гражданского общества в России, они же обуславливают его отличие от гражданского общества стран, где это общество формировалось в другое время и при других условиях. И они же подсказывают, что гражданского общества не может не быть.

Что называется, «за кадром» сборника осталось еще несколько исследований, которые интерпретируют медиакартину в период протестов и после них и без рассказа о которых история этих знаковых времен будет неполной¹. Поэтому у «Смеющейся НЕреволюции» будет продолжение.

Мы благодарны фонду «Либеральная Миссия» и его президенту, научному руководителю НИУ ВШЭ Е.Г. Ясину за внимание к идее книги и поддержке ее издания.

А.Г. Качкаева,
*декан факультета
медиакоммуникаций
НИУ ВШЭ*

1 См. материалы XIV Международной научной конференции «Модернизация экономики и общества». Москва, апрель 2013. Секция «Медиакоммуникации». Сессия W-11 «Движение “За честные выборы” в онлайн, на ТВ и в офлайн». Сессия организована факультетом медиакоммуникаций и Лабораторией сравнительных исследований массового сознания НИУ ВШЭ. URL: <http://conf.hse.ru/2013/program>

ПРЕДПОСЫЛКИ

И. КИРИЯ

Кандидат филологических наук, Ph. D. (Information and Communication), профессор факультета медиакоммуникаций НИУ ВШЭ

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИЗОЛЯЦИИ В РОССИИ

Аннотация

Основная цель данной статьи¹ – показать, каким образом конфигурация новых медиа и их взаимодействие с традиционной медиасистемой в России способствуют изоляции оппозиции и социальному контролю, который благоприятен для действующей властной коалиции. С нашей точки зрения, медиасистема не благоприятствует выработке внятной политической стратегии у оппозиционных партий, а, напротив, приводит к их маргинализации и поляризации относительно официально разрешенных политических сил, что не позволяет оппозиции участвовать в нормальной политической жизни через создание блоков, коалиций и объединений с другими партиями. Все это увеличивает риски находящихся у власти сил лишиться гарантий безопасности в случае проигрыша и, таким образом, стимулирует их любой ценой сохранять власть. Этот вывод идет вразрез с распространенным мнением, что «новые медиа» являются катализаторами социальных изменений и протестной активности, например в арабских странах². Прямая интеракция, гибкость, отсутствие иерархии в социальных медиа позволили многим авторам говорить об особенной модели этих каналов коммуникации, не подчиняющихся логике манипуляции и контроля. Критика отсутствия властных отношений в эгалитарных на первый взгляд социальных медиа дается Кастельсом в четырех моделях сетевой власти³. Настоящая статья изучает социальные медиа в России в контексте параллельной общественной сферы и рассматривает политические условия включения (исключения) оппозиционных сил в общественные дебаты.

Ключевые слова: общественная сфера, параллельные медиа, политические дебаты, социальные медиа, изоляция, оппозиционные медиа.

1 Статья опубликована на французском языке в 2012 году в ESSACHESS Journal of Communication.

2 См.: Khamis S. The Transformative Egyptian Media Landscape: Changes, Challenges and Comparative Perspectives //International Journal of Communication. 2011. N 5. P. 1159–1177; Pintak L. New Arab Journalist : Mission and Identity in a Time of Turmoil. L., UK : I.B. Tauris, 2010.

3 См.: Castells M. Communication Power. Oxford, UK : Oxford University Press, 2009; Castells M. Networks of Outrage and Hope, N.Y. : Polity Press, 2012.

Актуальность данной статьи обусловлена активизацией социальных протестных настроений после парламентских выборов 2011 года. Данные события зачастую воспринимались за рубежом как «начало антипутинской революции» и часто сравнивались с «арабской весной»¹. Однако эти общественные настроения, требования «честных» выборов, отставки премьера и т.д., похоже, не сильно повлияли на электоральные предпочтения большинства населения. Объяснения этого феномена заключаются в глубоком расколе между социальными группами, в частности между двумя общественными сферами.

1. Общественная сфера, политическое участие и социальные сети

1.1. Политическое участие, оппозиция и фрагментация общественной сферы

Концепция общественной сферы, являясь весьма распространенной в академическом мире (см., например, книгу Бернара Мьежа²), остается тем не менее слабо проработанной в части связи данной концепции с политической жизнью и ее эволюцией. Хабермас не очень точен в этом смысле, так как он не показывает характер связи между аппаратами коммуникативного посредничества (прессы, являющейся ключевым элементом общественной сферы) и политической жизнью демократического общества. Таким образом, важнейший вопрос: какого рода изменения в политическом поведении людей вызывают медиа – оказался за бортом теории Хабермаса. Почему все-таки общественная сфера как таковая является элементом, сопровождающим «демократические изменения», и какие механизмы политической жизни вызывают в XX веке ее деградацию?

Базовой моделью для Хабермаса было английское общество XIX века, в котором благодаря медиации (посредничеству) клубов, политических салонов, массовой прессы буржуазное гражданское общество отстаивало свои интересы перед избранной государственной властью, что помогало осуществлять перманентную связь между избирателями и их представителями³. В то же время Хабермас подвергает критике французскую и немецкую общественную сферу за «ограниченное участие», что позволяет нам сказать, что как таковое понятие «общественной сферы» является несовершенным, то есть не существующим в своем идеальном состоянии. Это дает основание Мьежу сделать вывод, что элементы общественной сферы могут присутствовать даже в недемократических или частично демократических режимах⁴, что позволяет в свою

1 В феврале 2012 года американский сенатор Джон Маккейн написал в своем твиттере сообщение премьеру Путину: «Дорогой Влад, "арабская весна" подобралась к твоим границам».

2 См.: Miège B. *L'espace public contemporain* [Contemporary public sphere]. Grenoble, France : Presses Universitaires de Grenoble, 2010. P. 36.

3 См.: Habermas J. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, MA : MIT Press, 1991.

4 См.: Miège B. *L'espace public contemporain*. P. 36.

очередь нам использовать концепт общественной сферы при анализе ситуации в России.

Однако если мы попытаемся интерпретировать Хабермаса через политический анализ, то обнаружим, что даже «идеальное общество» Великобритании XIX века окажется очень ограниченным и, как следствие, сжимающим границы общественной сферы. Для Роберта Дала существуют два измерения политической системы: степень политического оспаривания (право предлагать альтернативные политические идеи и создавать альтернативные политические движения) и степень политического участия (право участвовать в политической жизни через выборы)¹. Великобритания XIX века, таким образом, может быть охарактеризована как страна с относительно высоким правом публичного оспаривания, но достаточно низким уровнем политического участия. Такой же диагноз английскому обществу того периода ставят Норт, Уоллис и Вайнгаст, указывая, что благодаря Акту о политической реформе 1832 года (*The Reform Act*) элиты создали правила для себя самих².

То есть мы можем наблюдать определенное противоречие между работой Хабермаса и политической теорией: постепенное расширение политического участия граждан в политической жизни (произошедшее в конце XIX века)³ сопровождалось деградацией общественной сферы, что выражалось в коммерциализации медиа и их подчинении частным интересам⁴. Однако данная трансформация может быть объяснена тем, что от узких дебатов элит (то есть идеальной общественной сферы Хабермаса) общества эволюционировали к широким дебатам массового характера, участники которых изначально менее способны к консенсусу. Еще одно существенное отличие касается границ между политическими фракциями, которые, согласно Хабермасу, Негту⁵ и некоторым марксистским теоретикам (Холл был представителем этого направления в сфере исследования медиапотребления⁶), неразрывно связаны с классовыми интересами и конфликтами на почве обладания средствами производства. Однако политическая теория указывает, что ни один политический кризис в истории не был основан на классической марксистской схизме между классами – в основе этих кризисов лежало несогласие между этническими и культурными группами⁷.

1 См.: Даль Р.А. Полиархия: участие и оппозиция. М. : ИД НИУ ВШЭ, 2010.

2 См.: Норт Д., Уоллис Д., Вайнгаст Б. Насилие и социальные порядки : Концептуальные рамки для интерпретации письменной истории человечества. М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2011.

3 См.: Даль Р.А. Полиархия: участие и оппозиция.

4 См.: Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere...

5 См.: Negt O. L'espace public oppositionnel [Oppositional public space]. P. : Payot, 2007.

6 См.: Hall S. Encoding and Decoding in the Television Discourse. Birmingham, UK : Centre for Contemporary Cultural Studies, 1973.

7 См.: Даль Р.А. Полиархия: участие и оппозиция.

Как бы то ни было, история общественной сферы XX века дает нам множество примеров сосуществования в одном обществе множества общественных сфер с различными дебатами. В связи с политическими расколами одна из политических фракций монополизировала власть и затем ограничивала другой фракции доступ к институционализированной официальной общественной сфере. Именно так происходило в СССР, который, будучи страной с высоким уровнем политического участия (граждане принимали участие в выборах самого разного характера), с самого начала поддерживал чрезвычайно ограниченный уровень публичного оспаривания, фактически перекрывая оппозиции доступ к политической жизни. Однако исключение политических фракций из официальной политической жизни не приводило к исключению их идей из общественной сферы, но провоцировало отделение общественной сферы, в которой бытовали эти политические идеи, от официальной общественной сферы. Таким образом, Тристан Маттелар, изучавший практики потребления и распространения западного медиаконтента в советских режимах, приходит к выводу о существовании двойной общественной сферы: официальной (представленной в виде каналов массмедиа, контролируемых Партией) и параллельной, в которой альтернативные дебаты между оппозиционерами и различными диссидентскими группами подпитывались целой системой параллельных неинституционализированных каналов коммуникации: нелегальным слушанием запрещенных радиостанций, самиздатом, воспроизводством зарубежной музыки и списанного с эфира западных телеканалов видео¹.

1.2. Партисипативные медиа, демократия и сетевая власть

Появление интернета в первую очередь спровоцировало появление достаточно оптимистических представлений (в том числе в научном мире) вообще о роли данного средства коммуникации в обществе. К примеру, французский философ Пьер Леви говорит о «коллективном разуме»². Гиммлер выделяет две социальные роли, которые играет интернет в либеральной демократии: роль в обеспечении неограниченного доступа к информации и роль в социальной интеракции³. На этом базисе основываются многочисленные теории виртуальной демократии⁴. Медиум, в котором можно легко осуществлять интерперсо-

- 1 См.: Mattelart T. Le cheval de Troie audiovisuel. Le rideau de fer à l'épreuve des radios et télévisions transfrontières [Audiovisual Trojan Horse. The "Iron Curtain" under the attack of cross-border television and radio broadcasting]. Grenoble, France : Presses Universitaires de Grenoble, 1995.
- 2 Levy P. L'Intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace. Paris, France : La Découverte, 1994.
- 3 См.: Gimmler A. Deliberative Democracy, the Public Sphere and the Internet // Philosophy and Social Criticism. 2002. Vol. 7, N 4. P. 21–39.
- 4 См.: Dahlberg L. The Internet and Democratic Discourse: Exploring the Prospects of Online Deliberative Forums Extending the Public Sphere // Information, Communication and Society. 2001. Vol. 4, N 4. P. 615–633.

нальное взаимодействие, но одновременно быть узлом массовой коммуникации, упрощенная форма интеракции – все это представлялось идеалом действительно демократической общественной сферы, в которой каждый индивид казался вовлеченным в принятие коллективных решений.

Однако более реалистичные концепты предлагают совсем другую аргументацию с позиций социальной теории и критикуют концепт эгалитарности (равноправия) и, соответственно, по определению «освобождающего характера» социальных медиа. Так Мануэль Кастельс предлагает свой концепт четырех форм сетевой власти, тем самым показывая, каким образом властные отношения (то есть способность осуществлять легитимное принуждение) могут существовать в сетевом мире без всякой формальной иерархии. Он выделяет «власть сетей» (*networkingpower*), которая заключается в способности агентов, включенных в сеть, осуществлять власть над теми, кто в нее не включен; «сетевую власть» (*networkpower*), базирующуюся на навязывании правил, обуславливающих включенность агентов в сеть; «внутрисетевую власть» (*networked-power*), реализуемую через формы доминирования внутри самих сетей; наконец, «сетеобразующую власть» (*network-makingpower*), которая реализуется через способность программировать сети (на основании общности интересов включенных в них индивидов) и соединять их друг с другом¹.

1.3. Методика и научный подход

Когда мы говорим о фрагментированных «общественных сферах», объединенных вокруг разных политических противодействующих друг другу сил, мы можем рассматривать каждую такую сферу как сеть. В этом случае, изучая изоляцию оппозиции в социальных сетях в Интернете, мы можем изучать каждую из политических фракций и ее коммуникативные ресурсы (составляющие отдельную оппозиционную общественную сферу) как социальную сеть со своими целями, правилами игры и т.д. Таким образом, изучая связи между этими сетями различных медиасфер, мы можем увидеть, каким образом они ориентированы либо на консенсус (в случае конвергенции общественных сфер разных политических сил), либо на изоляцию друг от друга (в случае дивергенции). Именно эти связи нас интересуют в данной работе.

Методически наш анализ будет строиться на двух этапах: сначала мы рассмотрим исторические трансформации общественной сферы в России, у которой есть свои укорененные в истории особенности, способствующие, с нашей точки зрения, диссенсусу политических фракций и, следовательно, изоляции оппозиции. Далее мы планируем описать характер сетевых видов власти официальной и оппозиционной общественной сферы по следующим параметрам: разные повестки дня, навязанные государством разным общественным сферам, контроль над капиталом новых и старых медиа и, наконец, разное струк-

1 См.: Castells M. Communication Power.

турирование аудиторий этих общественных сфер через механизмы социального раскола.

2. Исторические формы русской общественной сферы

Две цифры нам представляются наиболее показательными для описания ситуации с общественной сферой в России в XIX веке. Первая – доля активного населения, не имевшего никаких политических прав, составляла до революции 90%. Вторая – доля безграмотного населения до Первой мировой войны составляла 62% населения¹. Таким образом, можно говорить о том, что медиатизированная общественная сфера в России XIX века была чрезвычайно узкой, как и аудитория медиа, и количество политически активного населения, наделенного соответствующими правами. Отсутствие политических прав у большинства населения делало прессу политически слабым институтом, не соответствующим той роли, какую играла пресса в массовой общественной сфере за рубежом, выполняя функции медиатора (посредника) между государством и буржуазией. Это проявлялось в том числе в тематической специфике русской периодической печати того периода. Она имела преимущественно литературную направленность, а крупные русские писатели (Пушкин, Герцен, Некрасов, Достоевский) одновременно были публицистами и издателями газет и журналов, обсуждавшими в основном литературные темы, из которых центральными были образ и положение крепостного крестьянства².

До революции политические оппозиционные силы (большевики и иные движения коммунистической направленности) были зачастую изолированы от политической жизни и электоральных процессов, которые предполагали преимущественно классовую, а не партийную идентификацию³. Это способствовало самоорганизации собственных средств коммуникации у этих политических сил (подпольное издание газеты «Искра» яркий тому пример).

Также сложно отнести к обладающему общественной сферой и советское общество. Во-первых, политический выбор в СССР был скорее иллюзорным, поэтому медиатизированное посредничество было, в общем, ненужным. В результате альтернативные политические движения изолировались и не

- 1 См.: Миронов Б.Н. Социальная история России периода империи (XVIII – начало XX в.) : в 2 т : 3-е изд., испр., доп. СПб. : Дмитрий Буланин, 2003.
- 2 См.: Kiriya I. La persistance du non-marchand dans l'appropriation des medias et des TICs en Russie post-sovietique [Ph. D. paper in sciences of information and communication]. Grenoble, France : Grenoble University, 2007; Idem. Las industrias de la información y de la cultura en Rusia: Entre mercancía e instrumento //Revista de Estudios de Comunicación. 2007. Vol 12, N 22; Kiriya I., Degtereva E. Russian TV Market: Between State Supervision, Commercial Logic and Simulacrum of Public Service // Central European Journal of Communication. 2010. N 1. P. 37–51.
- 3 См.: Perepechko A.S., ZumBrunnen C., Kolossov V.A. Organization and Institutionalization of Russia's Political Parties in 1905–1917 and 1993–2007: Similarities and Differences from Two Occidental Periods // Party Politics, published online 30.09.2010.

имели возможности институционализироваться. На уровне политических коммуникаций это приводило к созданию альтернативных каналов коммуникации, распространявших идеи, преимущественно не соответствовавшие советской идеологии. Эта альтернативная общественная сфера, которую Тристан Маттелар называет параллельной, существует как бы одновременно с «официальной общественной сферой», в которой действуют медиа, подконтрольные Партии¹.

Актуальная политическая система характеризуется институциональной слабостью партий, которые создаются искусственно административным аппаратом Государства, а затем предлагаются избирателям², приматом традиции над институтами политической системы³ и высоким уровнем неопределенности электорального поведения населения⁴. В этих условиях некоторые политические силы (преимущественно либеральные) оказываются полностью лишены прав на публичное оспаривание (на протяжении последних восьми лет эти политические силы не в состоянии преодолеть необходимый для присутствия в федеральном парламенте барьер). Это усиливает политический раскол между ними и оставшимся политическим спектром, что в свою очередь делает невозможным политический консенсус и увеличивает шансы гегемонистского режима (согласно Далю, чем сильнее раскол, тем больше находящаяся у власти группа рискует собственной безопасностью в случае потери власти, что умножает ее усилия по сохранению последней).

Таким образом, дробление общественной сферы на несколько сфер и, соответственно, коммуникационная изоляция политических групп в России являются исторически унаследованными факторами, сопровождавшими институциональное развитие политической сферы. Теперь проанализируем, каким образом это отразилось на конфигурации социальных сетей в их взаимодействии с дебатами в общественной сфере.

3. Сетевая власть

3.1. Разные повестки дня

Понятия «сетеобразующая власть» (*network-making power*) и «сетевая власть» (*network power*) лучше всего подходят для описания механизма изоляции политических активистов в сетях реальной политики. Первая действует через соединение сетей между собой либо через программирование их на определенные цели. Вторая – через жесткий механизм выбора сообщений (функция по-

1 См.: Mattelart T. Le cheval de Troie audiovisuel.

2 См.: Rose R., Neil M. Elections without Order. Russia's Challenge to Vladimir Putin. Cambridge : Cambridge University Press, 2002.

3 См.: Easter G.M. Reconstructing the State: Personal Networks and Elite Identity in Soviet Russia. N.Y. : Cambridge University Press, 2007.

4 См.: Golosov G.V. The Structure of Party Alternatives and Voter Choice in Russia // Party Politics. 2006. Vol. 12, N 6. P. 707–725.

вестки дня), который назван Кастельсом гейткипингом (*gatekeeping*). С нашей точки зрения, обеспечивая контроль над медиа, бюрократический государственный аппарат российского государства программирует разные сети, что способствует их дезинтеграции и в особенности маргинализации оппозиционных сетей. В конечном счете так называемые новые медиа и социальные сети представляют собой пространство, отделенное от официальной политической жизни, несмотря на весь оптимизм теоретиков «партиципативной сетевой демократии».

Современную общественную сферу в России мы могли бы разделить на две: основная общественная сфера и параллельная общественная сфера, созданная как ответ на вытеснение определенных групп и политических сил (преимущественно оппозиционных) из повесток дня официальных медиа. Редакционный механизм такого вытеснения хорошо описан Олесей Кольцовой¹ и проявляется в самоцензуре, списках запрещенных лиц и т.д. Исключение этих политических сил из основной общественной сферы изолирует их в очень ограниченном наборе распространяемых дискурсов малого количества СМИ, которые в России называют либеральными (радио «Эхо Москвы», «Новая газета», телеканал РЕН ТВ и достаточно большое количество онлайн-выходных СМИ). Эти медиа направляют «оппозиционные дебаты» на очень ограниченные группы аудитории, что дало нам основания в предыдущих работах называть такие медиа «информационными гетто»². В этом смысле государственные медиа релизуют сетеобразующую власть, ограничивая пересечения повесток дня параллельной общественной сферы и основной общественной сферы (представленной массовыми медиа, в первую очередь телевидением) и действуя как коннектор (*switchers* в терминологии Кастельса). Необходимо заметить, что государство, таким образом, гораздо в большей степени заинтересовано в контроле за содержанием массовых медиа (в первую очередь федерального ТВ), чем в контроле за содержанием, например, интернет-СМИ, аудитория которых состоит из более фрагментированных и менее представительных социальных групп³.

Нам представляется важным также ввести критерий институционализации общественной сферы. Таким образом, онлайн-медиа и офлайн-медиа будут относиться к «институционализированной общественной сфере», то есть к системе, в которой сообщения продуцируются профессиональными коллективами, в рамках определенной схемы организации труда и согласно определенной модели получения доходов. Блоги и социальные сети в свою

1 См.: Koltsova O. News Media and Power in Russia. L.: Routledge, 2006.

2 Kiriya I., Degtereva E. Russian TV Market: Between State Supervision, Commercial Logic and Simulacrum of Public Service. P. 37–51; Kiriya I. The Culture of Subversion and Russian Media Landscape // International Journal of Communication. 2012. N 6.

3 См.: Gorny E. "Understanding the Real Impact of Russian Blogs" // Russian Analytical Digest. 2009. N 69. P. 8–11.

очередь могут быть охарактеризованы как «неинституционализируемая общественная сфера», в которой сообщения в рамках определенной администрируемой оболочки производят сами пользователи и обмениваются ими. Данный концепт проиллюстрирован в табл. 1.

ТАБЛИЦА 1. Официальная и параллельная общественные сферы

Официальная общественная сфера	Параллельная общественная сфера	
	Институционализируемая	Неинституционализируемая
Федеральные телеканалы, определенные категории общественно-политической массовой прессы	Ограниченный набор «либеральных» традиционных СМИ и онлайн-СМИ	Блоги и социальные сети

Источник: Kiriya I. The Culture of Subversion and Russian Media Landscape // International Journal of Communication. 2012. N 6.

Таким образом, механизм сетевой власти включает контроль за «потоками сообщений» между тремя данными медиапространствами и гейткипинг (фильтр) сообщений на входе в каждое из них, тогда как сетеобразующая власть действует на основе обеспечения изоляции и непересекаемости аудиторий этих пространств. Результат этого процесса бывший президент Медведев охарактеризовал как «драматический разрыв повесток дня телевидения и интернета».

Однако необходимо учитывать реалии социальных медиа, которые в меньшей степени производят сообщения и в большей – просто копируют их из других источников (самих себя и онлайн-прессу). Таким образом, государственные онлайн-медиа (которые обеспечивают значительную часть трафика, сообщений и аудитории новостей в Рунете) осуществляют «государственный трансмедиа-сторителлинг»¹, тогда как социальные сети и блоги создают иллюзию свободных дебатов на данные темы, однако глобально помогают доминирующему государственному дискурсу на телевидении². Таким образом, параллельная общественная сфера остается изолированной от официальной, а свободные дебаты (неотъемлемая часть общественной сферы) по ак-

1 Jenkins H. Convergence Culture: Where New and Old Media Collide. N.Y.: New York University Press, 2006.

2 См.: Панченко Е. Интеграция интернет-СМИ и социальных сетей в Рунете: новая публичная сфера или пространство контроля? // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. 2011. N 5. P. 87–118.
URL: <http://www.digitalicons.org/issue05/files/2011/05/Panchenko-5.6.pdf>

туальным проблемам возможны лишь благодаря механизму сетеобразующей власти и сетевой власти в неинституционализированной общественной сфере. Иными словами, изолируются друг от друга повестки дня (онлайновая и неонлайновая) и механизмы вовлечения аудитории (способность реагировать и пассивное потребление информации).

3.2. Контроль над капиталом

В наших предыдущих работах мы выделили три вида контроля за медиакapиталом: прямой контроль, косвенный контроль через государственную компанию, косвенный контроль через контроль или давление на собственников (который может базироваться на персональных отношениях между государственными чиновниками и частными владельцами медиа либо на разных видах давления первых на вторых)¹.

Если использовать данную классификацию для анализа параллельной общественной сферы в «информационных гетто», то мы увидим, что так или иначе все медиа, относящиеся к ним, находятся под контролем властных агентов. Так, «оппозиционный» телеканал РЕН ТВ принадлежит финансовым структурам Юрия Ковальчука (входящего в ближний круг друзей президента), который одновременно контролирует блокирующий пакет акций главного «государственного пропагандистского канала» – Первого. Радиостанция «Эхо Москвы» принадлежит холдингу «Газпром-Медиа» (в свою очередь принадлежащему государственной монополии – «Газпрому»). Газета «Коммерсантъ» и все связанные с этим названием СМИ (радиостанция «Коммерсантъ FM», еженедельники «Коммерсантъ Власть» и «Деньги») контролируются другим близким к власти олигархом – Алишером Усмановым, возглавляющим «Газпроминвестхолдинг». Стоит заметить, что финансовым полюсом для обеих империй является одна и та же госкомпания – «Газпром»². Таким образом реализуется сетеобразующая власть, которая при помощи владения капиталом в «либеральных» медиа обеспечивает функцию надзора в этих «информационных гетто». То есть речь идет о медиа, которые выбраны, чтобы исполнять роль оппозиционных, но под определенным присмотром и подчиняясь определенным правилам игры (наличие определенных рамок).

1 См.: Kiriya I. La persistance du non-marchand dans l'appropriation des medias et des TICs en Russie post-sovietique; Idem. Las industrias de la información y de la cultura en Rusia: Entre mercancía e instrumento; Kiriya I., Degtereva E. Russian TV Market: Between State Supervision, Commercial Logic and Simulacrum of Public Service.

2 Фактически под зонтиком «Газпрома» сосредоточены сегодня все основные медиаактивы. Через Ковальчука (компания «Согаз», «Аброс», банк «Россия») «Газпром» контролирует доли таких телеканалов, как Первый, Пятый, РЕН ТВ, долю в холдинге «СТС Медиа», газету «Известия» и рекламное агентство «Видео Интернешнл», через собственный Газпромбанк (холдинг «Газпром-Медиа») – каналы НТВ и ТНТ, спутниковое семейство НТВ+, ИД «7 дней», а через Усманова («Газпроминвестхолдинг») – телеканалы «Дисней» и «Муз-ТВ», ИД «Коммерсантъ».

ТАБЛИЦА 2. Пересечения медиакapитала между институционализированной и неинституционализированной общественной сферами

Финансовый полюс	Управляющая компания (прямой собственник акций медиаструктур)	Медиахолдинг	Институционализированная общественная сфера	Неинституционализированная общественная сфера
«Газпром»	«Газпроминвестхолдинг» (Алишер Усманов)	«Коммерсантъ»	Газета «Коммерсантъ», еженедельники «Власть» и «Деньги», радиостанция «Коммерсантъ FM», телеканал «Коммерсантъ ТВ»	
		Холдинг «ЮТВ»	Телеканалы «Дисней» и «Муз-ТВ», некоторые региональные станции	
	«Газпроминвестхолдинг» (Алишер Усманов вместе с Юрием Мильнером и Григорием Фингером)	DST Global и Mail.ru	Портал Mail.ru	Социальные сети: «Одноклассники», «ВКонтакте», Facebook (доля 10%); блогостинги: Mail.ru, блоги
	Газпромбанк	«Газпром-Медиа»	Федеральные телеканалы НТВ и ТНТ, радиостанции «Сити FM», «Эхо Москвы», «Relax FM» и т.д., журнальная периодика: «7 дней», «Итоги» и т.д., спутниковые платформы НТВ+ и «Триколор»	Видеохостинг RuTube.ru
	Инвестиционная компания «Лидер», УК «Аброс», банк «Россия» (Юрий Ковальчук)	Национальная медиagrуппа «СТС Медиа» (25%)	Федеральные телеканалы Первый, РЕН ТВ, Пятый, газета «Известия»	
	Александр Мамут (Sprag, A&NN и т.д.)	SUP Media	Федеральные телеканалы СТС, «Домашний», телеканал «Перец»	Блогохостинг Livejournal.com
Владимир Потанин	«Интеррос»	«Профмедиа»	Тематические каналы ТВ-3, «2 x 2»; радиостанции NRJ, «Аврорадио», «Юмор FM»; журнал «Афиша»	Поисковая система Rambler
Михаил Прохоров	ОНЭЖИМ	РБК	Деловой канал РБК, канал «Дождь» (сделка не закрыта), деловой портал РБК	

Собственность в сфере неинституционализированной общественной сферы все больше и больше подчиняется той же логике. Основные социальные сети («Одноклассники», «ВКонтакте», доля в Facebook, LiveJournal), блогхостинг и платформа Mail.ru, поисковая машина Rambler разделены между Алишером Усмановым, Александром Мамутом и Владимиром Потаниным¹.

Таким образом, мы видим, что финансовые полюсы и держатели медиакапитала, используя сетевую и сетеобразующую власть, могут обеспечивать изоляцию институционализированной общественной сферы от неинституционализированной.

3.3. По-разному структурированные аудитории

Можно выделить две позиции, которые россияне занимают по отношению к телевидению или к медиа как институту. Большинство населения в социальной жизни склонно к «внешнему локусу контроля», то есть рассчитывает на третьи силы в решении своих проблем, с которыми не в состоянии справиться самостоятельно. И в первую очередь помощи ожидают от государства (что связано в том числе с советским опытом). Эти люди воспринимают медиа как государственный институт, который должен объяснять им окружающую их действительность. Они доверяют медиа, поэтому государственная пропаганда создает для них определенную картину мира, объясняющую реальность². Потеря демократических ценностей у таких людей не вызывает ни малейшего сожаления, и они не готовы отстаивать эти ценности³. Второй группе, менее многочисленной, свойствен «локус внутреннего контроля», они рассчитывают на себя и свои силы в разрешении собственных проблем. Эти люди в целом гораздо лучше адаптировались к новому ритму социальной жизни, к реалиям конкуренции, и их отношение к СМИ будет более прагматичным. Для них медиа являются источником информации, на основе обработки которой они принимают определенные решения⁴.

В этой социальной модели разделение происходит на основе различных апроприаций медиа. Это значит, что первая социальная группа не будет заинтересована в дебатах, интерактивности и участии, которые являются для вторых витальным свойством потребления медиа. В этом смысле альтернативный дискурс, создаваемый в параллельной общественной сфере, предназначен скорее для вторых, что их изолирует, заставляя формировать собственный альтернативный набор дебатов.

1 См.: Панченко Е. Интеграция интернет-СМИ и социальных сетей в Рунете...

2 См.: Климов И. Социальные вызовы «приватизированного» телевидения // Российское телевидение: между спросом и предложением / под ред. А. Качкаевой, И. Кирия. М.: Элиткомстар, 2007.

3 См.: Левада Ю. Двадцать лет спустя: перестройка в общественном мнении и в общественной жизни: Неюбилейные размышления // Вестник общественного мнения. 2005. № 2. С. 8–14.

4 См.: Климов И. Социальные вызовы «приватизированного» телевидения.

Это хорошо иллюстрируется и на уровне анализа блогосферы. Согласно выводам Этлинга и его исследовательской группы, политические дебаты в блогах не структурируются (как в США или Великобритании) вокруг политических сил, сосредоточенных на самих себе (демократы с демократами, консерваторы с консерваторами и т.д.). Наоборот, в российской блогосфере политические кластеры «националистов», «либералов», «западников» и т.д. пересекаются и цитируют друг друга¹. С нашей точки зрения, эта особенность связана с тем, что политические дебаты в русской блогосфере в целом изолированы от политических сил, присутствующих в официальной общественной сфере.

Заключение

Разделение российской общественной сферы на несколько коммуникативных пространств воспроизводит раскол в российском обществе и российской политике. Благодаря власти одних сетей над другими (включение/исключение в сети) и сетеобразующей власти (проявляющейся в соответствующем контроле за капиталами медиа) российская власть обеспечивает функцию «охранения» (*gate-keeping* или *switching* в теории сетевой власти) каждой из общественных сфер. Речь идет об «охране границы» между параллельной общественной сферой и основной общественной сферой, а также между институционализированной общественной сферой и неинституционализированной. Это позволяет сохранять дебаты внутри каждого политического кластера и внутри каждой группы политических активистов, изолируя их друг от друга и от широкой аудитории.

Изоляция некоторых политических сил способствует их маргинализации, их идеи становятся все более несовместимыми с официальной политической сферой, что в свою очередь толкает их на такие действия, которые выходят за пределы традиционной политической конкуренции (несанкционированные акции, захват администраций и т.д.) и еще больше радикализуют эти движения. Радикализация приводит к тому, что у таких движений отсутствуют реальные политические доктрины и серьезные, разработанные в расчете на массовую поддержку программы, а их требования сводятся в конечном счете к свержению существующего режима (отождествляемого чаще всего с конкретной политической фигурой). Таким образом, политическая палитра разделена на два оппозиционных клана, компромисс между которыми невозможен. А отсутствие возможностей для компромисса увеличивает шансы гегемонистского режима, так как стимулирует правящую коалицию прикладывать максимум усилий для сохранения своей власти.

1 См.: Etling B., Alexanyan K., Kelly J., Faris R., Palfrey J., Gasser U. Public Discourse in the Russian Blogosphere: Mapping RuNet Politics and Mobilization. Cambridge, MA : Berkman Center for Internet and Society, Harvard University, 2010. URL: http://cyber.law.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Public_Discourse_in_the_Russian_Blogosphere_2010.pdf

Р. ГУДЯКОВ

Кандидат филологических наук, журналист

РЕАЛЬНАЯ ВИРТУАЛЬНОСТЬ «СТРАТЕГИИ-31»

Аннотация

В статье содержится исследование восприятия российской аудиторией телевизионной информации на примере освещения акций политической оппозиции в рамках «Стратегии-31». Тестирование отобранных для эксперимента телематериалов в дискуссионных фокус-группах «экспертов» и «зрителей» позволило определить в первом приближении, как элементы аудиовизуального текста влияют на признание аудиторией информации соответствующей действительности. Исследование показало невысокий уровень аудиовизуальной грамотности современного зрителя.

Ключевые слова: телевидение, аудитория, информация, документальность, реальность, виртуальность, «Стратегия-31», идентичность.

Введение

Массовые митинги протеста, волной прокатившиеся по российским городам в декабре 2011 – феврале 2012 года, разделили историю развития российского телевидения на до и после. После десятилетия телевизионной близорукости, когда из телеэфира практически невозможно было узнать, что в стране есть оппозиционные группы несогласных, все, кто имеет отношение к формированию информационной повестки дня, увидели, к чему может привести игнорирование информационных поводов и нарочитое фреймирование экранной действительности. Конечно, наивно считать, что уж теперь телеэкран стал тем, чем он – исходя из теории СМИ – и призван быть, то есть полноценным отражением общественной жизни. Тем не менее информационная политика существенным образом трансформировалась, социальный диалог был начат, а общество обрело возможность услышать о позициях противоборствующих сторон. Очевидно, что «телевидению после» еще предстоит формироваться в течение ближайших лет. И то, каким оно будет, зависит в том числе и от самих зрителей.

На данном этапе важно зафиксировать, каким было «телевидение до», как оно использовало художественные средства экрана для репрезентации социальной реальности и как массовая аудитория воспринимала телевизионный контент. Сегодня телевидение (наряду с литературой, театром, кино и многим другим) модно называть одной из форм виртуальной реальности. Это означает, что телевидение (как и все перечисленные сферы) особыми средствами способно создавать некое окружение, которое пользователь ощущает, не находясь в нем физически. Впрочем, на современном этапе развития информа-

ционного общества данный тезис – в особенности в отношении телевидения – вызывает обоснованные сомнения, которые базируются на двух основаниях: той роли, которую телевидение выполняет в обществе, и специфическом способе работы с фактическим материалом.

Так, аудиовизуальные образы, с помощью которых телевидение передает информацию, по своей природе действительно являются виртуальными, то есть создаются по законам виртуальной среды и в ней же функционируют. Однако – если мы действительно говорим об информации – материал для их построения телевидение черпает именно из реальности – факта, события, действительно-сти. Поэтому то окружение, которое создается в форме экранной реальности, имеет пусть и опосредованную, но все-таки связь с реальным миром. Кроме того, телевидение является одной из форм социального знания – своеобразным аккумулятором событий окружающей действительности. И в этом смысле мир, создаваемый телевизионными средствами, виртуален лишь по форме, по содержанию же он скорее реален. И степень этой реальности зависит как раз от того, насколько информация, взятая из действительности, искажается в процессе ее виртуализации для передачи по телевизионным каналам. Таким образом, противоречие между социальной ролью телевидения и моделью функционирования не дает оснований относить ТВ исключительно к виртуальной реальности и ставит вопрос о том, насколько граница соприкосновения телевизионной виртуальности с реальным миром ощущается современным зрителем: отличает ли аудитория реальные факты от их экранных образов?

Освещение «Стратегии-31» на российском телевидении, наверное, ярче, чем что-либо еще на пестром поле российского телевизионного контента, иллюстрирует эти рассуждения. Достаточно сказать, что, будучи одной из самых заметных общественно-политических акций оппозиции за последние годы, выступления несогласных на Триумфальной площади в Москве и других городах за первые два года своего существования практически не получили медийного отражения на федеральных телеканалах. Единственным российским федеральным телеканалом, который уделял место в эфире выступлениям на Триумфальной, был РЕН, где акции оппозиции освещались как в ежедневной новостной программе «24», так и в еженедельной информационно-аналитической программе «Неделя» с Марианной Максимовской. На других федеральных телеканалах материалы о «Стратегии-31» фактически не появлялись. Тем временем в Сети происходила настоящая информационная бойня: новостная лента информационных агентств заполнялась сообщениями о готовящихся выступлениях еще за несколько дней до 31-го числа, сетевые СМИ подробно рассказывали о том, что происходило во время акций, а активисты различных общественно-политических движений забрасывали социальные сети и видеохостинги свежими фотографиями и репортажами. «Мочилово», «винтаж», «паковать», «автозакнуть» и прочее – все эти неологизмы не из 2011-го, как можно было бы подумать, а еще из 2009 года. Но тогда федеральный телеэфир так еще не разговаривал...

Из всей совокупности телеконтента, наверное, сложно вычлениить информационный повод, который, при его освещении на телевидении, демонстрировал бы большую полярность взглядов, чем освещение акций «Стратегии-31». Кроме того, именно акции на Триумфальной площади на протяжении всего своего существования проходили в одном и том же месте, в одно и то же время, под очень схожими лозунгами, практически в постоянном составе не только заявителей акции, но и ее участников и по повторяющемуся сценарию¹. Это нивелирует различия между отдельными акциями и делает их очень удобными для исследования.

Для анализа из всей совокупности телематериалов выбраны материалы² с наиболее полярными взглядами на рассматриваемые события: репортаж новостной программы «Новости 24» (телеканал РЕН)³, репортаж программы «Грани недели» (телеканал RTVi)⁴, а также единственный⁵ материал федеральных каналов первой тройки по данной тематике – информационной программы «Вести. Дежурная часть» («Россия 1»)⁶.

Чтобы проанализировать, способен ли современный российский зритель отделить факт от его телевизионного образа, какими качествами должна обладать телеинформация, которой он доверяет, и заслуживает ли она доверия в действительности, было проведено тестирование избранных телематериалов в двух дискуссионных фокус-группах (ДФГ). В первую вошли люди, степень компетенции которых в вопросах телевидения и проблемы формирования «повестки дня» можно определить как довольно высокую. В основном ее составили профессионально занимающиеся медиа в целом и телевидением в частности респонденты (ДФГ «эксперты»). Вторая группа респондентов состояла из людей, чьи профессиональные и личностные интересы напрямую со сферой медиа не связаны, поэтому степень их компетенции в рассматриваемых вопросах была доподлинно неизвестна и оценивалась как средняя, свойственная большинству населения (ДФГ «зрители»).

1 До 31 октября 2010 года, когда была получена официальная санкция на проведение митинга, приблизительный сценарий акции выглядел так: подача заявки на санкционирование митинга лидерами оппозиции, отказ московского правительства санкционировать митинг по тем или иным причинам и предложение провести митинг на альтернативной площадке, отказ оппозиционеров, выход сторонников оппозиции на площадь, конфликты с милицией, задержания, последующие заявления представителей ГУВД столицы и оппозиционеров в прессе.

2 С подборкой материалов, выбранных для исследования, можно ознакомиться на следующем интернет-ресурсе: <http://www.youtube.com/watch?v=gRYkDrgf5lc>

3 Эфир от 31.10. 2010.

4 Эфир от 04.09.2010.

5 На момент написания статьи (2012 год) акция существовала уже около полутора лет.

6 Эфир от 05.07.2010.

Исследование проводилось в два этапа. Сначала каждой группе по отдельности были продемонстрированы три указанных выше материала и проведены две дискуссионные фокус-группы. Участие в них приняли по 10 представителей каждой группы. Социально-демографический блок включал вопросы о сфере деятельности, политических взглядах, уровне образования и интереса к вопросам общественно-политического характера, что позволило подтвердить принадлежность того или иного участника ДФГ к первой или второй группе респондентов. После дискуссионных фокус-групп их участникам был предложен формуляр опроса, включавший три таблицы (для каждого из материалов) биполярных шкал по семи факторам:

Репортаж телеканала РЕН [RTVi, «Россия 1» – в порядке просмотра]								
Верю изложенным фактам	3	2	1	0	-1	-2	-3	Не верю изложенным фактам
Автор объективен	3	2	1	0	-1	-2	-3	Автор необъективен
Мне близка позиция автора	3	2	1	0	-1	-2	-3	Мне не близка позиция автора
Правдоподобен	3	2	1	0	-1	-2	-3	Неправдоподобен
Мне понятны требования митингующих	3	2	1	0	-1	-2	-3	Мне не понятны требования митингующих
Я получил исчерпывающую информацию	3	2	1	0	-1	-2	-3	Я не получил исчерпывающую информацию
Понравился, рекомендую друзьям	3	2	1	0	-1	-2	-3	Не понравился, не рекомендую друзьям

Респондентам предлагалось обвести (выделить цветом) значение от 3 до -3 в зависимости от того, к какому полюсу по тому или иному фактору они более склонялись при оценке конкретного репортажа. Целью анализа восприятия предложенных материалов по биполярным шкалам было исключительно подтверждение оценок, высказанных двумя группами респондентов в ходе дискуссионных фокус-групп, поэтому к его результатам мы вернемся после описания результатов первой части исследования.

Дискуссионные фокус-группы проводились в разные дни, но после структурирования их результатов были представлены наиболее частотные мнения «экспертов» и «зрителей» по каждому из рассматриваемых вопросов в едином тематическом блоке, чтобы была наглядная возможность сравнить мнения двух групп респондентов. В целом можно выделить три главных тематических блока, по которым проходила дискуссия как среди «экспертов», так и среди «зрителей».

1. Удалось ли телеканалам в представленных материалах полноценно представить рассматриваемое событие? Сформировалось ли у вас после просмотра целостное представление об акции и почему?

По первому тематическому блоку респонденты как первой, так и второй группы проявили практически 90-процентное единодушие: только один «эксперт» и один «зритель» указали, что им действительно удалось сформировать четкую позицию в отношении акции после просмотра данных материалов. При этом «зритель», ранее ничего не слышавший об акции, назвал ее «провокацией против государства», а «эксперт», сославшись на прекрасное знание ситуации и раздражение от материала «России 1», напротив, занял сторону митингующих. Остальные же девять респондентов в каждой группе признали, что ни каждый канал в отдельности, ни даже все каналы вместе полноценной картины акции создать в их представлении не смогли, поэтому и сформировать собственное мнение о данном событии у респондентов, исходя из показанных материалов, не получилось. Отметим также, что в ответах всех без исключения «экспертов» сквозила абсолютная убежденность в том, что «можно было и не смотреть», «иначе на телевидении и быть не может» (10 из 10 респондентов).

«Эксперт» Юрий (27 лет, тележурналист): «Логотипы [каналов] – великое дело. Заранее понимаешь, под каким соусом пойдет раскрытие темы. Как это сделают федеральные каналы, RTVi, РЕН и т.д. И уже исходя из этого оцениваешь факты, картинку, стендапы и все остальное».

«Эксперт» Сергей (38 лет, телережиссер): «Что тут скажешь? Откровенная предвзятость, конъюнктура, заказуха, помноженная на желание подать материал, потому что он “на слуху” и на него надо реагировать по тем или иным причинам. В каждом материале присутствует однобокость, конкретный заказ конкретного редактора, конкретного телеканала. Преследование одной и единственной точки зрения. Нет цельного анализа ситуации в материалах всех телекомпаний».

«Зрители» заочно согласились с мнением «экспертов», в 10 из 10 случаев пояснив: «... чтобы сделать какой-то определенный вывод, человеку, далекому от политики, этих роликов недостаточно». При этом в выступлении каждого из них в жесткой («все куплено» – пять респондентов) или в мягкой форме («зависит от тактики и стратегии канала» – пять респондентов) была также артикулирована мысль, что «на телевидении кто платит, тот и заказывает музыку».

Отметим при этом, что все 10 «экспертов» указали на то, что до своего участия в фокус-группе «в силу профессии» были хорошо осведомлены о «Стратегии-31», поэтому их позиции по акции были сформированы еще до просмотра, а показанные материалы на них «никоим образом не повлияли». Среди «зрителей» только половина респондентов что-то слышали об акциях оппозиции на Триумфальной площади до ДФГ, и только двое из них показали высокий уровень осведомленности («читала доклад Немцова», «живу неподдалеку, поэтому интересовался»).

При этом «эксперты» в основном от оценок реальных целей акции воздерживались и говорили по большей части о ее медийной составляющей (за исключением вышеуказанного единичного случая). Тогда как «зрители» активно свою позицию высказывали, причем даже те, кто о «Стратегии-31» до просмотра ничего не знали и потому им было «довольно сложно сформировать позицию», исходя только из продемонстрированных роликов.

«Зритель» Галина (пенсионер, по специальности горный инженер): «Ранее я о “Стратегии-31” ничего не слышала. Из репортажей я не смогла сформировать свою позицию. Но мне показалось, что это провокация Немцова, желающего привлечь к себе внимание: только его одного выделяли, и он кричал что-то о какой-то свободе».

«Зритель» Елена (45 лет, менеджер): «Я не знала ничего об акции толком до этого, лишь слышала что-то, но теперь могу сказать, что идет борьба за власть, раздвигание, дробление общества, оттягивание голосов от правящей партии, формирование оппозиции. Страшновато, что все это может привести к так называемым оранжевым революциям, не без помощи Запада».

«Зритель» Денис (22 года, студент богословского факультета): «Мне трудно судить о “Стратегии-31”, так как мне представляется, что данные репортажи, как и другая информация по данной акции, с которой я знаком, выполняют конкретный политический заказ. Власть пытается обелить себя и дискриминировать оппозицию, и наоборот. Наверное, проблема в том, что у меня давно уже не вызывают доверия ни Немцов, тем более в связке с Лимоновым, ни тем более работники нашей милиции/полиции».

Пять «зрителей», которые все-таки знали или «что-то слышали» об акции, независимо от степени их осведомленности, заявили, что информация, представленная в роликах, на их позиции никак не повлияла, опять же сославшись на тезис о «предвзятости СМИ».

Из всего вышесказанного можно сделать лишь один вывод. В подавляющем большинстве случаев по первому тематическому блоку «зрители» согласились с «экспертами» в вопросе признания манипулирующей роли СМИ. Поэтому, как и «экспертная» группа, «зрители» выразили недоверие продемонстрированным материалам и заявили, что последние не повлияли на их позицию. Казалось бы, это означает, что возможности «зрителей» по декодированию аудиовизуальных образов в большей или меньшей степени соотносятся с «экспертными» оценками. И в данный момент исследования можно было даже подумать, что, не обладая специальными знаниями, «зрители» тем не менее могут соотнести телевизионный образ с реальной действительностью и сделать вполне обоснованные выводы о том, какой степенью правдоподобия обладают представленные материалы. Впрочем, уже второй тематический блок полностью опроверг данное предположение, обнаружив полное расхождение в оценках двух групп респондентов.

2. Какой из материалов показался вам наиболее непредвзятым и соответствующим действительности?

После того как «эксперты» и «зрители» в первом тематическом блоке выразили общее недоверие к представленным материалам, логично было ожидать, что и в вопросе о том, какой материал им показался наиболее непредвзятым и наиболее полно отражал реальные события, респонденты обеих групп не смогут найти ни одного такого материала. «Эксперты» оправдали данное предположение.

«Эксперт» Константин (35 лет, искусствовед): «“Полно” – не совсем уместно к данным роликам. Я бы сказал – “наименее искаженно”. Придерживаясь логики “выбор от противного”: второй ролик и третий [RTVi и «Россия 1»] находятся в явной оппозиции к друг другу как по форме высказывания и выбору кадров, так и по комментированию, они не скрывают свое отношение. В первом [РЕН] – больше похоже на описание фактов, иллюстрацию».

«Эксперт» Полина (26 лет, специалист по связям с общественностью): «Если все-таки выбирать, то РЕН ТВ. Он был бесконфликтным, не возвеличивал оппозиционеров и не ругал власть, как бы примиряя всех со всеми. RTVi был явно на стороне оппозиции, а все-таки здесь нужна беспристрастность. Про “Россию 1” вообще молчу».

В целом из 10 экспертов один предпочел воздержаться от выбора, пятеро склонились в сторону материала телеканала РЕН с поправкой «если вообще выбирать», трое отметили RTVi (при этом двое из них уточнили, что их позиция определяется скорее не качеством самого материала, а тем, что они «поддерживают позицию митингующих», третий уточнил, что его выбор определило лишь то, что «для зрителя хотя бы объясняется содержание 31-й статьи Конституции»). И только один «эксперт» был за материал «России 1». Примечательно, что такое мнение высказал *«эксперт» Николая (33 года, французский журналист, работающий в России):* «“Russia 1” is only serious report, without any hysteria [Серьезный репортаж без какой бы то ни было истерии представил только телеканал Россия 1]».

У остальных экспертов такая позиция французского коллеги вызвала улыбку и осуждающие реакции.

«Эксперт» Елена (28 лет, специалист в области авторского права): «Могу сказать, что у меня, наоборот, наименьшее доверие вызвали именно комментарии сотрудников органов милиции, которые просматривали материал с места событий. И конечно, прекрасное заявление журналиста о пробках, которые чуть ли не образуются из-за подобных акций. Вообще, жуткий фарс».

Интересно отметить: «эксперты» знали, что на следующий день после их фокус-группы будет проводиться фокус-группа «зрителей», и высказали предположение, что у тех «позиция Николая, скорее всего, найдет поддержку».

«Эксперт» Юрий (27 лет, тележурналист): «Из представленных материалов у рентэвэшников получилось наиболее полно. Хотя зритель не сильно в теме,

на мой взгляд, больше поверит “России”. По ощущениям в нем [материале «России 1»] больше фактов, каких – это уже вопрос, и вопрос драматургии. Признаться, согласился бы поверить в сюжет “России”, если бы не знал контекста и не посмотрел предыдущие сюжеты. Они [«Россия 1»] выезжают за счет эксклюзивности видео и “нужного комментария” картинки. Мысль – мы ничего не придумываем. Смотрите сами: вот парень сам зажигает фэйер – это не постановка, а съемка камеры наблюдения, а вот довольные митингующие выходят из автобуса. Их никто не волочит, как говорили другие СМИ».

Так и произошло. Только один из «зрителей» выбрал материал RTVi, уточнив, что «Россия 1» показала событие только со стороны власти, а «репортаж РЕН ТВ с его вроде бы целостным взглядом даже не объяснил суть 31-й статьи Конституции». Двое не смогли сформулировать своего мнения, подтвердив тем самым позицию, высказанную в первом тематическом блоке. Еще двоим респондентам соответствующим действительности показался материал телеканала РЕН («за его “спокойный” тон» и «представление позиций двух противоборствующих сторон»). Пять «зрителей» (ровно половина) признали «самым непредвзятым» материал «России 1», сославшись на следующие аргументы.

«Зритель» Дмитрий (26 лет, фармацевт): «Последний репортаж [«Россия 1»] меня убедил, так как приводились записи с видеокamer».

«Зритель» Николай (30 лет, госслужащий): «В нем [материале «России 1»], в отличие от других, журналисты обосновывают свою позицию, приводя в подтверждение компрометирующие видеозаписи, которые подтверждают их взгляд на это мероприятие. Грамотно акцентировано внимание и рассмотрена тема наличия в толпе провокаторов».

«Зритель» Анна (40 лет, сотрудник банка): «Я тоже считаю, что правдивым был репортаж «России 1». Так как все остальные репортажи по видеоряду подтверждают его и правильность действий правоохранительных органов. В частности: дубинок действительно не было показано ни в одном сюжете, а вот парень с дымовой шашкой был».

Таким образом, мы констатируем серьезное расхождение позиций «экспертов» и «зрителей» по второму тематическому блоку вопросов. «Эксперты» выделили репортажи РЕН ТВ (четверо респондентов) и RTVi (трое), в которых в большей или меньшей степени содержалась «политическая составляющая акции». «Зрители», напротив, склонились в сторону «России 1» (пятеро респондентов, из «экспертов» – один), в материале которой не указано номинальное название акции, полностью вытравлена политическая составляющая митингов на Триумфальной, а митингующие предстают толпой хулиганов. Если связать это с тем, что респонденты обеих групп в целом не верят материалам телевидения, говоря о присущей им ангажированности (как показал первый тематический блок), то можно сделать вывод, что «эксперты» делают свои заключения, как и положено, на основе понимания того, как строятся аудиовизуальные образы (то есть исходя из самих материалов), тогда как у «зрителей» мне-

ние о том, что «на телевидении все куплено», строится на некоторой предубежденности, не подтверждаемой их восприятием аудиовизуальной информации. Можно сказать, что «зрители» хоть и солидарны с позицией «экспертов» в целом, при декодировании аудиовизуальных образов демонстрируют явное непонимание механизмов их строения, на основании чего выносят необоснованные суждения о признании той или иной информации соотносимой или не соотносимой с действительностью. В большинстве случаев для них вывод «о недоверии телевидению в целом» – это общее место, а не сформированная в результате анализа позиция. Свои суждения о действительности, показанной в эфире телеканалов, они строят, исходя из невозможности разобраться, где в материале его реальная составляющая, а где в него введено содержание, напрямую в этой действительности не заложенное.

Отметим также, что высокий уровень аудиовизуальной грамотности «экспертов», знание законов создания телевизионных образов и механизмов их функционирования, зачастую позволял этим респондентам замечать важнейшие детали, на которые «зрители» практически не обращали внимания. Так, *«эксперт» Юрий (27 лет, тележурналист)*, который наиболее «непредвзятым» признал материал телеканала РЕН, тем не менее тонко подметил одну существенную деталь: «Я обратил внимание на синхрон Немцова. У РЕНа он говорит про страх как явление, способное или нет остановить митингующих, на RTVi синхрон дан более полно. Оказывается, что в оригинале речь шла о страхе перед Путиным».

3. Какие эпизоды (структурные элементы) вызвали наибольшее чувство сопереживания и желание поверить в истинность представленной информации?

Третий тематический блок вопросов лишь подтвердил наши выводы. Здесь исследование было изначально направлено на то, чтобы респонденты высказывали свои оценки достоверности информации, представленной в материалах, исходя из тех эпизодов (структурных элементов аудиовизуального текста), на которые они обратили внимание.

Как следует из процитированных выше высказываний, «зрители» в качестве свидетельств достоверности наиболее часто указывали на «съёмки видеокамер наблюдения» и «свидетельства представителей правоохранительных органов». Подобного мнения придерживались даже двое из тех респондентов, которые не высказались в поддержку материала «России 1». Выше мы уже указывали на то, что «эксперты» предвидели, что именно эти структурные элементы вызовут наибольшее доверие у «зрителей». Сами «эксперты» отметили, что «даже записи с видеокамер не могут считаться доказательством [истинности представленной в них информации], так как отбирали их именно сотрудники правоохранительных органов, которых, кстати, тоже специально подбирали». Вообще, в обсуждении проблемы строения аудиовизуальных образов обе

группы респондентов признали, что наибольший «посыл правдоподобности» содержится именно в «немонтированных, живых фрагментах действительности» (лайфах). Что, безусловно, было предсказуемо. Между тем «зрители» в полном составе респондентов не обратили внимания на то, что «немонтированные», по их мнению, фрагменты аудиовизуального текста (например, синхрон Бориса Немцова, набор лозунгов, работа оператора и т.п.) в материалах различных каналов выглядели совершенно по-разному как раз по причине их «монтажности», что отражено в экспертных оценках. «Зрители» вообще больше говорили скорее о личном впечатлении, например о «тоне закадрового голоса, которому доверяешь», тогда как «эксперты» анализировали «структуру повествования», признавая ее «фрагментарный, драматургический характер». Показательно, что «эксперты» особо отметили, что «самым важным “элементом” можно считать логотипы каналов», тогда как «зрители» мало обращали на них внимание. И даже указывая на тот или иной материал, они чаще употребляли порядковые числительные (в порядке демонстрации), чем названия телеканалов.

Из запомнившихся и вызвавших наибольший интерес и сопереживание эпизодов эпизод с «ветераном из последнего ролика, которому предлагали денежное вознаграждение в машине с задержанными» произвел впечатление лишь на четверых респондентов (среди них один «эксперт»), эпизод с «задержанной женщиной, которая говорит, что несла флаг РФ» упомянули лишь трое респондентов (два «эксперта»), «синхрон Немцова» заинтересовал двух респондентов (один «эксперт»), кадры «молотилова ОМОНа из сюжета RTVi» отметили только «эксперты» (четыре респондента), а «сломанную руку Льва Пономарева» припомнил лишь один респондент, который также оказался из «экспертной» группы. Подавляющее же большинство «зрителей» (пять респондентов), напротив, признались, что эпизодов, вызвавших у них чувство острого интереса и настоящего сопереживания, в материалах практически не было, если не считать «разбор камер наблюдения». Последняя оценка оказалась неожиданной, если учесть, что об акции подавляющее большинство «зрителей» слышали впервые. Впрочем, это скорее говорит не об аудиовизуальной неграмотности «зрителей», а об их общей незаинтересованности в вопросах общественно-политического характера.

Таким образом, исследования, проведенные в фокус-группах, первоначально подтвердили наше предположение о том, что уровень аудиовизуальной грамотности в группах «экспертов» – «зрителей» оказывается принципиально различным. А способности неподготовленной аудитории вычленять реальность из потока драматизированной аудиовизуальной информации можно охарактеризовать как «весьма невысокие».

Проведенный в дальнейшем анализ таблиц биполярных шкал, которые были розданы участникам после дискуссионных фокус-групп, еще раз подтвердил эти выводы. Факторы (см. опросный формуляр-таблицу биполярных шкал

для исследования), которые мы исследовали, имели взаимоисключающие формулировки. Таким образом, выбирая то или иное значение биполярной шкалы, респондент выражал степень своего доверия к материалу по одному из семи факторов. Далее отмеченные каждым респондентом значения биполярных шкал (то есть семь оценок) суммировались, складывались с суммами оценок других респондентов (по каждому каналу) и вычислялось среднее арифметическое значение биполярных шкал по каждому каналу. В результате расчетов мы получили таблицу средних значений доверия респондентов двух групп материалам каждого канала:

ДФГ	Канал		
	РЕН	RTVi	«Россия 1»
«Зрители»	-0,20	-0,42	+0,77
«Эксперты»	+0,20	-0,06	-1,32

Краткие выводы

Анализ зрительского восприятия материалов с использованием биполярных шкал прекрасно иллюстрирует мнения респондентов двух групп, высказанные в ходе дискуссий. Так, отрицательные значения средних арифметических дают основание полагать, что респонденты скорее испытывали недоверие к материалу того или иного канала. Положительные, напротив, говорят о том, что материал пользовался доверием респондентов. Получается, что «зрители» менее всего доверяли репортажу RTVi, существенно больше – репортажу РЕН ТВ и на порядок больше – репортажу «России 1». «Эксперты», напротив, самую большую степень недоверия выразили репортажу «России 1», с некоторым (не особенно большим) недоверием отнеслись к репортажу RTVi и наибольшее доверие выразили репортажу РЕН ТВ.

Особенно показательными являются полярные оценки «экспертами» и «зрителями» материала «России 1» (-1,32 против +0,77) и РЕН (+0,2 против -0,2). По федеральному каналу это различие довольно красноречиво говорит об очень существенной разнице в восприятии двух групп респондентов, проявленной и в ходе дискуссии. Что же касается РЕН ТВ, то разница в степени доверия к материалу также отражена в цифрах, а их небольшой разброс и тяготение к середине биполярной шкалы (к нулю), а также совпадение в абсолютных значениях (0,2 по модулю) говорит о некотором нейтральном тоне материала. Что же касается RTVi, то «экспертная» оценка вполне понятна, так как респонденты данной группы знакомы с контентом этого канала и в целом заранее знают, в каком русле здесь подается информация. Поэтому «экспертные» -0,06 очень показательны: факты в материале действительно представлены, но представлены несколько тенденциозно, что зачастую совпадало с общественно-политическими предпочтениями группы «экспертов». «Зрители» же о существовании

канала RTVi до просмотра практически ничего не слышали, чем, по всей видимости, и объясняется большее недоверие материалу RTVi по сравнению с РЕН ТВ. Кроме того, эта наиболее негативная оценка в «зрительском» восприятии противостоит самой положительной оценке всего исследования (+0,77, «зрители», «Россия 1») и соотносится с самой отрицательной оценкой всего исследования (-1,32, «эксперты», «Россия 1»), что подчеркивает сам характер «зрительского» восприятия аудиовизуальной информации. Больше всего «зритель» не верит тому, с чем практически не сталкивается, а посредственные возможности анализа аудиовизуальных образов не позволяют отделить реальность от ее телевизионной репрезентации.

Показательно и то, что, продемонстрировав в ходе дискуссии в первом тематическом блоке исследования полное недоверие телевидению из-за его ангажированности, «зрители» тем не менее показывают высокий уровень доверия материалу именно федерального канала, разбор которого «экспертами» выявил существенные искажения фактического материала. В целом все это еще раз подчеркивает невысокие способности «зрительской» аудитории по декодированию аудиовизуальных образов и выявлению в потоке телевизионной информации содержания, напрямую не заложенного в реальной действительности.

Отметим также, что сам по себе факт исследования предполагает акцентирование внимания на просмотре предложенных материалов, тогда как в реальности внимание зрителя не столь сосредоточено на просмотре и зачастую характеризуется как фоновое. При этом нужно учитывать, что наше исследование проводилось среди образованных людей, жителей крупных городов, активных пользователей Интернета (за исключением одного респондента пенсионного возраста). Это позволяет предположить, что реальные способности аудитории по отделению фактов реальности от их телевизионных репрезентаций оказываются еще более слабыми.

Заключение

Когда мы исследуем представления о чем-либо – будь то срез общественного мнения по поводу конкретных исторических событий, например отношения к Великой Отечественной войне, или абстрактных понятий, вроде национализма, – мы так или иначе говорим о социальной идентичности, то есть представлении общества о самом себе. Иными словами, исследуя восприятие телевизионных материалов о «Стратегии-31» различными группами российских телезрителей, мы в действительности имеем дело с несколькими ключевыми точками идентичности аудитории в отношении вопросов, тематически связанных с выступлениями на Триумфальной площади по 31-м числам. Это и свобода совести и СМИ, и демократия, и идеология, и политический режим, и прошлое, настоящее и будущее страны и т.д. – и все это, одно подтягивая и цепляясь за другое, как постмодернистская ризома, разрастается внутри понятия «идентичность».

Если массовая аудитория доверяет материалу телеканала «Россия 1», то телеэкран – а точнее сказать, механизмы, при помощи которых телевидение представляет информацию, – оказывается одним из факторов формирования этой идентичности. Соответственно, замечание о низком уровне аудиовизуальной культуры современного зрителя позволяет предположить, что идентичность, формируемая на основании просмотра телеэфира – назовем ее виртуальной идентичностью или телеидентичностью, – существенно отличается от своего реального прототипа.

В этом смысле разговор о трансформации документальности на современном телевидении, понимании нового для аудитории телевизионного языка, стремительно меняющегося с развитием мультимедийных технологий, приобретает совершенно особое значение. «Стратегия-31» – это лишь маленькая толика пространства телеэфира, на котором происходят самые разнообразные искажения реальности в процессе ее телевизионной виртуализации. А значит, в условиях «телевидения после» именно от понимания аудиторией того, где проходит граница между аудиовизуальным образом и реальностью, зависит будущее развитие российского общества, которое так стремится стать гражданским, уже более 20 лет находясь в поисках новой идентичности.

М. ВАСКЕЗ

Ph. D. in Information Science from the Complutense University of Madrid, профессор факультета коммуникаций Университета Севильи

А. НОВИКОВА

Доктор культурологии, профессор факультета медиакоммуникаций НИУ ВШЭ

МИФ О ПРОГРЕССЕ В КОНТЕКСТЕ ДИСКУРСА МОДЕРНИЗАЦИИ: ИННОГРАД СКОЛКОВО В ТЕЛЕНОВОСТЯХ

Аннотация

Основная цель статьи – показать, как мифы о прогрессе, на которых базировались великие идеологии XX века, находят свое новое воплощение в современной социальной мифологии, тиражируемой средствами массовой коммуникации. В исследовании, результаты которого представлены в данной статье, авторы анализируют сюжеты выпусков новостей Первого канала российского телевидения, посвященные модернизации, а точнее, ее материальному воплощению – иннограду Сколково. Одним из традиционных мифов, на котором базируется продвижение в СМИ идеи строительства иннограда, оказывается тезис о том, что развитие технологий будет способствовать формированию «новых людей» (локомотивов модернизации), а те своим примером будут способствовать модернизации общественного сознания.

Проводя исторические параллели, авторы исследования утверждают, что технический и технологический прогресс сам по себе не ведет к модернизации общественного сознания. На данном историческом этапе развития России проект «Сколково» может быть расценен как попытка власти имитировать диалог с новой социальной стратой, ориентированной на модернизацию. Провал этой попытки, по мнению авторов, стал одной из предпосылок протестов 2011/12 года.

Ключевые слова: социальные мифы, модернизация, российское телевидение, прогресс, «новые люди».

Введение

Политические протесты жителей больших городов в декабре 2011-го, после выборов в Государственную Думу, не только оживили политическую жизнь России. Они сделали явным для всех, что в стране формируется новая социальная общность, готовая принимать участие в политической жизни и активно отстаивать свои интересы. Публицисты называют ее по-разному – «креативный

класс», «средний класс», «новые сердитые», «люди постмодерна» и т.д.

Социологи и аналитики начали говорить о рождении этой общности задолго до начала протестов¹. Знала об этом и власть. Еще летом 2010 года заместитель главы ЦИК «Единой России», один из идеологов партии Алексей Чадаев в интервью газете «Взгляд» говорил о том, что в России идет процесс политизации среднего класса, который ничего не ждет от государства в плане материального обеспечения: «Их претензии к власти состоят уже не в том, что она мало или плохо кормит, а в том, как она сама себя ведет. Предметом протеста является коррупция, “феодалные привилегии”, например мигалки. Предметом протеста является несоответствие формальных законов и реально сложившейся практики. То есть это некий запрос на новый облик государства»². Чтобы этот протест не использовался несистемной оппозицией, Чадаев предлагал членам своей партии вступить с «новыми сердитыми» в диалог, поспособствовать их превращению в «ответственный класс».

На выполнение этой же задачи: привлечения молодых, хорошо образованных, активных граждан к формированию нового облика государства – был, если судить по риторике идеологов модернизации, ориентирован проект построения инновационного центра в Сколково. Да и само существование тандема Владимир Путин – Дмитрий Медведев часто мотивировали неоднородностью российского общества (Путин – для народных масс, Медведев – для интеллектуалов). Поэтому неудивительно, что лицом российской модернизации, ее единственного материально воплощенного проекта «Сколково» стал именно Дмитрий Медведев.

Неудивительно и то, что отказ Медведева от борьбы за власть в преддверии президентских выборов 2012 года стал одним из поводов для политических протестов декабря 2011-го. Обида и разочарование, вызванные уверенностью Путина в своей грядущей победе на выборах президента, предопределили обостренное восприятие новыми сердитыми уже ставших, казалось бы, привычными фальсификаций на выборах в Государственную Думу.

Не меньшее значение, на наш взгляд, имеет и фактический провал модернизационных процессов в России, который наиболее ярко иллюстрируется мифом об иннограде. Ведь именно благодаря научным инновациям, по обещаниям идеологов, Россия должна была вернуть себе статус «интеллектуального центра», «кузницы научных кадров», которым она так гордилась во времена СССР.

1 См.: Арон Л. Российская «славная революция». URL: <http://svetiteni.com.ua/4867-leon-aron-rossiyskaya-slavnaya-revoljuciya-zhivet.html> (дата публикации: 20.08.2011; дата обращения: 19.01.2012); Колесниченко А. «Деньги возьмут, но не проголосуют»: Россияне устали от стабильности и хотят перемен // Новые известия. 2006. 15 сент. URL: <http://www.newizv.ru/politics/2006-09-15/54080-dengi-vozmuto-no-ne-progolosujut.html> (дата обращения: 19.01.2012).

2 «Вместо среднего класса возникли «новые сердитые» // Взгляд. 2010. 1 июня. URL: <http://vz.ru/politics/2010/7/1/415114.html> (дата обращения: 18.01.2012).

Нас интересовало, какие старые мифы будут привлечены к созданию новой модернизационной мифологии, какие приемы воздействия будут использованы для их продвижения в массы с помощью телевидения, примет ли общество идею модернизации как новую идеологию, способную стать национальной идеей.

В течение пяти лет мы наблюдали, как Первый канал российского телевидения рассказывает о проекте «Сколково». Отбирая материал для анализа, мы воспользовались услугой электронного поиска в разделе «Архив новостей»¹, ориентируясь на ключевое слово «Сколково», которое иных коннотаций, кроме интересующих нас (географической – обозначения места, где расположена Московская школа управления, и институционального – обобщающего различные проекты, имеющие общей целью модернизацию), не имеет. С сентября 2006 по май 2011 года сюжетов, в которых упоминалось Сколково, в эфире новостей Первого канала, было 156. Все эти сюжеты были нами просмотрены и проанализированы для выявления наиболее активно эксплуатируемых образов и мифов, традиционных для дискурса о прогрессе. В результате были выявлены три периода, отличающиеся друг от друга с точки зрения тех идей и образов, которые власть стремилась донести до народа (в лице телезрителей).

Первой и главной проблемой, с которой столкнулись те, кто освещал тему «Сколково» на национальном телеканале, была специфика целевой аудитории. Первый канал в своих выпусках новостей обращается к массовому зрителю, не имеющему специальных знаний для того, чтобы понять суть научных инноваций, которыми должны будут заниматься сотрудники «Сколково».

Проблема эта не нова. Она определяет всю специфику культуры XX века, в частности формирование массовой культуры, обусловленную тем, что, по мнению Н.А. Хренова, в этот период случайная публика становится активной, а постоянная публика, традиционно участвовавшая в формировании культуры, утрачивает положение лидера². Эта потеря лидерства будет основой для разработки различных теорий коммуникации (пропаганды), предназначенных для сопровождения политического процесса, для формирования новых элит или защиты старых. Эти элиты (политический авангард, бизнес и т.д.) будут стремиться осуществлять социальный контроль и символические манипуляции, чтобы, обуздав массы, выступить как новый социальный актор. Такой подход к политике обуславливает появление научных исследований теории и методов пропаганды, что становится актуальным во время и особенно после Первой мировой войны. Подробный анализ этой ситуации требует от исследователя рассматривать XX век как период борьбы за власть «восставшей массой»³ и тоталитарных режимов. В этой борьбе суждено было в значительной мере потерять свое вли-

1 Официальный сайт Первого канала – www.1tv.ru

2 См.: Хренов Н.А. Публика в истории культуры публики в ракурсе психологии масс. М., 2007.

3 Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. М.: АСТ, 1930 [2008].

яние таким традиционным ценностям, как вера в Бога и заповеди религии, авторитет старейшин, семья и т.д. Традиционные ценности часто рассматривались как препятствие на пути прогресса. Эта общеевропейская тенденция чрезвычайно ярко проявлялась в России, где начало XX века ознаменовано сломом всего жизнеустройства. Отрицание ценностей прошлого ярко воплощено в советских лозунгах «Грабь награбленное!», «Партия – ум, честь и совесть нашей эпохи!», «Долой гнет и обывательщину домашнего быта!», «Долой древнюю дедовскую деревню!», «Бросьте, братьцы, богов бояться!» и т.д.

Однако пропаганда через отрицание традиционных ценностей в СССР была лишь кратким периодом, после которого потребовалось ввести общественную жизнь в рамки жесткой государственности. В СССР происходит бюрократизация общественной жизни в рамках государства и создание новых доктрин, которые необходимо распространять в массах. Разрушенные в ходе революционных бурь нравственные критерии личности заменяются государственными оценочными установками. На этом этапе идеология замещает религию. В России 1930-х годов частью этой идеологии становится старая идея прогресса, что тоже можно проиллюстрировать лозунгами: «Советы и электрификация есть основа нового мира», «Кадры, овладевшие техникой, решают все!», «Индустриализация – путь к социализму!» и др.

Такой подход к идее прогресса включает веру в перспективность социальных изменений, в их естественность и природное свойство развиваться по универсальной схеме: всегда вперед и всегда к лучшему. Прогресс заставляет общество пребывать в состоянии непрерывного совершенствования (хотя этот процесс иногда может быть временно прерван или иметь индивидуальную скорость в разных местах). Прогресс, таким образом, становится мифом: «Веря в прогресс, вы придерживаетесь разветвленной идеологии, которая, как и прогресс, имеет характер религии, положения которой не оспариваются, недостатки которой не заметны для ее последователей. Наделенный определенными полномочиями прогресс может считаться “мифом” в антропологическом смысле»¹.

Активный процесс индустриализации, строительство нового общества, пренебрегающего ценностями традиционной культуры, связанной с аграрным обществом, – все это оправдывалось коммунистическими идеями, рассматривавшимися как прогрессивные. Все, кто не стремился к модернизации всего устройства жизни, кто не признавал прогресс как непреложное благо, оказывались врагами (в СССР это прежде всего были священнослужители, дворяне, крестьянство, сопротивляющееся индустриализации). Против них, «врагов советского прогресса», будет направлено много пропагандистских кампаний тех лет. Прогресс и модернизация жизни как общественные ценности должны были вытеснить частные ценности, приверженность которым расценивалась как

1 Wright R. A Short History of Progress. Cambridge, MA : Da Capo Press, 2005. P. 4.

мещанство (это ярко иллюстрирует советский лозунг «Домашняя кухня – очаг мещанства и рабства женщины»). Те же, для кого эти частные ценности сохранили свою значимость, тоже воспринимались как враги. Демонстрация многочисленных побед над «врагами» упрочивает авторитет государства и подтверждает верность его оценочных установок.

Период 1970-х – начала 1980-х годов (брежневская эпоха) в СССР становится периодом «мещанства», сопровождавшегося некоторым ослаблением веры в прогресс (хотя наука и индустрия, особенно военная, продолжали стремиться к тому, чтобы быть на передовых рубежах). В противовес все большее значение приобретают индивидуализм, личные ценности, интерес к своей истории, к религии. Культура тех лет подталкивает людей к тому, чтобы ощущать свою индивидуальность, утверждать ценности, не совпадающие с государственными установками. Некоторые исследователи называют этот период «брежневской модернизацией»¹. В этот период модернизация – это прежде всего усвоение норм западной потребительской культуры, достижения которой воспринимаются как истинно прогрессивные в отличие от кажущегося мнимым индустриального прогресса СССР с его «великими стройками» и достижениями военно-промышленного комплекса.

После короткого периода перестройки, которая во многом была синонимом прогресса, после развала СССР, когда идеи прогресса были вытеснены более насущными проблемами, наступил период стабилизации, связанный с именем Владимира Путина. В годы его президентства оказалось, что правящие элиты вновь нуждаются в идее прогресса, чтобы поддержать свой авторитет, а образцом для ее реализации становятся несколько трансформированные, но вполне узнаваемые советские лекала. В результате начала происходить не модернизация сознания масс, а его советизация. Наиболее ярко этот процесс можно проследить на примере национальных каналов российского телевидения. На протяжении 2000-х годов в их эфире появлялось все больше программ, где сначала просто вспоминали о советском прошлом, а позже стали его откровенно идеализировать².

Казалось бы, разговор о модернизации должен был восприниматься как альтернатива этому навязчивому взгляду в прошлое. Однако, как показали наши исследования, говоря о модернизации страны (то есть о будущем), российская пропаганда использует мифы и символы, корнями своими уходящие в советскую пропаганду.

Сразу скажем, что пропагандистская кампания модернизации и ее флагман Сколково в средствах массовой информации в период 2006–2010 годов не была однозначно удачной. Об этом красноречиво свидетельствуют результаты

- 1 Макаркин А. Брежневская модернизация: коллективизм и индивидуальность // Неприкосновенный запас. 2011. № 1. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2011/1/ma3.html>
- 2 Подробнее об этом см.: Novikova A. Myths of Soviet values and contemporary Russian TV // Russian Journal of Communication. 2010. N 3/4. P. 280–294.

социологических опросов, в частности фонда «Общественное мнение» (2011)¹, по данным которого более 60% россиян не видят никаких признаков модернизации в России, даже в тех ее местах, где делаются большие вложения в инфраструктуру. По данным Левада-Центра², по состоянию на апрель 2011 года треть населения (34%), несмотря на регулярные сообщения в телевизионных новостях, ничего не знала о Сколково, половина россиян (53%) что-то слышала, но не могла сказать ничего конкретного. Остальные же не верят в перспективы модернизации, предполагая, что деньги, направленные на создание Сколково, будут потрачены малоэффективно (36% опрошенных), совершенно неэффективно (5%) или будут разворованы (19%).

И все же мы решили проанализировать телевизионные репортажи на тему Сколково, поскольку этот пример представляется нам весьма показательным. Он позволяет делать выводы о том, почему россияне не верят предлагаемому им нарративу о модернизации.

Как мы уже сказали, в исследуемый период дискурс о модернизации на телевидении претерпевал изменения. На всех трех выделенных нами этапах главной задачей было формирование представления о той социальной общности, которая будет движущей силой модернизации. Первый этап при этом – поиск «своих».

Первый этап: Сколково – «свои» и «чужие»

Первый этап мы предлагаем ограничить хронологическими рамками (21.09.2006 – 20.09.2009). Это период разработки проекта и строительства собственно Московской школы управления «Сколково», формирования команды. Также в этот период Дмитрий Медведев только готовится к тому, чтобы стать преемником Владимира Путина. В этот период именно Дмитрий Медведев главный и практически единственный герой сюжетов о «Сколково» Лишь в первом сюжете³, сообщая о том, что в чистом поле в Подмоскowie закладывается символический камень, знаменующий начало строительства, появляется Владимир Путин (тогда действующий президент РФ).

Через полгода (26.01.2007), когда телевидение в следующий раз упомянуло о проекте, было уже очевидно, что это будет детище именно Дмитрия Медведева (тогда вице-премьера). На Экономическом форуме в Давосе он проде-

- 1 Более подробную информацию о специфике исследования можно найти в: А вокруг благодать – ничего не видеть: Модернизация глазами россиян / ФОМ. М., 2011. URL: <http://fom.ru/modernizacija/24-a-vokrug-blagodat-nichego-ne-vidat> (дата обращения: 30.04.2011).
- 2 Более подробную информацию о специфике исследования можно найти в: Россияне о проекте «Сколково» и модернизации страны / Левада-Центр. Москва, 26 апреля 2011. URL: <http://www.levada.ru/press/2011042601.html> (дата обращения: 30.04.2011).
- 3 От 21.09.2006, Первый канал, <http://www.1tv.ru/news/social/60576>. Здесь и далее мы анализируем сюжеты и цитируем тексты, опираясь на версии, хранящиеся в архиве новостей на официальном сайте Первого канала: <http://www.1tv.ru/news>

монстрировал свой прозападный настрой, говоря, что пока «учиться искусству капитализма наши люди могут только за границей» и для того, чтобы исправить эту ситуацию, на должности преподавателей в «Сколково» следует приглашать известных западных профессоров, а в партнеры – западные школы управления. Так Дмитрий Медведев продекларировал свое недоверие российским экономическим школам и школам управления, которые к тому моменту почти 20 лет существовали в РФ. Оказывается, учиться там нечему. И только сейчас, спустя 20 лет после перестройки, в России должна появиться «правильная» бизнес-школа.

Прозвучавшая оппозиция «своих» и «чужих» в последующих сюжетах будет обостряться. «Свои» для руководителей и идеологов проекта – западные партнеры, а «чужие» – ряд российских экономических, а потом и научных школ. Таким образом, уже в самом начале формирования мифа о Сколково власть дистанцируется от существующего среднего класса, креативного класса¹, предпочитая вырастить новое поколение, свободное от российских стереотипов и всем обязанное правящей элите.

На современном этапе телевидение постоянно показывает элиту, которая воплощает идею успеха, подразумеваемую в официальном нарративе. Эта элита – идеализированная бизнес-каста, богатая, хорошо подготовленная в области финансов и новых технологий, – руководит страной, которой не без оснований гордится. Эта элита – воплощение успеха, а формирование представления об успехе – одна из главных задач модернизации.

В самом деле, одна из главных целей, к которой традиционно стремятся теоретики и практики пропаганды, – формирование представления о том, что существующая в обществе социальная иерархия – единственно возможная и является общественным благом. Достигается это, в частности, с помощью телевидения, предлагающего зрителям специально отобранные истории из жизни, утверждающие нужные ценности, дающие образцы поведения. Эти истории базируются на реальных событиях, но отобраны так, чтобы подтвердить естественность существующей иерархии. Любой выбор подобного рода не пассивно отражает действительность – он обусловлен стоящими перед пропагандистами задачами². Фрагменты реальности выстраиваются в последовательный и логичный «поток жизни», который легко перепутать с реальностью.

Спротивление же миру требует усилий, что могут и хотят делать не все. Те, кто умеет отличать мираж от реальности, автоматически оказываются в роли «врагов» или просто «чужих». В данном случае такими «чужими» становятся представители академического образования и науки. С ними заочно полемизирует Медведев, в частности на заседании Международного попечительско-

1 См.: Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI, 2005.

2 См.: Todorov T. El miedo a los bárbaros. Barcelona: Galaxia Gutenberg-Círculo de Lectores, 2008.

го совета школы управления (репортаж был в эфире 06.06.2007). Он как будто слегка оправдывается: «Очевидно, что без создания... нового образования... качественно изменить бизнес-среду не удастся. Считаю, что в нашей стране должны сохраниться как нормальные классические университеты, так и новые формы образования»¹.

Получилось, что он дистанцировался и от современной бизнес-среды, которая его не удовлетворяет и ее тоже надо менять, и от нового образования, которое, в отличие от «нормального классического», оказывается «ненормальным». Однако через несколько лет, когда Сколково уже превратится в символ модернизации, Владислав Сурков уточнит, что их задача «не сделать евроремонт в нашем советском доме, а построить новую Россию с новой экономикой» (21.03.2010)², но «в этой работе есть те, кто нам будет мешать» (18.04.2010)³.

Проект «Сколково» – сигнал для Запада: Россия больше не хочет ощущать себя преемницей СССР, ни отрицательных, ни положительных его составляющих (каковой всегда была наука). С приходом к власти Медведева это все более ощутимо. Однако если идеологическая составляющая Советского Союза в этот период отвергается более агрессивно, чем при Путине, то авторитаризм и империализм Советов осуждается менее жестко.

Оглядываясь назад, современная Россия деидеологизирует СССР, как бы освобождая его от коммунизма, но вопрос о десоветизации современной России на официальном уровне поднимается крайне редко. Историческая модернизация и политическая модернизация становятся в некотором смысле двумя сторонами одной медали⁴. Сохранение некоторых идеологических постулатов, на которых базировался СССР, подается как инструмент сохранения культурной идентичности и способ смягчения социокультурной травмы, нанесенной развалом СССР⁵.

Так, в ходе пропагандистской кампании Сколково жесткую позицию по поводу перспектив советской научной школы пытаются смягчить очень символической акцией поддержки проекта творческой интеллигенцией. В финале театрального фестиваля «Черешневый лес» представители российского бомонда приняли участие в воскреснике и посадили черешневые деревья в Сколково (31.05.2009), а саду дали имя одного из любимых советских актеров – Олега Янковского.

1 <http://www.1tv.ru/news/economic/65285>

2 <http://www.1tv.ru/news/social/150742>

3 <http://www.1tv.ru/news/techno/152536>

4 Подробнее см.: Калинин И. Ностальгическая модернизация : Советское прошлое как исторический горизонт // Неприкосновенный запас. 2010. № 6. С. 74. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/6/ka2.html>; Копосов Н. Память строго режима : История и политика в России. М. : Новое литературное обозрение, 2011.

5 См.: Sztompka P. The Sociology. Moscow : Logos, 2008 [2002].

В этой небольшой акции значима каждая деталь. Название «Черешневый лес» ассоциируется с чеховским «вишневым садом», который был символом традиционной дворянской культуры России, разрушающейся под давлением индустриального общества. Артист Олег Янковский, имя которого присвоили этому саду, для старшего и среднего поколения телезрителей – воплощение советского интеллигента (умного, не удовлетворенного жизнью, заливающего горе вином, способного на экстравагантные поступки). Но более всего наполнена смыслами ассоциация Сколково с городом-садом. Введение этих символических элементов «русской идентичности» в пропаганду модернизации – попытка показать, что, вступая на пусть западной, капиталистической модернизации, Россия не теряет своего контекста.

Город-сад – символ модернизации по-советски, модернизации начала XX века. Он отсылает нас к знаменитому стихотворению Маяковского, герои которого (рабочие), лежа в грязи, прячась под «старою телегою» от проливного дождя, мечтают о том, что «через четыре года здесь будет город-сад!»¹. Это стихотворение тоже пропаганда, и оно тоже четко определяет те образцы, которые достойны подражания. У Маяковского герои – рабочие, для которых мечта о светлом будущем и гордость за свою миссию важнее голода, темноты и сырости. О них поэт говорит:

*Я знаю – город будет,
я знаю – саду цвeсть,
когда такие люди
в стране советской есть!*

Для современных пропагандистов герои, которые построят город-сад, – властная элита: глава государства, несколько бизнесменов и управленцев «правильной формации», несколько российских профессоров, а также западные бизнесмены и ученые, готовые учить россиян модернизации.

В течение первого из выделенных нами этапов на Первом канале вышло совсем немного сюжетов, где упоминается Сколково. Всего восемь. Основная работа осталась за кадром. В этом попытались убедить общественность авторы проекта, пригласив журналистов быть свидетелями посещения Д. Медведевым бизнес-школы в Сколково (20.09.2009).

Спустя три года после начала проекта зрители увидели современные корпуса, напичканные компьютерной техникой, группу студентов в форменных красных шарфах. Видеоряд должен был свидетельствовать о том, что теперь в Подмосковье есть своя маленькая Америка. Однако нас, как аналитиков, настораживает тот факт, что студенты предстают в репортаже в виде толпы. Зрителям почти

1 Маяковский В.В. Рассказ Хренова о Кузнецкстрое и о людях Кузнецка (1929 год) // Маяковский В.В. Полн. собр. соч. М., 1958. Т. 10. С. 128–131.

не показывают их лиц крупным планом, мы не слышим их мнение, не знаем, кто они и откуда. Их функция – оживить официально-парадную картинку.

Вместо репортажа о жизни «новой элиты» зритель видит обычный рекламный ролик учебного заведения, который сделан по хорошо известному шаблону, базирующемуся на старой идее прогресса. Согласно ей технологическое развитие приравнивается к улучшению качества жизни. Одной из самых важных ценностей оказываются технологии. Мало университетов мира не хотят подчеркнуть в своих рекламных роликах владение «новыми технологиями».

Не отыгрывается на этом этапе и чрезвычайно популярный за пределами России и способствующий модернизации повествования миф о молодом неформальном предпринимателе: технологически подготовленном, амбициозном, конкурентоспособном, богатом (уровень успеха измеряется миллионами долларов), который одновременно остается патриотом, уважающим своих предков и гордящимся историей своей страны.

Это, однако, не означает, что данный миф не интересует российских пропагандистов. Связь между модернизацией и исторической памятью явно ощущается в молодежноориентированных программах. Неудивительно поэтому, что одним из наиболее активных институтов в пропаганде модернизации было Федеральное агентство по делам молодежи¹ во главе с Василием Григорьевичем Якеменко². В частности, одной из акций агентства, пропагандирующей нарратив, ориентированный на воспроизводство правящей элиты, является организация в рамках Международного молодежного форума «Селигер» ассоциаций «Молодой предприниматель России», «Юные лидеры России», «Молодежные правительства России».

Дополнительной целью агентства является воспитание у молодежи чувства патриотизма, которое в качестве обязательного компонента включает в себя определенный способ понимания исторической памяти. Так, целью проекта «Наша общая Победа» становится не только создание видеоархива воспоминаний ветеранов Великой Отечественной войны, что само по себе неплохо, но и «борьба с фальсификацией истории», под которой кроется нежелание отказаться от ряда постулатов советской идеологии (в частности, от имперских амбиций)³. Это еще один пример того, как два вышеупомянутых нарратива переплетаются. Модернизация по-русски требует от предприимчивых гражд-

1 Дискурс, используемый агентством для определения различных проектов, организуемых им или финансируемых (полностью или частично), является хрестоматийным примером пропаганды.

2 Главный идеолог и исполнитель государственной политики, направленной на молодежь, бывший руководитель молодежных групп поддержки Путина («Идущие вместе», «Наши»).

3 Примером может служить ожесточенная полемика вокруг созданной в мае 2009 года Комиссии по противодействию попыткам фальсификации истории в ущерб интересам России. Пример дискуссии на эту тему см. в: <http://www.svobodanews.ru/content/transcript/1735458.html>

дан, руководителей, смотрящих в будущее, но продолжающих вдохновляться героическим советским прошлым, принимать к нему как к неиссякаемому источнику патриотизма. Несогласие с такой позицией международного сообщества¹ ничуть не смущает российских идеологов. Вероятно, они предполагают, что для западных инвесторов потенциальная финансовая выгода от сотрудничества со Сколково важнее фундаментальных мировоззренческих разногласий, что вполне может подтвердить третий из выделенных нами этапов.

Еще один проект агентства – премия за лучший инновационный проект им. В. Зворыкина. Прикрываясь именем русского инженера, эмигрировавшего после революции в США и реализовавшего там свои идеи по созданию телевидения, Зворыкинский инновационный проект определяет свою главную цель в русле исследуемой нами пропагандистской риторики: «...дать возможность молодым представителям интеллектуальной элиты страны реализовать свой творческий и научный потенциал и прийти к успеху и, конечно же, богатству путем коммерциализации своих инновационных проектов»². В частности, лауреаты премии «За лучшую бизнес-инициативу», по словам организаторов, «должны стать образцами успеха (героями) для молодежи, ориентировать жизненные стратегии молодого поколения»³.

Однако зрители не видят на телеэкране ни героев, ставших резидентами Сколково (о чем сообщает официальный сайт проекта), ни других успешных молодых предпринимателей. Сколково для российской телеаудитории остается безликой абстракцией. Удостовериться лично, «свои» или «чужие» для него молодые инноваторы, телезритель не может. Впрочем, на втором этапе попытка продемонстрировать собирательное «лицо будущего» была сделана. Но эта роль была отведена не предпринимателю, а молодому прикладному ученому, предпочтительно инженеру.

Второй этап: Сколково и «модернизация для всех»

Второй этап продвижения Сколково в СМИ связан с идеями модернизации не только бизнес-образования, но и социальной сферы в целом. Началом отсчета нового этапа для нас становится репортаж с круглого стола, проходившего в Кремле (18.03.2010). Там президент встречался со школьниками и студентами, победителями международных олимпиад. Именно им глава государства сообщил о своем решении строить в Сколково «крупный центр, где молодые ученые смогут разрабатывать новые технологии». При этом Дмитрий Медведев специально акцентировал внимание общества на том, что «скорость имеет особое значение».

1 См. подробнее: Резолюция ПА ОБСЕ «Воссоединение разделенной Европы» (2009). URL: <http://www.svobodanews.ru/content/backgroundunderfullpage/1768840.html>

2 Информация взята с официального сайта «Зворыкинский проект». URL: http://www.innovaterussia.ru/info/project_description (дата обращения: 14.06.2011).

3 Там же.

Надо уточнить, что Медведев не всегда придерживался идеи быстрых изменений¹, однако тема скорости занимает центральное место в классическом повествовании прогресса. Пресса и популярная в XIX веке литература полны од пароходам, а также скорости и мощности железной дороги. Продолжая метафору, можно сказать, что прогресс – поезд, на который надо успеть, чтобы не отстать от хода истории (если воспринимать историю как историю прогресса) и не застрять в «традиции» как архаике.

Классическая пропаганда прогресса провоцирует страх перед опозданием на этот поезд и использует стресс, вызванный этим страхом, для своих целей. Пример мы видим в докладе Института современного развития (2011) под названием «Обретение будущего. Стратегия 2012». Отчет, предназначенный стать инструкцией по модернизации России, начинается с диагноза: «В начале XXI века Россия опять на распутье. Но теперь это выбор даже не между направлениями движения, а между будущим страны и его отсутствием, между движением вперед и скатыванием в охвостье мирового развития»².

За некоторыми из дискурсов модернизации стоит понимание истории как гонки, которую можно «выиграть» или «проиграть». Несколько апокалипсический тон отчета загоняет читающего в ловушку, заставляя его оценить положение дел как отчаянное и поверить в то, что из этой ситуации есть только два выхода: согласиться с предложениями авторов или погрузиться в хаос. «Россия опять пробуксовывает в экономике, сдает назад в политике, опускается в идеологии и явно не успевает в истории. Это уже было. Задержки с назревшим обновлением развалили Империю, потом СССР. Вызов будущего исчерпывается тремя формулами: “Время упущено!”, “Время не ждет!”, “Время обязывает!”»³.

Так что сама риторика нарратива о прогрессе обязывает Медведева педалировать тему скорости и времени. Очевидно, что больше всего для реализации скоростного процесса подходит молодежь, поэтому вполне логично выглядит и предлагаемый герой модернизации – молодой ученый.

Именно молодежь призывается на помощь стране перед лицом вызывающего опасения будущего. Медведев говорит: «Я надеюсь, что этот город будет построен, прежде всего для вас, для будущих лучших ученых»⁴. Однако молодежь оказывается настроена гораздо более прагматично, чем хочет президент.

- 1 «Хочу огорчить сторонников перманентной революции. Спешить мы не будем. Спешка и необдуманность в деле политических реформ не раз в нашей истории приводили к трагическим последствиям. В то же время не обрадую и тех, кого полностью устраивает статус-кво. Перемены будут. Они будут постепенными, продуманными, поэтапными. Но – неуклонными и последовательными» (Медведев Д. Россия, вперед! // Российская газета. 2009. 10 сент. URL: <http://www.kremlin.ru/news/5413> (дата обращения: 13.04.2011).
- 2 Обретение будущего : Стратегия 2012. URL: http://www.insor-russia.ru/files/Finding_of_the_Future%20FULL_.pdf (дата обращения: 31.05.2011).
- 3 Обретение будущего : Стратегия 2012. С. 4.
- 4 <http://www.1tv.ru/news/social/150594>

Она вовсе не склонна не разбирая дороги нестись к обещанному ей светлому будущему. Студенты задают вопросы о механизмах обеспечения молодых ученых квартирами и повышения зарплат научным работникам. Андрей Власов, победитель международной олимпиады: «Мой папа работает в Институте общей физики Академии наук, он доктор физико-математических наук, получает в качестве оклада 23 тысячи рублей, что сравнимо с зарплатой грузчика где-то средней квалификации».

В ответном слове президент формулирует отнюдь не западное, а вполне советское отношение к ученым и занятию наукой. Дмитрий Медведев: «Я начал вспоминать зарплату, которая была у моего отца, он тоже наукой занимался, и зарплату грузчика, допустим, в 70-е годы, когда я был совсем молодой, или в 80-е. И хотя он был тоже неплохой ученый, на мой взгляд, у него зарплата была, наверное, меньше, чем у грузчика по тем временам. Это не значит, что мы не должны повышать заработную плату, но дело в том, что, мне кажется, что это не очень правильная планка отсчета, потому что, если человек хочет заработать деньги, давайте по-честному друг другу скажем, он вряд ли когда-то пойдет в науку. Деньги проще заработать в другом месте, и более серьезные деньги. Это очевидно. Становись бизнесменом, в любом случае денег будет больше, чем даже у хорошего, продвинутого специалиста. И в науку, и в педагогику идут люди по призванию, поэтому, мне кажется, здесь не должно быть вот таких критериев отсчета, но это не значит, что государство не должно следить за зарплатой, это, конечно, очевидно, и эта зарплата должна быть конкурентоспособной применительно к сложившейся системе выплат в стране»¹.

Вышеприведенная цитата вызывает недоумение. Прежде всего крайне странно выглядит апелляция президента к временам своей советской юности и воспоминания о зарплатах того времени. Для мальчика, родившегося после распада СССР, этот аргумент вряд ли убедителен. Тем более что в проекте «Сколково» молодых специалистов призывают ориентироваться на США, где зарплата профессора вряд ли сопоставима с зарплатой грузчика и, кроме того, имеет значение социальный статус профессора. Но о престижности речь в этом разговоре вообще не идет. Мы видим другую оппозицию ценностей: материальному достатку противопоставлено призвание. Получается, либо у тебя есть призвание, тогда ты работаешь по призванию и получаешь «в соответствии со сложившейся системой выплат», либо у тебя нет призвания – тогда ты идешь в бизнес. Таким образом, вместо того чтобы менять общественные стереотипы, президент повторяет их перед многомиллионной аудиторией в контексте разговора о модернизации.

На этом этапе каждый репортаж о Сколково можно рассматривать как объект для подробного анализа, настолько они насыщены манифестами власти. В репортаже от 21.03.2010 Сколково уже называют «российской Кремниевой долиной», а главной задачей России – модернизацию «в чистом поле».

1 <http://www.1tv.ru/news/social/150594>

В. Сурков, вслед за Д. Медведевым, декларирует: «У нас есть прекрасные научные центры, которые созданы еще в советское время, и в Сибири, и в Подмосковье, и во многих других регионах. Там работают прекрасные специалисты, высококвалифицированные ученые, это целые города математиков, ученых и так далее, огромные достижения. Тем не менее решение такое принято и не должно никого обижать. Мы должны понять: наша задача – выйти на другую ступень цивилизации, наша задача – не сделать евроремонт в нашем советском доме, а построить новую Россию с новой экономикой»¹.

Здесь очень важно отметить декларируемый разрыв с традицией, который подается как необходимая составляющая модернизации. Этот разрыв тем более ощутим, что требует рассечения самой ткани мифа. Ведь в 1960–70-е годы в СССР инженер и ученый уже были подняты на вершину идеологической пирамиды. Они становились героями романов, кинофильмов, театральных спектаклей. Вдохновленные их образами молодые люди уезжали строить электростанции и новые города. И вот внукам тех инженеров снова предлагают стать главными героями модернизации, отрясая с ног прах былых достижений.

Является ли разрыв с традицией обязательным условием модернизации – вопрос спорный. Публицист А. Архангельский полагает, что модернизация должна работать с традицией, а не отвергать ее: «В отличие от архаики социальный модерн предполагает изменение реальности, последовательную работу с устоявшейся традицией, обновление ценностей и институтов. В отличие от авангарда он не отрицает устоявшиеся модели только потому, что они существуют давно. Он воспроизводим, как сам стиль модерна, который когда-то быстро распространился по всей Европе»². По мнению Архангельского, высказанному в той же статье, Сколково – это авангард, «уникальную модель которого невозможно тиражировать», Академия наук – архаика, «и никакие попытки ее реформировать ни к чему хорошему не ведут». И то и другое полезно для обновленной России, но для модернизации требуется создать «идеологию ненасильственного обновления всей сферы общественных отношений, экономических практик, культурных установок».

Однако именно это в России получается плохо, даже на уровне пропаганды. Как мы видели из предшествующих цитат Медведева и Суркова, они то пытаются использовать советские культурные установки и экономические практики (как в беседе Медведева со студентом), то полностью отрицают их, собираясь отказаться от традиции вовсе и «строить в чистом поле».

Вообще, заявления Суркова, считавшегося главным идеологом Кремля, являются хрестоматийным примером дискурса прогресса, которые мы анализируем здесь. Сурков снова и снова повторяет традиционные принципы неоли-

1 <http://www.1tv.ru/news/social/150742>

2 Архангельский А. Модернизация предполагает запуск долгосрочного социокультурного процесса // Ведомости. 2011. 26 авг. URL: http://www.vedomosti.ru/opinion/news/1349462/mezhdu_garantiej_i_shansom (дата обращения: 27.08.2011).

берализма, которые обеспечивают органичное слияние идей технического прогресса с существующей в обществе социальной иерархией и ценностями традиционного патриотизма. Бег вперед, к высшему уровню цивилизации, которая понимается Сурковым консервативно, имеет у него религиозный оттенок: «Я верю в прогресс. Я думаю, это все не зря. Как Евангелие, несмотря ни на какие последующие эксцессы, – все равно это путь к свету. И социальное устройство развивается в целом позитивно. Хотя опасностей на пути, конечно, очень много. И, безусловно, мой оптимизм не оттого, что я считаю, что все будет очень легко. Легко не будет точно»¹.

Подобная интерпретация часто включает в себя ссылки на мифы идеализированного прошлого, но основана на прославлении будущего, на идее о том, что лучшее всегда впереди или, как Сурков сам говорит далее: «Это разрыв с традициями и формирование настоящего под диктовку будущего, наших представлений о будущем. Еще раз повторю классическую поговорку, что генералы всегда готовятся к прошлой войне. И в этом проблема. Мы должны готовиться к будущей войне. Если понимать шире, то на самом деле – к будущему миру. И вот этот взгляд на настоящее через Утопию в хорошем, позитивном смысле этого слова, это то, что нужно сейчас».

Политика, если верить Суркову, должна быть тоже иной: «Мы должны сделать инженера, изобретателя, ученого, представляющего прикладные отрасли знания, главным человеком в стране. Мы должны строить страну такой, какой хочет видеть он. Если инженер скажет: у нас должна быть такая политическая система и мне будет здесь комфортно – она должна быть такой»².

В обществе, сосредоточенном на технологии, инженер оказывается на вершине социальной и политической иерархии. Именно инженер, а не успешный и амбициозный предприниматель, как это принято в упомянутом выше западном мифе, должен стать символом модернизации по-русски. Однако речь идет не о любом инженере. Дмитрий Медведев дает поручение облегчить въезд в Россию западным ученым, разработать законопроекты и дать Сколково особый правовой статус, а также сделать все, чтобы квартиры там не становились собственностью, а арендовались: «Иначе через 15 лет там будет новая Рублевка»³. Создание хороших условий для бизнеса и иностранной академической элиты соответствует интересам русских властей. То, что предлагается, имеет отношение к представителям элит и иностранным работникам, но никак не улучшает жизнь отечественных квалифицированных специалистов, стоящих на более низких ступенях иерархической лестницы.

1 Владислав Сурков: Мы должны готовиться к будущему миру. Интервью первого заместителя руководителя Администрации Президента России Владислава Суркова главному редактору «Однако» Михаилу Леонтьеву. URL: <http://www.erpenza.ru/4997.html> (дата обращения: 19.01.2012).

2 <http://www.1tv.ru/news/social/150742>

3 <http://www.1tv.ru/news/polit/153305>

Кроме того, такая категоричность суждений, транслируемая федеральным каналом, выглядит, на наш взгляд, очень странно, так как в стране живут и будут, вероятно, жить дальше не только инженеры, но и представители других социальных страт, которые тоже являются гражданами и политическая система должна для них быть тоже комфортной.

Правда, будучи в Ханты-Мансийске (23.03.2010), Д. Медведев счел нужным озвучить, что модернизация проводится в интересах не только узкого слоя граждан, но и страны в целом. Он заявил, что «модернизация имеет социальное измерение, она нужна, чтобы повысить общий уровень жизни в стране»¹, но как это будет происходить на практике, Медведев не уточнил.

Весной 2010 года проект «Сколково» упоминается в федеральных новостях часто. До лета 2010 года – 15 сюжетов. Разнообразие контекстов самое широкое: от обсуждения технологической модернизации в области медицины до планов вступления в ВТО. Но почти во всех выступлениях Медведева проскальзывают реплики о необходимости модернизации в культуре и традициях общества. Например, в ходе беседы с В. Вексельбергом он отмечает, что «в России без внимания первого лица ничего не происходит. Это классическая для нашей страны ситуация, не могу сказать, что она меня радует. Но, к сожалению, во многом это до сих пор так»².

Общаясь с западными бизнесменами, президент напомнил, что в России 70 лет не было легального бизнеса и сложился негативный образ «частника», а надо сделать так, чтобы фигура бизнесмена стала популярной³. Однако никакие реальные действия для реализации этой задачи телезрители не видят.

На наш взгляд, постоянное повторение мысли о том, что нам нужно воспитать «новых людей», нужны новые бизнесмены, надо привлекать людей к управлению, заставляет зрителей окончательно уверовать в то, что этих людей и правда нет. А значит, нет альтернативы существующей власти! Раз телевидение не показывает реальных людей, которые способны реализовывать свои проекты, значит их нет вовсе. И опять, как и на первом этапе, власть обращает взоры телезрителей за границу.

Третий этап: поиски избранных

Летом 2010 года, на наш взгляд, начинается новый период кампании по продвижению Сколково. Главная тема – общение с иностранцами. В начале июня о своем желании сотрудничать объявила компания Nokia (03.06.2010), в середине июня Сколково становится важной темой Международного экономического форума в Петербурге (18.06.2010), где было объявлено, что о сотрудничестве думают Siemens, Boeing и др.⁴

1 <http://www.1tv.ru/news/economic/150891>

2 <http://www.1tv.ru/news/techno/154113>

3 <http://www.1tv.ru/news/economic/154868>

4 <http://www.1tv.ru/news/economic/156372>

Оценки, которые дают иностранные партнеры и инвесторы, должны подтвердить правильность избранного пути: Рафаэль Райф (ректор Массачусетского технологического университета): «Мы впечатлены проектом “Сколково”, особенно его целями и амбициозностью». Однако в этих словах сквозит некоторая ирония. Впечатленность амбициозностью проекта – это не то же самое, что впечатленность результатами работы. Да и цели проекта, похоже, иностранцы и российская власть понимают по-разному. Джон Чемберс (глава компании Cisco): «Мы способствовали появлению десяти тысяч миллионеров в нашей компании, потому что быстро начали сотрудничать с работодателями в Кремниевой долине в США. И при работе по проекту “Сколково” мы бы хотели достичь аналогичных результатов и разделить успех со всеми»¹. То есть все не амбициозность наших проектов волнует западных бизнесменов, а возможность заработать миллионы. Кто же разделит этот успех с ними? Кто станет избранным?

Их список, как кажется, озвучен на форуме в качестве «группы поддержки» проекта – попечительского совета, который возглавил Д. Медведев: «Это заместитель председателя правительства Сергей Собянин, первый заместитель главы Администрации Президента Владислав Сурков, помощник Президента Аркадий Дворкович, заместитель председателя правительства Алексей Кудрин, министр экономического развития Эльвира Набиуллина, министр науки и образования Андрей Фурсенко, председатель наблюдательного совета Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере Иван Бортник, глава Внешэкономбанка Владимир Дмитриев и президент Академии наук Юрий Осипов»².

Кто будет обеспечивать производство тех миллионов, которые получают западные бизнесмены и российская власть, можно догадаться из следующего блока сюжетов, описывающих четырехдневной марафон президента Медведева по США в июне 2010-го, организованный в целях пиара проекта «Сколково».

Свой визит Д. Медведев начал с посещения Калифорнии и заявления, что объект особого интереса – Стэнфордский университет и Кремниевая долина. По сути, Медведев в США тот самый успешный молодой предприниматель (в нашем случае предприниматель-политик) из упомянутой нами выше западной мифологии о модернизации: он открывает страничку в Твиттере и публикует там фото с видом из окна гостиницы, публично наслаждается разработками Cisco, продвигающей технологию «умного города», подключенного к Интернету. Именно так он предполагает обустроить Сколково, ведь главное – создать «инфраструктуру и атмосферу».

Этот же образ, вероятно, должны были подтвердить две встречи «без галстука». Первая проходила в кафе, где за столиками расположились бывшие российские

1 <http://www.1tv.ru/news/economic/156398>

2 Там же.

граждане, работающие в США. Медведев пообщался с ними «на равных», обещая такие условия в Сколково, что они захотят вернуться. Тем более что уезжали они бедными и никому не нужными молодыми учеными, а вернутся победителями, избранными, наделенными правом отбирать себе в команду лучших из лучших. Дмитрий Медведев: «“Сколково” в идеале должно, может быть, не в таких масштабах, может быть, чуть в меньших масштабах, но превратиться вот в такую систему, которая просто заманивает людей, в которую хочется приезжать, с которой хочется работать, которая, как губка, впитывает самых разных людей из самых разных стран, потому что можно это назвать и “открытой дверью”, и “открытым окном”, и действительно это невозможно создать каким-то распоряжением»¹.

Тут уже трудно не согласиться с президентом. Никакими распоряжениями такого добиться невозможно. В современном мире людей нельзя заставить уехать из Кремневой долины, чтобы поднимать престиж страны, «догоняя и перегоняя Америку»². Можно только попытаться убедить их в том, что это соответствует личным интересам креативного класса. Судя по реакции собеседников, Медведеву сделать это не удалось. Российских эмигрантов трудно обмануть обещаниями и демократичной манерой беседы президента. Они легко считывают подтексты и реагируют на ассоциации, которыми вольно или невольно, но полны слова Медведева.

Так, словосочетание «открытое окно» у российского человека не может не ассоциироваться с мифом о царе Петре, который, с юных лет проявляя интерес к наукам и заграничному образу жизни, после длительного путешествия по Западной Европе развернул масштабные реформы российского государства и общественного уклада. Он, если пользоваться лексикой мифа, тоже «прорубал окно в Европу». Впрочем, это не помешало ему стать первым императором всероссийским, а не просто царем всея Руси.

Директор российских исследований Американского института предпринимательства Леон Арон, аналитик «Лос-Анджелес Таймс», мгновенно откликается на визит Медведева статьей, в которой высказывает мнение, что проект «Город инноваций в Сколково» вряд ли может считаться новой стратегией. Он тоже вспоминает модернизационные инициативы Петра Первого с его Немецкой слободой, куда не пускали простых москвичей – дабы «не заразились иностранным влиянием», а также сталинские пятилетки и индустриализацию. По мнению обозревателя, инновационная бизнес-модель вряд ли может быть выстроена в подобной атмосфере³.

1 <http://www.1tv.ru/news/polit/156606>

2 Часто цитируемые слова из работы В.И. Ленина «Грозящая катастрофа и как с ней бороться» (сентябрь 1917 года), превратившиеся, таким образом, в политическое клише.

3 Президент России Дмитрий Медведев прибыл с визитом в США // Эхо Москвы. 2010. 23 июля. URL: <http://www.echo.msk.ru/news/690110-echo.html> (дата обращения: 19.01.2012).

Свое неверие в глубину и необратимость изменений в мировоззрении российской власти продемонстрировали на второй встрече Медведева преподаватели и студенты Стэнфордского университета. Хотя проходила она не в кафе, а в конференц-зале, но и тут создавалось ощущение, что он заполнен преимущественно выходцами из России. Все вопросы, которые услышали телезрители, были заданы по-русски. С этой аудиторией президент старался быть лаконичен (озвучил свои планы в 10 тезисах) и демократичен (шутил, цитировал русскую классическую литературу), но на вопросы о политике отвечал достаточно жестко: «Наша политическая система находится в постоянном развитии. При этом, конечно, мы не застрахованы от ошибок и готовы улучшать нашу политическую систему. Но, конечно, мы собираемся делать это самостоятельно и без поучений, что называется, извне»¹.

Российские эмигранты Медведеву не поверили и подарили подарок «со смыслом»: плакат советских времен «От мрака – к свету, от печали – к радости. Пролетарии всех стран, соединяйтесь!». Президент реагировал иронично, уточнив, что он за заголовок плаката, но против подзаголовка. А ответным даром снова вызвал исторические аллюзии: это была картина с изображением Петербургского университета, который, как известно, считается преемником так называемого Академического университета, учрежденного одновременно с Академией наук указом Петра I.

Однако образ Медведева как политика-предпринимателя-инноватора имел в эфире и оборотную сторону. Даже в разговоре с креативным классом президент не смог удержаться от имперской риторики (хотя прекрасно понимал, какую реакцию это может вызвать у аудитории). В мероприятиях, адресованных массовому российскому зрителю, прежде всего телевизионному, Медведев демонстрировал классические российские имперские традиции. Так, в самом начале визита подписал соглашение о том, что отечественный бизнес будет финансировать содержание и реставрацию крепости Форт-Росс, основанной около 200 лет назад российскими купцами. В США кризис, а российский бизнес вполне может позволить себе сделать многомиллионные вложения (так приблизительно была обозначена стоимость проекта) в символ многолетних российско-американских отношений! Не это ли доказательство наших успехов в сфере экономики?!

Корреспондент Б. Кольцов комментирует это событие тоже с имперским пафосом: «В 2012 исполняется 200 лет со дня основания деревянной крепости, служившей оплотом Российско-Американской компании на западном побережье Североамериканского континента. Этот музейный комплекс, как и протекающая рядом река под названием Русская, в наши дни служат напоминанием, что два века назад эти земли осваивали русские первопроходцы и купцы, а теперь, в период кризиса, российский бизнес готов помогать шта-

1 <http://www.1tv.ru/news/polit/156607>

ту Калифорния в содержании комплекса и в подготовке к празднованию его 200-летия»¹.

Идея этой акции ясна: подчеркнуть, что Россия отличается от Запада верностью истинным ценностям. Этот тезис – часть традиционного арсенала классической российской пропаганды. Запад при этом определяется как «другие», истинные ценности давно не соблюдающие. Щедрость, чувство чести и товарищества, отсутствие двойных стандартов и лицемерия – вот моральные качества, подающиеся как неизменные и определяющие русскую идентичность. Поэтому Россия и оказывает США поддержку (финансирование), не спрашивая ничего взамен, только ради сохранения доброй памяти о своих предках. Этот жест «бескорыстия» должен восприниматься как неотъемлемая часть национального характера, вполне совместимая с идеей личного успеха.

Вторая часть имперской увертюры – посещение Медведевым крейсера «Варяг» в порту Сан-Франциско. Борис Кольцов: «Дмитрий Медведев своим решением изменил рабочий график второго дня пребывания в Сан-Франциско. Прежде чем отправиться в офисы высокотехнологичных компаний в Кремниевой долине, он поднялся на борт ракетного крейсера “Варяг”, флагмана Тихоокеанского флота, который прибыл сюда для сопровождения Верховного главнокомандующего»². Повод предыдущего посещения российским кораблем бухты Сан-Франциско должен усиливать значимость нынешнего визита. Владимир Касатонов, командир отряда кораблей Тихоокеанского флота: «В порту Сан-Франциско российский корабль надводный не был с 1863 года. В 1863 году сюда заходила эскадра надводных кораблей с целью политической поддержки Соединенных Штатов как государства. Она со своей задачей справилась»³.

Акценты расставлены – выводы зритель сделает сам. Ему ведь уже всячески намекали: президент Медведев ездил в США не для того, чтобы просить помощи в реализации проекта «Сколково», он ездил безвозмездно помогать Америке, изможденной экономическим кризисом, сохранять верность истории и выходить на новый виток технологического развития вместе с российским инноградом! Можно ведь и так интерпретировать все то, что происходило во время визита главы РФ в США...

Промежуточные результаты

Как ни странно, пропагандистской риторике не верят не только те, кого прочили на роль «избранных»: иностранцы и российские эмигранты. Не верит ей и массовый российский телезритель, которому адресованы сюжеты выпусков новостей Первого канала. Доказательством тому служит другая программа то-

1 <http://www.1tv.ru/news/polit/156575>

2 <http://www.1tv.ru/news/polit/156606>

3 Там же.

го же Первого канала – юмористическая «Большая разница»¹. В ее эфире прозвучала и имела успех песня-пародия на мотив шлягера «Маленькая страна» (автор – Игорь Николаев, исполнитель – Наташа Королева) о стране девичьей мечты – стране вечной весны, юности и любви.

В пародийном варианте этой страной мечты предстает Сколково². Мы процитируем здесь слова этой пародии, так как в них в концентрированной форме заключена бóльшая часть мифов, используемых российской пропагандой для продвижения проекта иннограда:

*Есть в Подмосковьи за лесами маленькая страна,
Там люди с умными глазами, там жизнь чудес полна,
Там есть компьютеры с иголку и на газу мопед,
Размер у нее как у поселка и как у страны бюджет.*

Привеи:

*Сколковская страна, сколковская страна,
Мы здесь в России в настоящем, а в будущем лишь она.
Сколковская страна, сколковская страна,
Там могут управлять погодой и там всегда весна.*

Надо отметить, что никаких протестов против этой пародии властная элита не выражала. Не менее спокойно была воспринята информация о предполагаемой постановке оперы о Сколково (12 апреля 2011 года). Цитируем: «Как сообщили “Русской службе новостей” организаторы, спектакль под названием “Сказание о храме науки Сколково” пройдет в Московском академическом Музыкальном театре им. Станиславского и Немировича-Данченко. <...> Также организаторы поделились с РСН и сюжетом оперы: “В государстве Москопотамия правят два брата – бог Денег и бог Науки. У бога Денег есть свой храм, а у бога Науки храма нет. Визирю снится сон, как в стране кончилась нефть. Он делится с правителями мрачными играми своего подсознания. Боги решают построить храм Науки, чтобы спасти страну от гибели. Мудрый Визирь прилагает все усилия, чтобы принудить жрецов Денег к инновациям и возвести величественный храм”»³.

Неприкрытая ирония по поводу инновационного проекта властью была воспринята положительно. Несмотря на то что информация оказалась журна-

1 Программа «Большая разница» заняла второе место в рейтинге популярности за первый квартал 2011 года, имеет профессиональные премии ТЭФИ за 2010 год – в номинациях «Лучшая юмористическая программа», «Лучший продюсер телепрограммы» и «Лучший режиссер телевизионной программы». По итогам 2010 года ее ведущий Иван Ургант был признан самым популярным телеведущим России по версии «TNS Россия».

2 http://www.braznica.ru/ru/video/by_episodes/episode359.html

3 <http://rusnovosti.ru/news/134708>

листной «уткой», сама идея понравилась, иначе зачем было перепубликовать информацию на сайте Сколково?¹

На том же сайте с гордостью сообщили и о собственном художественном проекте – многосерийном 3D-сериале, где часть действия будет происходить в неназванном научном городке, устроенном по модели Сколково. В качестве героини сериала была выбрана любимая несколькими поколениями российских детей Алиса Селезнева из фантастических повестей писателя Кира Булычева.

По задумке продюсеров, «таким образом, российские школьники XXI века будут с детства привыкать к мысли об инновационной экономике, высоких технологиях и престиже технического образования». В «Сколково» рассчитывают, что мультфильм «поможет воспитать будущих пользователей университета подмосковного иннограда»². Проект сразу был запущен в действие, и на сайте появился отчет о первых успехах: «Президент России стал одним из первых зрителей мультипликационного фильма о приключениях Алисы Селезневой в Сколково. Действие разворачивается в 2023 году, а героиня мультфильма “Тайна третьей планеты” рассказывает о возможностях иннограда. Среди спонсоров мультипликационного проекта – всемирно известные режиссеры Тим Бертон и Тимур Бекмамбетов»³.

Почему не вызвала недовольства пародия на Сколково в эфире Первого канала? Для чего тиражировать журналистскую «утку» о спектакле и инициировать мультипликационный сериал об Алисе в Сколково весной 2011-го? На наш взгляд, ответ прост: почти год, прошедший со времени визита Д. Медведева в Силиконовую долину, проект пиарился крайне некреативно. Да и рассказывать было особенно не о чем. А при отсутствии хороших новостей подходит все, что помешает зрителями попросту забыть о проекте.

Среди однообразных репортажей о встречах президента Медведева или его помощников с учеными, руководителями иностранных государств и предполагаемыми партнерами и инвесторами проекта «Сколково», которые происходили в официальных интерьерах Кремля или загородных резиденций, даже критическая и ироническая информация воспринимается как удачный пиар-ход. Ведь по российской традиции ирония (даже очень злая) подается как часть специфического отечественного патриотизма (в стиле Гоголя и Лескова). В качестве доказательства иррациональной любви российских людей к своей родине телевидение рассказывает истории тех профессионалов, которые хотели бы вернуться. Так, в репортаже из японского Сколково – центра японской науки города Цукуба корреспондент заостряет внимание зрителя на том, что никакие технические достижения: робот-прислуга, роботы-сиделки, робот-психолог, «умный дом», который во всем послушен хозяину-инвалиду, – не мо-

1 См.: <http://skolkovomedia.ru/news>

2 <http://skolkovomedia.ru/news/gostya-iz-skolkovo.html>

3 <http://skolkovomedia.ru/news/prezident-posmotrel-multfilm-o-skolkovo.html>

гут заменить людям родины. Живущие и работающие среди всего этого фантастического мира в Японии российские ученые очень хотели бы вернуться обратно в Россию. Они заявляют, что верят: скоро Сколково превратится в Цукубу и благодаря этому жизнь в России через несколько десятилетий будет не хуже, чем в Японии¹.

То, что в реальной жизни пока ничего конкретно не предвещает такого развития событий, никого не смущает. Президент Национальной ассоциации инноваций и развития информационных технологий Ольга Ускова формулирует старую идею российской пропаганды: «Нам обязательно надо отчитываться, отчитываться перед всем миром, чтобы весь мир видел, какие мы молодцы и, собственно говоря, что мы умеем по каким-то вопросам затыкать их за пояс»². Заткнуть за пояс соседа – это тоже такой традиционный стимул российского человека. И Дмитрий Медведев с этим соглашается: «Я с вами согласен в том, что обязательно нужно предъявлять результаты, иначе возникает ощущение того, что мы находимся в таком бесконечном поиске, сталкиваемся с одними проблемами, нам ничего не удастся, мы такие лузеры на самом деле, у которых ничего не получается»³. И не беда, видимо, что предъявлять миру пока нечего, пока можно ограничиться «потемкинскими деревнями».

Настораживает, впрочем, не только отсутствие результата, но и риторика власти в ситуации, когда приходит время искать виновных в этом. Так, во время инновационного форума «Россия, вперед!», проходившего 14 декабря 2010 года, постоянным рефреном звучала формулировка «принуждение к инновациям»⁴. Это словосочетание прочно ассоциируется у российских телезрителей с опытом «принуждения к миру», приобретенным Россией во время грузино-осетинского конфликта 2008 года. Эта ставшая крылатой формулировка из лексикона ООН ставит понятия модернизации и мира на одну ступеньку иерархической лестницы. В русле этой дискуссии показательно звучит диалог, демонстрирующий достаточно жесткие отношения власти и бизнеса (что опять вызывает ассоциации с Петром Первым). Дмитрий Медведев: «Вон там коллеги, которые сидят в других местах, относящиеся к крупным предпринимателям, напряглись в ожидании принуждения к инновациям». Реплика из зала: «Да, Дмитрий Анатольевич, у вас есть успешный опыт и принуждения. Это мы знаем»⁵.

Хотя президент Медведев и делит элиту на «своих» (предприниматели новой волны) и «чужих» (крупные предприниматели из государственных корпораций), причем для первых он хочет быть другом, а для вторых – жестким правителем, на самом деле жесткости легендарного российского царя ему явно не

1 См.: <http://www.1tv.ru/news/techno/164092>

2 <http://www.1tv.ru/news/techno/167059>

3 Там же.

4 Там же.

5 Там же.

хватает. Ироничные реплики из зала подтверждают ощущение того, что отечественный бизнес в финансовый успех иннограда не верит.

Не верит в него и большинство россиян, а главное, предполагаемая движущая сила – сами ученые. По результатам исследования, проведенного группой ЦИРКОН, российские ученые и студенты в целом положительно оценивают идею технополиса. Однако почти половина (49%) опрошенных сомневаются в том, что в российском технополисе могут быть предложены достойные материальные и финансовые условия для комфортного проживания и работы. Еще 45% не верят, что в России возможно эффективное функционирование и развитие технополисов. Главной преградой успешной работы «Сколково» называют бюрократию и коррупцию¹.

Подтверждением опасений скептиков стал скандал вокруг строительных работ в Сколково. Построенная за огромные деньги автодорога за год пришла в негодность из-за «ошибок проекта, некачественных работ и применения дешевых материалов»². Претензии, предъявляемые к проекту иннограда, весьма серьезны, а журналисты утверждают, что на критику проекта в ряде средств массовой информации наложен запрет. Не находя выхода к обществу через традиционные средства массовой информации, недовольство тех, кто не верит официальной пропаганде, выплескивается в социальные сети в Интернете.

Так, критическая статья о Сколково, не принятая для публикации газетой «Известия», выкладывается в личном блоге ее автора, обсуждается и тиражируется его единомышленниками в Сети. В этих обсуждениях уже нет места дискуссии прогресса. Речь идет о традиционной коррупции и ошибках правящей элиты, ставящих под сомнение перспективность проекта. Авторы идеи Сколково обвиняют в банальном желании под маской инноваций обустроить очередную «распилочную». Именно этим, по мнению критиков, объясняется желание возводить инноград в чистом поле (так можно списать побольше на капитальное строительство) и поближе к Москве (чтобы не ездить далеко). Второе обвинение – совершеннейший волюнтаризм в принятии решений: «Научно-технический центр пытаются создать в чистом поле, где нет ни НИИ, ни вузов, способных обеспечить исследовательскую составляющую. В Долине есть Стэнфорд, в Томске – университет, в Дубне и Академгородке – мощные институты и отделение РАН. В Сколково есть бизнес-школа, но, простите, там технологий не делают, там делают менеджеров, причем очень дорогих, не для стартапов. Одних менеджеров для инновационного бизнеса мало»³. Обвинение третье – задача поставлена с ног на голову: «Долина и аналоги появлялись органично, снизу, силами самих сообществ. Государство в лучшем случае помогало с ин-

1 См.: http://www.dp.ru/a/2011/04/27/Tehnopolis_Skolково_pog

2 <http://www.s-pravdoj.ru/protiv-korruptcii/8543-2011-03-30-124920.html>

3 Силиконовая цензура: критика проекта «русской Долины» в Сколково под запретом? // Новости инноваций и венчурного рынка. URL: <http://www.unova.ru/article/2996>

фраструктурой, причем именно в тех местах, где это было необходимо и востребовано. С проектом русской Долины все наоборот: государство строит инфраструктуру в понравившемся ему месте, а не там, где есть спрос со стороны инноваторов. Причем проект строится в регионе, где выжить инновационной компании сложно – сверхвысокие зарплаты, расходы на аренду, подключение к сетям и прочие издержки в московском регионе в разы выше, чем в других частях страны. Для стартапов это смерти подобно»¹.

Все три обвинения в итоге сводятся к одному – проект обслуживает интересы верхушки специфической общественной иерархии в России. Элита имеет возможность «распиливать» государственные деньги, воспроизводство элиты гарантирует бизнес-школа в Сколково (в других местах опора идет на научный потенциал), тогда как не элиты иницируют модернизацию, она должна расти снизу, из недр креативного класса. В противном случае может получиться только тоталитарная модернизация по образцу советской индустриализации, что в современном обществе вряд ли возможно и совсем не перспективно. Такая модернизация не улучшит репутацию властной элиты России в мировом сообществе, а Сколково не только бизнес-проект, но еще и проект репутационный. Не в нашей компетенции прогнозировать перспективы бизнеса в Сколково, но что касается пропагандистской кампании проекта, то этот ее этап можно считать провальным. Массовый зритель, как показывают опросы, проектом не заинтересовался, а интеллектуалы расценили его как навязанный сверху².

Несмотря на то что ни одно из вышеназванных обвинений не прозвучало в проанализированных нами телевизионных сюжетах, по набору экспертов, комментирующих тему в телеэфире, очевидно, что научное сообщество не поддерживает проект. На совместном заседании комиссии по модернизации и попечительского совета «Сколково» Д. Медведев констатировал: «В информационном обеспечении деятельности центра “Сколково” участники проекта пока не преуспели»³. Иосиф Дискин, сопредседатель Совета по национальной стратегии, возложил вину за это на само экспертное сообщество и средства массовой информации: «Дело в том, что многие слышали о существовании проекта, а поскольку в экспертной среде высказывались в основном пренебрежительно-негативные оценки, интерес несколько снизился», «надо... чтобы Russia Today этим активнее занималась. Чтобы в эфир на свои передачи, особенно в англоговорящей и испаноговорящей редакции, приглашали тех, кто реально работает над этим проектом, кто может рассказать уже не об абстрактных пожеланиях, а о реальных достижениях», «популяризацию проек-

1 <http://www.unova.ru/article/2996>

2 Обсуждения см.: <http://www.unova.ru/article/2996>; <http://www.kommersant.ru/doc/1620423>

3 Первые итоги «Сколково» // Актуальные комментарии. URL: <http://actualcomment.ru/theme/1797>

та важно было поручить своей администрации, которая все-таки умеет проводить пиаровские акции. В результате знали бы о происходящем в «Сколково» и обычные наши люди»¹.

Бизнесмены же выразили сомнение в необходимости привлекать к проекту внимание широкой общественности: «Сколково, возможно, и не обязательно завоевывать популярность у всего населения страны, – отметил гендиректор холдинговой компании «Совтрансавто» Владимир Тян. – Как у инновационного образовательного и прикладного проекта, у него есть своя аудитория, до которой и должна доводиться исчерпывающая, релевантная и своевременная информация». Другая опора описанного нами мифа тоже, по мнению Владимира Тяна, не нужна: «Сколково не обязательно иметь большую популярность за рубежом. Привлечение крупных иностранных инвесторов в этот проект не будет стимулироваться сведениями о Сколково из массовых источников информации»².

Судя по проанализированным нами материалам, власть хотела получить от проекта «Сколково» и деньги, и международную репутацию, и голоса избирателей внутри страны. Однако международное научное сообщество не поверило российской власти, потому что подозревает ее в тоталитаризме (что, впрочем, не помешает осуществлению международных коммерческих проектов). Российское общество не поверило власти, потому что подозревает ее в коррупции. А отечественный креативный класс, который должен был стать героем инновационной модернизации, вышел в декабре 2011 года на улицы больших городов, чтобы сказать власти, что он уже существует, что он недоволен результатами обещанной модернизации³ и что с ним надо учиться договариваться.

Заключение

Дмитрий Медведев не смог стать лидером этого сообщества, хотя попытка сделать это, используя Сколково как повод и инструмент, очевидна. Ожидания, что проект «Сколково» станет важной частью предвыборной кампании Медведева, решившего баллотироваться на второй срок, не оправдались. И все же есть основания предполагать, что дискурс модернизации останется важным элементом политической пропаганды правящей элиты. Назначение после де-

1 <http://actualcomment.ru/theme/1797>

2 Экономика: Медведев потребовал сделать «Сколково» стреляющим брендом // VEJ. 2011. 25 апр. URL: <http://www.v-equities.ru/NovostiEkonomika.aspx?id=1334> (дата обращения: 21.09.2011).

3 Это подтверждают результаты опроса, респонденты которого в качестве одной из причин своего выхода на митинг «За честные выборы» 24 декабря 2011 года называют «разочарование в обещанной политике модернизации / в Медведеве» (42%). См.: Опрос на проспекте Сахарова 24 декабря // Пресс-выпуск Левада-Центра. 2011. 26 дек. URL: <http://www.levada.ru/26-12-2011/opros-na-prospekte-sakharova-24-dekabrja> (дата обращения: 27.12.2011).

кабрьских событий 2011 года Владислава Суркова на должность вице-премьера, курирующего вопросы модернизации и инноваций, с одной стороны, на наш взгляд, можно расценивать как пенсию или ссылку попавшего в опалу политика. Но с другой – в случае политического разворота – как новый этап пропаганды дискурса модернизации.

Интенсивность этой пропаганды нарастала с момента прихода Медведева на пост президента в 2008 году, и проект технопарка Сколково был в значительной степени флагманом этой пропаганды. В этой статье мы показали результаты мониторинга информации о Сколково в новостях самого популярного на сегодняшний день русского телеканала – Первого. Как видно из анализа фрагментов, современная пропаганда модернизации является наследником старой «пропаганды прогресса» XVIII–XIX веков, на которые пришлись глубокие социально-политические изменения, вызванные промышленной революцией. В информации о Сколково повторяется сомнительная аксиома, приравнивающая технологическое развитие к социальному, улучшающему уровень жизни граждан. Сколково предстает в официальной пропаганде как идеал, к которому сегодняшняя Россия стремится.

Более того, есть основания предполагать, что и на новом этапе развития дискурса модернизации (когда ее эталоном, возможно, уже не будет Сколково) упомянутая аксиома не потеряет своей привлекательности для правящей элиты. В своей статье «Россия сосредотачивается – вызовы, на которые мы должны ответить» Владимир Путин утверждает зависимость социальной модернизации от технологической и экономической. Говоря о заслугах правящей элиты, которая смогла вывести Россию из глубокого экономического кризиса, возникшего после распада СССР, он на протяжении всего текста подчеркивает рост доходов населения. Он и средний класс определяет преимущественно через уровень доходов: «В России за последние 10 лет сформировался значительный слой людей, которых на Западе относят к среднему классу. Это люди с доходами, которые позволяют в достаточно широких пределах выбирать – потратить или сберечь, что купить и как именно отдохнуть»; «экономика должна стать такой, чтобы граждане с высоким уровнем образования, с высоким уровнем запросов могли бы найти себе достойное место». «Уже сегодня на рынке труда 5 миллионов человек с высшим образованием не удовлетворены не только заработком, но и характером своей работы, отсутствием перспектив. Еще 2–3 миллиона – специалисты бюджетных учреждений, которые хотят найти для себя новую работу. Кроме того, 10 миллионов человек занято на производствах, построенных на архаичных, отсталых технологиях. Такие технологии должны уйти в прошлое»¹. Из дальнейшего текста следует, что образованные люди, довольные своей работой и заработком,

1 Путин В. Россия сосредотачивается – вызовы, на которые мы должны ответить // Официальный сайт партии «Единая Россия». URL: <http://er.ru/news/2012/1/16/putin-rossiya-sosredotachivaetsya-vyzovy-na-kotorye-my-dolzheny-otvetit/> (дата обращения: 19.01.2012).

автоматически преодолеют «элементарное неверие в собственные силы или недоверие к ближнему», и помогут им в этом религия, школа, «средства массовой информации, телевидение и интернет-сообщество»¹. А государство в лице правящей элиты будет всячески (в том числе и финансово) поощрять инициативу снизу.

Вышесказанное перекликается с официальной риторикой Советского Союза, где в определенные периоды утверждалось, что технологическое развитие ведет к развитию социальному, и это – «достижение коммунизма». Излишне говорить, что обновленная версия этой пропаганды направлена не на достижение коммунизма, она предлагает образ успеха, связанного с потреблением, успеха в бизнесе и, конечно же, богатства. Это мало чем отличается на данный момент от тезисов неолиберальной пропаганды, принятых в других странах мира.

Сходство это представляется нам неслучайным. Действующая в России пропаганда, частично наследующая традиции Советского Союза, частично использующая дискурс современной неолиберальной политики, проектирует образ глубоко иерархического общества. В конечном счете она направлена на консолидацию элиты как авангарда, максимально приблизившегося к «модернизации».

Не ставя перед собой задачи оценивать такую позицию, мы говорим лишь об успешности/неуспешности этой пропаганды. Исследования, цитируемые в тексте, свидетельствуют о недостатке народного доверия к проекту модернизации, а также к его флагману Сколково. Однако, если учитывать конечную цель государственной пропаганды – поддержку правящей элиты, возможно, результаты информационной кампании по проекту «Сколково» будут выглядеть не столь негативно. Иницилируя телевизионные сюжеты о Сколково, как и вообще дискурс модернизации в России, пропаганда показывает, кто, по мнению власти, должен модернизировать страну: инженеры, финансисты, эффективные менеджеры, знакомые с новыми технологиями, и т.д. В начале нового витка им дано уже обобщающее название. Причем важно, что Путин предпочел словосочетание «средний класс» (деля акцент на уровень доходов и потребления), а либеральная пресса чаще использует понятие «креативный класс» (обращая внимание на характер профессиональной деятельности). Но и правящая элита, и интеллектуальная элита едины в том, что именно на этот слой общества возлагается идеологическая миссия формировать «социальное воображаемое», под которым мы понимаем «способы, благодаря которым они (люди. – М. В., А. Н.) представляют собственное существование в социуме, свои взаимоотношения с другими людьми, ожидания, с которыми к таким контактам обычно подходят, и глубинные нормативные идеи и образы, скрывающиеся за этими ожиданиями»².

1 Путин В. Россия сосредотачивается...

2 Тейлор Ч. Что такое социальное воображаемое? // Неприкосновенный запас. 2010. № 1. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/69/te3.html>

Будущее страны во многом зависит от того, сумеет ли власть канализировать (в частности, с помощью средств массовой коммуникации, инициируя медиаистории, подобные истории о Сколково) ожидания креативного класса, удержав процесс модернизации в русле, которое не угрожает существующей в обществе иерархии, или «социальное воображаемое» новой общности (подстегиваемое социальными медиа, как это было в декабре 2011-го) эту иерархию разрушит.

В. КРИЧЕВСКАЯ

Креативный продюсер, режиссер

А. КАЧКАЕВА

Кандидат филологических наук, декан факультета медиакоммуникаций НИУ ВШЭ

«ДОЖДЬ»: ДАЙТЕ ТЕЛЕВИДЕНИЮ ЕЩЕ ОДИН ШАНС! (ОБ ОПТИМИСТИЧЕСКОМ КАНАЛЕ ДЛЯ ТЕХ, КОМУ НЕ ВСЕ РАВНО)

Аннотация

В статье проанализированы причины появления и особенности стиля и содержания телеканала «Дождь» – единственного нового канала общественно-политического содержания в России последнего десятилетия. Телеканал «Дождь» концептуально родился в конце 2008 года, как медиапродукт появился в информационном пространстве в 2010-м. На телевидении это время тотального развлечения (и позитивного и агрессивного), гламура, исчезновения как класса общественно-политических программ, серьезного разговора, прямого эфира, время расцвета цензуры и самоцензуры. С одной стороны, можно говорить о том, что телевидение полностью утрачивает роль индикатора общественных настроений и превращается в «зазеркалье», с другой – стремительно развивается эстетика развлекательного зрелища, вплоть до аудиовизуальных прорывов. Массовая аудитория телевидения стареет, а ее продвинутая, активная (по преимуществу столичная) часть уходит за новостями в Интернет. Аналитики и социологи фиксируют тенденцию: «цифровое» мобильное поколение больших городов не воспринимает ТВ как источник информации – нет такой привычки. В этой среде очень модной становится фраза: «А я телевизор не смотрю». ТВ называют «зомбоящиком» и «ящиком для идиотов». Торжество цвета, света, эффектов. Время победы картинки (не формы!) над содержанием. Время больших бюджетов и коротких мыслей. Любому новому каналу, который появлялся на свет в это период, приходилось учитывать, что он рождается в эпоху нишевого телевидения и фрагментарного просмотра. В основе «Дождя» простая и очевидная идея – попытаться сделать канал для двух разных аудиторий. Первая – это те, кто перестал смотреть ТВ последнего десятилетия. Вторая – те, кто никогда и не предполагал, что ТВ вообще может быть проводником общественных смыслов и социальных процессов, то есть те, кто родился в самом конце 1980-х – начале 1990-х, не знающие, что у ТВ могут быть в принципе другие, кроме развлекательных, функции. Получилось, что «Дождь» оказался нужен именно этому «цифровому» и «сетевому» поколению, которое влилось в протестное движение зимы 2011/12 года.

Ключевые слова: общественно-политический телеканал, аудитория, нишевое телевидение.

Весной 2010-го сначала в кабеле системы АКАДО, а потом в Интернете началось тестовое вещание «другого» телевидения. Информационно-познавательный канал «Дождь. Optimistic Channel» сразу же вызвал нарекания в «не-нашесть». Проект этот придумали и учредили две молодые дамы: финансирующая – Наталья Синдеева, владелица радиостанции «Серебряный дождь» и аналитического портала «Слон», и продюсирующая – Вера Кричевская. Кричевская вообще любит экспериментировать: черно-белая «Антропология» с Дмитрием Дибровым и «Свобода слова» с Савиком Шустером – ее режиссерские и продюсерские проекты. «Дождь» – это тоже телевидение-эксперимент, который происходит на глазах зрителей. Это такое реалити про телевидение: стены – телевизор, стеклянный куб, где все происходит, рельсы, камеры и все телевизионные внутренности наружу. Здесь можно видеть не только «Новости», которые отличаются от официальных, но и людей, которые в эфир традиционных каналов обычно не приходят. Здесь же есть разные арт-истории, клипы, ткань жизни в актуальном контексте, документальное кино и разнообразные медийные и совсем молодые лица. Еще одна очень важная часть программы – документальное кино. И конечно, на канале начали гордиться «Новостями», которые зрители обсуждают. Информационная повестка дня «Дождя» совпадает скорее с новостями свободных радиостанций, в меньшей степени – с новостями традиционного, «большого» телевидения. Очень трогателен, чист, радостен глазу белый фон межпрограммки и рубрик. Создатели подчеркивают, что это телевидение для тех, кто из идеологических соображений перестал смотреть телевизор.

Как делать телевидение самим, для себя и для похожих на тебя? Как совместить массовую природу телевидения и студийность, некоторую кастовость для своих по содержанию и телевизионный минимализм в исполнении?¹

1. Фрагменты интервью

Вера Кричевская: 3 июня 2009-го мы открыли двери шоколадного цеха на фабрике «Красный Октябрь», где мы начинали строительство, закладку нашего канала, показали, пригласили в гости. К нам пришло очень много гостей, человек триста. Все они наши коллеги из каких-то смежных цехов. И практически, наверное, каждый второй подходил либо ко мне, либо к Наташе Синдеевой: «А вам разрешили?» А мы абсолютно честно и откровенно говорили: «А что, мы должны просить разрешения?» Для Наташи это абсолютно чистая, искренняя позиция, она удивлялась. Она ходила и переспрашивала: «Какое разрешение?» Я понимала

1 В основе первого раздела статьи один из выпусков программы «Смотрим телевизор» на «Радио Свобода» (эфир 24.05.2010). Ведущая – А. Качкаева.

контекст – два раза в эту реку вступала: вначале это было НТВ Гусинского, потом это было НТВ Йордана. И мне было, конечно, абсолютно понятно, о каком разрешении идет разговор. Но мы никакого разрешения не спрашивали.

Мы хотели быть агрегатором информации. Мы хотели, чтобы нас можно было, одновременно получая много информации из огромного количества источников, смотреть фоново, даже во время рабочего дня в каких-то бизнес-центрах, в кафе. Мы хотели давать и настроение, и информацию – вот эти две важные вещи. Почему все-таки нас должны смотреть? Не знаю. Я сама не понимаю, возможно ли вообще меня лично вернуть к телевизору. Это был эксперимент не только для нашей аудитории, это был эксперимент для меня, и для Наташи, и для всей нашей команды. Мы каждый день пытались ответить на этот вопрос: мы сегодня бы включили телевизор, если бы мы были в эфире, или нет? Мы экспериментировали, хотели сделать так, чтобы человек, у которого есть Интернет, который активно пользуется Интернетом, который в машине слушает радиостанции, дающие огромный спектр информации, в разы шире, чем телевидение, чтобы этот человек мог потратить чуть меньше времени. К тому же, может быть, вечером, придя домой в 22–23 часа, сидя на диване, он мог бы совместить отдых и получение еще кучи разной информации.

Поначалу у нас еще не все было отстроено, а в эфир хотелось страшно. Больше сидеть без эфира было невозможно. Поэтому Наташа приняла такое решение, что будем строить канал, будем тестировать людей, тестировать ведущих, снимать пилоты программ, делать «Новости», ставить «Новости» как продукт, будем это делать в прямом эфире, в режиме лайв-шоу. Потому что, если мы это делаем в режиме лайв-шоу, у нас есть право на ошибку. Я была страшной противницей лайв-шоу. У нас был открытый, ежесекундный спор с Синдеевой. Она говорит, что так надо, и она чувствует, что это надо. Иногда я вижу, что это действительно срабатывает, когда зритель может увидеть редакционную «летучку». Мы сидим и болтаем, обсуждаем, что сегодня будет в «Новостях», раздаем задания нашим информационным продюсерам, обсуждаем сплетни из Интернета, сплетни от коллег, пытаемся что-то понять. Очень скоро мы стали получать гигантское количество откликов от зрителей наших, которые говорят: «О, это круто! Это так интересно!»

Мы, конечно, хотели, чтобы за нами пошло большое количество людей. И мы абсолютно точно не закрытый клуб. Мы хотели стать достаточно модными людьми, чтобы быть похожими на нас и быть с нами – это было знаком качества. Мы работаем для узкой аудитории. И эта аудитория определяется только одним словом – это равнодушные. Мы хотим, чтобы равнодушные в широком смысле этого слова были с нами и смотрели наш канал. Поэтому мы пытались привлечь максимальное количество людей, которые никогда не занимались телевидением и никогда не занимались «Новостями». Нам очень нужен был свежий взгляд. У нас много разных людей, с очень разным бэкграундом, которых объединяют некоторые идеи.

Анна Качкаева: Вера, мы начали говорить с вами о типе содержания, которое должно отличать вас от всего «другого» телевидения. Это, возможно, репортажи и «Новости» от людей, которые сами снимают видео. У нас такая мода в этом сезоне: помимо других каналов, у нас видео как самосожжение на площади – Дымовский, потом женщины, все жалуются блогеру-президенту, видео висит. Все это можно, конечно, тоже агрегировать.

В. К.: Мы это делаем в «Новостях». Две недели подряд мы рассказываем каждый вечер про самые яркие блоги. А в дальнейшем это вообще будет часть межпрограммки, потому что у нас будет блог часа, блог дня и будет рейтинг блогов. И мы все это показываем. Мы показываем обращения к президенту, все они связаны, конечно, с правами человека, так или иначе. И мне кажется, это очень интересно.

Завтра, во вторник, у нас начинается новая ежедневная программа, она достаточно короткая, она длится семь минут. Она называется «Права». Эта программа о правах автолюбителей и о правах сотрудников ГИБДД в том числе. Мы обнаружили невероятное количество роликов, целое движение в Интернете. Автолюбителей, людей за рулем останавливают сотрудники ГИБДД, они включают какие-то свои устройства – кто ноутбук, кто телефон, кто камеру, у кого-то это уже оборудовано специальными микрофонами... И мы решили агрегировать эту тему. У нас есть очень яркий человек, никогда не имевший дела с телевидением, – пришел к нам один молодой бизнесмен, девелопер, который говорит: «Достали! Хочу работать у вас. Можно я сделаю вам этот проект?» Он просто звезда! Он уже появлялся у нас в эфире в «Новостях». Он очень сильно сократил свою основную работу, процентов 50–60 своего времени проводит у нас. Сегодня он будет как раз рассказывать историю про Грузию, про возобновление авиасообщения, потому что он грузин. И он отбирает на неделю семь историй, семь роликов и делает из этих роликов шоу. У него есть эксперт, который комментирует, кто и в какой момент нарушил какие права. Это гиперинформативная, образовательная программа. Каждый человек должен знать свои права. И я вам скажу, что с того момента, как мы начали делать эту программу, а это где-то месяц, ни разу ни один сотрудник ГИБДД не смог меня наказать. Лозунг программы «Права» – «Знать, уважать, не бояться». И между прочим, мы получаем очень много роликов, в которых автолюбители начинают обижать сотрудников ГИБДД и вести себя отвратительно. И об этом мы тоже говорим, что за свои права можно бороться только в правовом поле и делать это максимально корректно.

А. К.: Вера, а как у вас работает продюсер-редактор? Я знаю, что он такой теперь универсал, поскольку у него сложная задача – агрегировать «Новости» на разных платформах – и видео, и звук, и текст. Что такое ваши универсальные люди и как они работают?

В. К.: В 12 часов дня мы распределяем истории, которые надо посмотреть, есть они или нет, нужно их покрутить. Задача продюсера – рассказать историю, при-

влечь очевидцев, свидетелей, найти картинку где-то в регионе. Наши продюсеры полностью сами обрабатывают весь свой материал, они сами монтируют, сами озвучивают. Мы пытались сделать достаточно «универсальных солдат».

А. К.: А реклама какая-то у вас есть?

В. К.: Всю зиму к нам ходили толпами рекламодатели, люди очень известные, которые нуждаются в другой аудитории, которым нужна в каком-то смысле нишевая реклама. Мы еще не были в эфире, а у нас уже было несколько больших контрактов. Я считаю, тридцатилетние – это самая наша молодая аудитория. Это люди, которые сменили несколько эпох, которые получили образование, у которых активная жизненная позиция, которые думают о том, что делать завтра. Если говорить на языке социологов – успешные, образованные, которые ездят за границу, которые говорят на разных языках.

Все угнетенные люди, изгои нашего современного общества, они все тоже с нами. У нас работает Женя Воскобойникова, эколог, которая на коляске, она не может ходить, она с нами живет. Мы очень много и говорим, и будем говорить о жизни инвалидов, о Москве. Эта тема очень ярко возникла, конечно, после параолимпийских игр. К нам присоединятся очень скоро ВИЧ-позитивные, которые будут у нас работать в эфире. «Социалка» – это наша тема. Будем говорить об этом бесконечно. И не просто говорить, а будем жить такой жизнью. И после появления Жени Воскобойниковой в нашем коллективе я вижу, как меняется отношение людей. Мы ведь практически никогда не видим инвалидов вокруг себя. Мы никогда не думаем о том, где им надо помочь, где нужно построить пандус. Мы не знали, что туалеты должны быть широкие. И появление Жени в нашем коллективе меняет нас очень сильно.

Мне кажется, что настолько нужно заниматься содержанием, насколько нужно, чтобы все изобразительные средства работали на содержание, а не наоборот, и лично я, как зритель, вообще не нуждаюсь ни в каких ярких огнях и летающих камерах. Мне нужна искренняя, настоящая, честная интонация. Вот мы сейчас вещаем, а у нас нет ни костюмов, у нас гримера даже нет. У нас корреспонденты в каких-то футболках, вот ровно такие, как они ходят... Нас, конечно, ругают. Но я понимаю, как это все работает на доверие. Мы так долго занимались «бантиками», мы – это и я, и мои коллеги, мы так много денег вложили в «бантики», а когда за «бантиком» нет ничего, это ужасно.

Я уверена, что это действительно такой виток культурный, модный, ведь это чувствуется во всем. Это ведь не только в телевидении. Мне кажется, что наступило время минимализма.

А. К.: А есть какая-то музыкальная политика у вашего канала?

В. К.: Да, музыкальная политика... у нас будет очень много настроения в эфире. Мы купили очень большой пакет клипов очень разных, они из разных времен. Их будет немного, но раз в час у нас будет какое-то настроение. С нами работает Миша Козырев, который об этом бы рассказал подробнее, детальнее. У него программа «Звуки с Михаилом Козыревым». У нас будет много хорошей музыки.

Сейчас снимаем пилоты, готовим проект, будем на крыше «Красного Октября» все лето снимать концерты, будет много живой музыки. У нас лежит проект, который мы еще не сняли, еженедельный, Андрея Лошака и Кирилла Иванова, где появится музыка, которая никогда не сможет попасть в телевизор.

2. Канал и его аудитория

Телеканал «Дождь» концептуально родился в конце 2008-го, как медиапродукт появился в информационном пространстве в 2010-м. На телевидении это время тотального развлечения (и позитивного и агрессивного), гламура, исчезновения как класса общественно-политических программ, серьезного разговора, прямого эфира, время расцвета цензуры и самоцензуры. С одной стороны, можно говорить о том, что телевидение полностью утрачивает роль индикатора общественных настроений и превращается в «зазеркалье», с другой – стремительно развивается эстетика развлекательного зрелища, вплоть до аудиовизуальных прорывов. Массовая аудитория телевидения стареет, а ее продвинутая, активная (по преимуществу столичная) часть уходит за новостями в Интернет. Аналитики и социологи фиксируют тенденцию: «цифровое» мобильное поколение больших городов не воспринимает ТВ как источник информации – нет такой привычки. В этой среде очень модной становится фраза: «А я телевизор не смотрю». ТВ называют «зомбо-ящиком» и «ящиком для идиотов». Вылизанная картинка, стремительный монтаж и виртуозное графическое оформление: пиксели летают так, как угодно заказчику, совершают сложнейшие пируэты и образуют немыслимые комбинации. Торжество цвета, света, эффектов. Время победы картинки (не формы!) над содержанием. Время больших бюджетов и коротких мыслей. Параллельно, так же стремительно, как и развлекательное вещание, развивается строительство кабельных тематических телеканалов: детских, спортивных, про путешествия, про кино, про документалистику и историю, про кухню и еду, охоту и рыбалку.

Любому новому каналу, который появлялся на свет в этот период, приходилось учитывать, что он рождается в эпоху нишевого телевидения и фрагментарного просмотра. И если новый канал не собирался становиться тематическим, то тогда каким? И для кого? И кому нужен еще один кабельный телеканал?

В основе идеи «Дождя» – простой и очевидной – попытаться сделать канал для двух разных аудиторий:

- для тех, кто перестал смотреть ТВ по причинам, изложенным выше, но у кого сохранилась привычка получать информацию из ТВ и включать ТВ, то есть для тех, кто перестал быть целевой аудиторией федеральных каналов. Это явно небольшая группа, среди которой также явно есть премиальный сегмент для рекламодателей;
- для тех, кто не предполагает, что ТВ вообще может быть проводником общественных смыслов и социальных процессов, то есть для тех, кто родился в самом конце 1980-х – начале 1990-х, не знающих, что у ТВ могут быть в принципе другие, кроме развлекательных, функции.

Первая группа – это такие, как мы, такие, как наши друзья, но «мы» и «наши друзья» – это очень широкое понятие, среди «мы», которые не смотрят ТВ, есть те, кто не смотрит ТВ по идеологическим соображениям, кто-то – по эстетическим, а кто-то – по социальным... Среди тех, кого ТВ потеряло, самые активные, конечно, те, кто ушел от несвободы, от «зазеркалья». Именно эта группа, с нашей точки зрения, должна была откликнуться первой, то есть именно ей должен быть адресован первый и основной посыл канала. На запрос ее представителей мы рассчитывали. Эта группа – ядро будущей целевой аудитории.

Но тут надо оговориться. Мы между собой привыкли маркировать такую группу термином «аудитория “Эха Москвы”», а данная аудитория весьма специфическая. Ее главная проблема – возраст (в основном старше 55), а мы хотели, чтобы основу аудитории составляла группа 30+. «Наша» аудитория должна быть достаточно платежеспособной, должна уметь пользоваться современным коммуникационным транспортом (высокоскоростной Интернет, кабельное и спутниковое ТВ, приложения), и к тому же мы приняли базовое техническое решение – делать HD-канал, рассчитывая, что нам удастся привлечь аудиторию, которая недавно обновила свой парк телевизоров и ресиверов. То есть мы рассчитываем на определенные социальные рамки – это не только те, кто хочет получать свободные новости, но и те, кто активно потребляет. Но у нас вся страна живет стремлением к активному потреблению, не разделяя при этом ценностей гражданского общества. В общем, так выкристаллизовывался портрет нашего желаемого и, возможно, потенциального зрителя:

- 1) 30+;
- 2) активная гражданская позиция;
- 3) стремление к успеху;
- 4) идеалисты;
- 5) дистанцированные от массы/толпы;
- 6) сомневающиеся, способные к саморазвитию.

3. Послание для тех, кто умеет «считывать». Философия межпрограммки и слоганов

Мы специально не описываем зрителей «Дождя» принятыми демографическими характеристиками, потому что дальше речь пойдет о том, как их «поймать», а это совсем не линейные решения. *Эти* – не всегда укладывающиеся в определение «креативный класс» (четыре года назад этот термин еще не был таким модным) – уловят всю фальшь любой линейной кампании. Поэтому была придумана своеобразная сигнальная система – маячки для тех, кто их может «считывать»:

- слоган «Не бойся включить телевизор!» – на него должны среагировать те, кто понимает, о чем мы: о страхе при переключении ТВ-каналов. Это страх «расчлененки», страх бандитско-тюремного наречия, страх несправедливости, страх вранья, страх ханжества, страх того, что там, в «зазер-

калье», тебя вообще ни во что не ставят, «будешь жить, как я сказал»... У нас каждому есть чего бояться;

- слоган «Телевидение – не наша профессия!» – это перевертыш энтэвэшного «Новости – наша профессия», здесь мы рассчитывали на аллюзию, во-первых, а во-вторых, на дистанцирование от телевидения в целом и, главное, дистанцирование от людей, которые его делают. Зашифрованный смысл: «Ребята, мы к ним отношения не имеем!» А еще этот слоган сокращает дистанцию между теми, кто делает, и теми, кто смотрит;
- слоган «Дайте телевидению еще один шанс!» – прямолинейный призыв ко всем разочарованным в ТВ-продукте в целом.

Таково определение периметра, внутри которого нужно собрать ядро аудитории. Для этого нужно было придумать более точечные удары, нелинейные короткие сообщения о том, с каким набором ценностей мы собираемся делать продукт. С этой целью мы выпустили серию межпрограммных роликов «Люди, которые изменили мир, люди, которые изменили нас». Изменили нас – повлияли на нас, то есть система ценностей этих людей нам очень близка. Кто эти люди, каковы их ценности, какую аудиторию они смогут привлечь? Мартин Лютер Кинг, Харви Милк, Че Гевара, Иоанн Павел Второй, Боно – во многом эти персонажи вполне понятны только просвещенной аудитории.

Наши ролики не рассказывают о том, кто эти люди. За первый год вещания мы вообще не объясняли «кто», «когда», «зачем», предполагая, что наша аудитория знает ответы на эти вопросы. Это тоже такая своего рода рамка, еще один интеллектуальный периметр, безусловно нужный на старте проекта. В роликах «Люди, которые изменили мир» звучит только прямая речь героев – это отрывки из выступлений, личных писем, автобиографий. Мы выбирали сильные эмоциональные куски, в которых сконцентрирован смысл жизни, деятельности, личные переживания. В этих текстах нет и доли подделки...

Мартин Лютер Кинг, которого еще 50 лет назад не размещали в гостинице, потому что «собакам и неграм запрещено», Че Гевара – одержимый борец за идею, Харви Милк – первый избранный в муниципалитет открытый гей, Иоанн Павел Второй – святой в широком смысле слова, сумевший признать ошибки церкви и простить стрелявшего в него, Боно – посвятивший большую часть жизни помощи африканцам... Они едва ли повлияли на нашу жизнь, но наш зритель понимает:

- 1) мы не приемлем любые формы расовой ненависти;
- 2) мы одержимы идеей жить лучше;
- 3) меньшинства – сексуальные, национальные, религиозные и прочие – это сообщества людей с *равными* правами;
- 4) самосовершенствование, большие поступки, открытое сердце – для нас это очень важно;
- 5) и еще, все эти персонажи из западного мира – нам западные ценности ничем не чужды, и даже наоборот.

Академик Сахаров, Иосиф Бродский, Михаил Горбачев – эта «троица» открывает возможности для окончательного самоопределения нашего и не нашего зрителя, тексты, голоса *этих* людей – это не намек, это не сообщение, это программа:

- 1) свобода личности;
- 2) права человека;
- 3) интеллект.

Серия «Люди, изменившие мир» состояла из более чем 30 роликов, двухминутных монологов про самое важное. Для их создания мы выбирали не только сильный текст, который был основой, но и самые драматичные фотографии из разных мировых архивов, очень сильный, воздействующий эмоционально звуковой ряд, музыкальное сопровождение, которое не мешает тексту, а помогает и которое хочется слушать снова и снова. В течение всего первого года ролики «Люди, которые изменили мир» находились в ротации с различной частотой.

Уверены, что в подобном стартапе в условиях определенного контекста, который мы описали выше, должна действовать только агрессивная стратегия по завоеванию аудитории и зрительского доверия. В эфире должно быть много (больше, чем обычно мы привыкли видеть) имиджевых элементов, разного рода межпрограммки, в которых объясняется (не впрямую, конечно) миссия канала, где находятся эмоциональные крючки для самоидентификации зрителя и происходит агрессивное анонсирование только самых основных репутационных проектов. И главное, зрителю надо дать ощущение и понимание «сквозного действия» – это то, на что «насаживается» все остальное, на что должны работать все элементы телепродукта: названия, слоганы, декорации, свет, поведение ведущих, одежда, голос канала, метод показа и проч. В данном случае «сквозное действие» – это философия канала: открытое СМИ для неравнодушных людей.

4. Можно ли вдруг стать открытым СМИ? Философия новостей

Здесь подробно надо остановиться на информационных программах как основном контентном предложении канала, которое, как нам кажется, более всего отвечает запросу целевой аудитории.

Вот несколько принципов, по которым строились новости телеканала «Дождь».

Ведущие

До программы «Страна и мир» (НТВ, 2003 год) в новейшей российской телевизионной истории новости были всегда однополюсными – или «мальчик», или «девочка», после идея клонировалась и повсюду появились двупольные пары ведущих новостей (надо заметить, что BBC и CNN весь сезон-2011 упорно предлагали нам однополюсные пары!). Парное ведение стало чем-то обычным и вполне нормальным, за исключением одного: сама идея парного ведения была не только в том, что в этом мире есть и мальчики и девочки, а в общении

между ведущими! В этом мире мальчики и девочки не только живут – они еще и разговаривают друг с другом! Вот об этом никто не подумал, а ведь основа парного ведения – это диалог. На «Дожде» одной из главных задач было заставить ведущих разговаривать друг с другом. Но для того, чтобы люди разговаривали, у них должны быть мысли. Ведущим «Дождя» не мог быть выпускник школы-студии МХТ или курсов телеведущих, этого точно недостаточно. Надо было найти людей профессиональных не в ТВ, а в журналистике.

Ведущие «Дождя» обязаны говорить не просто собственным голосом (излагать свои мысли), но и использовать личные местоимения «я», «мне», «мое»... Ведущие «Дождя» не ограничены в движении рук, в одежде, в пластике. Ведущие «Дождя» – живые люди и, как каждый из нас, умеют переживать и смеяться. И мало просто прочесть объективно новость, зрителю надо знать, что этот человек о ней думает. Снова все элементы должны работать на «сквозное действие», мы – открытые, мы – настоящие.

Визуальное, аудиовизуальное решение новостей

Новости – как тип телевизионного продукта – сегодня уже не могут жить в рамках 60 или 100 квадратных метров закрытой студии. Телевизионные «выгородки», бессмысленные нефункциональные декорации, прочие «бантики» – это ограничение пространства, ограничение в развитии типов подачи информации.

Мы живем в век медиа, все, что вокруг, – медиа, все, что в руках, – медиа. Телевизионные новости могут развиваться только по пути интегратора информационных потоков, который быстро и точно подберет информацию своему потребителю по его запросу. Это фабрика по отбору информации. Фабрика не может состоять из одной или двух голов ведущих, на фабрике работает много журналистов, многие из них знают про свои новости куда больше, чем основные модераторы. В эпоху скайпа, веб-камер, социальных сетей невозможно делать открытый продукт из замкнутого пространства. Суэта реального, а не декорационного ньюсрума дает ощущение транспарентности, подвижности, реактивности, нерва. И главное, вопрос доверия: открытый ньюсрум или замкнутая стометровка?

10–12 лет назад на восьмом этаже «Останкино», на НТВ, во время новостей бэкстейж мало уступал кадру: журналисты летали по коридорам с истошными криками «Расступись!» из монтажек в АСБ (аппаратно-студийный блок) с бета-камами в руках, и этот нерв заводил не меньше, чем содержание. Теперь никто не летает с кассетами, видео набирается из хранилища в корзину прямо на рабочем месте, а вот вопрос открытости редакции, открытости новостей стоит намного острее.

Самый простой визуальный способ – открыть свою кухню. Содержательно – это основа открытого ньюсрума. Пару лет назад на CNN появился ежевечерний проект Back Story, который рассказывает про кухню трех основных программ новостей дня, мы получаем два параллельных контента – собственно новости и истории про то, как эти новости удалось сделать. Часто кухня выигрывает,

а готовность редакции демонстрировать механизмы и давать дополнительные детали создает контекст отношений со зрителем. Ну, и как это сделано: два студика с радиоканалами гуляют по ньюсруму, рабочий стол, открытая страница Интернета, записки, телефон, синхроны за рабочим столом... Основной рассказчик – ведущий в АСБ на фоне выпускающей бригады.

Что такое открытый телевизионный ньюсрум? Это не просто место, где реально работают журналисты, это фабрика, которая становится бэкграундом для любой телевизионной мизансцены. Логика пространства, конечно, строится вокруг основной точки или точек съемки. Здесь есть два самых распространенных принципа – принцип круга, или кольца, когда весь ньюсрум располагается вокруг основной телевизионной точки, и принцип первого плана – когда на первом плане стол ведущих новостей, а за их спинами – редакция.

Функциональные возможности кругового построения ньюсрума:

- 1) отсутствие черной зоны;
- 2) в какую бы сторону ни работал, везде рабочая зона;
- 3) мобильная смена бэкграунда;
- 4) возможность построения сразу нескольких тематических точек в центре (погода, спорт, зона интервью, бизнес);
- 5) возможность для ведущих разных тематических блоков комфортно общаться между собой, потому что они друг напротив друга, и т.д.

Минус кругового построения – неизбежность «грязи» в кадре. Но это если мы боимся сказать, что мы работаем на ТВ и что у нас в студии есть техника. А принцип открытости говорит: мы не боимся показать в кадре камеру, нам нечего скрывать.

При использовании принципа первого плана (или desk – чистая картинка) жизнь редакции, как правило, размыта фокусным расстоянием, это в большей степени декорация. Здесь непросто разместить разные тематические блоки (погода, спорт, интервью). Общение между ведущими или гостями осложняется размещением их в одну линию. Живого общения в одну линию не получается никогда, неживое, суфлерное – возможно.

Много лет назад, когда запускали программу «Страна и мир» на НТВ, один американский телепродюсер с утреннего шоу сказал: «Живость реакций и диалогов между ведущими намного больше зависит от угла изгиба их стола, а не от харизмы». Мы с художниками согнули стол, и начались диалоги. Так вот, плоское построение и построение по принципу первого плана – большое ограничение для открытого функционального телевизионного ньюсрума.

Философия открытого ньюсрума подразумевает открытость в деталях, в пространстве, в работе, в картинке, в звуке.

1. Только прямой эфир!
2. Мы работаем на телевидении. Здесь камеры, мониторы, суфлеры, штативы, свет. Мы НИЧЕГО не скрываем, телевизионная техника – часть реальности – самый точный и правдивый реквизит.

3. Ньюсрум – место, где в первую очередь формируется информационный контент и во вторую – производится выдача этого продукта в эфир. Поэтому здесь все по-настоящему: рабочие места, оборудованные специализированным софтовым продуктом, обеспечивающим просмотр текущей верстки, архива, монтаж видео, запись звука с помощью узконаправленного микрофона, запись «хрипов» с телефона. Здесь живые люди, они перемещаются, разговаривают, убегают на съемку, мы ведь НИЧЕГО не скрываем – это редакция, она работает.
4. В открытом ньюсруме каждый угол – рабочий, каждая зона – белая. От любого рабочего места может включиться камера для комментария или стэндапа, ведь здесь по-настоящему, а не декорационно работают журналисты. Именно по этой причине телевизионное техническое оснащение открытого ньюсрума – это телевизионный свет, дистанционно управляемый, по всей площади, это распределенные опять же по всей площади многочисленные встроенные или мобильные волбоксы для простоты подключения камерных каналов, связи и звука в тракт.
5. Притом что функционально каждый угол в ньюсруме должен быть рабочим, чтобы из любой точки можно было оперативно выйти в эфир с информацией или комментарием, «любая точка» должна быть оформлена. Свет, фоны, фирменный брендинг обязаны присутствовать в каждом кадре – мы внутри нашей фабрики, мы показываем работу нашего ньюсрума. Это очень важная задача художника – оформить открытый ньюсрум так, чтобы нигде не было «черных дыр», чтобы в каждом кадре – брендинг, воздух, открытость.
6. Картинка реальной, а не выдуманной или выстроенной жизни ньюсрума не может существовать без реального звука. Если на фоне ведущих новостей динамично живет редакция, ее невозможно не слышать. Поэтому – узконаправленные микрофоны (в идеале гарнитуры) у ведущих и шумовые микрофоны в редакции, ведь это фабрика новостей, а не художественное вещание
7. Максимальная визуальная открытость ньюсрума и новостей достигается с помощью окон. Американское ТВ дает кучу живых примеров, когда идет выпуск новостей, а за окном стоят люди – прохожие с плакатами в руках, на плакатах – социальное, личное, важное. А вокруг людей – реальная картинка реальной жизни с реальной погодой, трафиком, временем суток. Здесь не обмануть, не записать. Мы привыкли бояться окон, но если нечего скрывать, то три слоя фильтров – сеток, управляемых дистанционно художником по свету, снимают все технические страхи. Плотная невидимая глазом сетка удаляет блики, один из фильтров превращает световую температуру за окном в студийную, другой фильтр опускается, когда надо победить яркость и солнце, и так далее. Проблемы света в студиях с окнами давно решены, визуальная выгода для новостей очевидна, но-

ности ведь это про «здесь и сейчас». Утренние шоу в американских региональных сетях foxnews или abc давно вообще располагаются вдоль окон. И не просто окон, а окон с видом на центральную магистраль или площадь. Это и привязка к месту, и погода, и трафик за окном, и люди, к которым можно тут же выйти и поговорить. Все эти элементы возможны только в прямоэфирном вещании, больше ни в каком другом.

8. Доминирующая форма подачи журналистского материала – лайв, а не сюжет. Это имеет принципиальное значение: сюжет, смонтированный и подготовленный заранее, или видео, которое комментируется корреспондентом здесь и сейчас, живьем. Вообще, из-за развития технологий новостной жанр «сюжет» вымирает. Чем больше будет технических возможностей включаться с места событий, тем скорее наступит смерть сюжета. На «Дожде» основной вид подачи материалов в новостях – лайв, его выбрали не для того, чтобы упростить технологию, а чтобы подчеркнуть, что «живьем», чтобы заставить ведущих и журналистов разговаривать друг с другом, чтобы рассказ журналиста мог быть максимально свежим. Ведь очень часто новости устаревают мгновенно, а сюжет уже не перемонтировать.

Невозможно разорвать содержание и внешний вид продукта, всегда необходимо вычленив сверхзадачу и заставить все элементы работать на нее, открытые новости должны располагаться в открытом пространстве (здесь слово «открытое» употреблено и в прямом, и в переносном значении). Жизнь в открытом ньюсруме сыграть невозможно – можно только ее создать, организовать и грамотно показать. Открытые новости должны вести люди с открытым взглядом, у них, у ведущих таких новостей, очень сложная задача – им надо сыграть самих себя, разрешить себе делать все, что они делают в повседневной жизни, ставить локти на стол, не держать прямую спину, огорчаться или улыбаться... Ну и, конечно, главное – содержание.

5. Разнообразные продукты канала должны работать на одну и ту же аудиторию, отвечать одному и тому же запросу

Как ненюсрумом продукт может встраиваться в «сквозное действие», как проекты о современной культуре, о Москве, о музыке, о книгах, ночные разговоры, театр, документальное кино могут быть проводниками основной идеи: открытое ТВ для неравнодушных людей? Здесь очень важно сохранять принципы подбора героев, сюжетов и угол просмотра. Современная культура, арт, видеоарт, литература, поэзия переживают прекрасное время. Это последний кусок свободы. Современное искусство стало остросоциальным, острорефлексирующим, мгновенно рефлекслирующим. Сегодня любой разговор о современном искусстве актуален и социален.

Для документального кино и музыки мы изобрели критерии подбора. Перед «Музыкой на “Дожде”» Михаил Козырев рассказывает драматичную историю музыканта или группы. Это всегда история преодоления: преодоления се-

бя, обстоятельств. Он находит в биографии музыканта поступки или поступок, объясняющий, почему еще эта музыка у нас здесь на канале в ротации. Таким образом, даже музыкальное видео можно заставить работать на сверхзадачу и сделать его актуальным и встроенным в общий контекст.

Сюжеты документального кино в основном о выборе, о поступке, о правилах жизни. Подбор документального кино подкрепляет принципы, заложенные в роликах о «людях, которые изменили мир». Здесь истории о расизме, дискриминации, правах человека, об интеллекте, о свободе, созидании, вечных ценностях.

Создание контента – тоже контент. Наталья Синдеева предложила снимать и показывать всю нашу канальную жизнь и кухню. Сначала потому, что нечем было закрывать сетку. И мы придумали слоган «Строим телеканал в прямом эфире! Показываем всё, абсолютно всё!». Слоган превратили в ролики и начали развивать это направление. Далеко не сдвинулись, но эффект получили. Ощущение «нам нечего от вас скрывать» работало на создание доверительных отношений между зрителем и каналом, давало дополнительную открытость. Самый популярный кусок реалити-шоу – это летучка новостей. Летучка новостей, где обсуждается, из каких историй будут состоять новости, превращается, естественно, в новости без подробностей, в новости без проверенных фактов, в обзор слухов и анонсов – и это такой специфический новостной продукт. Снова вспоминается Back Story на CNN, только там сюжет развивается в обратном режиме: сначала журналистский материал в новостях, а потом история про то, как этот материал удалось сделать.

Для привлечения новой аудитории, тех, кто еще не нашел нас в Интернете или на спутниковом телевидении, но кто потенциально мог бы быть нашей аудиторией, необходимы были громкие имиджевые кампании на чужой территории. Не прямая реклама, а продукт, в котором будет квинтэссенция философии канала, жизненных принципов, которые мы пытались проповедовать. Одна из таких кампаний – проект «Конституция». Вторую главу Конституции РФ – о правах и свободах граждан – читали граждане, известные, медийные и не очень. Смысл проекта – вслух прочесть главный закон страны. Когда читаешь сегодня в России Конституцию вслух, без комментариев, только текст, она приобретает черты приговора. Создается ощущение, что граждане долго перечисляют нарушения, а не читают свод законов. Проект «Конституция» – это более чем 40 межпрограммных роликов, которые звучали в эфире «Дождя» и в эфире радиостанции «Коммерсантъ FM», а журнал «Власть» еженедельно делал комментарий к блоку статей Конституции.

Другой похожий межпрограммный продукт – «Слова, которые изменили мир» (еще не было эфира) – сенсационное архивное видео ООН, фрагменты самых важных речей о мире, изменивших историю, произнесенных с трибуны ООН в период с 1956 года по настоящее время. Здесь Фидель Кастро, Никита Хрущев, Джон Кеннеди, Голда Меир, Ясир Арафат, Раджив Ганди, Че Гевара, Ми-

хаил Горбачев и другие. Эти речи мы могли только читать, но еще никогда не видели глазами, однако основная ценность этой серии снова в словах, в содержании, в сообщении, которое мы посылаем нашей аудитории.

Вот так, кирпич за кирпичом, если есть фундамент в виде точно сформулированной идеи, можно построить телепродукт и собрать потерянную для ТВ аудиторию. Это работает на этапе стартапа. Развитие подразумевает много другой работы. Полученную аудиторию надо удержать, продолжать каждый день заинтересовывать новым свежим продуктом, который в любом случае должен быть встроен в философию канала.

История канала оказалась непростой, но это уже другая история...

**ПОД КАРНАВАЛЬНОЙ
МАСКОЙ**

А. КАЧКАЕВА

Кандидат филологических наук, декан факультета медиакоммуникаций НИУ ВШЭ

СИМВОЛИЧЕСКИЕ ФИГУРЫ: О ДИНАМИКЕ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВ ЛИДЕРОВ РОССИИ И ИХ ОТРАЖЕНИИ В ТЕЛЕВИЗИОННОМ ЭФИРЕ

Аннотация

В статье проанализировано, как в телевизионном эфире отразились важные этапы изменения политических имиджей Владимира Путина и Дмитрия Медведева¹. Особое внимание уделяется специфическим форматам (жанрам), которые продуцируются специально для первых лиц страны и вписаны в культурно-исторические традиции досоветской и советской России. В статье рассматривается, как телевизионная реальность фиксирует, а в результате и закрепляет в знаковых и символических картинках смену политического кода.

Понять закономерности этих изменений автору представляется особенно важным, так как результаты социологических исследований показывают, что политические и социальные протесты были вызваны, в частности, разочарованием определенной части общества не только в деятельности «тандема» на протяжении президентства Д. Медведева, но и в том, как произошла рокировка первых лиц государства. Очередной этап изменений имиджей Путина и Медведева, произошедший накануне выборов, стал одним из главных предметов иронии протестующих.

Ключевые слова: политический имидж, образ, телевизионные новости, выборы, социальные протесты, социальные сети.

Начало

31 декабря 1999 года. Полдень. Страна готовится встретить новый 2000 год. Слова Ельцина: «Я ухожу» – стали финалом яркого телевизионного зрелища под названием «Россия 90-х». В то же время добровольная отставка Ельцина, вызвавшая прилив жалости к уходящему вождю, на глазах у миллионов смахнувшему скупую слезу и попросившему прощения, – блистательная кульминация другого спектакля, задуманного летом 1999 года после прихода в правительство премьера Путина. Точнее, пролога, с которого начался новый спектакль.

Поздний вечер 27 марта 2000 года. Путин в спортивной куртке стремительно проходит по коридору «Александр Хауса». Уже нет сомнений, что он избран

1 Настоящая статья представляет собой расширенную и дополненную версию статьи «Лидеры России на телевизионном экране: феномен Путина и "код" Медведева» (Вестник общественного мнения. 2011. Т. 107. № 1).

вторым президентом России, хотя вокруг еще бушует прямой эфир, ньюсмейкеры нервно выясняют отношения с телеведущими. Однако на всем этом немыслимом через 10 лет плюрализме уже лежит отсвет путинского взгляда исподлобья и первого типичного лозунга – «Будем мочить в сортире!». «Общих реверансов не будет», – сказал тогда новый президент России. И в ночь своей победы полетел в воющую Чечню.

Ночь 14 марта 2004 года. Три канала демонстрировали до трех ночи общение победителя с внимающей ему прессой. После прямой трансляции по установившемуся уже ритуалу встречу повторили в новостях, с утра разобрали на цитаты, а в репортажах назвали ночную пресс-конференцию дважды президента впечатляющей. Слова в превосходной степени – «оглушительная», «закономерная» – утверждали победу Путина в новостях на главных каналах, корреспонденты в прямых включениях из Центризбиркома почти ликовали. В ночной победной эйфории Путин заledenел лишь однажды – ему явно не понравился вопрос журналиста ВВС о предвыборной кампании. Напомнив британцу русскую поговорку про «соломинку в чужом глазу», Владимир Путин, по сути, предпочел не отвечать.

Ночь 2 марта 2008 года. Они шли по брусчатке Красной площади с непокрытыми головами, под снегом и лучами софитов. Визуальная метафора – они энергично идут к цели и «навстречу будущему», а на самом деле – к эстраде. На сцене гремит концерт «Россия, вперед!» (кстати, это же название и у будущей программной статьи Дмитрия Медведева), и два главных человека страны – Путин и Медведев – под музыку группы «Любэ» поднимаются к микрофонам. Минуты торжества нового властного тандема фиксируются на экране в эстетике клипа.

Ночь 4 марта 2012 года. Сияющая Манежная. Феерическая съемка с кремлевских башен. Летящие камеры. Полотнища, плакаты, закадровое ликование. Уходящий президент в роли презентатора приходящего: «Мы никому не отдадим нашу победу». Победитель: «Выборы стали тестом на политическую зрелость российской государственности, который показал, что никто не может навязать России свою волю с целью узурпации власти». Путин благодарил всех, кто сказал да великой России. Он легко поставил знак равенства между собой и Россией. Но демонстрация визуального экстаза была смазана: Путин всплакнул, как выяснилось, не на радостях, а «от ветра». Впрочем, для массового зрителя эта ремарка не так существенна. Слезы стали эмоциональной точкой в начале нового срока.

Между первой и пятой картинками больше 12 лет. Даже из беглого описания этих знаковых кадров видно, как нащупывался образ «лидера нации» в 1999–2000 годах, как визуально и лексически фиксировалась формула «вертикали власти», «стабильности» и «суверенной демократии» в 2004–2005 годах; как формировалась комбинация «двух звезд», сохраняющих преемственность «учителя и ученика» во властном тандеме в 2008–2009 годах и как торжествен-

ной мощью телевизионного зрелища 2012 года закольцевали многолетний сюжет о бессменной власти «главного героя» политической сцены.

В начале путинского правления один из главных кремлевских политтехнологов десятилетия Глеб Павловский (глава Фонда эффективной политики) сформулировал основное отличие новой власти от старой, ельцинской. Она – новая власть – «очень четко понимает разницу между реальностью и картинкой»¹. Именно в этот период российский политический класс окончательно вступил в «оформленное политико-журналистское поле»² в противовес реальной политике, когда можно говорить о переходе «демократии масс к демократии публик»³.

Вспоминая про событие, мы чаще всего представляем не суть, не факт, не мысль, не набор сведений по поводу случившегося, мы вспоминаем образ события. В начале 2001 года, когда телевидение еще только вырабатывало формы телевизионного общения народа с Владимиром Путиным, программу называли «Разговор с президентом. Крупный план». Наспех смонтированное произведение, показанное в итоговой воскресной программе «Вести недели» на государственном канале РТР (сейчас «Россия 1»), тогда запечатлело первые лыжные заезды президента перед камерой и нарезку кадров из пяти байкальских вечеров Путина, проведенных в беседах с ведущими учеными страны. Ученые, волнуясь, докладывали президенту о состоянии «отрасли». Но уже к концу 2001-го граждан ошеломили масштабностью и технологическим совершенством принципиально нового формата многочасового сеанса связи президента со страной. «Прямая линия с президентом» стала ежегодной. Третий российский президент этот телевизионный формат не унаследовал. Спустя семь лет «Прямая линия с президентом» перетекла в премьерский формат. Он опять стал называться просто – «Разговор с В.В. Путиным. Продолжение». Школьники советских времен сразу же вспомнили программное стихотворение В. Маяковского 1929 года «Разговор с товарищем Лениным».

«Разговор» 2009 года выстроен уже совершенно по иным законам: многочасовой прямой эфир, полукруг амфитеатра Гостиного Двора, плавающая камера, демиург в центре. Ритуальность действия отсылает к античному театру. Соппадают не только цели (передать зрителям возвышенное настроение, отвлечь от грустных будней), но и методы. Эллины, приходившие на пьесу Еврипида, хорошо знали миф, по которому разыгрывалось представление. Зрители России тоже стали понимать, что для конкретного отобранного по драматургии сюжетной линии дозвонившегося может случиться «чудо». Вдова, офицер, пенсионерка, ребенок, крестьянка, молодая семья могут быть осчастливлены. Пенсией, елкой на площади, квартирой, нарядным платьем, газом, гражданством и прочими благами. Метафизика сначала «Прямой линии», а теперь

1 Цит. по: Тарошина С. Когда выпадет снег. URL: <http://www.gazeta.ru/kolonka.shtml>

2 Шампань П. Делать мнение : Новая политическая игра. М., 1997. С. 154–155.

3 Московичи С. Век толп. М., 1998. С. 238.

и «Разговора» очевидна – он запечатлевает в сознании зрителей образ чудотворца. Стержнем магического восприятия власти и ее верховного носителя становится убеждение подданных в том, что все в стране зависит от первого лица государства, от сверхчеловека, который наделен колоссальной властью¹ и в котором воплотилось «напряжение коллективной надежды»².

Смысл происходящего далеко не всегда исчерпывается тем, что мы видим в кадре. Пространство за кадром принадлежит смысловой неопределенности экранного произведения. Значение кадра определяется отношением того, что мы в данный момент видим на экране, к тому, что, по нашему мнению, осталось за его рамками. Прибегнув к аналогии с алгеброй, можно сказать: формула художественного смысла в кино и на телевидении представляет собой систему уравнений с несколькими неизвестными. Одним из таких неизвестных будет пространство за кадром³. Это пространство, как и «образ события», важно декодировать.

Постсоветская политическая культура и не во всем удачные реформы 1990-х привели к власти Путина с его авторитарной программой, и телевидение в этой трансформации и легитимации нового политического порядка сыграло важнейшую роль.

Путин – медиагерой вертикали

Беспрецедентно грязная кампания выборов в Думу 1999 года была составной частью нового политического цикла, финалом которого стали досрочные президентские выборы. По сути дела, в декабре 1999 года страна уже выбрала президента. Раскрутка «бесцветного политика» стала началом масштабного превращения второго президента России в медиатизированного политика, в носителя мифологического образа, который в конце концов станет стержнем идеологии «эпохи Путина». Образ нового президента будет помогать воспроизводить советский миф. «Сильный национальный лидер» – «великая держава» – «патерналистское государство с широчайшими полномочиями» – «порядок» для укрепления безопасности, ущемление свобод во имя «стабильности».

В середине июля 1999 года в СМИ разразилась информационная война, привычная для эпохи Ельцина. Она знаменовала собой начало новых времен политического противостояния. В сценарии той предвыборной кампании уже не было идеологической битвы «красных» и «белых», «коммунистов» и «демократов» – в политических верхах шла драка не только за финансовые трофеи, которые дает и защищает власть, но и за саму власть.

- 1 См.: Юнг К.Г. Диагностика диктаторов // Одайник В. Психология политики. М., 1996. С. 346.
- 2 Кассирер Э. Политические мифы // Реклама: внушение и манипуляция. М., 2001. С. 384–385.
- 3 См. подробнее: Лотман Ю., Цивьян Ю. Диалог с экраном. Таллин, 1994.

Внешне «две партии войны» были представлены двумя телеканалами: ОРТ против НТВ. Борис Березовский (контролировал ОРТ, главный телеканал страны) против Владимира Гусинского (НТВ). Кремль против «Газпрома», «Медиа-Моста» и столичного мэра Лужкова. В июне 1999-го еще отсутствовал единый кандидат на Кремль, который устраивал бы всю политическую элиту. К началу июля в головах кремлевских технологов стали прорисовываться образ будущего наследника и схема будущей кампании¹.

Ставка на «новые имена» была беспроигрышной. После выборов 1996 года Россия не переставала ждать своего героя. Причем на фоне всеобщей нелюбви, стыда и жалости к стареющему и нездоровому президенту страна жаждала найти молодого, уверенного, сильного хозяина².

В такой ситуации легко рождаются иллюзии. В ситуации нестабильности каждое новое лицо власти: Лебедь, Немцов, Примаков, Степашин – вызывало прилив симпатий и новые надежды. Новому персонажу готовы отдать свои голоса 15–20% разочарованных и одновременно влюбчивых граждан. Жизненный цикл популярности таких политических персонажей в России 1990-х примерно год. Технология «дискредитации» старого порядка («лихие девяностые») и новых противников (либералы / демократы / внешний враг), «административный ресурс», а также телевидение, как главный канал по продвижению, для Владимира Путина окажутся беспроигрышными.

В 1999 году «новые имена», ограниченное время и проигравшие противники – факторы, которые учитывались и планировались. Но только их было недостаточно. Желательно, чтобы весь спектакль по раскрутке «новых персонажей» разворачивался на неординарном, стремительно меняющемся, даже кризисном социально-политическом фоне, где герои или герой могли бы про-

1 Одним из косвенных доказательств такого расклада было тогда заявление Бориса Березовского. Весной 1999 года стало точно известно, что этот политический игрок ни в коем случае не станет поддерживать Лужкова с Примаковым. Еще в мае Березовский говорил о поддержке Александра Лебеда, а уже в 20-х числах июня заявил, что не собирается поддерживать никого. Правда, тут же добавил, что в российской политике должны появиться новые имена. Через месяц премьером был назначен никому не известный «преемник». Спустя 10 лет дочь уже покойного президента Ельцина Татьяна Юмашева расскажет в своем блоге, как и из кого ее отец выбирал Путина.

2 К 1999 году все большее число россиян отвергало нестабильность начала 1990-х вместе с принесенными этими годами возможностями (отвергалось, правда, не все, например число сторонников свободного выезда за границу неизменно превышало число противников). Все большее количество людей были готовы довольствоваться небольшим, но твердым заработком и уверенностью в завтрашнем дне, т.е. тем, что они имели в советское время. Одновременно падал и без того низкий рейтинг политических прав и свобод, дойдя в 1999 году до 2%. В числе нововведений, пришедших с реформами, наиболее непопулярной была многопартийность. К 1999-му 50% опрошенных россиян считали, что она причинила больше вреда, чем пользы. См. об этом подробнее: Левада Ю.А. От мнений к пониманию: социологические очерки: 1993–2000. М., 2000. С. 494–495.

явить свою эффективность и действенность. Взрывы домов, начало чеченской операции кардинально изменили общественные настроения, произошла милитаризация массового сознания. Осенью 1999 года грянули коррупционные скандалы¹ с отмыванием денег, в которых были замешаны многие персонажи политической верхушки. Попадание этих событий в необходимый драматургический контекст сделало появление героя необратимым.

Любая кампания в СМИ развивается по законам драматического зрелища. В нем есть главный герой (протагонист) и злодей (антагонист), есть критические обстоятельства и препятствия, которые герой постоянно преодолевает. Наконец, есть финал – планируемый или непредсказуемый. Каждая предвыборная кампания не что иное, как зрелище, спектакль. Рассмотрим, как тот самый первый для Путина спектакль ставили на телевидении.

Для начала публика должна понять, кто главный герой. Для этого он всегда на экране. Председатель правительства – ньюсмейкер по определению. За последние два месяца перед выборами 1999 года из всех политических программ окончательно исчезла жизнь страны. Не было нормальных репортажей, если не считать репортажей из Чечни, да и то, как правило, с одной стороны. Из якобы аналитических программ исчезли даже эксперты. Ведущие превратились в бойцов информационного фронта, став сами себе аналитиками, социологами, политологами. Практически все информационные выпуски тех осенних месяцев начинались с того, что герой заявил, где и с кем встретился, куда отправился, как прокомментировал чье-то заявление, кого осудил, поздравил, поддержал... То же самое и про политический блок «Единство», предка «Единой России». Три-четыре сюжета ежедневно, в каждом выпуске новостей первого и второго телеканалов так или иначе касались Путина и «Единства». Неважно, что беженцами всю жизнь занималась специальная миграционная служба, а не МЧС. Неважно, что министру Шойгу никто не давал полномочия на переговоры с президентом Чечни Масхадовым. Это все мелочи, на которые зритель не обращает внимания.

1 Скандал вокруг строительной компании «Мабетекс» разразился в январе 1999 года, когда по просьбе российской Генеральной прокуратуры генеральный прокурор Швейцарии Карла дель Понте провела обыски в европейских представительствах этой фирмы. В частности, там были обнаружены кредитные карточки, выписанные на имена дочерей российского президента. Самые высокопоставленные российские чиновники во главе с Павлом Бородиным стали подозреваться СМИ в получении от «Мабетекс» огромных взяток в обмен на получение заказов на проведение ремонтных и восстановительных работ в государственных зданиях в Москве, включая Кремль. Но после «скандальной пленки развлечений с девушками человека, похожего на генпрокурора», показанной по государственному РТР, Юрий Скуратов, деятельность которого по расследованию этих дел поддерживали Евгений Примаков и мэр Москвы Юрий Лужков, был отстранен от должности. Сам Скуратов позже заявлял, что именно глава ФСБ Владимир Путин тормозил расследование дел, связанных с «семьей».

Главное, чтобы герой был органично вписан в ситуацию. Зритель навсегда запоминает крупные планы, которые телевидение будет тиражировать два месяца подряд: премьер в шлеме летчика, пилотирующего истребитель, премьер в пилотке морского офицера, министр, окруженный стариками, женщинами, детьми. Образ застревает в сознании лучше, чем слова. «Когда мы убираем картинки... из нашего сознания, мы начинаем мыслить», – заметил философ Мераб Мамардашвили. Можно сказать и наоборот: когда в наше сознание вставляют картинки, мы перестаем мыслить.

Образ государственника – современного, серьезного, мужественного, в меру жесткого патриота – интенсивно лепили всю осень, вплоть до начала ноября. Помимо появления в информационных выпусках, Путин с завидным постоянством разъяснял суть государственной политики в эфире политических воскресных программ ОРТ и РТР. Двадцатиминутные интервью Путин давал попеременно то Доренко (ОРТ), то Сванидзе (РТР): 5 сентября 1999 года – Доренко, 19 сентября – Сванидзе, 10 и 17 октября – Сванидзе, 31 октября – Доренко.

Кстати, до этого времени государственное ТВ не показывало варварские съемки, сделанные чеченскими боевиками: расстрелы и отрезанные головы. Устрашающие кадры показали 19 сентября 1999 года в эфире «Зеркала» (воскресенье, 20:00). Первый крупный план – тесак, занесенный над шеей солдата. Дальше – темный экран, за кадром – булькающий звук и предсмертные хрипы. Последний план – отрезанная голова. Съемка датирована 1996 годом. По сути, зрителям впервые продемонстрировали агитационный ролик для тех, кто должен сражаться с террористами, для тех «пацанов, которые зубами вырвут у врага победу». Именно такими словами закончился этот жутковатый материал. Вслед за ним в программе «Зеркало» появился Владимир Путин в белоснежной рубашке, пиджак – на спинке стула. Перед премьером лежали карта, указка, документы. Как перед полководцем накануне решающего сражения. Он объяснял, как будут действовать на Кавказе.

Вплоть до октября 1999 года Путин – положительный герой всех без исключения политических программ. Его не касается «грязь», которая начинает выплескиваться в эфир со всех сторон. Он осваивается в публичном пространстве, начинает импровизировать. В начале октября в политический обиход входит «сортирная» лексика. Один из имиджмейкеров Путина того периода убедил автора этой статьи в том, что фраза «мочить в сортире» принадлежит лично премьеру. Эти слова сделали образ премьера более народным. Рейтинг Путина значительно вырос, о чем не уставали напоминать с экрана. 10 октября образ лепили в «деловых декорациях». В мизансцене «Воскресное чаепитие после важного совещания» участвовали Путин, Сергейев (тогда министр обороны), Геращенко (глава Центробанка) и ведущий «Зеркала» Сванидзе. Сцена продумана до мелочей. Главный герой, конечно же, Путин. Но его эффектно оттеняют финансист и силовик. Рядом команда. Герой не одинок.

К началу ноября в государственных политических программах появляются принципиально новые персонажи, новые образы и мотивы. Воюющий генерал Шаманов в камуфляжной форме, по сути дела, публично присягает новому символу страны, за которым пойдет не только армия, но и общество. «Всем надоело, что Россия унижена, – чеканит генерал в студии «Зеркала» 7 ноября. – Мы пойдем за Путиным. И наступит завтра». Куда пойдем, какое завтра? Об этом Сванидзе генерала не спрашивает. Через час после эфира на РТР в программе Сергея Доренко на ОРТ вдруг показывают репортаж из Пакистана, где к власти пришли военные. Причем корреспондент за кадром рассказывает, что переворот одобрило все население, он обошелся без крови и никто не был убит. Пакистанский эксклюзив – намеренно или нет, неважно – поддерживал ассоциативный ряд: если к власти приходят силовики, то это не страшно.

По мере того как рос рейтинг «преемника», пространных телевизионных интервью от Путина уже не требовалось. Нужны были «яркие мазки» и демонстрация деятельной вездесущности – облеты страны, поездка к соседям, смотрины ВПК, наезды в Чечню. С героем должны ассоциироваться понятия «действие», «движение», «энергия». Та же тактика использовалась и при раскрутке «Единства». С начала ноября министр по чрезвычайным ситуациям Шойгу – новый герой политических и информационных программ. Причем Шойгу в буквальном смысле раздваивался. До 18 часов он занимался исключительно взрывами, катастрофами и беженцами, а после 18 – только агитацией в пользу блока «Единство». Образ деятельного борца с несчастьями лепится просто, без излишеств. Шойгу тоже вездесущ, мобилен, организован, немногословен. О нем, как и о Путине, рассказывают, употребляя только глаголы действия: осмотрел, прилетел, решил, отправил. Дальше смысловой ряд дополняется легко: работает школа, открывается баня, налаживается жизнь. Эти хорошие дела ассоциируются исключительно с энергичным министром.

У каждой «воюющей» группировки в 1999 году во время выборов в Думу, разумеется, были свои антигерои. Но антигерои из партии власти в основном не обладали политическим лицом, их трудно показывать, они за кулисами. Поэтому примаковско-лужковский блок боролся с коллективным антигероем – президентской администрацией и в меньшей степени с детищем Кремля – блоком «Единство». Коллективный антигерой кремлевского предвыборного спектакля – блок «Отечество – Вся Россия». Антагонисты героя Путина – Лужков и Примаков. «Отечество» хочет стать партией власти, и этого нельзя допустить, считают в Кремле. «Единство» должно стать «партией нового президента», и этого нужно добиться. Такovy главные сюжетные линии предвыборного спектакля конца XX века в России.

Черный пиар в отношении Лужкова и «Отечества» зрители и некоторые журналисты тогда трактовали как борьбу за правду или как личное хамство Сергея Доренко, работающего по заказу Березовского. И без всякой связи с Кремлем. Это уже под занавес предвыборной вакханалии «всплывут» записи

переговоров между Березовским, Невзоровым и Доренко. Все трое не без удовольствия признаются, с каким воодушевлением они разрабатывали сценарий телевизионной кампании.

В одном из интервью самый одаренный делатель антигероев Сергей Доренко признался: «Мне нравится Лужков. По моей оценке, он жуликоватый и очень непосредственный человек. Он лучше своего окружения. Думаю, что он давно уже ширма для братцев и братков. И думаю, он об этом знает. И он огорчен. Он несчастный человек. И одинокий человек. Быстро стареющий человек. Он очень хочет, чтобы его искренне любили. Хотя бы избиратели. Это если говорить о реальной личности. Виртуальная же личность Лужкова – это персонаж моих шоу. Он мне тоже нравится. Это Лужков такой, каким он себя представляет публике»¹.

Признание, которое лишний раз убеждает в том, что политические режиссеры «с драйвом» (выражение Березовского) «рисовали карикатуры» (выражение Павловского) и разыгрывали сенсационное зрелище. Доренко, безусловно, сделал свое дело: умерил политические амбиции Лужкова и развеял миф о нем как о всесильном отце сытого и процветающего города. Все следующие 10 лет после тех разоблачений Кремль предпочитал многочисленные московские безобразия использовать как политическую карту² и не предпринимать никаких действий.

Антигерои спектакля не отъявленные злодеи, но персонажи колоритные. У Примакова и Лужкова за плечами жизнь, богатая разными событиями, которые можно интерпретировать как угодно, в том числе в карикатурном жанре. В этом смысле оба антигероя сделали режиссерам шоу подарок. После каждого информационного удара эти «царственные политические особы» вступали в перепалку с простыми работниками политической сцены, чем серьезно подрывали свой авторитет.

В кампании по продвижению Путина во власть на экран выплеснулась причудливая смесь съемок спецслужб, яростных комментариев, грубого монтажа, вранья, хамства, оскорблений и непристойностей. Пропагандисты запросто обвиняли политических противников в воровстве, шантаже, убийствах, антиправительственном заговоре. Каждая история про антигероев была маленькой сенсацией, в которой, следуя заповеди одного из первых магнатов желтой прессы, Херста, всегда содержались элементы примитивной человеческой природы. Пропагандисты рассказывали именно о том, что больше всего любит обыватель. О родственниках сильных мира сего – настоящих и мнимых. Об их

1 Доренко С. Лена Батурина разогналась и прыгнула на Лужкова // Огонек. 1999. № 52. URL: <http://www.ogoniok.com/archive/1999/4624/37-40-41>

2 Только в 2010 году – в канун нового политического цикла – с Лужковым расстались, хотя комбинация с отставкой московского мэра публично выглядела странной и не совсем продуманной. Символом борьбы с коррупцией один из лидеров правящей партии так и не стал, а грубое шельмование стареющего тяжеловеса вызвало к уходящему Лужкову сочувствие даже у его постоянных оппонентов.

семьях – в буквальном и в «сицилийском» (мафия) понимании этого слова. Об их собственности и об их состояниях. Об альковных утехах. О жеребцах, домах, болезнях, карьерах, человеческих слабостях. Такова сенсация – бойкая, смешная, часто наглая, облитая пикантным соусом, когда шоумены добиваются внимания публики при помощи потакания ее страстям и предрассудкам.

Самый яркий пример – сопоставление немощного и болезненного Примакова с энергичным и моложавым Путиным. Сопоставление не лобовое, но запоминающееся. Обоих почти всегда показывают в движении. Примаков в кадре материалов ОРТ и РТР, как правило, медленно, с трудом передвигается, Путин – стремителен, даже порывист. В кадр уже тогда редко попадают охранники и обслуга премьера. Мы не видим, как Путин выходит из машины, зато видим, как легко он вскакивает на ступеньки, сбегает по трапу. Визуально вокруг Путина все время создается движение, вернее именно оно попадает в кадр: даже если он стоит, то вокруг него все время что-то происходит – жестикулируют люди, толпятся журналисты. Примакова чаще показывали то сидящим (в президиумах, на встречах с избирателями), то стоящим на трибуне. Визуально, да и психологически, стол или трибуна делят кадр пополам, воздвигая барьер между персонажем и публикой. Кадр статичен, в нем нет внутреннего движения. Остается ощущение, что герой не вместе с людьми, он над ними. Картинка подкрепляется соответствующими словами: «... мудрость превращается в консерватизм и ретроградство, а политический опыт – в приспособленчество». В результате рождается сопоставление на смысловом уровне: Примаков – стар, Путин – молод. Примаков – постариковски рассудителен, Путин – «мочит» с плеча. За Примаковым – наследие прошлого, у Путина – всё впереди.

Игра со словом и смыслом – в российской словесной традиции сведения счетов. Один из самых куражистых монологов Доренко был построен на обыгрывании нелепой фразы «член семьи его жены». Дальше выстраивается смысловой и образный ряд: «человек, который отвечает только за свою жену, – пенсионер», «человек, который обсуждает жену, не мужчина», «такого мужчину впору наряжать в женское платье». Кстати, Керенский, которого Доренко упоминал в этой связи, никогда в женское платье не переодевался. Это тоже старинный пропагандистский миф. Но для Доренко это несущественно. Он творец современных мифов и зрелищ. История должна быть с продолжением и заканчиваться на самом интересном месте. Вот примеры: «поиски земли столичного мэра за границей», «сериал о тазобедренном суставе Примакова», «история мэрского жеребца», «история убийства американского бизнесмена». Но антигерой еще должен вызывать устойчивые ассоциации. Юбилейный портрет «антигероя» Примакова исполнен в программе П. Шеремета¹ в жанре библейского жития. Юбиляру напомнили все: и родители-то его неизвестно кто, и профессия у него сомни-

1 Журналист Павел Шеремет позже будет публично раскаиваться в том, что принимал участие в этой «информационной войне», и в результате уйдет с государственного телевидения на вольные хлеба.

тельная. К тому же Примаков – удачливый современник многих поколений политиков и начинал журналистом еще во времена Сталина. Вроде и нет ничего особенного в этом телепортрете, сдобренном цитатами из Примакова советского периода и хроникой тех времен. Но контекст, музыка, умело смонтированный видеоряд и соответствующий текст рождают образ. В данном случае – неприятный образ старого беспринципного приспособленца. Человек смотрит на экран и не отдает себе отчета в том, почему ему неприятно. Но цель достигнута. Если из недели в неделю говорить, что политик стар, немощен и несимпатичен, то он в итоге перестанет вызывать симпатии большинства. Это, в том числе и по объективным причинам, случилось с Ельциным. Такого же эффекта «отторжения» добивались в случае с Примаковым.

В кровавом триллере «о тазобедренном суставе Примакова» (пример классического способа подмены понятий) вторая операция, якобы предстоящая бывшему премьеру, из гипотетической превратилась в реальную. Логика простая: если один сустав заменили, значит и второй придется менять. Доренко всерьез рассуждает о времени проведения хирургического вмешательства, а в финале делает вывод: «Только став президентом, Примаков сможет спокойно лечиться следующие четыре года». Зритель, уже не раз испытывавший стыд за «загогулины» и «болезни» одного президента, вполне разумно решит: другой больной старик не нужен.

Еще один работающий набор ассоциаций: сравнение политического противника с самыми темными силами – коммунистами, фашистами, сектантами. В кампании 1999 года повторялись следующие главные положения сюжетной линии противостояния «власти» и «антивласти»: «семья Лужкова – это мафиозная семья»; ««кремлевская семья» – это безответственная камарилья»; «все, что делает Лужков для Москвы, – это показуха»; «Примаков и Лужков засвечены в связях с Западом»; «Путин – символ безопасности и порядка»; «Путин – единственный реальный преемник Ельцина».

Детали, которые дополняют, уточняют, поддерживают масштабное телевизионное действие, иногда почти незаметны. Например, в репортаже из одного российского города совсем не на тему выборов в кадре в качестве перебивки постоянно мелькает тумба для афиш. Вся она обклеена плакатами трех лидеров «Единства» («Новости», ОРТ). Или тема падения рейтингов Лужкова интерпретируется в соответствии с сезоном. Неумолимость падения столичного мэра эмоционально поддерживает видеоряд. Серый асфальт, смурное небо, опавшая листва. Так рождается телевизионное полотно под названием «Лужков, уже падают листья!» (субботняя программа «Время», ОРТ).

Роль войны в формировании образа Путина – тема специального и отдельного разговора. Так же как и показ этой второй чеченской войны по телевидению, для которого официальная пропаганда обосновывала теорию правды фактов и правды истины. По этой теории война – это не война, поскольку она не объявлена, а всего лишь операция, «зачистка». Тысячи беженцев не беженцы, а вре-

менно перемещенные. Показ трагедии народа – «информационная война против России». Для иллюстрации всего один пример. 12 декабря 1999 года, 20:00, программа «Зеркало». Репортаж из Чечни. Корреспондент обращает внимание на дом из красного кирпича, который военные демонстрируют журналистам. Репортер, кстати, замечает, что таких дворцов, построенных на фоне убожества и нищеты, хватает и в Подмосковье. В кадр попадает старик с белым флагом, и по ходу дела выясняется, что дом принадлежит спортсмену-чеченцу, который выступает за сборную России по каратэ. Военные несколько смущены. Через час, уже на Первом канале (ОРТ), в программе Доренко тоже репортаж из Чечни. Показывают того же старика и тот же дом. Те же арки, окна и железные ворота, которые, так же как и в репортаже российского телевидения, пытаются открыть военные. В кадре рядом с домом тот же генерал Шаманов, который, показывая на особняк, возмущается: «Вот она – боль и слезы России. Здесь пенсии, не выплаченные старикам Чечни, здесь деньги, не доставшиеся детям». Какому же из репортажей верить? По-видимому, тому, который больше нравится. В зависимости от отношения к войне, Чечне и чеченцам.

«Ударим рейтингом по конкурентам. Тот самый Путинг» – такие издевательские заголовки появлялись в газетах того времени, обсуждавших ангажированность всяческих опросов. Сами по себе опросы не могут быть, разумеется, средством пропаганды. Но чрезмерное включение опросов в предвыборный сценарий и соответствующая интерпретация результатов – дополнительный механизм раскрутки. Осенние опросы 1999 года, показавшие, как после начала чеченской операции рванул вверх рейтинг Путина, позволили развязать в прессе кампанию под лозунгом «Путин – надежда нации». Комментарии результатов опросов на главных каналах – ОРТ и РТР, поддерживавших Путина, с октября по декабрь 1999 года, с незначительными вариациями, сводились к следующему: Путин – лучший, главный, первый; Лужков – худший, мелкий, суетливый, обидчивый. Все остальные персонажи, вроде бы участвовавшие в гонке, не удостоивались почти никаких комментариев. Евгений Киселев (НТВ) в начале ноября отказался от демонстрации результатов опросов, чтобы, как он сказал, не вводить людей в заблуждение. Но если бы результаты укладывались в сценарий антикремлевской группы, то, предполагаю, ими бы все-таки воспользовались.

С начала ноября в программах Доренко и Сванидзе стали обнародовать рейтинг ожидания нового президента. Это лишний раз подтверждало: выборы в Думу были не столько выборами парламента, сколько первым актом выборов президента. 20 ноября руководитель Фонда общественного мнения Александр Ослон с научной точки зрения объяснил феноменальный результат Путина (24%), произнеся магическую фразу: «Путин – политик, которого ждали». Под занавес первого акта Сванидзе обнародовал результаты опроса ВЦИОМ конца декабря «Кто будет следующим президентом?». 52% называют Путина, Примаков и Зюганов получают по 5%, 32% – не знают. Ненаучная поддержка результатов социологических опросов осуществлялась с помощью интерак-

тивных телефонных опросов. 10 октября 1999 года в эфире «Итогов» (НТВ) был впервые публично задан вопрос: «Должен ли Ельцин передать полномочия Путину?» Из 16 тысяч позвонивших 15 тысяч ответили утвердительно.

После массированной двухмесячной кампании и победы путинского «Единства» на выборах 26 декабря в программе «Зеркало» задают вопрос: «Какое событие года вы считаете наиболее ярким?» Варианты ответов: «назначение Путина премьером», «операция в Чечне», «результаты выборов в Думу» (оставим за скобками обсуждение того, в каком смысле в этот перечень попала операция в Чечне и как вообще война может быть отнесена к ярким событиям). Большинство позвонивших – более 10 тысяч – считают самым ярким событием года назначение Путина. Сванидзе был готов к такому результату, в финале программы он провозглашает осанну будущему российскому президенту. «Просто фантастика! – восклицает Сванидзе. – Путин – это переломный момент в истории. Путина приняла нация, он оказался политиком, которого ждали. Путин очищает патриотизм как фамильное серебро от налипшей грязи, он олицетворяет сплав патриотической идеи и западных либеральных ценностей». Такой бурной телевизионной во всех смыслах кампании больше уже не будет, а студенты, которые 10 лет назад были детьми, с изумлением будут смотреть на экран – разве такое возможно?

Итак, именно с этой кампании начинается публичная деятельность Путина – «верховного одиночки», который поступательно, на протяжении двух сроков своего президентства будет «зачищать»¹ политическое поле от противников, оппонентов и «несогласных»². Будут также ликвидированы многие сферы независимости: отменены выборы губернаторов, созданы федеральные округа

1 События 1999–2000 годов: взрывы домов, вторая чеченская война, «дело Бабицкого» – возвращают в информационное поле понятия «государственная пропаганда», «национальная идея», «наши – не наши». Накануне решающей битвы за НТВ кремлевский технолог Глеб Павловский провозгласил «крушение СМИ демократической республики и закат эры олигархов» (2000 год). В этой фразе в утрированной форме выражена сущность изменений, которые произошли в сфере массовой информации после Ельцина. К весне 2001 года двух главных медиаолигархов прежней эпохи, В. Гусинского и Б. Березовского, в стране уже не было, в последующие годы их постепенно выдавили на политическую и медийную периферию.

2 Предвыборная кампания 2003–2004 годов прошла по меркам 1990-х скучно, без неожиданностей для «партии власти». Даже скандал с ЮКОСом (2004 год) с последующими арестами, отъездами и судами над акционерами ничего принципиально не изменил в информационных сценариях. Лозунги «Россия – для русских» и «Отобрать и поделить» умело поддерживались, когда надо – микшировались. Массированная информационная кампания, проведенная основными каналами (лидеры «Единой России» – по совместительству чиновники и министры – каждый день мелькали на экранах, перемещаясь со стадионов в детские дома и другие социальные объекты), привела к тому, что 12% телезрителей признали «партию власти» лучшей в дебатах, хотя «Единая Россия» в них не участвовала. Президентская кампания была еще более предсказуемой.

и осуществлена централизация власти, проведена реформа Совета Федерации, изгнана оппозиция из Госдумы (чему, правда, способствовало реальное снижение популярности либеральных СПС и «Яблока», а также то, что население не поддержало идею многопартийности), политико-экономические кланы лишены возможности использовать СМИ в качестве инструментов своего влияния и ограничена деятельность общественных организаций, финансируемых в том числе зарубежными донорами. Одну из главных ролей в этой «перекодировке» режима и политики сыграет уничтожение «телевизионного плюрализма»¹. Путин, видимо, никогда не сомневался (или его в этом убедили) в том, что телевидение в новейшей России может быть могущественным оружием. Он пришел к власти благодаря телевидению, и поэтому независимый, не контролируемый лояльными людьми канал, охватывающий около 70% российской территории, наверняка представлялся ему опасным.

«Убрав с дороги строптивых владельцев НТВ и ОРТ, Кремль стал проводить по пятницам еженедельные встречи с главами ведущих телевизионных каналов, на которых помощник Путина Владислав Сурков, кремлевский консультант Глеб Павловский и другие распределяли темы для новостей. Телевидение превратилось в инструмент политического управления, – рассказывал позже один из участников этих собраний. – Все подавалось прямолинейно и очевидно, как чистая пропаганда»².

Один из ближайших помощников Путина рассказывал журналистам из американской газеты *The Washington Post*, авторам книги «Восход Кремля: Россия Владимира Путина и конец революции»: «Он смотрел на себя в телепрограммах, а потом разбирал все в деталях»³. Путин знал и видел, что такое информационные войны и войны компроматов, а в некоторых ему, как сподвижнику Собчак в Петербурге и главе ФСБ при Ельцине, судя по всему, пришлось участвовать. Он не верил в реальность телевизионной картинке и, скорее всего, был убежден, что телевидение – это технология, а журналисты отрабатывают заказы. О том, как был возмущен президент телевидением в самом начале своего пребывания в должности, рассказывал Сергей Доренко, помогавший до этого Путину прийти к власти.

Путин воспринял как личное оскорбление передачи российского телевидения, жестко критиковавшие медлительность властей и ложные официальные заявления в связи с гибелью подводной лодки «Курск», затонувшей в Баренцевом море в августе 2000 года. Взбешенный Путин лично позвонил на телевиде-

1 В сентябре 2004 года на встрече с западными экспертами и политологами Путин произнес знаковую для следующих четырех лет фразу: «Власть, как мужчина, должна пытаться, а пресса, как женщина, обязана сопротивляться». Цит. по: Злобин поговорил с Путиным // Газета. 2004. 8 сент.

2 *Kremlin Rising: Vladimir Putin's Russia and the End of Revolution*. URL: <http://lenta.ru/articles/2005/06/10/intrigues>

3 Там же.

ние по поводу репортажа и обвинил журналистов в том, что они сфабриковали материал. «Вы наняли каких-то шлюх... чтобы дискредитировать меня», – кричал Путин, вспоминает Сергей Доренко, в то время постоянный ведущий Первого канала. Доренко был ошеломлен. «Эти женщины были женами офицеров, – рассказывает он, – но Путин был убежден, что никакой правды, никакой реальности, на свете не существует»¹. Надо полагать, Путину на всю жизнь запомнилась встреча с родственниками членов погибшего экипажа, организованная через шесть дней после гибели «Курска».

В случае с трагедиями на Дубровке («Норд-Ост») и в Беслане реакция Путина была похожей. С пострадавшими и их родственниками в контакт не вступать, публичного сострадания – минимум, реакция – с опозданием (обращение через 12 часов или даже через сутки), убежденность, что истерику провоцируют журналисты, «зарабатывая рейтинг и деньги» на трагедии.

Почти 10 лет – вплоть до встречи с протестующими рабочими в Пикалево (город-завод в Ленинградской области) в 2009 году, к которым премьер прилетел после двух президентских сроков уже в новой должности – Путин не встречался ни с какими разъяренными женами, потерявшими детей матерями и другими возмущенными гражданами.

Ритуализация и телевизионные форматы

За 10 лет менялась ритуализация образа верховного лица. Появились новые форматы, в общественный обиход были введены новые телевизионные обряды и обновлены прежние, советские. Теперь набор государственных символических зрелищ выглядит так: трансляция главных богослужений во время празднования Рождества и Пасхи (с участием президента и ближайшего окружения), церемония инаугурации, празднование Дня Победы и прямые линии связи с народом. Рассмотрим их подробнее.

Религиозные праздники

Особую роль в становлении образа новой светской власти в России играет церковь. Ельцин не возражал против упрочения роли церкви в обществе, но сам глубоко верующим не был. Однако именно первого президента России хоронили уже по церковному обряду – отпевали, как некогда русских царей. Для Владимира Путина – не будем касаться глубоко личного вопроса веры – православию, а точнее связанные с ним канон и ритуальность, является одним из важных способов подчеркнуть свою легитимность, связь политического курса с почвенной, исконной традицией.

«Вера предполагает подавление критического мышления. Вера абсолютна.

1 Цит. по: Мельников А. Путин должен извиниться перед военно-морским флотом России. 11 декабря 2004 года. URL: http://www.yabloko.ru/Publ/2004/2004_12/041214_melnikov.html

Нельзя верить наполовину»¹. Там, где есть боги и абсолютная вера, непременно появляется религия. Мифологическая и религиозная – «родственные системы мировоззрения»², они обе «живут самоутверждением личности»³. Упорядоченность, зрелищность, таинство – все эти характеристики церковного обряда помогают и формированию образа новой власти, вписанной в этот канон. В нее надо верить. Несмотря на то что у части народа⁴ по отношению к держащим свечи бывшим коммунистам и советским офицерам наблюдается ироническое отношение (их называют «подсвечниками»), Рождество и Пасха, трансляции которых специально готовятся под телевизионную картинку, стали частью образа государственной власти.

Самая эффектная картинка первых дней 2004 года: маленькая провинциальная церквушка в Рождественскую ночь, она освещена сбоку, сзади и сверху, нарядная, как на рождественской открытке, сияет и искрится снег. В кадре ни души. Эффектный план: одинокий прихожанин с известной всей стране походкой идет по дороге к храму. На крыльце его встречает батюшка, и вдруг невидимый в ночи народ, отогнанный от церкви за оцепление, чтобы не мешать проходу, кричит здравницу этому одиночке. Тот оборачивается на возглас всенародной любви, с улыбкой машет рукой и проходит в храм. На этом фоне соперники президента на грядущих выборах: охранник, гробовщик, предприниматель, аграрий, лидер «Родины» и либеральная женщина – выглядят экранными пигмеями.

Во времена Путина восстановленный еще при Ельцине храм Христа Спасителя, главный патриарший собор, во время трансляции главных богослужений (особенно пасхальных) становится важным местом для особо приближенных к российской власти. В разное время рядом с президентом во время службы стояли глава РЖД Якунин, премьер Фрадков, вице-премьеры Иванов и Медведев. Присутствие мэра Москвы в этой компании объясняется тем, что храм восстановили при Лужкове, а сам он никогда не рассматривался преемником. Когда президентом стал Дмитрий Медведев, никаких светских начальников рядом не стало, на переднем плане поставили детей. Этот знак можно прочитать и как грядущий символ обновления, но еще надо иметь в виду, что бывший вице-премьер курировал национальные проекты, в том числе вопрос демографии, а первый год его президентства совпал с объявленным Годом семьи. Дети в кадре превратились в буквальную метафору. В 2010 году во время рождественской и пасхальной служб на традиционном для показа месте стояли Медведев с женой Светланой и Путин. Странная троица.

1 Цуладзе А. Политическая мифология. М. : Эксмо, 2003. С. 147.

2 Лесков Л. Кого будут жечь на костре лженауки. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Science/Article/lesk_kogo.php

3 Лосев А.Ф. Диалектика мифа. URL: <http://lib.rus.ec/b/133519/read#t2>

4 Православными называют себя примерно 70% населения, хотя регулярно исполняют церковные обряды лишь около 5%.

Когда-то у некоторых советских граждан и иностранных наблюдателей была привычка по расположению членов ЦК партии на Мавзолее во время парадов и демонстраций угадывать хитросплетения кремлевской политики. Так и во времена Владимира Путина, когда публичной конкурентной борьбы не стало, по присутствию персон на богослужении, а также на параде Победы 9 мая – главном светском государственном празднике, единственном оставшемся с советских времен – гадают о политических раскладах.

Пастыри обращаются к народу в дни испытаний. До Путина пастырское слово не использовали в мирской предвыборной суете. Но в день избрания Путина на второй срок (15 марта 2004 года) патриарх Алексий с экрана, по сути, призвал голосовать за президента.

Инаугурация

Чин коронации по-русски еще называют и по-другому – венчание на царство. Торжественное вручение царю символов его власти, сопровождаемое таинством миропомазания и другими церковными обрядами, означало его мистическое венчание с государством. Обрядом (таинством) венчания называется в России и заключение церковного брака. Еще Н. Бердяев писал: «У русского народа есть дар покорности... Русский народ не чувствует себя мужем, он все невестится, чувствует себя женщиной перед колоссом государственности, его покоряет сила». И далее: «Русская безгосударственность – не завоевание себе свободы, а отдание себя, свобода от активности. Русский народ хочет быть землей, которая невестится, ждет мужа»¹.

В актуальной и поныне для понимания российской ментальности статье «“Договор” и “вручение себя” как архетипические модели культуры» Ю. Лотман еще в 1981 году писал: «В основе религиозного акта лежит не обмен, а безоговорочное вручение себя во власть. Одна сторона отдает себя другой без того, чтобы сопровождать этот акт какими-либо условиями, кроме того, что получающая сторона признается носителем высшей мощи... Поэтому средствами коммуникации являются в этом случае не знаки, а символы, природа которых исключает возможность отчуждения выражения от содержания и, следовательно, обмана или толкования... следовательно, отношения этого типа имеют характер не договора, а безусловного дара»².

Инаугурация – новый для России ритуал, сделанный для телевидения и телевидением поставленный. Все рассчитано и учтено. Трансляция начинается с часов на Спасской башне, которые отсчитывают минуты до начала торжества. Камеры с вертолетов и машин показывают проезд президентского кортежа по пустынной кремлевской набережной, по брусчатке очищенной от людей Красной площади, въезд в Спасские ворота, подъезд ко дворцу. Распахиваются позолоченные двери,

1 Бердяев Н.А. Судьба России. М., 1990. С. 139.

2 Лотман Ю.М. Избранные статьи : в 3 т. Т. 3. Таллин : Александра, 1993. С. 347.

и по дворцовой лестнице, застеленной красной дорожкой, глава российского государства проходит под своды сияющих кремлевских залов. Здесь его встречает избранный народ, представители всех ветвей власти, патриарх, глава Конституционного Суда. Президент клянется на Конституции, одиноко выходит на Красное/Царское крыльцо (это его историческое название) внутренней Соборной площади и принимает парад Кремлевского конного полка – до Путина курсантов на лошадях в церемонии не было (кстати, именно эта царская традиция – одна из ключевых сцен в фильме Н. Михалкова 1998 года «Сибирский цирюльник»). Уже без камер в одном из соборов Кремля сразу после светского торжества проходит церковная служба, на которой присутствуют президент с супругой (при инаугурации Медведева на Царское крыльцо Медведев вышел вместе с Путиным).

Инаугурация – зрелище символическое и ритуальное, но прежде всего телевизионное. С проездами, с уникальными съемками с высоты птичьего полета, проходами, золотом куполов и крестов, стуком копыт по многовековой брусчатке средневекового Кремля. В этой церемонии переплетаются знаки и символы российской истории и византийской традиции коронации со знаками и символами другой, англосаксонской и американской, политической культуры. Здесь осколки как монархии – от коней до колоколов, так и советской идеологии – от «тружеников села в рядах Кремлевского полка» до «лучших представителей российского народа в Кремле» (это слова комментария за кадром). А еще советский гимн и клятва на Конституции, хотя с точки зрения идеи «власть от Бога» клятва на тексте, который может меняться, символически бессмысленна.

Ритуал инаугурации отточили и зафиксировали как телевизионный канон именно при Владимире Путине. В этом ритуале на подсознательном уровне заложен код монаршества, сакральности верховной власти. Такому восприятию способствуют исторические декорации – соборы, дворец, Царское крыльцо. Избранность и высоту положения подчеркивает одиночество – президент как бы над всеми, без чад, домочадцев. Соратники небольшой группой появляются за спиной президента чуть позже (во время второй инаугурации Путина все обратили внимание на то, что Наина Ельцина была на церемонии, а Борис Ельцин нет). Подданные – это масса в залах дворца и миллионы зрителей, которые наблюдают за торжеством. Город, на фоне которого разворачивается спектакль, как будто зачищен от людей. Мельтешение и суeta толпы, обязательные, например, при появлении в аналогичной ситуации американского президента, не мешают величию съемки в случае с президентом российским. Однако было бы слишком упрощенным считать, что Путин возвратил только символы царской власти. Помпезный внешне и эклектичный ритуал визуально поддержал анестезирующий миф о российско-советской империи.

День Победы

К государственным ритуалам, исполняющим почти религиозную функцию, помимо чисто церковных праздников и церемонии инаугурации, относится

еще и День Победы – традиционный парад, на который при Путине вернулась военная техника. Телевизионная минута молчания, которую 45 лет назад тоже специально придумали как телевизионный формат, всегда называли молитвой по павшим.

На первый взгляд в имперских ритуалах воспроизводятся постулаты архаической «теории официальной народности»¹, согласно которой русский народ глубоко религиозен, предан престолу, православная вера и самодержавие составляют непеременимые условия существования России, а народность – это понимание необходимости придерживаться собственных традиций и отвергать иностранное влияние. Но это был бы слишком упрощенный взгляд на вещи. Потому что если к этому добавить советский миф о «великой державе» и неукоренившиеся, часто имитационные, но уже ставшие привычными за минувшие 20 лет процедуры и символы западных демократий (на высших торжествах всегда присутствуют главы двух палат парламента, лидеры партий, судьи Конституционного Суда, известные бизнесмены), то становится понятно, как сложно закладывается основа новой российской идентичности.

Прямые линии и экранный образ народа

Для общения Владимира Путина с народом был придуман особый формат, в котором в максимальной степени воплотился «вечный миф» о справедливом царе, мудром отце и заступнике. Этот формат естественным образом совпал с историческими своеобразно-национальным способом взаимодействия большинства населения России с социально значимой информацией². Жанр пресс-конференции превратился в ежегодный и обязательный ритуал³, который, по мысли самой власти, должен был свидетельствовать об ее открытости, а народ

- 1 Имеется в виду известная триада «самодержавие, православие, народность». Основные принципы «теории» были изложены графом Сергеем Уваровым при вступлении в должность министра народного просвещения в докладе на высочайшее имя «О некоторых общих началах, могущих служить руководством при управлении Министерством Народного Просвещения». Идеи Уварова были своеобразной попыткой идеологически обосновать правительственный курс Николая I в начале 1830-х годов, после восстания декабристов.
- 2 В 2001 году, когда впервые состоялась прямая линия, ее зрителями одновременно были 75,3% телеаудитории страны. Между количеством зрителей в 75,3% (2001 год), 66,3% (2007 год) и 49% (2013 год) разница весьма заметна. Она демонстрирует снижение интереса зрителей к прямой линии Путина. См.: Бородина А. Как госканалы показали «прямую линию» Владимира Путина // РИА Новости. 2013. 29 апр. URL: http://ria.ru/columns/20130429/935246633.html?fb_action_ids=470124036388184&fb_action_types=og.recommends&fb_source=other_multiline&action_object_map=%7B%22470124036388184%22%3A150736211771057%7D&action_type_map=%7B%22470124036388184%22%3A%22og.recommends%22%7D&action_ref_map=%5B%5D
- 3 Первая линия вышла в эфир 18 декабря 2001 года, вторая – 19 декабря 2002 года, третья – 18 декабря 2003 года, четвертая – 27 сентября 2005 года, пятая – 25 октября 2006 года, шестая – 18 октября 2007 года.

в этом формате стал коллективным образом самого себя, превратившись в специально отобранных статистов, ожидающих очереди задать вопрос.

Формат все эти годы не менялся, увеличивалась длительность общения президента с народом (с двух часов в самом начале до почти четырех в конце) и степень экранной свободы самого главного героя – Владимира Путина. К концу его президентства в выверенном зрелище слова были уже не важны. Важны чувства. Президент – мудрый пастырь и добрый отец, народ – почтительный и благодарный ребенок. Или президент – демонстрирующий уверенность и силу мужчина, а народ (у Бердяева – Россия) – ждущая ласки женщина, которая все время ищет себе мужа.

Ежегодно в объявленный день в 12:00 Первый канал и канал «Россия 1» (а после своего появления и круглосуточный информационный «Россия 24»), государственные радиостанции «Маяк», «Радио России» прерывали свои передачи, прекращали транслировать рекламу и включали студию в Кремле. Передвижные станции и телекамеры работали в семи часовых поясах, многоканальный телефон бесплатно связывал Москву со всей страной, сотни операторов специального операционного центра, смонтированного в «Останкино», за несколько дней до линии начинали принимать звонки российских граждан – свыше 2,5 млн во время шестой по счету линии. Через несколько лет после первой линии к этой технологической мощи добавили еще и возможность посылать SMS и задать вопрос по Интернету.

Всякие неожиданности в этом прямом эфире исключены, только в первый раз камеры зафиксировали попытку прорваться к микрофону, а на третий год – пару сорвавшихся звонков, ожививших эфир. На экране ни одного существенного сбоя, идеальный сигнал, объемная картинка. Правда, иногда красиво подсвеченные сумерки в сибирской деревне не помогали поверить в то, что деревенская улица может оставаться такой пустынной, когда телевидение приехало.

Для уникального с точки зрения телевидения проекта работают сотни человек – приблизительно по 60 на каждой точке включения: режиссеры, операторы, администраторы, корреспонденты, а еще операторы связи и дополнительно милиционеры, пожарные и врачи. За несколько дней до передачи во всех городах и селах (не меньше 10 во время каждой линии), откуда планировались прямые включения, разворачивались передвижные телевизионные станции, проводились технические тракты, то есть репетиции, когда отрабатывается качество включения и его хронометраж, а также быстрое и правильное задавание вопросов. Площадка, откуда город «включается», охраняется милицией и ОМОНОм.

На экране всегда заметно, когда люди читают или вспоминают заранее приготовленные вопросы. На жизнь граждане жалуются в меру (проблемы с пенсиями, пособиями, жильем, тарифами ЖКХ и проч.). Неприятных вопросов главе государства почти не задают, перед камерами ведут себя прилично. Даже

стеснительно. Многие волнуются. Чаще просят от имени всех – от бюджетников, от пенсионеров, от инвалидов, от пострадавших во время аварии, от мам-одиночек. Каждый четвертый вопрос – личный (в основном тоже связан с социальными проблемами). В Интернете личных вопросов в пять-шесть раз меньше – больше общественных. Никто из 50–60 человек, задававших вопросы на каждой из линий, практически ничего не уточнял и не спрашивал про политические проблемы.

Через пару лет Владимир Путин освоился в этом телевизионном формате окончательно. К третьей по счету линии президент, как опытный правитель, понимает, в каком месте следует сделать вид, что смутился, в каком – улыбнуться (когда речь заходит о щенках), он готов к экспромтам (однажды пытался выбрать себе собеседника, иногда что-то переспросить), но люди в кадре независимо от возраста остаются деревянными и смущенными.

С экрана на себя самого смотрел терпеливый, робеющий, почтительный народ. В допетровской Руси тоже существовала традиция общения царя с народом минуя Боярскую думу, кремлевскую челядь и прочую придворную «демократию». Раз в год из-за кремлевской стены на крепкой пеньковой веревке вниз, к народу, спускался деревянный ящик для челобитных. В век информационных технологий этот ящик успешно заменили телевидением, а прямые линии стали дополнительной возможностью замера общественных настроений.

Сложившийся в России при Путине режим коренным образом отличается от предыдущих царского и коммунистического именно тем, что он в гораздо большей степени соответствует политическому идеалу и политической культуре большинства россиян. Режим Путина менее идеологичен. В том числе потому, что никакой новой идеологии, по сути, и нет. Как нет ее и среди оппозиционных групп¹.

Российские мыслители Иван Ильин и Александр Солженицын, которых совершенно неслучайно власти популяризировали в последнее время, десятки лет назад предупреждали, что выход из тоталитаризма, убивающего всякую инициативу, возможен только через авторитаризм, дающий некоторые ограниченные свободы².

Тем любопытнее наблюдать, как имитируется «империя без монархии», тиражируется советский миф о патерналистском и социальном государстве и на их основе – с помощью архетипических ритуалов и обрядов, благодаря устойчивым стереотипам, которые телевидение приспособливает к новой реальности, – возникают надидеологические конструкции «суверенной демократии» и «консервативной модернизации».

В этом случае мы имеем дело с одним из «вечных мифов», сила которых в том, что они способны возвращаться в другом обличье. Развитие «вечных ми-

1 См.: Lukin A. The Political Ideal and Political Regim in Post-Soviet Russia // Rro et Contra. 2008. N 4 (42). P. 102.

2 См., например: Ильин И.А. О грядущей России : Избр. статьи. М., 1993.

фов», связанных с архетипами, может быть небурным, но они устойчивы и их жизнь продолжительна, воздействие на аудиторию значительно сильнее, потому что их цель не персональное восприятие, они направлены на другой, «более глубокий слой»¹ психики – коллективное бессознательное.

Путин и Медведев: перекодировка информационного поля

К концу нулевых в электоральные группы активных избирателей вливается поколение, которое уже, по сути, не знает, что такое СССР и советское телевидение. Оно, с одной стороны, живет в пространстве советского мифа, а с другой – в новой реальности рекламы, шоу и инфотеймента. Преемник Путина должен был, с одной стороны, осуществить внешнюю преемственность символической бюрократической власти, с другой – соответствовать изменившемуся информационному и культурному фону.

В эфир при Путине вернулись практически исчезнувшие в 1990-е протокольные съемки встреч главы государства с министрами, губернаторами и прочими должностными лицами. Стало традицией, как и в советские времена, открывать выпуски государственных новостей с информации о том, с кем, где и по какому поводу встретился президент. Иногда хронометраж отчетов «с паркета» занимал до трети выпуска, а репортаж о какой-нибудь очередной выволочке (когда Путин отпускает свои хамоватые, а иногда и просто оскорбительные слова и фразы) могли длиться до 6–8 минут.

Абсолютно табуированная тема для телевидения – частная жизнь Путина. Его домашние. Первую леди – Людмилу Путину – технологи и телевизионщики так и не смогли приспособить к экрану, дочери мелькнули однажды – на лыжном склоне. В общем, тот образ верховного одиночки, бойца, «хищника» (именно с таким животным обычно сравнивают Путина студенты гуманитарных вузов, среди которых проводят опросы исследователи массовых коммуникаций), который почти 10 лет культивировал на экране Путин, не требовал домашних красок и сцен чаепития в кругу семьи.

Перед новым политическим циклом, в 2007 году образ властителя попытались вписать в гламурные декорации изменившейся информационной реальности, тяготеющей к развлекательности. На экране и в популярных изданиях появился полуобнаженный Владимир Владимирович. Мужественно-гламурное фото полураздетого президента в очках, с крестиком на шее, с ножом на боку, с удочкой – почти фаллическим символом – наперевес годится для тату и для перенесения на футболки и болванки матрешек. Но такого обновленного Путина так и не решились сделать массовым – фото активно обсуждали в Интернете и разместили на прокремлевских молодежных сайтах. Но совместить эротику с патриотизмом не получилось. Видимо, стал очевидным эстети-

1 Джонсон Р. Сновидения и фантазии: анализ и использование. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Johnson

ческий диссонанс разных культурных кодов: «супермен» – это другая система и мифов и стереотипов, поэтому в «торсе и мышцах» Путина замаячила некоторая комичность и снижение его сакрального образа.

В апреле 2008 года, уже после избрания президентом Медведева, в эфире национальных каналов не было даже эха международного скандала, связанного со скандальной публикацией «Московского корреспондента» (газета была закрыта), в которой Владимира Путина «поженили» с гимнасткой Алиной Кабаевой. Владимир Путин уже давно не отвечает на вопросы о Чечне, зато в Италии, где он находился с официальным визитом, ему пришлось опровергать слухи о своей личной жизни. Но «желтый» скандал любопытен не сам по себе. Мужская ветреность в истеблишменте всего мира уже не порок. Он любопытен опять же в смысле новых представлений о политической элите в России и ее экранных образах. Человеческие слабости и гляцевые подробности личной жизни западных лидеров противоречат вполне устоявшемуся и в целом архаичному образу властителя и собирателя великой российской державы. Пока Путин оставался президентом, никакого смягчения образа невозможно было представить.

После прихода в Кремль Медведева экранный образ Путина лишился некоторой агрессивности. Как премьер, он стал по долгу службы больше бывать в регионах, встречаться с людьми, в том числе после трагедий и катастроф. Удивившая многих на западе реакция Путина на гибель президента Польши, его проявленное перед камерами человеческое участие к премьеру Туску – не только естественное сострадание, но и признак постепенной эволюции манеры и образа в сторону большей доверительности, которая свойственна не политическому лидеру, не главе государства, а «отцу нации». Наконец, и сам премьер, и его команда, видимо, понимают, что как медийный игрок Путин в ситуации тандема более опытен. Он всегда может выдвинуться на первый план или чуть отойти в тень, если понадобится. Возможно, в том числе и поэтому Путин (особенно после того, как стал премьером) все-таки играет в двух регистрах: он и руководитель, и личность – и не устает показывать, что он личность. Медведев же чаще функция – из-за неумения выстраивать разное медийное поведение он всегда воспринимается одинаково.

2008

Очевидно, что при всей необходимости перекодировки информационного поля ключевые формулы успеха Путина учитываются в последующих политических кампаниях и с его участием, и с участием преемника. На экране всякий раз будет возникать набор из формульных персонажей политической сцены: герой, антигерой/антигерои, соратники, народ. Причем если с социальными масками¹ героя и его соратников никакой особенной трансформации за сле-

1 Под социальной маской в статье понимается тип экранного персонажа, который своими взглядами и поведением претендует на выражение мнения, мировоззрения и социально-психологических установок определенной части аудитории.

дующие восемь лет не произойдет, то маски антигероев будут размываться, приобретать черты абстрактного зла – о персоналиях антигероев можно догадываться по контексту. В прошлом это «лихие девяностые». В сфере внешней политики – «цветные революции», «Запад», «шпионы». В сфере внутренней политики – «предатели», «проходимцы».

В отсутствие четкой дихотомии и в ситуации угадывания политических «кодов» довольно трудно говорить о законченной формульности. Но в главных телевизионных ритуалах, придуманных при Путине и для Путина, именно этот элемент, присущий формульной литературе, создает ощущение порядка, устраняет неопределенность, работает с традиционными стереотипами и подчеркивает ориентацию на отвлечение за счет зрелищности.

Образ лидера

Он сильный и властный, но при этом свой парень, понятный большинству. Дворовый пацан из послевоенных дворов. Этот парень всегда «за наших» и «своих» не сдает, он готов дать сдачи тем, кто «чужой». Из дворового защитника этот образ постепенно трансформируется в образ державника, вернувшего советский гимн и велевшего стране «подниматься с колен» (второй срок). В этот момент Путин конвертирует свой рейтинг в статус. Следующий этап – в период передачи власти и перемещения на пост премьера – превращение «правителя» в «верховного арбитра», «национального лидера», независимо от должности. Пробы премьера в «недержавном публичном регистре»: путешественник, водитель, защитник животных, участник научной экспедиции, байкер, колумнист, любитель музыки и проч. С одной стороны, это констатация внутреннего желания успеть получить новые ощущения. Об адреналине Путин, кстати, заявляет сам в колонке для модного журнала «Русский пионер»¹, который редактирует летописец его десятилетия Андрей Колесников. С другой стороны, это подтверждение того, что премьер с большим или меньшим успехом способен освоиться с разными публичными ролями, которые могут пригодиться при выборе стратегии следующего политического цикла.

У Дмитрия Медведева этапы «наращивания» образа вроде бы похожи: социальный вице-премьер, ученик (лексика университетского доцента) – преемник – президент в тандеме, с которым связано эмоциональное ожидание перемен. Ключевые понятия, на речевом уровне связанные с Медведевым (оттепель, свобода, модернизация, перезагрузка), отвлеченные, почти акварельные. Образность не выражена, признаков действия за этими словами не возникает. Эти слова и связанные с ними ассоциации никак не дают «младшему» партнеру выйти из тени «старшего». Попытки переключиться в жесткий регистр Путина (жесткие заявления и воинственный облик весной 2011 года) не добавляют новых красок образу третьего президента и опять выглядят «калькой».

1 См.: Русский пионер. 2010. № 17.

Противники

Противники курса Путина (и внутренние и внешние) обрабатываются в информационном поле тоже по стандартной схеме. Как правило, сначала шельмуются, к ним приклеивают пропагандистские ярлыки, в результате их нейтрализуют информационной блокадой¹. Во всяком случае, из эфира национальных каналов либеральная оппозиция исчезает сразу же после своего поражения на выборах 2003 года. В этот период из эфира обновленного НТВ уже удалены все остатки бывшего «свободомыслия», к 2004 году закрыты последние программы, напоминавшие о прежнем НТВ 1990-х годов: «Свобода слова», «Намедни», сатирическая «Гушите свет».

«Источник силы мифа заключается еще и в том, что психологи назвали бы “амбивалентностью”. Он потворствует двум противоположным тенденциям сознания: тенденции к очернительству и тенденции к приукрашиванию»². Реальный человек или проблема, попадая в поле действия мифа, упрощается до абстрактных понятий: свой – чужой, Восток – Запад, добро – зло.

Сторонники

Сторонники Путина, как правило, действующие чиновники. Министр МЧС во время всех кампаний минувшего десятилетия – персонаж неизменный (на это время телевидение вспоминает, что он еще и партийный функционер). Ни один из петербургских силовиков, которые к середине нулевых меняют почти всех ельцинских выдвиненцев на всех ключевых политических постах, не может сравниться с умением экранных героев 1990-х существовать в публичном пространстве. В кампании 2003–2004 годов бывший оппонент Лужков яростно агитирует за «Единую Россию» и Путина.

С середины второго срока Путина (2006–2007) в главных политических программах («Вести недели», «Время») опять привычный набор материалов об активности новых назначенцев – С. Иванова (министр обороны, вице-премьер), Д. Медведева (вице-премьер, курирующий национальные проекты в социальной сфере). Медведева отправили в школы и регионы, Иванова – заботиться о жилье для офицеров. Иногда на авансцене мелькают персонажи, которых тоже пробуют на роль: бывший губернатор Собянин, технический премьер Зубков. Но все они либо исчезают из информационного поля, либо появляются,

1 2004–2006 годы сопровождаются специальными телевизионными проектами (особым образом смонтированными, часто сфабрикованными по картинке, с передегиванием фактов) – «шпионскими скандалами», в которых якобы фигурируют правозащитники или симпатизирующие «оранжевым» на Украине и участникам «революции роз» в Грузии. Свои – чужие, наши – не наши, враги – друзья, предатели – патриоты. Таковы отчетливые, фиксируемые и насаждаемые гостелевидением идеологические формулы сформировавшейся эпохи Путина».

2 Льюис К. Похороны великого мифа. URL: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/bogoslov/Lewis/Poh_VM.php

как только в них пропадает или возникает нужда. Эта же участь тогда постигла и очень активного вице-премьера Иванова, как только выбор был сделан не в его пользу.

13 июня 2006 года вице-премьера Дмитрия Медведева, который уже год курирует национальные проекты, пробуют в новом жанре видеоконференции. Владимир Путин рядом. Из развернутых фрагментов трансляции, которые похожи на отчеты и рапорты (в новостях – до 10 минут!), становится ясно: для того чтобы обсудить реализацию национальных проектов, совершенно необязательно разгонять министров по городам, селекторное совещание можно было провести и в Москве. Это означает, что суть обсуждения была не так уж и важна. Важнее было зрелище. То есть это еще не прямая линия со страной, еще не ежегодное общение с журналистами – это возможная обкатка формата с использованием новых технологий. Под присмотром опытного, но доброжелательного учителя, который, как профессиональный модератор, вовремя одергивает слишком говорливого министра или в нужный момент обращается к аудитории с вопросом, с достоинством выслушивает очередную благодарность в свой адрес и держит паузу, когда в разговор должен вступить лучший ученик. Дмитрий Медведев с экзаменом справился.

Парный выход учителя и ученика к ликующей толпе поклонников в выборную ночь 2008 года был их звездным триумфом. Шоу «Две звезды», запущенное на Первом канале как раз в год выборов, когда еще страна гадала на преемника, словно поддерживало новый политический контекст. Экранный образ Дмитрия Медведева весь февраль 2008 года лепили по счастливому лекалу Владимира Путина: Медведев и очки, Медведев и лыжи, Медведев и фанатки, Медведев и стадион, Медведев и сторонники, Медведев и военные, Медведев и патриарх, Медведев и экономический форум, Медведев и КВН, Медведев и родильные дома.

Экранного Медведева одновременно старались сделать и созидательным и заматеревшим. Брутальная лексика «двора» ученику в отличие от учителя несвойственна. Поэтому прорывавшееся смущение (особенно в улыбке) ретушировали. Пастельных красок оставили минимум (мелькнул вальс с почтенной дамой). Победную энергию движения Владимир Путин зримо передавал своему наследнику. Все время подстраховывал, вводил в курс, представлял соседям, устраивал смотрины. Но переменчивая народная любовь все-таки окончательно к Медведеву не переметнулась. Владимир Путин на прощание напомнил о себе почти пятичасовой пресс-конференцией, продемонстрировав такую публичную форму, до которой преемника так и не вырастил.

В апреле 2008, когда проходил съезд «Единой России», на котором выступали уже президент Медведев и премьер Путин, в его освещении появились любопытные акценты: каналы определялись, кто в тандеме главный. Сначала разделились новости. Не в оценке происходившего, а в порядке представления героев политической сцены. На НТВ начинали отчет о съезде с Медведева, на «России» – с Пути-

на. На Первом – «плюралистично»: общий проход обоих, а потом синхрон Медведева. Программа «Время» заострила внимание на молодых лицах бизнесменов. Именно они и еще с десяток мелькнувших на форуме лиц непрокремлевских интеллектуалов и беспартийных эффектно оттеняли единство партийного съезда. Если же внимательно посмотреть на публику в большом президиуме, на фоне которой выступали и Медведев и Путин, то становилось очевидным – над картинкой подумали: в рядах чередовались офицеры в форме, хорошенькие женщины, в основном блондинки, мужчины в дорогих костюмах. Всем им, кстати, было не больше сорока. Глеб Павловский в обширном материале воскресного «Времени» настаивал на том, что «Единая Россия» должна стать фабрикой по производству новой элиты, а политическую однокнопочность следует отключить. Но это едва угадываемое разнообразие на экране не утвердилось. Два первых лица, два новых символа так бесконечно и сменяли друг друга в новостях и итоговых программах. Фабрика по производству новых политических звезд не заработала.

Даже поколенческую тему – а значит, риторическую и сценарную новизну политической драматургии – ни сам Медведев, ни окружение Путина, обеспечивавшее победу преемнику, отработать так и не смогли. Телевизионный код в 2008 году так и не сменился. Хотя прежние певцы режима на этом уже начали настаивать. «Медведев вращается в новое лидерство, он притаился... Многие надеялись на конфликт учителя и ученика» – эти туманные слова из последней программы Глеба Павловского «Реальная политика», которая 19 апреля 2008 года после сотого выпуска на НТВ закончила свою эфирную жизнь и попрощалась со зрителями. Причем напоследок безголовый, но действующий президент Путин (был такой мультяшный персонаж в этом проекте) голову обрел и передал нечто сакральное вновь избранному президенту. В результате этой передачи мультяшный герой Медведева остался без головы. Суть репризы можно разгадывать и сегодня.

Образ тандема почти три года удерживался в системе координат учитель – ученик, старший – младший. Этот патриархальный расклад поддерживали телевизионным уравниванием первых лиц в информационном поле (подсчет минут эфира, отводимого Медведеву и Путину, не только превратился в забаву для экспертов, но и стал предметом учета и анализа в статистике компании «Медиадиагностика»). Демонстрируемый и подчеркиваемый баланс «поминутку» помогал не создавать публичной конфронтации. «Разводка» участников тандема на работу с разными публиками – «либеральную» (Медведев) и «консервативную» (Путин) – поддерживала статус-кво, но не решала проблему (в том числе и сценарную) следующего политического цикла. Не став полноценными партнерами, участники тандема никак не могут стать и полноценными противниками: «лидер-отец» находится в разных конкурентных (прежде всего смысловых) полях с «гаджет-мальчиком».

У третьего президента России Дмитрия Медведева поиск образа занял почти весь его президентский срок. Ничего удивительного в этом нет. Образ «про-

фессорского сына» и «университетского преподавателя», технократа, модернизатора, инноватора с трудом вписывается в традиционную для большинства россиян картину мира. Молодой образованный мужчина из большого города, не чуждый европейскому стилю жизни – это пока не очень понятный для большинства (почти 80% россиян по-прежнему никогда не были за границей) страны тип и образ. Но тип «гаджет-мальчика» (фотография, Интернет, Твиттер) – сколько бы по этому поводу ни иронизировали – обращен в новую коммуникационную реальность (сетевая культура и рождение нового типа интерактивной публичности). В 2012 году образ «гаджет-мальчика» не настоящий конкурент «лидеру-отцу», но этот образ может работать через поколение, он уже понятен тем, кому сегодня от 16 до 20.

Смех в телевизионной кодировке

Есть сила, которая пытается разрушить мифы, окутавшие аудиторию. Или эта попытка оказывается неудачной, или на месте обломков старого появляется новый миф. Эта сила – юмор. Он принимает разные формы: от выступления на эстраде до сатирической анимации.

Кукольная и компьютерная анимация – одна из сильнейших форм сатиры на российском телевидении. Масочное зрелище, когда под образом анимационного героя кроется реальный прототип, восходит к эстетике карнавала и комедии дель арте. Эта эстетика используется и в других телевизионных жанрах «не просто ради развлечения, а исходя из известного принципа синкретизма телевидения, имеющего в своей основе самые глубокие фольклорные и мифологические корни. Сочетание прямо обращенного к публике публицистического текста с образным, пародийным, масочным зрелищем дает большой эффект воздействия. Помогает и смех»¹. С расцветом или угасанием кукольных сатирических программ пересекаются и циклы политической оттепели, и циклы телевизионных перемен.

Программа «Мульт личности» (Первый канал) появилась в России в 2009-м, а 1 января 2010 года 3D-шные Путин и Медведев – новоявленные персонажи «Мульты» – исполнили комические куплеты, вызвав изумление иностранной прессы.

Это случилось сразу же после самого короткого в новейшей истории России новогоднего поздравления президента стране. Через 10 лет после знаменитых сатирических «Кукол» (НТВ) – символа изменившихся отношений власти и общества в 1990-е. После безголового «первого лица» в «Реальной политике» Глеба Павловского в нулевые. Тот безликий персонаж стал символом усиления власти, ее сакральности, избранности, как в архаических обществах, когда жрец был невидим. Не случайно, что кукольный тандем затанцевал после зна-

1 Мясникова М.А. Фольклорно-мифологические основы телевидения. URL: <http://proceedings.usu.ru>

кового и нового с точки зрения формата интервью президента троим телевизионным начальникам (директоры Первого, ВГТРК, НТВ), в котором раздвигались границы не столько возможных ответов, сколько границы возможных вопросов.

Единодушное ожидание перемен, отчего-то связанное именно с «Мультотом личности», ощущалось за месяц до премьеры – коллеги из серьезных западных агентств и изданий просили прокомментировать ее появление в эфире. Коллег можно понять. Презентация власти в России – это всегда проблема. Слишком часто, за исключением, может быть, 1990-х годов, публичное предъяснение власти было лишь ее демонстративно декоративным фасадом.

Генеральный директор Первого Константин Эрнст объяснил автору этой статьи, что «если бы он не предполагал, что два первых лица появятся в “Мультоте личности”, он бы программу не запускал». К появлению программы, очевидно, готовили и главных персонажей. Художникам наверняка не сразу удалось ухватить характерные ужимки реальных героев, чтобы ожившие карикатуры не были злыми и обидными: во времена НТВ кукла Путина поплатилась за крошку Цахеса из Гофмана.

Главное в этой мультистории – очевидная разрешенность происходящего. И видимо, желание смены телевизионного кода. Желание не столько политическое, сколько эстетическое.

Монументально-парадный цикл опять приправляется «низким» зрелищем – карнавальным дуракавалянием, микширующим тяжелую рутинность политической реальности. До настоящей сатиры далеко. Первый канал не прежнее НТВ. К политическим куплетам нужно сегодня приучать и массы общественности, и реальных Путина с Медведевым. Тексты стишков скорее милые, чем смешные. Кстати, интонационно мульты Путина и Медведева родом скорее из 1960-х, нежели из 1990-х.

Анимационному дуэту президента и премьера его создатели выдали гармошку и бубен. Владимир Владимирович выделывал коленца, в такт похлопывал бубном то по колену, то по ноге, то по собственному заду. Его пластику и манеру говорить рисовальщики уловили точнее, чем мимику и характер Дмитрия Анатольевича, образ которого выглядит плосковатым на фоне партнера. Мультмарионетки вполне могли бы сыграть в рыжего и белого клоунов, включиться в миниатюры с себе подобными. Рисованные Путин и Медведев способны друг друга подкалывать, мутузить и даже шарахнуть бубном по голове. Традиционная раешная забава обязана смешить, немного щекотать нервы пикантным политическим зубоскальством и морочить голову публике – пусть гадают до 2012-го, кто король, а кто шут. Этот разрешенный юмор наметил смену «телевизионного кода», но очевидное желание перемен зафиксировал другой сатирический, но не кукольный, а поэтически-публицистическо-актерский проект – цикл «Гражданин поэт», недолго выходявший на канале «Дождь» и в интернет-версии весной 2011 года. Массовый зритель его не увидел.

Гул языка: официальная риторика Путина и Медведева

Эрнст Кассирер основным приемом мифа называет изменение функций языка. Не менее важны и два других приема – конструирование обрядов и пророчествование¹. Если говорить о ритуализации через телевизионные зрелища и специальных форматах для главных лиц политического театра, то для российской политической сцены чрезвычайно показательными и эффективными оказываются как раз конструирование/режиссура обрядов и изменение функций языка. Сниженная лексика: «сопли жевать», «мухи отдельно, котлеты отдельно» – становится лексикой правящего слоя, впервые вводя в легитимный публичный оборот телевизионной нормы язык двора и даже зоны.

Выражения Медведева не дотягивают до политических острот Путина². По данным компании «Медиалогия», подготовленным по заказу «Независимой газеты», за два года президентства Медведева его афоризмы прозвучали в прессе более 400 раз³. Правда, изобретенные Медведевым фразы по стилю все же отличаются от путинских – они не носят столь откровенно жаргонного характера. Но иногда все же перекликаются со словечками предшественника. В 1999 году Путин заявил: «Мы будем преследовать террористов всюду. Если в туалете поймаем, то и в сортире их замочим». Медведевская версия этого крылатого выражения: «Действовать по всей поляне». На встрече с руководителем ФСБ 8 января 2010 года, рассуждая о том, какая должна быть политика на Северном Кавказе, он заявил: «Нужно методично действовать по всей поляне, если где-то появился след, значит нужно искать их и уничтожать».

Однажды на заседании Комиссии по модернизации глава государства осадил руководителя госкорпорации «Ростехнологии» Сергея Чemezова, попытавшегося возразить президенту: «У меня не реплики, а приговор. Реплики у вас, а все, что я говорю, в граните отливается». В свое время Путин подобным образом призвал к порядку нового министра образования и науки Андрея Фурсенко: «Сюда нужно смотреть и слушать, что я говорю».

По поводу отношения к бизнесу лидеры страны в своих крылатых выражениях несколько разошлись. «Перестаньте кошмарить бизнес», – потребовал Медведев летом 2008 года на совещании по развитию малого и среднего бизнеса в Смоленской области. Путин в свое время относился к бизнесменам менее бережно, говоря, что «вор должен сидеть в тюрьме» (публичное отношение первых лиц к «делу ЮКОСа» вообще требует отдельного разговора).

В оценке своего мироощущения на высших постах в государстве Путин и Медведев, судя по всему, не слишком далеки друг от друга, хотя интонационно тексты Путина выразительнее из-за ироничной, даже чуть глумливой манеры. Так, в 2007 году на большой пресс-конференции Путин заявил, что он «аб-

1 См.: Шестов Н.И. Политический миф теперь и прежде. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. С. 42.

2 См.: В граните отлитые // Независимая газета. 2010. 10 марта.

3 Использованы результаты обзора СМИ за период с 1 января 2000 года по 9 марта 2010 года (на базе информационно-аналитической системы «Медиалогия»).

солютный и чистый демократ». «Но вы знаете, в чем беда? Даже не беда, трагедия настоящая, – интриговал публику глава государства, – в том, что я такой один. Других таких в мире просто нет. Посмотрим, что творится в Северной Америке. Ужас один. Пытки. Бездомные. Гуантанамо. Содержание под стражей без суда и следствия. Посмотрите, что происходит в Европе. Жестокое обращение с демонстрантами, применение резиновых пуль, слезоточивого газа. То в одной столице, то в другой убийство демонстрантов на улице. Я про постсоветское пространство вообще уже не говорю». «После смерти Махатмы Ганди поговорить не с кем», – посетовал Путин. Медведев, рассказывая о своих ощущениях на президентском посту, заметил: «Вы знаете, скажу так. У меня нет ощущения, что я превратился в человека, который подсел на публичность, как на наркотик. Есть же такой тип политиков, которых принято называть *political animal* [политическое животное]. В себе я пока этого явно не почувствовал. Хоть я и Медведев, но в этом смысле животным я пока не стал. Это точно».

Необходимость устойчивости политической системы Путин и Медведев оценили по-разному. Медведев в своем первом Послании Федеральному Собранию пришел к выводу, что в России слишком сильный госаппарат: «Государственный аппарат у нас – это и самый большой работодатель, самый активный издатель, самый лучший продюсер, сам себе суд, сам себе партия и сам себе в конечном счете народ». Путин, напротив, на заседании последнего Госсовета попытался оградить от нападков политсистему, созданную им за последние 10 лет: «Политическая система не должна дрожать, как жидкий студень, при каждом к ней прикосновении».

Самым дерзким высказыванием Путина до сих пор считается его ответ на вопрос журналиста на пресс-конференции в Брюсселе в 2002 году о войне в Чечне: «Если вы хотите совсем уж стать исламским радикалом и пойти на то, чтобы сделать себе обрезание, то я вас приглашаю в Москву. У нас многоконфессиональная страна, у нас есть специалисты и по этому “вопросу”, и я рекомендую сделать эту операцию таким образом, чтобы у вас уже больше ничего не выросло».

Самой большой популярностью пользовались фирменные фразы Путина, произнесенные им в последний год своего второго президентства. В начале 2008 года на большой пресс-конференции Путин отпустил ряд искрометных заявлений по поводу внешней политики. Он, в частности, посоветовал Западу не учить Россию демократии: «Пусть жену свою учат щи варить!» Осенью этого же года, уже будучи премьером, он объяснил, как должны работать министры: «Каждый должен мотыжить, как святой Франциск, свой участок, бум-бум, ежедневно».

Очевиднее становится разница в позициях, если оценивать концептуальные высказывания, например исторические оценки обоими лидерами советского прошлого. В мае 2010 года Медведев дал интервью «Известиям» и сказал, что «Сталину нет прощения, СССР и после войны был тоталитарным, дикта-

торским, экономически неэффективным государством». Оценка отличается от путинской. В период своей второй избирательной кампании второй президент России назвал распад СССР «крупнейшей геополитической катастрофой века». В декабре 2009 года в ходе телевизионного общения с народом премьер Путин говорил о Сталине несколько минут, сам выбрав вопрос. Предложив разделять сталинскую эпоху на «позитив» и «негатив» и анализировать их в совокупности, премьер не скупился на разного рода «но». «Индустриализация действительно состоялась», – говорил о народном хозяйстве Путин, признав, что, «правда, крестьянства не осталось, и мы все прекрасно помним проблемы, особенно в завершающий период, с сельским хозяйством». С меньшей двойственностью премьер говорил о войне: «Даже если мы будем возвращаться к потерям, вы знаете, никто не может сейчас бросить камень в тех, кто организовывал и стоял во главе этой Победы, потому что, если бы мы проиграли эту войну, последствия для нашей страны были бы гораздо более катастрофическими». При этом Путин обмолвился, что «весь тот позитив, который, безусловно, был, тем не менее достигнут неприемлемой ценой. Репрессии тем не менее имели место быть. Это факт. От них пострадали миллионы наших сограждан».

Вообще, миф о Сталине, очевидно, рассматривался идеологами суверенной демократии как одна из возможностей освежить и приспособить советский миф о великом вожде к нуждам новой эпохи: «эффективный менеджмент», поднимающий страну с колен, ради великих целей может пренебречь свободами и людьми, а народ ради этого может примириться с некоторыми трудностями. Программы, фильмы, проект «Имя России» (аналог «Великих британцев») продемонстрировали, что консенсуса по одному из самых трагических и кровавых эпизодов советской истории в обществе нет, более того – сторонников не путинского порядка, а сталинского еще так много, что предавать окончательной анафеме вождя пока не решились.

Но в то же время уже невозможно было игнорировать и другие общественные настроения, однозначно маркирующие эпоху Сталина как тоталитарную. Поэтому разница в подходах Медведева и Путина к сталинской эпохе есть, но это вряд ли борьба идей и оценок (к принципиальной политической оценке Сталина ни власть, ни общество не готовы); скорее всего, это именно «стилистическая» разница, связанная с работой на разные аудитории и общественные запросы. Путин работает на более возрастную, массовую, менее образованную и консервативную часть общества (аудитория национальных госканалов). Медведев – на более молодую, образованную, взыскательную.

Шоу продолжается

Праздник Победы 2010 года стал бенефисом Дмитрия Медведева. Так много на экране его не было еще никогда. Владимир Путин на этот раз ушел в тень. Президент не стеснялся улыбаться, как мальчишка рассматривал самолеты и с детским восторгом наблюдал за феерическим салютом, который по-настоящему

выигрышно смотрелся только по телевизору. Появился даже непривычный визуальный ряд – президент с супругой на фоне салюта. Эта картинка не раздражала. Реакции президента были эмоционально понятны, Медведев был в плотном кольце людей – в основном ветеранов войны. На экране был уже не путинский клон.

Медведев вроде бы начал играть в разных медийных регистрах, стал выходить за рамки реального персонажа и подрастать для экранного образа и, возможно, для подготовки к 2012 году. Медведев уже неплохо чувствовал себя в любимых путинских жанрах – он умеет отчитывать под телекамеры «своих бояр», но и способен к проявлению живых реакций – сложить дом из лего вместе со школьниками. Арсенал приемов советско-российских правителей для обработки массового сознания, в сущности, меняется слабо. Большинство жаждет не новизны, а лишь подтверждения известных ему стереотипов. В этом смысле и возвращение Путина в 2012 году в чуть обновленном образе, например «просвещенного реформатора и более человеческого человека» (такие цари в России и генсеки в СССР тоже были), мог бы рассматриваться как возможный сценарий.

Медведев, похоже, в мае 2010-го попытался сделать свой внутренний выбор. В его словах и поступках начала мая стала сквозить не только политическая целесообразность, но и личное отношение к происходящему. Неслучайно президент именно накануне праздника Победы позволил себе резко высказаться о сталинизме, нарушая привычный ритуал и не боясь раздражить ветеранов. Он разрушил еще один канон – бережно ограждать великие победы от любого негатива. В день победных торжеств произошел взрыв на шахте в Кузбассе. И хотя ТВ традицию сохранило, стараясь не упоминать о трагедии на шахте «Распадская», Медведев лично занялся этой ситуацией прямо 9 мая (как и взрывами в московском метро, а еще ранее – пожаром в ночном клубе в Перми, тем самым отменяя путинскую традицию выжидать и публично не реагировать сразу). Разумеется, от ритуалов никуда не денешься. Подняться на сцену во время концерта на Красной площади, пройтись по подиуму, произнести духоподъемные слова – от подобных эффектных приемов президенту пока трудно отказаться. Но он уже позволяет себе замахиваться на святое, то есть слегка подкалывать премьера. Свою любимую игрушку – Сколково – он в прямом эфире противопоставляет любимой игрушке Путина: это вам не подготовка к Олимпиаде-2014 – все нужно сделать быстро и твердо. Этот едва угадываемый зазор в словах и интонациях участников тандема в течение года будет увеличиваться, дойдя к весне 2011-го до почти публичной конфронтации и даже до изменения равновесия в эфире. Медведев по количеству времени в новостях стал обгонять своего партнера, а в марте 2011 года высказывания Путина про «крестовые походы» в связи с событиями в Ливии были впервые изъяты из вечерних репортажей основных выпусков федеральных каналов.

Глеб Павловский, который в метафорической форме на протяжении 10 лет объявлял о смене политических кодов, весной 2010 года пишет о возможной

заявке на будущую власть: «Модернизация заявлена как приоритет, пришедший на смену приснопамятной “вертикали» власти”¹. Модернизационный манифест – статья Медведева с символическим названием «Россия, вперед!»², опубликованная в Интернете осенью 2009 года. Подчеркнем, что данные рейтинга самого Путина на втором году его первого президентства (весной 2002 года) были сильно ниже медведевских. При этом майский опрос (2010 год) Левада-Центра показывает: 66% россиян уверены, что Медведев действует под контролем Путина и его окружения, причем 39% граждан полагают, что после выборов-2012 на пост президента страны вернется Владимир Путин (весной 2011 года рейтинги обоих упали до исторического минимума).

Павловский продолжает: «Нам нужна открытость. Как только что сказал сам президент: нужна “не гласность, а свобода слова” (одно из самых цитируемых выражений Медведева: «Свобода лучше, чем несвобода». – А. К.). Неприятно будет, конечно, выслушивать дерзости с телеэкрана, но без этого неприятностей станет еще больше. Вот свежий пример. Подлая имитация гласности, на наших глазах устроенная московской мэрией вокруг генплана Москвы, завершилась негласным принятием того самого, палаческого для столицы документа. Вот пример, как аппарат надувает и граждан, и президента-модернизатора. Терпеть такое свинство дальше невозможно, какие уж тут будут инновации? Если Медведев всерьез хочет инновационного будущего, без открытого конфликта с этой разбойной братией, со всеми вытекающими последствиями, никак не обойтись... Приоритеты “вертикали власти” и “стабильности” сработали: страна стабильна, политический класс консолидирован. Недавние теракты в Москве не истеризовали, не пошатнули страну. Теперь надо дать ход новым людям, которые хотят работать и разговаривать человеческим языком, по-русски. На рабочем месте и в прямом эфире»³.

Для нас этот комментарий интересен прежде всего тем, что в нем есть намек на ближайшее шоу, в котором могут поучаствовать уже «новые лица», но, как и 11 лет назад главным антигероем мог бы выступить мэр Москвы Лужков (отставка в 2010 году не сделала его экранным антигером 2012-го). Правда, «новые лица» так и не появились (на несистемных ставить не решились). На авансцену выборов-2012 вышла улица с очень разношерстными лицами возможных лидеров и будущих вождей. Но именно массовое телевидение сделало все, чтобы в толпе было невозможно разглядеть лиц и героев (и это тема другого

1 Павловский Г. А поговорить? // Слон.ру. 2010. 7 мая. URL: www.slon.ru/blogs/pavlovsky/post/370193

2 У этого заголовка-лозунга может быть две трактовки: Россия ушла назад и нужно, чтобы она модернизировалась, или Россия стоит на месте и ее движение нужно подстегнуть, указав путь. Всплывают вечные российские метафоры: дорога, тройка, оглобли, кнут ямщика. Как у Гоголя в «Мертвых душах»: «Русь, куда мчишься ты... Не дает ответа».

3 Павловский Г. А поговорить?

разговора). В 2011 году было непонятно, из каких элементов будет складываться напряженное действие предвыборного спектакля, хотя по косвенным и неочевидным деталям неубедительных телевизионных презентаций тандема складывалось впечатление, что отработанная схема в новом политическом цикле может и не сработать.

2011–2012 годы: время «тяги-толкай»

Пожарный рубеж

Очевидный рубеж между образами тандема окончательно обозначился после летних пожаров 2010 года. С точки зрения телевидения это была последняя попытка наглядно продемонстрировать эффективное партнерское взаимодействие. Они были вдвоем, но уже не вместе. Медведева и Путина стали не просто показывать по очереди, их стали визуально противопоставлять (так было на заре появления Путина, визуально противопоставленного Примакову – Лужкову). На фоне пожаров премьер оказался «в поле» и преимущественно в действии, а президент – все больше за столом с компьютером. Их производственный союз (президент – «на трубке», премьер – на пожаре) решили на экране синхронизировать. По сути, два самостоятельных актера девять минут в эфире главного канала страны разыгрывали постановку на тему «Сплоченный тандем все держит под контролем».

В кадре резиденция президента. Дмитрий Медведев за столом на фоне российского триколора. Держит телефонную трубку верховной связи. Говорит: «Да, Владимир Владимирович. Привет, еще раз. Да, ну что, как дела там?» Владимир Путин – как всегда, в идеально подходящей к цвету глаз голубой рубашке – на фоне берез в Нижегородской области. В руках какой-то специальный спутниковый телефон. Отвечает: «Ситуация тяжелая...»¹ Переключения из кабинета под Москвой в березовую рощу под Нижним и обратно только усиливали комический эффект, несмотря на весь трагизм и чрезвычайность ситуации. Медведев хмурил брови, теребил пальцами край стола. Путин чуть переминался с ноги на ногу, рука с телефоном на отлете, словно честь отдает. Держал паузу, дожидаясь реплики Медведева. Финал должен был умиротворять. В кадре Дмитрий Медведев по-прежнему с трубкой на фоне триколора: «Договорились. Ладно, тогда будем на связи, Владимир Владимирович, и успехов тогда. До связи. Счастливо». Владимир Путин: «Договорились, Дмитрий Анатольевич».

До осени 2010 года и тот и другой делали вид, что остаются потенциальными участниками выборов. В публичном поле они действовали максимально синхронно. После пожаров привычная экранная связь тандема стала синхронно-конкурентной. Новому этапу в сценарии экранной тандемократии – этапу конкуренции событий с участием первых лиц в установлении по-

1 Репортаж программы «Время» 30.07.2010. URL: <http://www.1tv.ru/news/social/158583>

вестки дня (о реальной конкуренции команд или разногласиях между самими первыми лицами стали активно гадать эксперты) был дан старт автомобильными пробегами.

Премьер провел автопробег на «Ладе Калине» по Дальнему Востоку – президент ответил автопробегом по России и Украине на автомобиле «Победа». Путин пообщался с народом в ходе прямой линии – Медведев дал интервью главам трех федеральных телеканалов. Президент провел заседание комиссии по модернизации – премьер собрал такую же комиссию на правительственном уровне. Эта визуальная конкуренция не казалась смысловым противостоянием. Более того, экран иногда картинно демонстрировал тендежное единство. В начале октября 2010-го, после отставки Лужкова, в момент обсуждения кандидатуры нового мэра Москвы и разговоров в экспертной среде о разном отношении Путина и Медведева к скандалу с «политическим тяжеловесом» прошлых эпох стране продемонстрировали ритуальное закусывание двух первых лиц хлебом и молоком: голубая гостиная, голубой фарфор, молоко с ярмарки и ломти черного хлеба на столе (опять набор патриархальной символики).

Но эти примирительно-дружелюбные постановки уже были фоном утверждающегося нового кода – Медведев и Путин стали все очевиднее работать на разные аудитории. Президент с «айпадом» пытается «поймать» продвинутых пользователей, поэтому заявляет, что закон не может ущемлять организаторов протестных митингов, ругает милицию за бездействие на Манежной площади, произносит запрещенные фамилии оппозиционеров в эфире и признает, что у Немцова и Каспарова есть свой электорат. Путин (без твиттера, блога и даже, по его собственному признанию, мобильного телефона) – со среднестатистической российской массовой: пообщался со спортивными фанатами, участников митингов предложил «отоварить по башке», несистемную оппозицию заподозрил в том, что, если дать им власть, «всю страну распродадут».

К концу 2010 года дело дошло и до публичных споров. Этот новый этап перекодировки образов можно описывать в категориях не столько ритуала (стилизованное символическое действие), сколько сериала (в основе художественная идея, часто сквозная). Этот сериал перетекает из привычного формата сиюминутных новостей (принял, встретился, выступил, приехал) в делящуюся новость. Сквозным сюжетом (объезд страны с заботой о народе, природе и конкретном зверье – от китов до барсов) пронизан документальный сериал с участием Владимира Путина. Менее сюжетно выражен твиттер-сериал Дмитрия Медведева, тем не менее сетевая активность президента становится отличительной чертой его нового образа.

Над всеми сценариями событий с участием первых лиц (Путина в большей степени) все чаще начинают витать тени литературных классиков («птица-тройка», «Антилопа-Гну»), а «война образов» лучше всего раскрывается через лотмановское понятие «семиосфера», внутри пространства которой «оказывается возможной реализация коммуникативных процессов и выработка новой ин-

формации». В этом пространстве, как известно, очень важно понятие границы («область ускоренных семиотических процессов, которые всегда более активно протекают на периферии культуры»). Нам важна мысль Лотмана о том, что «семиосфера нуждается в “неорганизованном” внешнем окружении и конструирует его себе в случае отсутствия. Культура создает не только свою внутреннюю организацию, но и свой тип внешней дезорганизации. Античность конструирует себе “варваров”, а “сознание” – “подсознание”»¹. В современной российской политической культуре ни государственные символы, ни праздники, ни экранные ритуалы (в том числе и экранные образы участников тандема) настолько внутренне не организованы в смысле идеологии и идентификации, что нет и дезорганизации внешней. То есть она, конечно, есть («русский национализм», к примеру), но явно в тот момент еще не выражена на телеэкране.

С претендующими на формирование «дезорганизующей» силы внутри семиосферы (рок-музыканты, журналисты, молодые писатели, блогеры, режиссеры, артисты, юмористы) участники тандема стали активно встречаться «под телекамеры» с осени 2010 года. История с «Юрой-музыкантом», когда Путин позволил себе не узнать Шевчука, а Медведев позже, наоборот, подчеркнул, что знает его, вывела в публичное поле традиционный для российской культурной традиции спор о художнике и власти, об интеллигенции и власти. И безусловно, оживила политический процесс. Эти встречи с «интеллигенцией» давно и точно определили будущий вектор. Путин явно не хотел иметь ничего общего с интеллектуалами и людьми вольных профессий. Эти не «вручали себя», эти требовали свободы и уважения к себе. Уже по этим постановкам встреч можно было предположить, что креативной недовольной улице будет противопоставлен рабочий класс или совокупный народ (народный фронт). В символах и словах.

Частушки, анекдоты, эпиграммы всегда дезавуировали образ режима. Вал самодельных и профессиональных роликов-пародий (от ТНТ и СТС, например), размещенных в Сети, в основе которых либо официальная картинка тележизни тандема, либо скетчи популярных молодежных шоу, пришелся как раз на зиму – весну 2011 года. Проект (тоже, кстати, сериал) под названием «Гражданин поэт» (еженедельно артист Ефремов читал злободневные стилизации Дмитрия Быкова под русскую стихотворную классику, видео размещал канал «Дождь», текстовую версию – журнал «Власть») родился весной 2011 года и точно попал в ожидание нового политического кода со стороны не представленного на большом экране молодого образованного класса и подросткового предпринимательского и обслуживающего капитал сообщества (офисные клерки, банковские служащие, юристы, бизнесмены). Это было попадание в общее недовольство режимом «нетелевизионной общественности», тогда еще не маркированной «рассерженными горожанами». Пятый выпуск «Гражданина поэта» на тему перепалки тандема по Ливии и по мотивам стихотворе-

1 <http://semiotics.ru/sphere/semiosphere.html>

ния Евтушенко про тень в телеверсии на «Дожде» не вышел (решение владельца канала), во «Власти» вышел несколько раз переписанный текст. Самоцензура и согласование как отличительная черта российской медиасферы – предмет для отдельного разговора, но фрагмент текста оригинала дает представление о том, что раздражало в тандеме интеллектуалов и на что могли обидеться члены тандема:

*Поверить в то, что это вождь,
Не согласится даже «Дождь».
Кому-кому, а нам известно,
Хоть пять корон себе надень:
Коль наша тень меняет место,
То мы отбрасываем тень.
И пусть порой он смотрит злобно
И даже ныжится, как царь, –
Тень ляжет так, как мне удобно,
И мы подружимся, как встарь¹.*

Ливийский рубеж

Бомбардировки Ливии весной 2011 года привели к очевидному видимому и предьявленному публике размежеванию тандема. Впервые в публичном пространстве. Премьер назвал решение Совбеза ООН «ущербным» и употребил выражение «крестовый поход» – именно так накануне Каддафи назвал действия союзников. Президент возмутился и заявил, что «ни в коем случае нельзя использовать выражения, которые, по сути, ведут к столкновению цивилизаций... Об этом должны помнить все».

Медведев не просто сменил тон, он всем своим видом подчеркнул серьезность произнесенного. Глава государства стоял под камерами на фоне высоких сосен – такой план раздвигает пространство кадра и визуально дает зрителю ощущение свободы. Одежда цвета хаки, курточка с гербом и надписью «Главкомандующий ВС РФ». Президент уверен в себе. По поводу «крестовых походов» – крайняя степень раздражения. Почти угроза.

Что это было? Ожидаемое многими начавшееся противостояние? Но так трактовались по меньшей мере уже три заочные перепалки между Путиным и Медведевым «медведевского» периода: по поводу внесистемной оппозиции, дела Ходорковского и Лебедева, раскрытия теракта в Домодедове. Ливия, конечно, тема знаковая. Она, по сути, про вектор развития и про то, с кем Россия. Тогда никого конфликта нет: партнеры сыграли в «западника» и «охранителя», в «прогрессиста» и «стабилизатора» (по предложенному ИНСОРОм партийно-му делению). Эти роли ими давно освоены. Но политолог Глеб Павловский ска-

¹ Эта финальная строчка осталась и после правки.

зал тогда, что заявление Путина – это ошибка Путина. И это любопытно. Раньше, выходит, Путин публичных ошибок не делал, а игра в четыре руки получалась хорошо. Кстати, именно в этот период, спустя три года после выборов 2008 года, премьер Путин стал появляться «под камеры» вместе с членами своего кабинета на совещаниях у президента Медведева. Сидел, в отличие от министров, не по-школярски придвинувшись к столу, а откинувшись от него. Ничего не записывал.

После заявления по Ливии впервые за многие годы Путина изъяли из вечернего эфира федеральных каналов. Как будто днем премьер не выступал. Как будто это выступление днем не крутили эти же каналы. В информационном прайм-тайме царил только Медведев. Часть зрителей вряд ли даже поняли, кого именно распекает президент.

Выходит, что Путин не только ошибся, но и понес медианаказание – его секвестировали из информационного потока, а может и сам Путин понял, что перебрал с личным мнением и нехорошо так грубо заступать на территорию Дмитрия Анатольевича. Нежелательный резонанс смикшировали нежелательным же, но привычным способом – просто не показали. Несмотря на то, что господин Медведев незадолго до этого упрекал телевизионных начальников в «драматическом разрыве» повестки дня между телеэфиром и Интернетом, продолжив тему, заявленную в не показанной по ТВ речи Леонида Парфенова, сказавшего о «драматическом спаде телесмотрения» на месяц раньше¹.

1 Выдержки из речи Парфенова на вручении премии имени Влада Листьева в ноябре 2010-го: «После подлинных и мнимых грехов 90-х в двухтысячные в два приема – сначала ради искоренения медийных олигархов, а потом ради единства рядов в контртеррористической войне – журналистские темы, а с ними вся жизнь окончательно поделились на проходимые по ТВ и не проходимые по ТВ... Высшая власть предстает дорогим покойником – о ней только хорошо или ничего... Вечнозеленые приемы, знакомые каждому, кто застал Центральное телевидение СССР, когда репортажи подменяет протокольная съемка встречи в Кремле, текст содержит интонационную поддержку, когда существуют каноны показа: первое лицо принимает министра или главу региона, идет в народ, проводит саммит с зарубежным коллегой. Это не новости, а старости, повторение того, как принято в таких случаях вещать... За тележурналистику вдвойне обидно при очевидных достижениях масштабных телешоу и отечественной школы сериалов. Наше телевидение все изощреннее будоражит, увлекает, развлекает и смешит, но вряд ли назовешь его гражданским общественно-политическим институтом. Убежден: это одна из главных причин драматического спада телесмотрения у самой активной части населения, когда люди нашего с вами круга говорят: "Чего ящик включать, его не для меня делают"». Информационный прорыв не случился ни после речи Парфенова, ни после разговора Медведева с журналистами. Так в публичном поле было зафиксировано наличие двух групп граждан – «смотрящих» и «не смотрящих» телевидение. А вот выдержка из речи Эрнста в октябре 2011-го: «Перед теми, кто руководит сегодня электронными медиа – возглавляет каналы или независимые продакшн-компании, – стоит острый

В послании Федеральному Собранию 2011 года Дмитрий Медведев вроде бы демонстрировал эмоциональную решимость. «Решил» – это главный глагол, который должен был создать основное ощущение от него самого, от интонации, от картинки, от слов. Эту атмосферу действенности Медведев удерживал все 100 минут своего послания. Удерживал визуально. Президент реши-

вопрос кризиса. И я имею в виду прежде всего не экономический, а культурный кризис – кризис модели взаимоотношений людей с окружающим миром, с государством, с себе подобными... Классическое телевидение убьет не Интернет, а люди, сформированные Интернетом... Многие из них не в состоянии просмотреть часовую программу до конца. Люди, сформированные информационным потоком Интернета, интересуются хай-лайтом больше, чем самим событием. Их сознание готово ознакомиться с сутью предложенного продукта, и зачастую рекламный трейлер полностью удовлетворяет их интерес к просмотру. Синдром рассеянного внимания – диагноз этого поколения. Это не плохо, это факт. <...> Одной из аксиом старого телевидения всегда была стабильность. Успешный проект был успешен в течение лет или даже десятилетий, поставленный в одном и том же месте сетки. Это было частью распорядка дня. В одно и то же время люди приходили с работы, в одно и то же время они ужинали, включали телевизор, выключали и ложились спать. И тем, кто застал это счастливое время, будет о чем рассказать своим внукам. Новое телевидение не может рассчитывать на подобную лояльность. Оно будет вынуждено, как уличный торговец или проститутка, предлагать свои услуги – и желательно убедительно – каждому попавшемуся ему на глаза клиенту. Молодая аудитория больше не готова приходить к нам, как в храм, в определенный час определенного дня. Мы должны искать наших зрителей, разделив их на множество мелких категорий, для того, чтобы предложить каждому интересный только для них продукт. Для них мы перестанем быть популярными репертуарными театрами с большими красивыми афишами, которым остается только организовать продажу билетов. Мы будем вынуждены, как специальные силы, настигать наших зрителей везде, где бы они ни находились (в том числе и с помощью Интернета, который телевидению не нужно копировать – его нужно просто использовать)» (<http://www.kommersant.ru/doc/1793394>). Таким образом, с разницей в год два ровесника (1960, 1961 гг. рождения), выпускники Ленинградского университета (биолог и журналист), попавшие на ЦТ в легендарную «молодежку» в годы перестройки и заявившие о себе знаковыми программами конца 80-х – начала 90-х («Намедни» и «Матадор»), выступив с речами, зафиксировали новую медийную реальность. Один в студии «Останкино» в присутствии российского телевизионного истеблишмента. Другой – в Канне, на международном телевизионном рынке в присутствии лидеров мировой телеиндустрии. Журналист и телеведущий Леонид Парфенов и генеральный директор Первого канала Константин Эрнст, по сути, объяснили разницу в представлениях о миссии телевидения в эпоху Интернета, все более увеличивающийся разрыв между информационной функцией массового ТВ, мыслимой еще совсем недавно как «общественное благо», и доминирующей сегодня функцией развлечения, с помощью которого с экрана и говорят со зрителем о самом важном. Эти функции на телевидении все драматичнее расходятся, что и подтвердили события 2011–2012 годов.

тельно поднялся на трибуну, говорил напористо, был неутомим и педалировал слово «поручил». Глаголы действия и манера – гораздо более уверенная, чем в 2010 году, – обязывали зрителя и слушателя не сомневаться: говорит первый, критикует недавних предшественников (правда, не называя фамилий) и дает поручения правительству премьера Путина. Вторым главным, но молчаливым лицом трансляции был премьер. Его показывали чаще всех остальных слушателей послания. Жанр послания всегда окартинивается одинаково. Из зала выхватываются лица губернаторов, политиков, министров, руководителей телевидения, то есть тех, о чьей сфере полномочий или отрасли хозяйства говорит в данный момент президент. На сей раз Дмитрий Медведев очень часто произносил «правительство должно», «я поручаю правительству». На этих словах камеры чаще всего как раз и показывали Владимира Путина, который пару раз тяжело вздохнул, а в какой-то момент как-то слишком демонстративно рассматривал потолок Георгиевского зала (кстати, из новостных отчетов прямоэфирная живость реакций исчезла). Медведев старался быть на подъеме, он подавал энергию в зал, а вот зал – судя по картинке – был номенклатурно равнодушен, оживлялся нечасто, нестрасно и нестройно. Не сработала и экзотическая сенсация. Смена времени в буксующей в старорежимности стране не стала метафорой, вызвав недоуменное подшучивание («останется в истории как переводчик стрелок»).

Осенью 2010 – зимой 2011 года, когда Медведев очевидно пытался играть на экране чуть более самостоятельную партию, Путина (возможно, как более опытного игрока) продолжали пробовать в разных регистрах. Его образ начинает дрейфовать от «благородного отца» в сторону «героя-любовника». В честь премьера, которому предлагают примерить на себя роль гламурного секс-символа, разделись девушки-студентки (затем началась «война календарей» – вслед за оголенными барышнями «за» появились барышни «против» с заклеенными ртами), в клубе «Рай» состоялась вечеринка «Путин-пати» в том же контексте «хочу Путина». Путин – патрон и символ будущих спортивных свершений. Опосредованно на образ Путина работает даже видеолегенда, придуманная для любимого зверя Путина – барса, ставшего одним из трех олимпийских талисманов (во время национального голосования на Первом канале показывали мультистории персонажей, претендующих стать олимпийскими символами). В сюжете используют тему мужественного барса-одиночки, спасающего свой народ от страшной лавины, история стилизована под восточную сказку, в которой, кстати, есть мотив об учителе и ученике. Под Рождество Владимира Путина даже попытались вписать в приветствуемое мировой элитой и привычное для мировой светской тусовки мероприятие: премьер спел вместе с мировыми звездами кино и шоу-бизнеса на благотворительном концерте в помощь больным детям. С организаторами (фонд «Федерация») и помощью детям случился скандал, и символического утепления образа Путина – столь необходимого для внешнего обращения за пределами России – не случилось.

Все эти плохо увязанные одна с другой публичные акции с неочевидным телевизионным эффектом свидетельствуют об отсутствии единого сценария информационной кампании не только для верховной пары, но и для каждого из участников тандема в отдельности. Некоторые эксперты полагали, что Путина «подставляет» грубая в политических коммуникациях «партия третьего срока», а команды членов тандема уже с трудом договариваются. Но и эти «мнения» тоже могли быть частью предвыборных спекуляций.

«Экранная» весна 2011 года давала повод предположить, что выдвинуться могут оба, поскольку никакой иной убедительной драматургии – в том числе зрелищной – не просматривалось. «Тандем» как экранный образ не укрепил «вертикаль» (слово это, кстати, постепенно стало исчезать из употребления) и, разумеется, разрушил магию «имитационных ритуалов», которые пытались выстроить под Путина в его президентство. «Врагов» – ярких медийных противников – не осталось и не просматривалось. Принципиальная примета новой реальности – появление раздробленной, но уже оформившейся протестной культуры на границах привычной семиосферы. Парадокс «несогласных», объединивших таких разных Лимонова, Каспарова, Рыжкова, Немцова, Касьянова, появившегося позже Навального и сочувствующую интеллигенцию – от Улицкой и Шевчука до Быкова, на самом деле лишь подтверждает старые правила, дореволюционное и советское. В «мировоззренческое подполье» (оно, конечно, условно – представителей оппозиции не пускают на федеральные каналы) недовольных режимом объединяются люди разных идеологических позиций. Но именно сервильность официальных медиа и официальной сатиры, наличие медиарезервации для «несогласных» в Сети стимулировало раздражение не представленного в массовом информационном поле недовольного «меньшинства от меньшинства» (выражение Б. Дубина), способствовало разделению публики на аудиторию контролируемого телевидения и аудиторию свободного Интернета. Наличие « сетевого » президента с гаджетами, видеоблогом и твиттером – атрибутами продвинутого пользователя, хипстера, кидалта и модного горожанина – добавляло разнообразия образу власти в целом, но не решало проблемы, связанной с ожиданиями небольшой, но активной части общества, связанными с принципиальной сменой этого образа.

Сюрреализм «перзидентов»

Видимое и овеществленное (от айпада до теннисной ракетки) раздвоение власти визуально фиксировало некоторую абсурдность российской политической жизни (официальные съемки тандема на тандеме-велосипеде). Абсурдность происходящего в свою очередь уже фиксировала новая коммуникационная среда. После поездки Дмитрия Медведева в Силиконовую долину (июнь 2010-го) и открытия им своего официального твиттер-аккаунта в Сети появился твиттер-аккаунт KremlinRussia, пародирующий президента и его официальные новостные сообщения в блоге KremlinRussia в сети Твиттер. Понадобилось

меньше года, чтобы KermlinRussia стал одним из трех (на 2011 год) по популярности твиттер-аккаунтов в русскоязычном Интернете.

«Автор и соавтор – назовем их Маша и Саша – молодые (между 20 и 30, как они говорят) профессионалы, оба учились в Санкт-Петербургском государственном университете, разделив эту честь с Медведевым, премьер-министром Владимиром Путиным, поэтом Иосифом Бродским и писательницей Айн Рэнд. Они изучали журналистику (Маша) и экономику (Саша), а теперь работают копирайтером (Маша) и финансовым аналитиком (Саша)», – повествует автор статьи в Foreign Policy Юлия Иоффе¹. Саша, как говорится в статье, уже пребывал, по его же собственному выражению, в «протестном настроении» и не навидел «незначительное» разделение между бизнесом и властью, «отсутствии профессионализма, логики, небрежность, принятие решений на основе эмоций, тот факт, что связи с Кремлем перевешивают результаты», то, что вся наша политика фокусируется на том, что «тысячи людей гадают, какого рода отношения между Путиным и Медведевым». Когда второй процесс над уже сидящим в тюрьме Михаилом Ходорковским завершился, KermlinRussia обратился к широко распространенному мнению, что Путин вернется на пост президента в 2012 году: «Когда у Ходорковского закончится второй срок, у Путина закончится второй второй срок».

Для активных сетевых людей в этом «перевертыше» помимо пародийности и освобождения с помощью смеха от страха перед верховной властью, по видимому, отразилось – возможно, и неосознанно – желание перенести на молодого ее представителя собственное восприятие мира, желание свободного разговора и даже языковой игры, потребность видеть в реальном Медведеве остроумного, живого, «своего» современника. Но эта игра ничем не закончилась. Президент в результате оставил свой аккаунт KremlinRussia. Вместо него он открыл новый – MedvedevRussia.

Анонимный аккаунт в новой сетевой реальности продолжил традицию анекдотов, высмеивавших абсурдность действий руководства страны и колоссальный разрыв между словами и их значением (в каком-то смысле предтеча будущего плакатного креатива улицы). В отсутствие реального политического дискурса, в условиях цензуры и самоцензуры официальных медиаканалов сетевая ирония оказалась и новым-старым языком «несогласных», и очередным подтверждением авторитарной закрытости общества.

Анонимные или спродюсированные с участием известных творческих персон именно как медиапроекты (актуальная тематика, периодичность, создатели часто медиапрофессионалы), они не могли появиться в официальной ин-

1 «Встречайте: Перзидент» // Foreign Policy. 2011. 3 янв. См. подробнее: http://www.foreignpolicy.com/articles/2011/01/02/meet_the_persident?page=full. В 2012 году твитт-танDEM «кермлинов» перестал соблюдать конспирацию. Арсений Бобровский и Екатерина Романовская раскрыли свои имена и взяли интервью у оппозиционера Алексея Навального для журнала GQ.

формационной среде. В условиях новых коммуникаций такие мультимедийные медиапроекты (по необходимости созданные для разных медиаплатформ) стали активно распространяться с помощью медиа в сети («Дождь», F5, эфир и портал «Эха Москвы»), перейдя в случае с проектом «Гражданин поэт» сначала из онлайн в офлайн (гастрольные туры по стране собирали полные залы в театрах и на стадионах), а потом обратно в онлайн с дополнительным выпуском серии книг и документального фильма. Сетевые пародии стали выполнять роль традиционной народной сатирической культуры, веками высмеивающих сильных мира сего в балаганно-карнавальная форме частушек, анекдотов, куплетов, поэтических пародий.

Кстати, наличие рядом с brutальным Путиным слабого Медведева драматургически и визуально помогло рождению теперь уже знаковых и ставших историей медиапроектов – «Перзидент» и «Гражданин поэт». Кризис тандема и пиарщики, поставляющие материал для шуток двух первых лиц (репортаж о том, как два первых лица поучаствовали в уборочной и посидели за штурвалом комбайна; ролик Медведева, играющего в бадминтон), помогли их рождению. Проекты-пародии, использующие театральную игру и игру в маскарад, – проявление тогда еще не фиксируемого массово недовольства образованной и развивающейся части общества, не желающей мириться с лицемерием, «закручиванием гаек», абсурдом политической жизни, деградацией власти и выработывающей с помощью смеховой культуры язык протеста.

Рубикон

Конец лета 2011 года был ознаменован еще двумя незатейливыми пиар-акциями, которые стали финалом времени «длящейся неопределенности» и в визуальных и символических образах напоследок зафиксировали «телевизионный код» уходящего тандема. Два телевизионных «знака» перед «исторической субботой» съезда «Единой России», на котором произошла рокировка, были связаны с водой. Премьер нырял на морскую глубину и якобы обнаружил старинные амфоры (как потом признался сам ныряльщик, раритеты были специально подготовлены для его эффектного дайвинга), а затем случилась совместная водная прогулка тандема на катерах, погружение в непрозрачные воды нижней Волги под Астраханью, рыбалка и даже пойманная Дмитрием Медведевым щука (о рыболовных успехах Путина телевидение не сообщило). С водой связана ритуальная двойственность: «живая» и «мертвая», крещение новорожденного и омовение усопшего, прозрачная чистота горного ручья и грязная муть лужи... У рыбалки тоже есть свой сакральный и бытовой код – от библейской рыбы до поговорок и пословиц («На то и щука, чтоб карась не дремал», «В тихом омуте черти водятся» и проч.). Вряд ли кто из создателей «информационных поводов» специально думал о символах и глубинных смыслах, но так уж получилось, что визуальные приготовления оказались в чем-то пророческими. Трактовка зависит от воображения.

Съезд победителей?

24 сентября 2011 года на экране предполагался экстаз. Верхние планы ровных рядов (масштаб), скольжение по трибунам (в рассадке чередуются лица среднестатистической выборки россиян), переливающиеся триколоры с медведями на плазмах и экранах. Картину грядущего триумфа «Единой России» несколько смазывали попадавшие в кадр скучающие молодые люди, почти дети, забавлявшиеся жвачкой и вяло помахивавшие флажками. Наконец после привычного уже ожидания тандема, который по обыкновению задерживался, по залу покатались волны радостного оживления. Двое одинаковой походкой в сиянии софитов шли к первым рядам. Режиссер Станислав Говорухин с помощью цитат из Пушкина, Достоевского, Столыпина и Солженицына обосновал новый срок Путина и выдвинул его в президенты. Далее выступили актер, представитель деловой элиты, герой России – полковник ФСБ, сталевар из Нижнего Тагила, мать-одиночка из Ставрополя. Шквал народной любви, несмолкающие аплодисменты. Советская стилистика съездов КПСС в декорациях съездов американских торжествовала. «Владимир Владимирович, вы уже один раз изменили нашу страну, измените ее еще раз», – выдохнул бывший сопредседатель партии «Правое дело» Борис Титов. Градус ликования поднялся.

Кульминация – сцена рокировки. Выход Путина (с бумагами). Выход Медведева (с айпадом). Опять выход Путина: «Кто это тут диссидент?» (шутка по поводу единственного проголосовавшего против). Но камера навсегда зафиксировала, как всеобщему счастью все-таки мешало напряженное лицо Дмитрия Медведева, слушавшего Путина, который выдвигал его в лидеры партии. Эти несколько драматических секунд трудной полуулыбки останутся в истории.

Путин абсолютно комфортно чувствует себя в советской стилистике всеобщего одобрямса. На съезде, по сути, был сделан выбор как идеологом, так и эстетикой для следующего политического цикла. В трудные для страны дни «Народный фронт» во главе с национальным лидером объединяется против кольца врагов (Запад), пятой колонны (оппозиция – это грантополучатели, прикормленные Западом) и «лихих девяностых». Из позднесоветского стиля съездовской благодати с речевками про Россию и бурными, несмолкающими аплодисментами, с которым легко ужилось полотно многотысячной очереди к Поясу Богородицы и в который вплелись патриотические мотивы из русской классики (русская проза и поэзия будут словесно окормлять предвыборную кампанию 2011–2012 годов), начал складываться образ политического будущего с опорой на консерватизм, архаичность массового сознания, имперскую ностальгию по «советскому». Непредставленная в федеральном эфире недовольная сетевая общественность была вынуждена удовлетвориться аллюзиями и метафорами в немногочисленных телепроектах, в том числе в программе «Центральное телевидение» на НТВ, до своего переформатирования игравшей в модернистское информационное шоу. В выпуске «ЦТ» после съезда на подиум студии был выведен ансамбль специально отобранных свистунов. Они ли-

рично насвистели любимую песню Владимира Путина «С чего начинается Родина?»».

Весь следующий месяц после «исторической субботы» два героя политической сцены с помощью телевидения пытались растолковать гражданам и телезрителям суть случившегося. Еще действующий президент и президент будущий для начала обменялись телеформатами, то есть спомощью телевизионной картинкой, на которую у публики условный рефлекс, закрепили ритуал. Так телевидение помогло тандему перестать притворяться.

Для ранимых и пребывающих в состоянии когнитивного диссонанса желающих перемен – общение Медведева со сторонниками. Модное московское место с трансляцией – для ограниченного и отсепарированного круга зрителей «Вестей 24» и «Дождя». Репортажи в новостях для зрительских масс – необязательное информационное меню. Картинка расслабленного «безгалстучного» собрания в джинсах, конверсах, свитерах оптимистичных цветов, с президентом, стоящим перед собранием с микрофоном, – вроде как сериал из жизни богемной Москвы.

Для страны, которой настойчиво напоминают про плюсы брежневской стабильности, сгодится привычная картинка – с триколором, вертушками и пальмами на заднике. Застегнутая, казенная, без нарядностей. Это картинка из кабинета, в который Путин пригласил своих подчиненных и разрешил им задавать ему вопросы. Разговор в соответствии с обстановкой начался с его реплики: «Слушаю вас!» Дальше – никаких вольностей. По крайней мере, для тех 30 минут прайм-тайма по трем федеральным каналам, которые и должна была увидеть страна, так и не проникшаяся идеями модернизации и абстрактным лозунгом «Свобода лучше, чем несвобода». Для политических гурманов (как любит выражаться ведущий государственного канала Р1 Сергей Брилев) полную версию разговора с премьером на 1 ч. 20 мин. показали опять же в «Вестях 24» после 23:00. Путин к разговору был не очень расположен (да и зачем?!), беседе не помогал. Телевизионные начальники не столько брали интервью, сколько подстраивались под своего начальника. «Вы ястреб – точно не голубь» (Эрнст). «Политические титаны одиноки» (Добродеев). Кулистиков вроде бы подбрасывал Путину, как всегда, немножко глумливые реплики, но премьер подхватывал неохотно и вообще, похоже, не хотел поддерживать игривую манеру разговора. Все эти нюансы про «малых сих» (малые страны), «наших сукиных детей» (поддержка не очень приличных режимов в обмен на экономические преференции) и «грех» работы на «Свободе» (на примере биографии Кулистикова, руководившего в 1990-е московским бюро «Радио Свобода», Путин рассказывал про торжество либерализма) – в получасовку прай-тайма не попали. Так что страна в завуалированной форме (все-таки еще должны состояться выборы!) услышала простое и недвусмысленное: «Я – возвращаюсь! На галеры. Ради вас, дорогие россияне». Бросалась в глаза даже некоторая агрессивность будущего президента. Во время избирательной кампании в моду опять

вошла милитаристская эстетика и призывы типа «Умремте ж под Москвой!». Путин еще до декабря будто принял некое внутреннее решение, демонстрируя презрение к образованному классу и поставив на «народ» (население, записанное в «Народный фронт», и преданный «пролетариат»), вынося за скобки всяких там «интеллигентов» и «сетевых хомячков» – болтунов и бездельников.

В период президентства Медведева на российском телевидении появился новый жанр – беседа руководителей телеканалов с первыми лицами государства. Окончательно этот жанр оформился после того, как им в середине октября 2011 года воспользовался премьер-министр Владимир Путин: раньше с представителями Первого, ВГТРК и НТВ беседовал исключительно Дмитрий Медведев. До этого два колеса тандема делили эфир следующим образом: Путин либо общался с «народом», либо проводил массовые пресс-конференции, а Медведев собирал журналистов «точечно». Но вслед за рокировкой должностей Медведев и Путин, похоже, решили поменяться и стилями – так, чтобы окончательно всех запутать, а заодно в очередной раз напомнить: российская недополитика – это такой цирк, где жонглирование, особенно командное, ценится больше всего.

Как бы то ни было, жанр получился пародийным: Эрнст, Добродеев и Кулиستиков делают вид, что задают политикам острые вопросы, Медведев и Путин делают вид, что на них отвечают. За низким жанром тем не менее отчетливо виден высокий смысл: чиновники дают интервью, когда им нужно что-то сказать, а в некоторых случаях даже не сказать, а просто показать. В чем, например, был смысл последнего интервью Медведева? В том, чтобы показать: я хоть и уйду с поста президента, но еще буду кое-что значить. А в чем была идея интервью приходящего Путина? В том, чтобы показать: я хоть никогда никуда и не уходил, но теперь вновь стану главным и по должности тоже. И всё. Кольцо замкнулось.

Послесловие. ПостВыборное

Жириновский на осле, Зюганов на «мерседесе», Миронов у сберкассы, Прохоров в «Прожекторперисхилтон», Путин везде. Финал – сияющая Манежная. Феерическая съемка. Летающие камеры. Слезы победителя. К ликованию в финале марта-2012 «большое телевидение» готовилось и его приближало. Ворвавшаяся в эфир улица с протестами «За честные выборы» добавила кампании живости, но не жизни. Заставила «допустить» некоторые вольности: в эфир общественно-политических шоу пустили представителей оппозиции, в новостях появились лица, которые были в черных списках запрещенных к показу последние несколько лет, в предвыборные ночи опять вернули прямой эфир. На информационном фронте ненадолго наступило относительное перемирие. Переформатирования «кода» – в том числе и телевизионного – не произошло.

После некоторой растерянности в период думской кампании (декабрь 2011 года) к началу острой фазы кампании президентской федеральное телевидение определилось с акцентами и интонацией. Передачи, где допускали

плюрализм, быстро закрыли, затем началась зачистка медиапространства, к 2013 году во многом переформатировавшая среду. В 2012 году, по сути, окончательно сложились две медиапартии: партия телевидения и партия Интернета. Причем политменеджеры от власти раньше других осознали, как партия Интернета начинает влиять на повестку дня, что именно это не слышимое массами (по телевизору) активное меньшинство начинает испытывать систему на прочность. Любопытно, как в период президентской кампании веб-реальность попытались приспособить к актуальному политическому процессу. Имитационная видимость свободного волеизъявления получилась масштабной. Даже активные интернет-граждане приникли к тысячам камер, размещенных на избирательных пунктах. За всеми участками присматривали. Время вроде как шжалось, территории приблизились к домашним диванам. Москва рассматривала страну. Дети порадовались за мам, которые голосовали в 2 тыс. км от столицы (повидали!). Члены избирательных комиссий под наблюдением «большого брата» вели себя сдержаннее (об этом сообщали на федеральных каналах). Один проголосовавший гражданин из Ижевска, исполнив гражданский долг, повернулся на камеру и нецензурно выругался – получил свою всероссийскую минуту славы. «Большое телевидение» с удовольствием транслировало видео с веб-камер, корреспонденты захлебывались от восторга по поводу уникальных возможностей трансляции. Но торжество технологий автоматически не делает выборы честнее, чище и прозрачнее. Так же как реальность, помещенная в рамку кадра, всего лишь часть реальности, этой рамкой ограниченная. Веб-камеры выступили чудесной игрушкой для вуайеристов, но не меньше, чем профессиональное ТВ, отвлекали от реальности. Это многочасовое (и вроде бы документальное) зрелище не способно было рассеять сомнения в неподдельности. Потому что на это видео есть и другое – с зафиксированными нарушениями, снятое с мобильных камер и выложенное в Ютуб.

Фильтрация, форматирование, умолчания и манипулирование с помощью телевизионных приемов (точка съемки, ракурс, монтаж в новостях) всего, что было связано с митингами и оппозицией, не оставляли сомнений в сознательном дозировании, корректировке информационного потока и в целом в охранительной позиции «большого телевидения». Конечно, предвыборная агитация 2011–2012 годов была первой телевизионной кампанией, на которую все-ррез влиял свободный дух социальных сетей. Этот сквозняк заставлял виртуознее работать с невербальной фактурой, форточка вольности приоткрылась. Энергию нового поколения горожан в буквальном смысле канализировал канал «Дождь» с его телемарафонами и прямыми разговорами, сделав, по сути, своих зрителей творцами эфира, а эфир – площадкой для формирования идей общественного протеста.

Но оттепели не случилось. Как и нового образа власти. Пока.

НОМО RIDENS (ТРАДИЦИИ СМЕХОВОЙ КУЛЬТУРЫ В ЛОЗУНГАХ РОССИЙСКОГО МИТИНГА)

Аннотация

В статье проанализированы лозунги российских митингов с точки зрения укорененности в традициях смеховой культуры (от Средневековья до наших дней). Культурный слой современного митинга оказался весьма глубок, а «раскопки» в среде его исторических и эстетических аллитераций вполне многообещающи – и потому осмысление свободного пространства протеста позволило анализировать эмпирический материал с помощью методов разных областей гуманитарного знания: социологии, политологии, лингвистики, культурологии. В статье автор выделяет несколько функций смеха как механизма политического протеста и классифицирует наиболее интересные и показательные лозунги с точки зрения эффективности реализации ими названных функций.

Ключевые слова: смеховая культура, митинги, лозунги, политический протест.

Смех – серьезная вещь.

Умберто Эко. Имя розы

Известный российский психолог А. Асмолов как-то обмолвился, что смех является одной из лучших характеристик человеческой личности, признаком высокой способности к саморазвитию и самореализации. Человек смеющийся – Homo Ridens – именно так этот ученый готов был бы охарактеризовать совершенного и счастливого представителя человеческого рода¹. Однако категория смеха слишком сложна и поливалентна, чтобы числить ее по одному только «ведомству счастья»; свой след, не всегда однозначный, этот феномен оставил в истории и этнографии, антропологии и эстетике, философии и литературоведении, психологии и политике... По поводу последнего пункта И. Архипов, автор небольшой, но интересной работы «Смех обреченных», точно подметил: «В России смеховая культура – нечто большее, чем продукт “индустрии развлечений”. У нас смех оказывается в некоторых исторических ситуациях весьма существенным элементом политической реальности»².

- 1 См.: Психологи считают смех полезным... URL: <http://ria.ru/society/20120401/613074341.html#ixzz20hkipAGc> (дата обращения 10.07.2012).
- 2 Архипов И. Смех обреченных : Смеховая культура как зеркало короткой политической жизни «Свободной России» 1917 года // Звезда. 2003. № 8. URL: <http://magazines.russ.ru/zvezda/2003/8/arhip-pr.html> (дата обращения: 15.07.2012).

Правоту данного тезиса со всей определенностью доказывают, в частности, недавние события в нашей стране. Волна протестной митинговой коммуникации, бурно выплеснувшаяся на российские улицы в конце предвыборного сезона и задержавшаяся на них на долгие месяцы, неожиданно для многих обрела характерные очертания, представляющие исследовательский интерес не только для политологов и социологов, но и для культурологов, философов, лингвистов, искусствоведов... Дело в том, что культурный слой современного митинга оказался весьма глубок, а «раскопки» в среде его исторических и эстетических аллитераций вполне многообещающи – и потому осмысление свободного пространства протеста объединило представителей самых разных областей гуманитарного знания. Власть предпочитает «осмысливать» митинговую коммуникацию главным образом в юридически-запретительном ключе, что не только сужает упомянутое пространство свободы, но и мгновенно лишает актуальности многие только что появившиеся исследования. Так, целый ряд статей, посвященных карнавализации митингов в целом и феномену маски в частности, обесценивает законодательная поправка, запрещающая ношение масок на протестных мероприятиях. Тем не менее социокультурная составляющая митинга по-прежнему остается серьезной и значимой. И одним из наиболее интересных векторов развития этой составляющей стали как раз традиции смеховой культуры, особенно ярко проявившиеся в лозунговой коммуникации российского митинга.

Современный исследователь такого рода политического взаимодействия, Д. Громов, изучая декабрьские митинги 2011 года (в том числе структуру их образительного ряда – плакаты, перфомансы, инсталляции и т.д.), настойчиво выделяет как примечательную их черту специфический, празднично-веселый характер протеста. По мнению Громова, на такую специфику «указывает достаточно высокая доля плакатов юмористического содержания – 49,3%»¹. Это не только весьма зримая характеристика последнего по времени протестного движения в России, но и деталь, отличающая нынешнюю волну митингов от предыдущих. Другой автор, А. Мороз, замечает: «Прошлая пора уличной протестной активности в России (конец 1980-х – начало 1990-х гг.) была принципиально более “серьезной”: практически отсутствовали лозунги и плакаты, содержащие игру слов, коллажи, карикатуры и др.»². Об этом же говорила, вспоминая лозунги перестройки, называя их «мрачными» и «трагичными» и сравнивая с нынешним уличным политическим фольклором, и Е. Струкова на круглом столе под названием «Слово как дело: лозунги протестных движений», состоявшемся в Москве в начале 2012 года³.

1 Громов Д. «Мы не оппозиция, а народ»: новые черты уличного политического акционизма // Антропологический форум № 16 online. С. 142. URL: http://www.intelros.ru/pdf/Antropo_Forum/16/07.pdf (дата обращения: 05.05.2012).

2 Мороз А. Протестный фольклор декабря 2011 г. Старое и новое // Антропологический форум № 16 online. С. 173. URL: <http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/016online/moroz2.pdf> (дата обращения: 01.08.2012).

3 См.: <http://www.urokiistorii.ru/memory/conf/2971> (дата обращения: 08.08.2012).

Действительно, если рассматривать протестное движение, его культуру, стилистику и символику в исторической перспективе (пусть даже не слишком глубокой), то «веселый» характер нынешнего протеста буквально бросается в глаза. Средства массовой информации, анализируя недавние митинги, немало писали о «всплеске народного остроумия», о преобладании смешных лозунгов, делающих политическое противостояние как бы несколько несерьезным. Почти половина (по подсчетам социологов) «смеховых» плакатов от общего их количества более чем весомая цифра, чтобы задаться вопросом: отчего митингующие так тяготеют к ироничному выражению собственных мыслей? Почему именно смех оказался той эмоциональной субстанцией, которая объединила самых разных вышедших на площадь людей? И зачем участникам акций протеста понадобились смеховые формы коммуникации, юмористическое обрамление собственного мнения там, где речь идет о заявлении твердой политической позиции?.. Для того чтобы найти ответы на эти вопросы, необходимо для начала разобраться в функциональных и коммуникативных возможностях феномена смеха как такового. Попытаемся сделать это хотя бы в общих чертах.

Заметим, что категорию смеха вполне можно отнести к наиболее популярным и тщательнее других изученным концептам культурного пространства. Однако, несмотря на то что смеху (как философской проблеме, эстетической категории, социокультурному явлению, психологическому феномену и т.д.) посвящено немало теоретических работ и специальных диссертационных исследований¹, все же спорного в них больше, чем общепринятого, а локальные прозрения встречаются чаще, нежели тщательно выверенные постулаты. Тем не менее на сегодняшний день принято выделять целый ряд так называемых теорий смеха, большинство из которых можно так или иначе подвести под общий знаменатель, хотя единой их классификации учеными до сих пор не выработано.

Так, в гуманитарной науке (в разных ее направлениях, школах и течениях) выделяют следующие парадигмы понимания природы смешного (среди многих других):

- *теории несовместимости* (смех возникает вследствие несовместимости между ожиданием слушателя и тем, что произошло на самом деле; неожиданные связи, ассоциации, противоречия, поведение, выходящее за рамки привычного, – вот основа для такого юмора);

1 См., например: Бергсон А. Смех. М., 1992; Лихачев Д.С. Смех как мировоззрение : Смеховой мир Древней Руси // Лихачев Д.С., Панченко А.М., Поньрко Н.В. Смех в Древней Руси. Л., 1984; Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха. СПб., 1997; Селли Дж. Смех: его физиология и психология. М., 2012; Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному. М., 2011; Рюмина М.Т. Смех как эстетический феномен: вопросы теории и истории : Дис. в виде науч. докл. ... д-ра филос. наук. М., 1999; Сычев А.А. Смех как социокультурный феномен : Дис. в виде науч. докл. ... д-ра филос. наук. Саранск, 2004.

- *теории враждебности* (смех вызывается чувством превосходства над кем-либо или чем-либо, остроумие является выражением триумфа; любовью юмор по этой теории прежде всего насмешка, часто недобрая);
- *теории высвобождения* (функция смеха в этом случае связана со снятием стресса и напряжения, своего рода разрядкой или защитной реакцией против страха);
- *теории неожиданности* (смех вызывается внезапностью происходящего, контрастом идей и явлений);
- *семантические теории* (с помощью смеха преодолевается когнитивный диссонанс, вызванный столкновением разных смыслов и контекстов);
- *языковые теории* (лингвистический взгляд на интересующий нас феномен, связанный с изучением языковых средств выражения комического).

Базовые или же точечные (но очень важные при этом) соображения о природе смеха разбросаны по трудам Аристотеля, Гоббса, Канта, Гегеля, Шопенгауэра, Фрейда, Бергсона и многих других мыслителей; каждого из них занимали разные аспекты этого неизбежного спутника человеческой жизни, но принципиальную значимость смеха все они признавали в равной мере. В целом философское, онтологическое отношение к смеху как укорененной сущности самого бытия можно выразить словами одного из российских исследователей, справедливо утверждающего: «Широкий взгляд на проблему смеха позволяет увидеть в нем не маргинальное явление, а фундаментальное антропологическое свойство, неотъемлемый атрибут человеческой культуры»¹. Ему вторит другой наш современник, делающий акцент не на культурной, а на научной принадлежности нашей проблематики: «Смех неизбежно попадает в орбиту философии, поскольку он представляет собой определенный вид эмоционально-ценностного мировоззрения»². Именно в этом ключе: как вневременную культурную константу, значимый социальный феномен, философско-мировоззренческое явление – рассматриваем концепт смеха и мы, и это та отправная точка, которая позволяет, на наш взгляд, объяснить безмерную популярность смеховых приемов в коммуникации протеста.

Необходимо уточнить, что, пытаясь разграничить такие понятия, как «смех», «ирония», «юмор», и тому подобные, исследователи обнаруживают немало специфического в их смысловой наполненности, но чаще все же употребляют эти термины как синонимы. Так же в дальнейшем поступим и мы, хотя, конечно, отдаем себе отчет в том, что дефиниция «смех» чаще всего является обозначением определенной эмоциональной реакции, а понятия «ирония» или «юмор» обозначают механизмы, обеспечивающие данной реакции появление на свет... При этом сложность изучения феномена смеха во все времена усугублялась тем, что социально-философская и культурная природа этого явления неизбежно дополняется и осложняется природой биологической, физиологическими аспектами

1 Бондаренко А.В. Языковая теория «смеха»: экзистенциальные предпосылки // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2009. № 2. С. 269.

2 Столович Л.Н. Философия. Эстетика. Смех. СПб. ; Тарту, 1999. С. 263.

смешного. «Смех – само естество. Он мгновенен. Он – взрыв. Он, как и любой феномен жизни, обладает способностью ускользания от сознания. Смех водой в ладонях уходит меж пальцев. Удержать его в ладонях крайне трудно... Смех – рефлекс, очень похожий на безусловный. Следовательно, вряд ли уместно говорить о рациональной природе смеха... Человек забывается в смехе. Поэтому рискну назвать смех наркотиком»¹, – пишет С.А. Троицкий. И эта нейрофизиологическая природа смеха (смех как бессознательное и внезапное проявление природной веселости, как мимолетная радость, как улыбка младенца, говорящая всем окружающим: «Мне хорошо!») заставляет специалистов по современной коммуникации искать корни смехового взаимодействия в глубинных, подкорковых пластах человеческого сознания.

Нейропсихологи отмечают, что непроизвольный смех контролируется самими древними и загадочными отделами мозга и тормозится лобной корой, а возникает благодаря снятию торможения. Получается, что более древняя часть нашего «я» как бы подавляется эволюционно более поздней его частью, но при этом время от времени стремится вырваться из-под ее контроля. Тот, кто смеется, словно бы заявляет миру: я свободен от печали, открыт в поступках, естественен в проявлении чувств... Эта внерациональная, природная сущность смеха, стремление (и возможность) освободиться с его помощью от всего наносного, чужого, ненужного, делают его универсальным спутником любых актов коммуникации (в том числе в политике), где актерам важно заявить об искреннем и невынужденном характере своих действий или же временно «спрятаться» от бед и забот.

Попытку объединить естественно-научный и гуманитарный взгляд на природу смеха, создать своего рода междисциплинарную теорию смешного предпринял в своих работах А. Козинцев². Высказывая неординарные, но зачастую спорные идеи, этот автор, на наш взгляд, прав в главном: будучи явлением на грани биологии и культуры, непроизвольным и стихийным «метакоммуникативным сигналом», смех с древних времен, по генетической своей сущности обладает одним замечательным функциональным качеством: несравненной способностью сближать и объединять людей, заставляя их «чувствовать свою принадлежность к одному виду»³. Эта неизбежно сплывающая роль смеха, позволяющая «узнавать своих в толпе», и есть, видимо, следующая причина, по которой смеховые вкрапления неизбежны в любой социальной коммуникации, тем более коммуникации протеста.

Итак, подводя краткие промежуточные итоги сказанному, следует заключить, что на вопрос «Почему?» – почему субъекты политических митингов и по-

1 Троицкий С.А. Прологомены к возможной теории смеха. URL: <http://cultcenter.philosophy.spbu.ru/texts/troick1.htm> (дата обращения: 02.08.2012).

2 См., например: Смех : Истоки и функции / под ред. А. Козинцева. СПб., 2002.

3 См. об этом подробнее: Козинцев А. Человек и смех. СПб., 2007. URL: http://krotov.info/lib_sec/11_k/koz/inzev_04.htm#1 (дата обращения: 07.08.2012).

литической коммуникации в целом столь часто прибегают к смеховой форме протеста – можно дать сразу несколько взаимодополняющих ответов. Первый из них связан с двойственной, *культурной и биологической*, природой человека: тяга к смеху – древнее и неотменимое свойство любого человеческого «я», фундаментальный признак свободного проявления личности, естественный механизм эмоциональных впечатлений и подсознательных реакций. Мир вообще наполнен эмоциями (и сфера протеста, как часть этого мира, тоже полна ими), без смеха же эмоциональный абрис человека не только неполон, но и несовершенен. Где смех – там пространство человечности и свободы, хотя, конечно, абсолютизировать благотворное влияние смеха ничуть не менее опасно, нежели недооценивать его. Иными словами, будь акторы политического протеста не людьми, а роботами, они смогли бы, пожалуй, вовсе обойтись без смеха. А так – увольте...

Второй ответ на поставленный нами вопрос носит *психологический* характер: смеховые приемы коммуникации – обязательный и эффективный спутник человека в его попытках установить контакт с себе подобными, продемонстрировать собственные человеческие качества и выразить свою индивидуальность. Кроме того, смех и юмор смягчают «проблемное поле политики», служат своего рода психологическим амортизатором при столкновении личности с теми сторонами общественной жизни, которые кажутся ей заслуживающими протеста.

Наконец, третий ответ на искомый вопрос лежит в *социальной* плоскости нашего проблемного поля. Смех наряду с речью является еще одним (и ничуть не менее значимым) способом взаимодействия с большими группами людей. Кроме того, он не только способен донести до массовой аудитории определенную информацию, но и выполняет миссию своего рода сплочения, сближения людей. Это делает микроклимат в любой социальной группе (даже достаточно стихийно собравшейся, как в случае с митингом) психологически более комфортным, а саму группу – вследствие этого – более стабильной.

Таким образом, можно считать, что на вопрос «Почему?» мы хотя бы отчасти ответили и причины возникновения и циркуляции форм смеховой культуры в пространстве протеста – иногда бессознательные для его участников – установили. Однако смех является не только универсальным и постоянным атрибутом человеческого общения, но и вполне осознанным приемом коммуникации; иными словами, как участники, так и организаторы митингов зачастую выбирают его для социального взаимодействия совершенно сознательно. И здесь мы возвращаемся ко второму вопросу – «Зачем?», который выглядит более сложным, чем первый, и связан с функциональными особенностями смеха как коммуникативной политической технологии.

Попробуем вычлениить и сформулировать основные функции, которые приемы смеховой культуры призваны выполнять в митинговой коммуникации. Отметим сразу, что для иллюстрации выводов мы намеренно остановились только на пла-

катных лозунгах современности (как наиболее операциональных для наших целей), хотя обширнейший материал для решения такого рода задачи дают и иные формы выражения протеста: перформансы, инсталляции, флешмобы, акции стрит-арта, театрализованные выступления и прочее. Все это – тема для иных, будущих исследований, которые наверняка не замедлят появиться на свет; мы же пока ограничимся лишь текстовой составляющей смехового протеста¹. Отметим также попутно, что подразделение лозунгов по одной четко исполняемой ими функции возможно, разумеется, лишь в иллюстративных целях или на страницах учебника; в реальной жизни любой политический лозунг многофункционален и зачастую «решает» множественные коммуникативные и социальные задачи.

Первая – и важнейшая, с нашей точки зрения, – функция, которая свойственна смеху, – *освобождающая*. Высвобождая людей из жестких тенет норм, правил, господствующей правды и официальной морали, смех позволяет поменять местами, «перевернуть» прошлое и настоящее, дозволенное и запретное, царствующее и униженное. Эти «перевертыши», перемены находят отражение в многочисленных лозунгах, таких, например, как «Пора меняться!» (с портретами двух «танDEMов»: Ходорковского – Лебедева и Путина – Медведева), «Путину УДО лучше, чем пожизненное!», «А Баба-яга против... фальсификации выборов», «Волшебника Чурова в Азкабан!» или «Не раскачивайте лодку – нашу крысу тошнит...». Отважное смешение лексики и семантики разных типов смысловых пространств: политического, юридического, художественного, бытового, мифологического, социального – свидетельствует о раскрепощении мысли, переламывании привычных шаблонов и преодолении мыслительных стереотипов.

Именно так, к слову сказать, понимал роль традиционной смеховой культуры в социуме Д.С. Лихачев, а также многие иные теоретики культуры, с точки зрения которых смех прежде всего способствует снятию национальных, религиозных, социальных барьеров и освобождению от накладываемых ими ограничений. И именно эта освобождающая функция смеха во все времена так не нравилась власти, ибо выводила массы за пределы назначенных им поведенческих рамок. Философ В. Микушевич неслучайно замечает: «Смехобоязнь – верный признак тоталитарных тенденций, нарастающих в обществе»². Точность этого замечания подтверждается многими тенденциями нашей общественной жизни, включая и непостижимый с точки зрения здравого смысла и юридического права процесс над участницами панк-молебна Pussy Riot.

1 Помимо увиденных и записанных самим автором, использованы тексты плакатов, размещенные на сайте «Антропологический форум. Электронная версия» (<http://anthropologie.kunstkamera.ru/07/16online/>), «Трибуна Общественной палаты» (<http://top.oprf.ru/main/6012.html>), «Фольклор “Снежной революции”» (<http://24december.visantrop.ru/>) и иных, а также приведенные в материалах различных СМИ.

2 Микушевич В. О смехе и осмеянии. [Смех] // The Prime Russian Magazine. 2012. 12 мая. URL: <http://www.primerussia.ru/%E2%84%96-3-12/smekh> (дата обращения: 08.08.2012).

Впрочем, несправедливо было бы приписывать возмущенное, испуганное неприятие раскрепощающей роли смеха одной только нашей, российской власти начала нынешнего века – эта политическая черта свойственна всем режимам любых стран и эпох. Поневоле здесь на ум приходит семиотическая интрига романа У. Эко «Имя розы». Напомним, средневековый убийца-интеллектуал решается на свои злодеяния в монастыре только потому, что добровольно берет на себя охранительную и запретительную роль по отношению к философской книге, главным героем которой является смех. Свой почти священный ужас перед вольномыслием, синонимом которого он считает свободный смех, и перед самим трактатом Аристотеля этот человек объясняет так: «Тут пересматривается функция смеха, смех возводится на уровень искусства, смеху распахиваются двери в мир ученых, он становится предметом философии и вероломного богословия... Для церкви не опасна ересь простецов... но смех временно отрешает мужика от страха. А закон может быть утверждаем только с помощью страха, коего полное титулование – Страх Божий. Эта книга могла бы указать ученым особые уловки остроумия – и тем узаконить переворот... Однако ежели кто-либо в какой-либо день преподнесет искусство смеха как своеобразное острое оружие... если риторика убеждения сменится риторикой осмеяния... о, в этот день все будет сметено!»¹

Интересно, что наряду с ролью «героя-освободителя» в этом пространном монологе вырисовывается вторая крайне важная функция смеха – *защитная*. Будучи тесно связана с функциональным концептом свободы, защитная функция смеховой культуры распространяется прежде всего на сферу страха перед будущим, перед угрозой наказания, перед «сильными мира сего», теми, к кому надлежит испытывать пиетет... Кто смеется – тот уже не страшится; в том или ином виде эта сентенция разбросана по историческому фольклору самых разных народов мира. Для М.М. Бахтина смех как раз прежде всего средство, защищающее от страха перед грядущими напастями, и он доказывал это не только в самом известном из своих трудов², но – так или иначе – и во многих других работах. Например, в «Авторе и герое» Бахтин писал: «Опасность делает серьезным. Ее минование разрешается смехом. Необходимость серьезна – свобода смеется. Просьба серьезна, смех никогда не просит, но дарение может сопровождаться смехом... Смех упраздняет тяжесть будущего (предстоящего) от забот будущего, будущее перестает быть угрозой»³.

Однако шутка способна разрядить не только напряженную бытовую ситуацию или групповой конфликт. Она защищает также и от страха «не угадать, не угодить» в политической жизни общества. Антагонизм, противостояние с вла-

1 Эко У. Имя розы. М., 1989. С. 405–406.

2 См.: Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. М., 1965.

3 Он же. Автор и герой : К философским основам гуманитарных наук. СПб., 2000. С. 230.

стями перестают казаться непозволительными и опасными, как только подвергаются целительному воздействию смеховой культуры. «В процессе исторического развития антиповедение лишается примеси страха – “неправильное политическое поведение” перестает быть страшным, очищаясь смехом»¹, – утверждает современный исследователь вопроса, и справедливость этого утверждения прямо доказывается абсолютным бесстрашием многих лозунгов российского протеста. Защищенные доспехами смеха – и как бы «не все-речь» – участники митингов говорят вещи, выдвигают лозунги, которые в серьезной политической дискуссии были бы возможны лишь при наличии условий, гарантирующих бесспорную защиту своим авторам.

«Я не голосовал за этих сволочей! Я голосовал за других сволочей! Требую пересчета голосов!»; «Не понравился один гондон? Выбери другой! У тебя есть выбор!»; «Не верь медведю!»; «Вы все еще в Кремле? Тогда мы идем к вам!»; «Ваша стабильность – это наша дебилность»... Авторы такого рода плакатов (довольно многочисленных), не просто полемизирующих с властью, но уничтожительно отзывающихся о ней, выражающих недоверие и презрение к ее лидерам, не прикрываются иронией и сарказмом, а берут их на вооружение как самые действенные инструменты бескровной политической борьбы.

Однако не всегда смеховой политической лозунг демонизирует власть и обостряет протест; иногда он, напротив, как бы «одомашнивает» их, смягчает противостояние. Несколько неожиданная в рамках темы оппозиционных митингов, но тоже абсолютно закономерная и значимая для Homo Ridens функция смеха «на баррикадах» – *демонстративная*, связанная с самопрезентацией личности. «Верните честные выборы! Верните снежную зиму!» или «Как выйти из тумана?», «Гоголь за честные выборы!» или «Дайте мне пирожных!..», «Люди, любите друг друга» или даже просто «Жизнь!!» – речь в таких лозунгах может идти о чем угодно, не только о политических требованиях (и чаще всего как раз не о них). Главное, что человек получает трибуну для самовыражения, которую волен использовать без тематических или семантических ограничений. Обнажение собственного «я», свободное и бесстрашное предъяснение мыслей и чувств, которыми живет человек – не боясь осуждения, не озираясь на окружающих, – это редкая возможность, почти роскошь, доступная нам нечасто. Обретая такую роскошь посредством неожиданного юмористического лозунга, участник уличной акции не только щеголяет остроумием или искренностью, но и – что гораздо важнее – заявляет о себе как об индивидуальности, не страшась смешаться с толпой.

В данном случае внешнее обрамление личного пространства с помощью протестного плаката приобретает смысл, о котором К. Юнг говорил как о стремлении к самоидентификации личности: «Благодаря особенности внешних зна-

1 См.: Козинцев А. Человек и смех.

ков создается отграниченность индивидуума»¹. Такими демонстрационными «внешними знаками» могут служить в обычной жизни вихры панка или «Ро-лекс» олигарха, а на митинге – маски, головные уборы, театрализованные костюмы или же (в нашем случае) уникальные, «не в тему» высказывания, с помощью которых во всеуслышание заявляется персональная позиция участника акции, иногда принципиально аполитичная и тем самым кардинально выделяющая его среди других. «Заговорившая улица» – так определяют этот феномен многие исследователи современной митинговой коммуникации. Описывая данную ситуацию как «прорыв немоты»², они говорят об этом как о возможности самовыражения представителей разных социальных групп, крайне важной для коммуникации протеста.

Любопытно, что, анализируя спектр эмоций последних российских митингов, наши современники отмечают в качестве особой их характеристики не только преобладание смеховых форм выражения мнения, но и редкую общую «незлобивость» протеста, отсутствие особо агрессивных методов коммуникации. В своем диалоге на «Полит.ру» А. Иванов и И. Будрайтскис (точно подметившие, кстати, что сегодня быть участником события, в том числе протестного, оказывается почему-то значительно проще, нежели его серьезным интерпретатором) с высокой долей справедливости утверждают: «Любая форма протестной коммунальности становится не формой склоки или конфликта, а формой энергетического самовыражения в группе единомышленников, едино чувствующих людей, антропологически, эмоционально очень близких – то есть, оказывается, революционное пространство может быть очень похоже на пространство любви...»³. И здесь роль самовыражения, самопрезентации личности, о которой мы только что сказали и которую с таким успехом играют «смеховые» митинговые лозунги, смыкается со следующей их функцией – возможно, еще более важной для участника протеста. Речь идет о *социальной* функции – об объединении людей, которые смогли найти друг друга благодаря общим ценностям, выраженным в политическом плакате.

Митинговый лозунг – семантически и риторически – вообще вещь во многом загадочная и (по моему глубокому убеждению) явно недоисследованная. Однако то, что он способен к социальной кластеризации, признает большинство как практиков, так и теоретиков политической коммуникации. Объединяя людей в «группы по интересам и убеждениям», политический плакат на митинге одновременно и цементирует толпу, и сегментирует ее. Называя митинго-

1 Юнг К. Психология бессознательного. М., 1994. С. 207.

2 См. об этом подробнее, например: Щербакова И. Заговорившая улица, «Мы один народ» // Культура протеста : Язык, формы, символы : серия круглых столов. Семинар I : Слово как дело: лозунги протестных движений : стенограмма. 31 января 2012. URL: <http://www.urokiistorii.ru/memory/conf/2971> (дата обращения: 08.08.2012).

3 Иванов А., Будрайтскис И. Конец социальной бесчувственности? // Полит.ру. 2012. 8 июня. URL: <http://polit.ru/article/2012/08/06/al060812> (дата обращения: 08.08.2012).

вые лозунги «индивидуальным высказыванием, которое тем не менее предъясняется публично», Е. Петровская сравнивает их с опознавательными знаками: «Это такой способ увидеть своих единомышленников, и фактически это способ дать выход тем разделяемым настроениям и надеждам, которые еще, на самом деле, может быть, еще предстоит сформулировать»¹.

При этом лозунг, способный рассмешить окружающих, несет эту социальную функцию объединения, функцию поиска единомышленников вдвойне. Люди, которые готовы смеяться над одним и тем же – образом, афоризмом, намеком, – очевидно, говорят на одном языке, принадлежат к единой культуре и в состоянии «считывать» друг друга иногда даже без слов. Цитируя шутки из того или иного фильма или книги, распознавая скрытые от «чужих» по культуре (этнической, ментальной, политической и т.д.) смыслы, участники протеста ищут и находят тех, кто с ними «одной крови», кто способен разделить с ними на равных и эмоцию, и реакцию. «Наш смех – это всегда смех той или иной группы», – утверждал Бергсон², и подобная роль смеховых лозунгов помогает не только расставить социальные акценты на митинге, но и найти в окружающих интеллектуальную и политическую поддержку. «Пассивная интеллигенция сегодня с вами!»; «Партия блондинок за свободу слова!»; «У вас едрянка» (на фоне портрета доктора Хауса); «Не лайк»; «Москвичи! Довольно спать – отнимут и кровать» – неважно, идет ли речь о реальной социальной прослойке или вполне мифологической, задачу социального «узнавания» друг друга эти лозунги выполняют.

Следующая функция смеховой культуры на митинге, о которой стоит сказать особо, – это функция *коммуникативная*. Политический плакат – возможность не только выразить себя или поговорить с единомышленниками, но и возразить оппоненту. Он помогает выстроить коммуникацию с разными сегментами общества, однако, на наш взгляд, прежде всего коммуникативная функция смехового протестного лозунга выражается в стремлении ответить власти, причем даже не в конструктивном ключе (иронические лозунги зачастую появляются тогда, когда надежды на конструктивный диалог исчерпаны), а в шутовском, клоунском, пересмешническом. Когда политическая элита не слышит людей, использующих привычные практики политического участия, Homo Ridens выходит на митинг с плакатами, содержащими насмешку, сарказм или явный оксюморон. И это, заметим, одна из наиболее мягких форм иронического протеста, чаще всего не нарушающего (в отличие от радикальных акций стрит-арта, например) ни правовых, ни этических, ни культурных норм публичного пространства.

- 1 Петровская Е. Больше, чем слова. О границах семиотической интерпретации лозунгов // Культура протеста : Язык, формы, символы. Семинар I : Слово как дело: лозунги протестных движений. URL: <http://www.urokiistorii.ru/memory/conf/2971> (дата обращения: 08.08.2012).
- 2 Бергсон А. Смех. С. 13.

Такого рода лозунги не являются однородными по своей семантике; среди них можно выделить, например, *респондирующие*, дающие прямой ответ или возражение на высказывание оппонента («Хомячки разбушевались и покажут вам кузькину мать!», «Хиллари Клинтон заплатила мне натурой!»); *прескриптивные*, то есть предписывающие поведение, подталкивающие к прямому действию или содержащие ироничную агитацию («Будет лучше, если вы уйдете сами» или «Путин, люби нас!»); *диалогические*, образующие прямую одностороннюю коммуникацию с представителями власти («Мы знаем, что ты хочешь третий раз. Но у нас голова болит!», «Ни одного голоса тебе, Вова!») и иные.

Среди наиболее интересных разновидностей смеховых митинговых плакатов, выполняющих названную нами функцию, можно упомянуть также плакаты, высмеивающие, *пародирующие* лексику и стилистику власти. Мы согласны с М. Алексеевским, отметившим, что «одним из основных способов создания актуальных политических лозунгов становится пародирование идеологических штампов и клише из лексикона действующей власти»¹. Добавим: пародированию может подвергаться не только вербалика, но и визуальные характеристики (особенности внешности, одежда, манеры), поведенческие особенности оппонентов и детали политической ситуации в целом. Пародия, этот действенный механизм смеховой культуры, создает на митинге особенно напряженное, энергетически емкое смысловое поле коммуникации с властью, в структуре которого полемика протеста приобретает порой чрезвычайный накал.

Примеры подобных лозунгов у всех на слуху. Это не только многочисленные киплинговские ассоциации, навеянные не самым удачным выступлением лидера («Бандерлоги слышат тебя!», «Каа, уползай!», «Мы называем его желтой рыбой! А еще – земляным червяком!»), но и пародия на рекламу антинаркотических концертов, эксплуатирующую высказывание и личное участие в мероприятии Путина («Пацаны! Вам это не надо!»), и использование элементов визуальной пародии («Освободите Добби от непосильной работы»), и высмеивание сомнительных имиджевых ситуаций («Мы за честные амфоры!»), и отсылки к знаковым, культовым киноцитатам («А царь-то ненастоящий...», «Я мзду не беру. Мне за державу обидно!»).

Последние лозунги, в принципе, многофункциональны по своей природе, выделить единственную или даже главенствующую функцию, которую играли бы в них смеховые приемы, достаточно затруднительно. Скажем лишь, что одну из ведущих ролей начинает играть в политическом плакате данного вида еще одна функция, на которую хотелось бы обратить внимание, – *игровая*. Это новая важная грань проявления Homo Ridens, нашедшая воплощение в смеховой культуре протеста.

1 См.: Алексеевский М. Кто все эти люди (с плакатами)? // Антропологический форум № 16 online. С. 157. URL: <http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/016online/alekseevsky2.pdf> (дата обращения: 05.05.2012).

Любая игра создает обширное поле для творческого поиска и творческих изменений, и именно поэтому она стала так популярна в XX веке как метод различных коммуникативных практик. Для политического взаимодействия важно, что «субъективность игры, наличие в ней эмоциональной компоненты освоения реальности делают ее чрезвычайно эффективным механизмом общения»¹. Фундаментальные труды Й. Хейзинги, Х.-Г. Гадамера, Э. Берна², а также работы отечественных исследователей³ не только во многом объясняют обаяние игровой коммуникации, но и предлагают многочисленные классификации игры в разных сферах человеческого общения. Так, в современной науке выделяются спортивные игры и игры азартные, игры-развлечения и игры-метафоры, демонстративные игры (актер – зритель) и игры-иллюзии, игры-маскарад, языковые игры и многое, многое другое.

Будучи «помножена» на возможности смеховой культуры, игра дает многовариантные возможности публичного взаимодействия; в результате многие из названных типов игровой коммуникации обнаруживаются в пространстве российского митинга. Перфоманс «Яблока» про волшебника Чурова – игра театральная; множество участников протеста, наряженных Гарри Поттером, Бабой-ягой и т.д., – игра-маскарад; «человек-танк» или «человек-робот» на московских улицах – игра-метафора... Однако в нашем предметном поле – поле протестного лозунга – конечно, наиболее интересное проявление данная функция смеховой культуры обретает в *языковых* играх политического плаката.

В отличие от многих других вариантов игровой коммуникации языковые игры как раз неплохо исследованы в отечественной филологии, семиотике, лингвистике; есть работы, посвященные и конкретно данному аспекту политического лозунга⁴. Не имея здесь возможности подробно останавливаться на этой отдельной (крайне интересной) проблеме, приведем только некоторые примеры креативного лозунгового творчества наших сограждан: «Цой – ЖИВ, Путин – ПЖИВ»; «Выбрать Пуу не напасть, как бы с Пуу не пропасть», «Хороший презик – новый презик!», «Чуров, підрахуй!», «Перевыборы! Чур, по-честному!», «Затандемили!», «Медвепута в зоопарк!»... Все эти и многие другие лозунги используют приемы, о которых А.В. Бондаренко пишет: «У смеха своя, веселая грамматика. Изобретаются новые грамматические формы, словообразова-

1 Ретюнских Л.Т. Философия игры. М., 2002. С. 139.

2 См.: Хейзинга Й. Homo ludens // Homo ludens : В тени завтрашнего дня. М., 1992; Гадамер Х.-Г. Истина и метод. М., 1988; Берн Э. Игры, в которые играют люди : Люди, которые играют в игры. М., 1992.

3 См., например: Левада Ю.А. Игровые структуры в системах социального действия // Системные исследования. М., 1984; Петров Н.И. Герменевтические игровые феномены : Автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Самара, 1996; Ученова В.В. Философия рекламы. М., 2003; Чередникова М.П. «Голос детства из дальней дали...» : Игра, магия, миф в детской культуре. М., 2002.

4 См., например: Баранов А.Н. Языковые игры времен перестройки: феномен политического лозунга // Рекламный текст: семиотика и лингвистика. М., 2000.

тельные модели, свободно допускаются фонетические ляпы, микшируются родной и иностранные языки, сочиняются палиндромы, частушки, каламбуры, практикуются смеховая рифмовка экспромтом, травестирирование “классических” словоформ, допускаются скатологические (преимущественно словесно-речевые) вольности, эвфемистические метафоры, непристойные намеки, двусмысленности...»¹.

Замечая, что словесная эквилибристика, игра словами превращается зачастую в игру вещами (людьми, предметами), этот автор прибегает далее к авторитету М.М. Бахтина: языковое творчество – это игра «привычными выражениями (поговорами, поговорками), привычными соседствами слов, взятыми вне обычной колеи логической и иной смысловой связи. Это как бы рекреация слов и вещей, отпущенных на волю из тисков смысла, логики, словесной иерархии...»². Нам важно здесь одно слово, как бы невзначай упомянутое классиком, потому что оно выводит нас к разговору об еще одной важной роли, которую смех играет в лозунговой коммуникации митинга. Это слово – рекреация, а функция, о которой хотелось бы сказать в завершение разговора, – соответственно, *рекреативная*, функция отдыха и развлечения, последняя по нашему списку, но отнюдь не по значимости в иерархии смеховой культуры.

Дело в том, что юмор способен не только к серьезной работе: расставлять социальные акценты, выстраивать межгрупповую коммуникацию, дискутировать с властью, защищать от страха перед будущим... Иногда это просто дань отдохновению, легкости бытия – в противовес трагичному и жалобному отношению к жизни. Бравирующий своими невзгодами шут против заламывающего руки Пьеро – эти образы в жизни и культуре порой противостоят друг другу, и первый нередко одерживает верх над вторым.

«Ищу жену!», «Норки моли не боятся!», «Да! Верните кокаин в кока-колу», «Вперед, в XXI век!»... Вряд ли эти и другие подобные высказывания на митингах можно отнести к какому-то «политическому ведомству». Для такого креатива на молодежном сленге существуют наименования «стеб» или «прикол» – это не выражение зрелой мировоззренческой позиции или собственного «я», а попытка расслабиться, взять тайм-аут, передохнуть от бурного ритма повседневности. Неслучайно современные исследователи отмечают, что смех и юмор, ироничное восприятие происходящего всегда «смягчали, а возможно, и продолжают смягчать стрессогенное воздействие речи и культуры... Если “Эврика!” – сигнал того, что человек сделал еще один трудный шаг на пути вперед, то смех сигнализирует о том, что настало время не просто остановиться, а временно, играючи, отступить назад, да не куда-нибудь, а в дочеловеческое прошлое. Отступить, отдохнуть, вернуться и продолжать путь»³.

1 Бондаренко А.В. Языковая теория «смеха»: экзистенциальные предпосылки // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2009. № 2. С. 273.

2 Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле... С. 461.

3 Козинцев А. Человек и смех.

Однако роль смеха как жизнеутверждающего механизма, способного противостоять излишне серьезному отношению к тяготам судьбы, велика не только в бытовых ситуациях, но и практически во всех других сферах взаимодействия, в том числе в серьезной политической коммуникации. Рекреативная функция шутки позволяет Homo Ridens не только расслабиться, найти передышку, но и обрести новые силы для будущего протеста. По мнению М. Кронгауза, юмористический, иронический способ осмысления действительности есть своего рода противостояние «бесконечной жалобе» – жалобе на жизнь, на власть, на судьбу: «Такой подход повышает жизнеспособность протестного движения»¹. Подтверждает благотворное влияние смеха (даже – или тем более – в тяжелейших условиях гражданских войн и смены существующих режимов) и взгляд историка на периоды революционных потрясений: «Смеховая культура оказывалась для обывателей средством психологической разрядки, снятия невротической тревожности, накапливавшейся в последние месяцы существования “старого порядка”»². Именно в ослаблении факторов стресса и заключается одна из замечательнейших, почти магических функций смеха, и участники российского протеста, превращаясь на время в Homo Ridens, осознанно или нет, пользуются ею в самой высокой мере.

Тема традиций смеховой культуры в пространстве митинговой коммуникации настолько широка, что, разумеется, детально рассмотреть ее в рамках одной локальной статьи невозможно. Мы остановились лишь на некоторых, самых базовых, на наш взгляд, ее аспектах. Каждая из названных нами функций смеха как механизма политического протеста заслуживает развертывания и осмысления, а сами «веселые лозунги» – дальнейшей классификации и структуризации. Тема ждет своих дальнейших и куда более глубоких, чем первые оперативные отклики, исследований.

Думается, они не должны заставить себя долго ждать.

1 Кронгауз М. «Границы между смешным и серьезным, по-видимому, не существует». [Смех] // The Prime Russian Magazine. URL: <http://www.primerussia.ru/%E2%84%96-3-12/smekh> (дата обращения: 08.08.2012).

2 Архипов И. Смех обреченных.

К. ТУРКОВА

Кандидат филологических наук, автор спецпроекта «Русский язык» в газете «Московские новости», ведущая «Коммерсантъ FM»

СЛОВАРЬ ПЕРЕМЕН, ИЛИ ЯЗЫК РОССИЙСКОГО ПРОТЕСТА

Аннотация

Статья посвящена анализу текстов как традиционных СМИ, так и новых медиа, написанных в период митинговой активности. Автор фиксирует активное рождение и закрепление в языке новых слов, словосочетаний, формулировок и понятий. Одним из ярких лингвистических признаков протестов 2011–2012 годов автор считает все более четкое деление лексики и фразеологии на «свою» и «чужую». Язык оппозиции, язык «креативного класса», с одной стороны, и язык «патриотов», «государственников» – с другой. Язык Болотной и язык Поклонной, куда свозили на путинги (одно из новых слов). По слову, фразе, цитате или наименованию того или иного явления стало возможно опознать идеологического противника или единомышленника.

Ключевые слова: тексты СМИ, митинги, протесты, лексика, фразеология, язык оппозиции.

Введение

Рождение и закрепление в языке новых слов, словосочетаний, формулировок и понятий в разные периоды происходит на разных скоростях, переключение которых зависит от степени насыщенности того или иного отрезка времени событиями. То мы попадаем в плотные слои, то, напротив, воздух становится более разреженным, не таким богатым на новые реалии, а следовательно, и на их вербальное окружение.

Массовые акции протеста, начавшиеся в России после парламентских выборов, в декабре 2011-го, породили особое текстовое пространство. «Практика последних месяцев показывает, что мы имеем дело с неким естественным социальным законом, сопоставимым с законами природными: сначала тучи сгустились, потом молния сверкнула, потом гром прогремел – вот словарь и есть тот самый гром как неотъемлемая составляющая грозы. А если молния не сверкает, то и словарь не пополняется», – говорит координатор конкурса «Слово года», кандидат филологических наук Алексей Михеев. Он следит за появлением новых единиц и фиксирует их в группе «Слово года» в Фейсбуке. По его словам, всплески появления новых слов приходятся именно на те месяцы, когда проходили митинги, – больше всего их зафиксировали во время декабря-

ских протестов и в мае, после так называемых народных гуляний и митинга на Болотной.

В феврале 2012-го на радио «Коммерсантъ FM» был даже запущен специальный проект «Словарь политических терминов»¹: в коротких межпрограммных роликах, оформленных в виде словарных статей, было представлено около 30 условных «словарных единиц» – новых слов и выражений, закрепившихся в речи в последние несколько месяцев.

В качестве примера одной из таких радиостатей приведу существительное, которое появилось в протестном словаре одним из первых и очень быстро вошло в употребление, – это слово «мимимитинг». В эфире «Коммерсантъ FM» определение этого слова звучало так: «Мимимитинг. Ласкательное. Образовано путем слияния нейтрального существительного “митинг” и модного образования “мимимишка”, она же просто “мимими”, что означает “хорошенький, приятный, просто прелесть”. “Мимимитинг” – это такой митинг, на котором все дружелюбные и креативные и приходят со смешными плакатами. В словарях слово еще не закрепилось».

Это существительное неслучайно стало одним из первых представителей нового, протестного дискурса. Необходимо было искать обозначения, имена для новых реалий. Точно так же нуждались в наименовании, идентификации и те, кто, собственно, вышел на митинги протеста. Кто эти люди? Что их объединяет? Идет ли речь о новой социальной группе? Все эти вопросы указывали на то, что дать имя необходимо и митингующим. Поиск номинации и рождавшиеся в огромном количестве варианты говорили о том, что протестное движение ищет себя, ищет подтверждение самого своего существования. Новые имена в свою очередь стали отправными точками для возникновения особой протестной фразеологии, креативного языка плаката, мемов и анекдотов, свойственных лишь этому, протестному дискурсу и не похожих ни на структурном, ни на вербальном уровне на образцы сетевого и уличного творчества, появившиеся ранее.

Писатель Марина Вишневецкая, которая является одним из кураторов конкурса «Слово года», считает, что новые слова – это, по сути, новые политические анекдоты. «Время ускорило – анекдот сократился до пары слов, а то и до одного, – поясняет она. – Очень смеялась, прочитав в Твиттере “не раскачивайте автозак”»².

Наконец, еще одним ярким лингвистическим признаком эпохи протестов 2011–2012 годов стало все более четкое деление лексики и фразеологии на «свою» и «чужую». Язык оппозиции, язык «креативного класса», с одной стороны, и язык «патриотов», «государственников» – с другой. Язык Болотной и язык Поклонной, куда свозили на путинги (еще одно новое слово). По слову, фразе,

1 См.: <http://www.kommersant.ru/doc/1883488>

2 Народный майский винтаж // Московские новости. 2012. 11 мая. URL: <http://mn.ru/columns/20120511/317754564.html>

цитате или наименованию того или иного явления стало возможно опознать идеологического противника или единомышленника.

О каждом из этих признаков протестного дискурса стоит рассказать подробнее. И начать логичнее всего было бы именно с новых наименований самого протестного движения.

1. Новые номинации протеста

Начавшиеся в декабре 2011 года митинги моментально обрели сразу несколько названий, которые по мере развития событий продолжали мультиплицироваться. В этом была некая избыточность – чтобы обозначить явление, такого количества наименований не требуется. Однако в этой избыточности, в этом лавинообразном рождении новых, пусть и повторяющих друг друга номинаций заключалась сама суть зарождающегося движения, которое еще само себя четко не определило и как бы нащупывало таким образом контуры. Были лишь некие смысловые опорные точки, семантические ядра, которые присутствовали во всех названиях. Все они включали в себя два обязательных компонента: саму оппозиционную, протестную составляющую (белый цвет как обозначение несогласия, слова «революция», «оккупай») и некий элемент, указывающий на «сытость» этого протеста.

Так, одним из первых родилось словосочетание «норковая революция». Оно обозначало митинговую активность обеспеченных людей, готовность выйти на улицы даже тех, кого до сих пор все устраивало в жизни. Авторство приписывают телеведущей Ксении Собчак. В одном из интервью она заявила: «Когда люди на Болотную приезжают на “мерседесах”, приезжают бизнесмены, люди со своим бизнесом, в хорошей одежде... Как я правильно это, кажется, называю, это такая норковая революция»¹.

Выражение также отсылает к известному эпизоду со светским обозревателем Боженой Рынской. На один из первых митингов, во время которого и родился мем «Снимайте меня, я Божена!», она явилась в вывернутой наизнанку шубе, что в красках описала в «Живом журнале».

Еще одним образованием, ярко иллюстрирующим эту двойственную природу новых номинаций протеста, стало слово «ай-декабризм» («ай-декабристы»). Его автор – известный лингвист, культуролог, профессор теории культуры и русской литературы Университета Эмори (Атланта) Михаил Эпштейн. В своем блоге он дал ему такое определение: «Декабрьское протестное движение в России, оснащенное айфонами, айпадами и другими средствами электронной коммуникации. “Ай”, услышанное как междометие, восклицание, создает дополнительный эмоциональный контекст». В данном случае мы снова имеем дело с двумя составляющими: «декабризм» как обозначение протестной сути происходящего и гибриды междометия и приставки «ай», обозначающий обеспеченность, «упакованность» тех, кто протестует.

1 По данным «Эхо Москвы». URL: <http://echo.msk.ru/programs/personalno/841404-echo>

Сразу несколько номинаций протестных акций родилось как продолжение прилагательного «белый». Это и «Белое кольцо» (автопробег по Садовому), и «Большой белый круг» (оппозиционная акция 26 февраля 2012 года, тысячи участников которой встали цепочкой вдоль Садового кольца и взялись за руки), и – уже позже – «Белые ночи» (название многодневной майской акции протеста оппозиции, получившей также имя «народных гуляний»).

Отдельно стоит сказать о таких словосочетаниях, как «белая гвардия» и «белое движение», которые, по сути, являются прецедентными и отсылают нас к уже имеющимся в языке устойчивым выражениям. Здесь мы снова видим сочетание двух «обязательных» элементов номинации протестного движения: «белый» – это оппозиционная составляющая, а «движение», «гвардия» указывают на социальный статус большинства протестующих – образованность, самостоятельность, интеллигентность. Неслучайно издание «Московские новости» именно на фоне развития протестного движения предложило термин «новая интеллигенция»: «Чувство собственного достоинства и готовность брать ответственность на себя – две ключевые характеристики нового, пока безымянного социального слоя. Какое же слово или слова могут охарактеризовать очень разных людей и стать для них подходящим определением? Рискнем предложить свой термин. Все эти люди – новая версия российской интеллигенции. “Интеллигенция 2.0”. Или проще – “новая интеллигенция”»¹.

Любопытно, что впоследствии эта обязательная поначалу номинативная дuality свелась на нет: акции протеста стали называть совсем по другому принципу. Включать в наименование акции информацию о социальной принадлежности ее участников, пусть и скрытую, уже не было необходимости, поэтому протестному движению стали давать более конкретные, информативные имена, отражающие суть или цель мероприятия. Так, лагерь оппозиции на Чистых прудах получил название «ОккупайАбай». Это зарифмованное внутри самого себя странное на вид существительное образовано от имени известного казахского поэта Абая Кунанбаева, у памятника которому собирались представители оппозиции и все сочувствующие. Первая же часть – «оккупай» – позаимствована у участников стихийного протестного движения в США под названием «Оккупируй Уолл-Стрит!», целью которых был длительный захват улицы в финансовом центре Нью-Йорка (таким образом протестующие хотели привлечь внимание к «преступлениям финансовой элиты» и призвать к изменениям в экономике).

Еще одно «заимствование» – «мобильный/текучий Майдан» – отсылает нас к известным событиям на Украине в 2004 году. Здесь тоже нет той обязательной двусоставности, которая была присуща названиям изначально: номинация отражает лишь сам характер акции протеста, ее подвижность.

1 Мы вас представляем // Московские новости. 2012. 9 февр. URL: <http://mn.ru/society/20120209/311239794.html>

Закрепившаяся в языке, ставшая устойчивым оборотом «Контрольная прогулка» – из той же серии. Это название акции придумал писатель Борис Акунин (Григорий Чхартишвили). В ответ на многочисленные задержания в Москве людей, просто гуляющих с белыми лентами по бульварам, он предложил собраться писателям и читателям и проверить, можно ли беспрепятственно, без риска быть арестованным гулять по городу. Простое, точное, информативное название: контрольная – значит проверочная, а прогулка – это прогулка. Есть, конечно, слабые негативные коннотации с «контрольным выстрелом», но в данном случае языковая игра не отпугивает, а, напротив, привлекает.

Но основным наименованием майских протестов стало словосочетание «народные гуляния». Интересно, что здесь уже не только нет и намек на социальный статус протестующих – напротив, словно в противовес появляется прилагательное «народные», указывающее на разнородность состава, и безобидное, не содержащее никакой информации о протесте существительное «гуляния».

2. Кто гуляет, или новые протестующие. Как их называть?

Начиная уже упомянутую мной статью о «новой интеллигенции», «Московские новости» перечисляют все остальные номинации участников протестного движения, которые появлялись по мере его развития: «Сегодня многие пытаются дать определение новому социальному слою, который, как оказалось, появился за последние годы в России. Бывший заместитель главы администрации президента Владислав Сурков назвал этих людей “рассерженными горожанами”. Колумнист “МН” Виктория Мусвик – “невидимыми людьми”. Прижилось декабрьское определение Владимира Путина “бандерлоги”, хотя после митингов премьер использовал уже более дружелюбный термин “креативный класс”. В СМИ и блогах звучали также словосочетания “взбунтовавшиеся хипстеры”, “офисный планктон”, “заевшиеся москвичи” и т.д.»¹.

По мнению авторов публикации, ни одно из этих названий не прижилось и употребляется в большинстве случаев лишь в ироническом контексте. Но, на мой взгляд, одно другому не противоречит. Да, эти определения используются с долей иронии (и, что важно, самоиронии). Но это вовсе не означает, что они не прижились. Напротив, некоторые наиболее удачные номинации, по сути, стали прецедентными текстами и активно используются и обыгрываются журналистами.

Одним из первых стало выражение «креативный класс». Именно этот термин, предложенный в свое время известным американским экономистом Ричардом Флоридой, и прижился в качестве нейтрального обозначения протестующих. При этом в контексте российских реалий прилагательное «креативный» приобрело особые коннотации.

1 Мы вас представляем.

Во-первых, для противников протеста сам облик этого слова связывается с чем-то чужеродным, «не нашим», звучит как агрессивный англицизм, непонятно почему вдруг заменивший прилагательное «творческий» отечественного розлива (все это стоит в одном ряду с образом коварного американского Госдепа, принимающего непосредственное участие в «раскачивании лодки» и «развале страны»).

Во-вторых, в российском контексте это слово еще и буквализируется: креативный – значит умеющий креативить. Журналист Юрий Сапрыкин по этому поводу пишет: «Само выражение “креативный класс”, кажется, именно после Болотной зажило полноценной языковой жизнью: на площадь вышли какие-то новые люди, которые явно не были настроены драться с ОМОНОм, зато вкладывали массу энергии в рисование смешных плакатов, и если пресловутых хипстеров года три назад идентифицировали по возрасту, штанам и очкам, то здесь внешний вид не решал ничего – опознавательным знаком стали именно плакаты, вернее, способность их придумывать»¹. Таким образом, изначально бывший просто термином «креативный класс» утратил свою сугубую терминологичность и приобрел иронический, даже самоиронический оттенок со скрытым вопросом: а стоит ли нечто большее за этим веселым креативом? Способно ли смеховое, карнавальное начало выполнить свою коммуникативную задачу: дать людям понять, что все происходящее вполне серьезно, призвать задуматься, не быть равнодушными, требовать перемен?

Еще одно хорошо прижившееся определение – «рассерженные горожане». Существительное «горожане» намекает на некое мещанство и сытость, а сопровождающее его прилагательное дает понять: довольных жизнью в своем уютном мирке людей вывели из спячки.

Целую гроздь номинаций представляют собой так называемые зооморфные метафоры (сравнение с животными). Как пишет известный лингвист, исследователь политического дискурса Анатолий Чудинов, «зооморфные образы – одна из наиболее традиционных понятийных сфер отечественной политической метафоры»². Отмечено, что особенно буйным цветом такая метафорика расцветает именно в периоды каких-то перемен, потрясений (так было, например, во времена перестройки).

Одним из таких зооморфных образов стали бандерлоги. Авторство принадлежит Владимиру Путину, он произнес это слово, говоря об оппозиционно настроенной части общества во время прямого эфира в программе «Разговор с Владимиром Путиным. Продолжение»: «Надо с уважением относиться ко всем нашим гражданам. Есть, конечно, люди, которые имеют паспорт гражданина Россий-

1 Что на самом деле изобрел креативный класс // Афиша. URL: <http://www.afisha.ru/article/sapr-on-creative-class>

2 Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000). Екатеринбург, 2001. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-01.html>

ской Федерации, но действуют в интересах иностранного государства и на иностранные деньги. С ними тоже будем стараться наладить контакт. Часто это бесполезно или невозможно. Но что можно сказать в этом случае? Можно сказать в конце: «Идите ко мне, бандерлоги». С детства люблю Киплинга».

Само существительное «бандерлог» имеет негативную коннотацию. Это бесправные обезьяны из рассказов о Маугли, которыми повелевает питон Каа. Называя протестующих бандерлогами, Путин как бы давал понять: все эти люди – не более чем бесправная, управляемая толпа, нанятая за деньги. Кроме того, присутствовал и еще один подтекст: моя позиция сильна, и вы все равно ничего не добьетесь.

Слово вошло в довольно широкое употребление, особенно в блогосфере, и обросло дополнительными оттенками значений. Чаще всего оно все-таки использовалось именно как оскорбительное по отношению к оппозиции. В Санкт-Петербурге митингующие даже вышли с плакатом: «Мы мангусты, а не бандерлоги». Это уже отсылка к другому произведению Киплинга: маленький отважный мангуст из рассказа «Рикки-Тикки-Тави» защищал людей от семейства кобр.

Однако сама оппозиция вскоре переосмыслила это слово и направила его против идеологических противников. Бандерлогами стали называть тех, кто не борется за свои права и позволяет себя подавлять. Так, это слово можно было услышать, например, по отношению к участникам митингов (так называемых путингов) на Поклонной, куда участников свозили автобусами за деньги.

Интересна в этом смысле и судьба болотного хомячка, который стал собирательным образом сытого, засидевшегося в офисе горожанина, который вдруг понял, что его обманули. Пример того, как слово с уничижительной окраской превращается в самоироничное и даже приятное самим обозначаемым названием. Прочитав собственную колонку, написанную для издания «Московские новости» и посвященную как раз таким словам, которым удалось возвыситься над своим первоначальным значением: «Мы живем в эпоху больших семантических превращений, и превращений весьма неожиданных. Как в песне – черное кажется белым, белое – черным. Обидные, казалось бы, зооморфные метафоры “хомячок” и “пингвин” вдруг становятся положительными характеристиками, никаких обид не вызывают, а, напротив, с удовольствием подхватываются “обзываемыми”. Хомячок преодолевает свою сущность и “расправляет плечи”, пингвин перестает быть боязливым»¹. Вероятно, самым точным попаданием в образ стал именно хомяк, потому что именно эта зооморфная метафора из простой превратилась в развернутую – появилось ироничное выражение «хомяк расправил плечи». Такая надпись была на одном из плакатов на митинге на Болотной, впоследствии картинка разошлась по Сети. Слова «хомяки»,

1 Пусси наизнанку // Московские новости. 2012. 4 июля. URL: <http://mn.ru/columns/20120704/322076140.html>

«хомячки» и различные сочетания с ними вошли и в разговорную речь. А сайт «Московских новостей» www.mn.ru пошел еще дальше и буквализировал метафору: журналисты приобрели хомячка, посадили его в клетку и открыли страничку, посетители которой могли наблюдать за жизнью самого настоящего сетевого хомяка в режиме онлайн.

Впрочем, были и определения, которые так и не вышли за пределы Сети, оставаясь внутри нее при этом чрезвычайно популярными. К этой категории можно отнести еще одну номинацию протестующих – фрустрированные эчиверы. Вероятно, из-за своего фонетического облика в устной речи это выражение так и не появилось, однако по той же самой причине (экзотичность звучания) хорошо запомнилось и стало активно воспроизводиться пользователями Сети, теми самыми сетевыми хомячками.

Статью под названием «Бунт фрустрированных эчиверов»¹ написал Андрей Логутков, бывший редактор московского бюро Русской службы Би-би-си. Публикация была посвящена митингу 24 декабря 2011 года на проспекте Сахарова в Москве. Сам термин Логутков увидел в статье журналистки Кристии Фриленд. «Фрустрированные эчиверы» – это калька с английского выражения *frustrated achievers*. Как поясняет сам автор, это люди «кое-чего в жизни достигшие, но сильно разочарованные. Люди, которые стали богаче, но счастья в их жизни не стало больше, скорее наоборот...» Впрочем, всплеск интереса к этому слову был недолгим. Пик его употреблений приходится на декабрь – март, дальше – затишье. Это вполне логично, учитывая тот факт, что некое самоопределение уже состоялось и активный поиск номинаций больше не нужен.

Резко снизилась к середине весны 2012-го и активность использования упомянутых выше развернутых метафор типа «хомяк расправил плечи». Причина все та же: расправление плеч уже состоялось. Кстати, у этого выражения был синонимичный, но более грубый вариант «Фейсбук поднял жопу», означавший, во-первых, что на улицы вышли те, кто сидел в «уютных жежешечках», а во-вторых, что сбор участников осуществлялся в основном через упомянутую соцсеть. Однако все эти формулировки уже относятся не столько к наименованиям протестующих, сколько к образцам их креатива.

3. Язык плаката-2012 и протестная фразеология

Лингвисты, исследующие дискурс начала 1990-х, говорят, что митинговое пространство того времени стало пространством языкового креатива, импровизации. Лозунги, рифмы, политические частушки рождались прямо там, на ходу. И получались остроумными, язвительными, злободневными. Сотрудники Института русского языка РАН Нина Розанова и Маргарита Китайгородская в августе 1991 года все три дня провели у Белого дома с диктофонами на шее. «Поражал колоссальный творческий потенциал, который вырвался наружу, – с восхищени-

1 См.: <http://ria.ru/analytics/20111224/525311808.html?id=526498701>

ем вспоминает Нина Розанова. – Это проявлялось во всем. Бесконечные шутки, частушки, гармошка играла, сочиняли прямо на ходу. Плакаты были самодельные, рисовали и придумывали надписи тут же. Сейчас, на организованных митингах, все это исчезло»¹. Эти слова Розанова произнесла в августе 2011-го, за несколько месяцев до начала массовых протестов оппозиции.

Действительно, примеры языковой игры образца 1991 года вспоминают до сих пор. Даже те, кто в силу юного возраста смутно помнит сами события, тут же припоминают строчку: «Забил заряд я в тушку Пуго» или российский триллер «Кошмар на улице – Язов!».

Человек протестующий образца 2011 года (спустя ровно 20 лет!) тоже вдруг проявил себя великим текстовым фантазером. А Интернет, которого тогда не было, добавил еще одно измерение. Народное митинговое творчество снова стало рождаться прямо на глазах, подзабытый жанр импровизации был освоен заново.

В ход шли авторские неологизмы: «Путин, хватит чуровать!». Фамилия главы Центризбиркома РФ Владимира Чурова вообще породила множество окказионизмов: чуровать – подтасовывать результаты, чуровщина, чуродейство как синонимы мошенничества, грязных избирательных технологий. А сам он получил номинацию «волшебник». Понятие волшебства, чародейства стало семантическим ядром для множества шуток и образцов плакатного творчества: «Чуров, уходи на пенсию и учись на волшебника!», «Чуров, уезжай в Азкaban!». Популярна оказалась и игра с цитатами: «Чуров. Спасибо, что смешной» (обыгрывание названия фильма о Владимире Высоцком «Спасибо, что живой!»).

Авторы плакатов также призывали Чурова: «Прокати на карусели!». Слово «карусель» можно отнести к специфическому выборному жаргону. Это метод воздействия на результат голосования путем подкупа избирателей. Механизм действия таков: перед входом на участок избирателю передают уже заполненный бюллетень. Его надо опустить в урну для голосования. А новый, чистый, вынести и обменять у организатора карусели на деньги или другие ценности. Чистый бюллетень переходит к другому избирателю. Существительное вошло в широкое употребление именно после парламентских выборов 2011 года, хотя было известно и раньше.

Встречались в плакатном творчестве и неожиданные сочетания: «Даешь честные выборы и пухлых женщин!». Это хорошо известный стилистический прием – соединение несопоставимых понятий на правах однородных членов, что неизбежно приводит к комическому эффекту. Авторы плакатов овладели этим приемом в совершенстве.

В целом большинство плакатов, лозунгов и речевок было нацелено именно на создание комического эффекта. Так, протестный митинг у русского посоль-

1 ГКЧП и вопросы языкознания // Московские новости. 2011. 19 авг. URL: http://mn.ru/ksenia_turkova/20110819/304172648.html

ства в Берлине начался с выкрикиваний одного из организаторов: «Вовочка, где моя галочка? Вовочка, где моя галочка?» На протяжении всего митинга веселая языковая игра изредка перемежалась серьезным «Россия! Выборы! Свобода!».

На московских митингах были популярны и призывы, доведенные до абсурда, например «Верните снежную зиму!». Обыгрывались и сами митинговые призывы. Скажем, известный лозунг «За честные выборы!» на одном из плакатов превратился в лозунг «За честные амфоры!», отсылающий нас к эпизоду в Таманском заливе, на дне которого Владимир Путин «неожиданно» нашел две древние амфоры.

Авторы плакатов вообще играли с разными жанрами. Пример «Продам комод. Спросить Чурова. Скидка 146 процентов» – это образец жанра объявления.

Стало устойчивым и само выражение «Инфа – 146%». Этот оборот с некоторых пор с успехом заменил собой устаревший вариант выражения со ста процентами. Значение: что-то, что не подлежит сомнению, даже если кажется совсем неправдоподобным. Отсылает к послевыборному телеэфирю, во время которого один из центральных телеканалов сообщил, со ссылкой на ЦИК, о том, что явка в Ростовской области составила 146%.

Плакатный и сетевой, то есть имеющий свое физическое, визуальное воплощение, креатив вскоре приобрел и еще одно, в некотором смысле летучее, измерение – новые слова, выражения и даже анекдоты стали рождаться все быстрее и быстрее и циркулировать в среде оппозиции и всех сочувствующих. А появлялись они уже не в каких-то публикациях, выступлениях или непосредственно на плакатах, а в социальных сетях, в коротких сообщениях, то есть буквально передавались из уст в уста. Возникло такое народно-уличное митинговое творчество. Именно так родились многочисленные шутки со словом «автозак». Тот, кто в результате задержания оказывался внутри этого самого автозака, немедленно сообщал об этом в соцсетях. Удачные неологизмы, шутки и афоризмы сразу же подхватывали пользователи, и через некоторое время об авторе уже мало кто вспоминал.

Так, арестованный во время майских «народных гуляний» в популярном ресторане «Жан-Жак» поэт Лев Рубинштейн предложил переименовать заведение в «АвтоЖак». А журналисты стали придумывать рифмованные заголовки и слоганы. Мягкие: «От “Жан-Жака” до автозака» и не очень: «Вышел из “Жан-Жака” – по е...лу на-ка!».

Журналист «Эха Москвы» Ксения Ларина, в свою очередь, употребила на своей странице в Фейсбуке глагол «автозакнуть». Он тут же пошел в народ. Грубое «автозакнуть» как бы намекает на некое насилие над свободным выражением мыслей. А еще становится своеобразной меткой. Когда пишут «и его автозакнули» (кстати, больше с радостью, чем с грустью), возникает ощущение причисления человека к некоему ордену, обязательным условием вступления в который становится путешествие в автозаке.

Тем временем у самого понятия ареста появилась еще одна номинация – полужаргонное, полугламурное «винтаж» от глагола «винтить». Один из главных неологизмов мая-2012 отсылает нас к первоначальному значению слова, вызывая ассоциации с распространенным мнением противников оппозиции о «гламурности» акций протеста и их участников. А заголовки типа «Собчак, винтаж» в этом контексте приобретают двойной смысл.

Фраза, сказанная по телефону: «Я на Чистых, тут винтаж», должна, как предполагают законы жанра, произноситься даже несколько небрежно и горделиво.

Стоит отметить, что из всего массива выражений, родившихся во время и в результате протестов, прижились и не забылись немногие. В роли «неустойчивых оборотов» так и остались многие остроумные и точные формулировки, например одно из собирательных обозначений акций протеста – «Белоснежки против гномов». Его значение: Болотная против Поклонной, оппозиция против тех, кто за власть. Появилось на одном из митингов протеста в виде надписи на капоте автомобиля. Номинация «белоснежки» связана с главным символом протестного движения – белой лентой. Противостояние на вербальном уровне, четкое разделение лексики на близкую и чуждую, столкновение идеологий на языковом уровне – все это вообще стало одной из главных примет конца 2011 – начала 2012 года.

4. «Свои» и «чужие»

В разгар митинговой активности, весной 2012-го мы с коллегами из «Московских новостей» решили запустить проект под названием «Слово и антислово»¹. Идея родилась как-то коллективно. Главный редактор mn.ru Александр Богомолов и его заместитель Анна Николаева уже давно хотели сделать что-то о языке той самой «новой интеллигенции» (см. выше) и о словах, которые ей близки и чужды. А уже тогда было ясно, что условный язык Поклонной и язык Болотной действительно очень разные, и иногда по выражению, даже по одному слову можно распознать оппонента. Так родилось нечто вроде универсальной анкеты, главными вопросами в которой стали, конечно, вопросы о словах и антисловах современности. Опрашивать решили как представителей «креативного класса», активно поддерживающих оппозицию, так и «охранителей», «патриотов». Ответы получились действительно любопытные. Так, телеведущая Татьяна Лазарева назвала самым важным словом существительное «самоорганизация»: «Оно преследует меня уже где-то год. То есть люди-то у нас совсем не дураки и не потерянное поколение, потому что задолго до выборов начали сами организовываться для спасения страны, нации и просто людей. Тому доказательством является рост количества НКО, появление массы сообществ с благотворительными целями, волонтерские движения, что потом переросло в Болотную и Сахарова. Кстати, тоже ключевые слова».

1 См.: http://newspaper.mn.ru/tags/tag_slovo/

Многие говорили о важности таких слов, как «протест» и «гражданское общество». Режиссер Павел Бардин вспомнил слово «мимимитинг» и сказал, что, по его мнению, «мимими» – это что-то «сопливое с сахарином».

А поэт Лев Рубинштейн дал свое определение «антисловам современности»: «Это слова, не только в силу форсированного и исключительно идеологически мотивированного их употребления потерявшие свои исходные значения, но и в ряде случаев поменявшие свои значения на противоположные. А потому эти слова стали не только бесполезными, но и общественно вредными. Это такие слова, как “патриотизм”, “родина”, “враги”, “духовность” и многие другие из этого стилистического ряда».

Почти все, кому задавали вопросы, сознавались, что делят слова на «свои» и «чужие» и даже могут прекратить общение с человеком, услышав что-то чуждое, которое, кстати, определяется совсем не общественно-политической лексикой или политжаргоном, а обычными словами, типа путаницы с «надеть/одеть» или употреблением таких слов, как «пивасик» и «днюха». Эти невинные слова не имеют отношения к противостоянию Болотная – Сахарова лишь на первый взгляд. На самом деле именно они являются для многих индикатором интеллигентности, новой интеллигентности если хотите, так как в сознании многих Болотная ассоциируется с высокообразованными представителями «креативного класса», а Поклонная – с «быдлом, которое свезли автобусами». Именно в этом, кстати, секрет «популярности» простушки-нашистки Светы из Иванова: в ее «более лучше», «и все такое», «овощи там, рожь» увидели речевой портрет среднестатистического послушного «патриота».

Сами же представители «патриотического класса» определили свои ключевые слова по-другому. Так, бывший глава Росмолодежи Василий Якеменко назвал главными абстрактные понятия «идеалы, цель, смысл, будущее» и признался, что по некоторым выражениям может отличить либерала от государственника: «Либералы говорят “в этой стране”. Для них Россия – она “эта”. Для меня она “наша страна”, “моя страна”. Вот как только человек произнес “в этой стране” – все, пиши пропало». Его подопечная, бывший пресс-секретарь движения «Наши» Кристина Потупчик назвала ключевыми «слова текста Конституции Российской Федерации», а к антисловам причислила «либеральную оппозицию». Интересно тут, что ни тот ни другая не дали развернутого объяснения, почему они зачисляют те или иные единицы в слова и антислова.

Противостояние Болотной и Поклонной проявилось не только на таком, социальном уровне, в общении людей (письменном или устном), но и прежде всего на уровне языка плаката. Неслучайно появилось соответствующее выражение – «мериться митингами». Как отмечали блогеры и журналисты, Поклонная по креативу «проиграла почти всухую». Это правда, там не было языковой игры, остроумных каламбуров, жонглирования цитатами. Но дело и не в креативе, и не в конкурсе «кто остроумнее продолжит фразу» («Не раскачивай лодку – получишь веслом!» – вариант Поклонной; «Не раскачивайте лодку – нашу

крысу тошнит» – вариант Болотной). Дело в том, что Поклонная, которая задумывалась именно как ответ оппозиции, получилась не то что не похожей на ответ, а вообще вызвала неудомение своим посылом. Ведь лозунги типа «Мы против революции и развала страны!» подразумевают некую скрытую оппозицию, некий ответ, спор. Но ни на Болотной, ни на Сахарова призывов к революции и уж тем более к развалу страны не звучало. Многие справедливо задались вопросом: кому тогда ответ – самим себе? Или еще из «поклонного творчества»: «Хватит потрясений – время созидать». Налицо скрытый тезис: некто все разрушает, а мы созидаем. Однако на митингах протеста никто и никогда не высказывался за разрушения и потрясения. «Нестабильность в стране, кому это выгодно?» – вопрошали авторы плакатов, используя известный манипулятивный прием под названием «риторический вопрос со скрытым тезисом». Подразумевалось, что за нестабильность высказываются те, кто выходит на митинги протеста.

Кстати, свидетельством искусственности таких коммуникативных приемов и самих текстов было почти мгновенное забвение всех этих лозунгов. Тогда как «болотный» словарь, как известно, прочно вошел в лексикон, а многие фразы стали мемами.

Впрочем, особняком тут стоят несколько слов и выражений, относящихся именно к представителям/аудитории Поклонной. Особняком, потому что их закрепление в сетевом жаргоне и устной речи произошло благодаря представителям другой стороны – протестующих. Так вошло в широкое употребление уже упомянутое «более лучше» от Светы из Иванова. Это сочетание, безусловно, успело стать прецедентным текстом, его до сих пор неумеренно часто обыгрывают журналисты (я сама писала колонку под названием «Пропаганда не стала более лучше пропагандировать»). Пример речевой избыточности стал стилистическим приемом. Теперь это не речевая ошибка и образец безграмотности, а признак информированности и следования модным речевым трендам. Пример: «В следующий раз пойду на митинг в валенках. Теперь я знаю, как более лучше утепляться!»

Появились и такие слова, как путинг (митинг в поддержку кандидата в президенты Владимира Путина, на который свозят насильно) и уничижительное «потупчики» (употребляется в значении «люди, которые слепо любят, боготворят власть и готовы ради нее на все»). Примеры: у тебя взгляды, как у потупчиков; твое место среди потупчиков. Произошло от имени собственного – фамилии бывшего пресс-секретаря Росмолодежи и движения «Наши» Кристины Потупчик.

Те же, кого свозят на путинги, называются анчоусами. Значение – безвольные, не имеющие собственного мнения люди, которых заставляют ходить на митинги в поддержку власти. Отсюда устойчивый оборот – «анчоусы на путинге». Автор термина – журналист Юлия Латынина: «Когда я ехала мимо Поклонной, то гигантские вереницы иногородних автобусов напомнили мне бочки

с анчоусами, заготовленные директорами госпредприятий в подмосковных городах...»¹

Но одной из главных оппозиций, конечно, стали оранжисты и антиоранжисты. Это, пожалуй, главные антонимы февраля 2012 года. Оранжисты – участники протестных движений, идейные противники действующей власти. Важно отметить, что номинация придумана не самими оранжистами, а их оппонентами. Аниоранжист – тот, кто поддерживает власть, выходит на митинги в поддержку Владимира Путина и борется с так называемой оранжевой угрозой. Термин «оранжевый» восходит к революции 2004 года на Украине. Несколько лет был подзабыт, но в период массовых протестов стал активно использоваться властью.

«Раскачивать лодку» – фирменное выражение, мантра представителей и сторонников действующей власти, которую оппозиция тоже переосмыслила, перешутила, лишила серьезности. Используется по отношению ко всем, кто подвергает сомнению действия власти и критикует государственную политику. Образ раскачиваемой лодки символизирует Россию, которая находится в опасности из-за враждебных сил.

Послевыборные события в России, как известно, разделили не только оппозицию и тех, кто поддерживает власть. Общественные деятели, писатели, журналисты, художники, актеры, режиссеры и музыканты тоже разбились на два лагеря и стали обвинять друг друга в не рукопожатности. Это существительное в период протестов стали писать и произносить особенно часто (в проекте «Слово и антислово» телеведущий Василий Уткин говорил о том, что слово «рукопожатный» ему в последнее время смертельно надоело). Именно поэтому и родился неологизм «рукопожометр» – специальный прибор, который за считанные секунды помогает определить степень рукопожатности человека. Особенно необходим в период предвыборной кампании, когда общественность все четче делится на тех, кто за, и тех, кто против. Образовано от прилагательного «рукопожатный», выполняющего ярко выраженную оценочную функцию деления на плохих и хороших. «Рукопожометр зашкалило!» – пишут российские блогеры. Это значит, что воображаемый прибор уже не справляется с объемом работы.

Деление лексики на «свою» и «чужую», маркирование людей по речевому признаку мне представляется одной из самых важных, если не самой важной приметой протестного времени. Создание своего словаря и четкое отделение себя от тех, кто этот словарь не понимает и не принимает, – это тоже способ обрести идентичность, как и, собственно, поиск номинации для протестующих. Продолжение протестов в частности и противостояния части общества с властью в целом повлечет за собой расширение этого словаря, рождение новых

1 Из программы «Код доступа» на «Эхо Москвы». URL: <http://www.echo.msk.ru/programs/code/855323-echo>.

слов и дефиниций. И если к «креативному классу» начнут присоединяться другие прослойки, словарь «рассерженного горожанина» неизбежно станет менее закрытым и начнет впускать в себя даже те слова, которые казались чуждыми. Очевидно, что граница, по которой сейчас проходит водораздел между «своим» и «чужим», будет каким-то образом меняться.

Интересно также проследить и судьбу языкового креатива. Претерпит ли изменения игровая составляющая, так мощно заявленная вначале? И главное – будет ли она иметь силу или так и останется на уровне игры?

Этот взрыв языкового творчества, способность давать старым словам новую жизнь, придумывать на ходу афоризмы и каламбуры у многих, наряду с искренним сочувствием и согласием, изначально вызвали скепсис и вопросы. Известный лингвист, культуролог Владимир Елистратов считает: «Слово сейчас не воздействует никак, нельзя ничего такого придумать в ближайшие десятилетия. Понимаете, тут ни стеб, ни серьез не сработают. Когда человек посмеялся, он разрядился – и ничего не произошло. Это хорошо известная структура карнавала. Чтобы пар выпустить». И еще один важный момент. По мнению Елистратова, мы сейчас находимся в некоей яме, из которой трудно выбраться, и держит нас в ней в том числе Интернет. Он, как считает лингвист, аннулировал механизм забывания. «Рассерженного горожанина» нельзя ничем удивить. Словосочетание «хорошо забытое старое» сокращается до одного слова – просто «старое», но не забытое, «забывание» уже невозможно.

Так что даже язык подсказывает: российскому протесту необходимо будет искать новые формы.

ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ

А. АРХАНГЕЛЬСКИЙ

Писатель, кандидат филологических наук, ординарный профессор факультета медиакоммуникаций НИУ ВШЭ

СМЕЮЩАЯСЯ, НО НЕ РЕВОЛЮЦИЯ

Аннотация

Статья представляет собой попытку разобраться (с позиций историка, литературоведа, публициста) в том, как вписываются события зимы 2011/12 года в культурную традицию российских революций. Анализируя поведение как отдельных личностей (политиков, публицистов, активистов), так и различных групп протестующих, автор приходит к выводу, что случившееся нельзя назвать революцией ни в политическом, ни в социокультурном смысле, однако результатом протестов стало формирование новой интеллигенции, которая отчасти наследует традициям прошлого, но во многом ориентирована на будущее.

Ключевые слова: культурная традиция, русская революция, протесты, новая интеллигенция.

Разница между политической революцией и революцией социокультурной не в отсутствии/наличии собственно политических лозунгов и требований¹. Первая вполне может начинаться со стихийного экономического процесса, как это было с английской буржуазной в XVII веке, или вспыхнуть на гребне национально-религиозной борьбы за идентичность и «особый путь», как в Иране образца 1978–1979 годов, и лишь в результате обернуться сменой всех типов правления. А вторая, наоборот, часто запускается из политической ракетницы, но ограничивается сменой культурной матрицы и переменой нравов и обычаев. Пример – студенческая революция 1968 года. Но результаты у той и другой принципиально различные.

Политическая революция – дело серьезное до мрачности и последовательное до автоматизма. После нее остаются руины, на которых строится но-

1 В статье использованы тезисы доклада, прочитанного в Католическом университете (Милан) 20 октября 2012 года.

вое общество, новое государство, новая экономика. Она не может, не должна ограничиваться полумерами; ей необходим разворот векторов развития, слом структур управления. Она уничтожает прошлое ради продвижения в будущее, а потом преследует его реликты («пережитки»). А революция социокультурная, как правило, распадается на множество несистемных локальных событий; в конечном счете она ничего не сметает и никаких серьезных *внешних* и прямых последствий не имеет. Политическая система сохраняется, государственные институты прежние, экономика построена на тех же принципах. Но вся сеть общественных отношений начинает медленно, но неуклонно изменяться¹.

Если политическая революция сочетается с культурной, это может вести к смене цивилизационного устройства, к наполнению новых форм власти новым смыслом, а значит, к рождению принципиально иных институтов и общественных отношений. Если нет, то в результате политической революции и всех ее потрясений поменяются одни лишь декорации, а худшее в системе, то, собственно, против чего нацелен переворот, воспроизведется. Русская революция, которая достигла апогея в октябре 1917 года, но во многих отношениях не завершилась вплоть до 1930-х годов, смела все на своем пути: самодержавие, империю, основы государства, классовое устройство, церковь. Но в конце концов воспроизвела все то, против чего боролась:

- крепостное право вернулось в виде отъема паспортов у крестьян и создания рабовладельческой системы ГУЛАГа;
- политбюро стало коллективным монархом, диктатор – самодержцем²;
- классовая структура и бюрократическая империя восстановились в уже сточенной форме, абсолютистский патернализм не изжит до сих пор.

При этом о культурной революции советская власть охотно говорила, но то, что называется советской культурной революцией, было чем угодно – необычайно важным просветительским процессом, насильственным стягиванием неграмотного населения в образовательную среду, созданием принципиально новых трудовых ресурсов, – только не переворотом основных представлений о государстве, обществе и человеке. Даже атеистическая пропаганда была не чем иным, как вывернутой наизнанку катехизацией: верую в партию, правительство и двуединого идола Ленина – Сталина, ибо несть Бог.

И вот с этой точки зрения интересно и важно посмотреть на те протесты, прежде всего и почти исключительно московско-петербургские, которые про-

1 См. интересные размышления на этот счет, изложенные в публичной лекции известного социолога и философа, президента Высшей школы социальных и экономических наук Т. Шанина // Архангельский А.Н. Важнее, чем политика. М.: АСТ, Астрель, 2011. С. 110–111.

2 Отсутствие принципа престолонаследия было исправлено клонами русской революции в азиатских деспотиях, особенно наглядно в Корее, а сегодня компенсируется белорусским опытом.

исходили с декабря 2011 года и не завершились до сих пор¹, несмотря на неизбежное угасание первоначальной активности. Итак, что это было – захлебнувшаяся мирная политическая революция или революция социокультурная? Или ни то ни другое?

Первоначальный посыл был, казалось бы, политическим: люди, в массе своей молодые, но также и зрелые, вышли на Чистопрудный бульвар 5 декабря 2011 года протестовать против фальсификации выборов в Госдуму. Формула «партия жуликов и воров», загодя вброшенная в общественное сознание Алексеем Навальным, направляла растущее раздражение не на абстрактную власть вообще, а на ее несущую партийную конструкцию. То есть должна была запустить механизм демонтажа системы снизу, по методу «бархатных революций» в Украине, Грузии, отчасти в арабских странах.

Но те лидеры протеста, которые поставили на политику как таковую (и прежде всего Эдуард Лимонов, который призывал не терять времени и сразу переводить ситуацию в кризисную стадию, собираясь в запрещенном властями месте возле площади Революции), в этот раз безнадежно проиграли. *Потому что для тех, кто выходил на улицы, лозунги политики оказались менее важны, чем формулы общественной морали.* Смыслом массовых выступлений было не столько требование смены власти и типа правления, сколько восстановление этической точки отсчета. Врать при подсчете голосов не только незаконно, но и подло; не пускать оппозицию в эфир не только противоправно, но и нечестно; удерживать режим административным путем не только антиконституционно, но и аморально. И форма выражения протеста резко отличалась от революционной; политическая революция требует пафоса, самоотверженного идеала, громких слов и смелых действий. Тут же скорее смеялись над режимом, вышучивали его, и мало кто собирался идти напролом. Среди прочего и потому, что большинство протестующих состоялись и добились личного успеха внутри этой системы. Она не очень им мешала; раздражала, возмущала, вызывала аллергию, но не препятствовала личной самореализации. Недаром уже с середины 2010-х годов в России соединилось несоединимое: гламур, интеллигентский запрос и гражданские амбиции. Будущие лидеры протеста работали в тех самых глянцевых изданиях, которые читала молодежь («Афиша», Esquire), и обсуждали в них гражданские идеи. Глянec совершенно не приспособлен для того, чтобы пропагандировать гражданственность, но именно вокруг него задолго до протестов формировалась среда, которая потом пошла на митинги. Среда, испытывающая презрение к системе, но не достигающая градуса ненависти, без которого революционная ситуация невозможна.

Именно поэтому после выборной ночи 4–5 декабря мы не вступили и не могли вступить в новую фазу политического сопротивления; мирная революция,

1 Статья была написана зимой 2013 года. – Ред.

управляемая из некоего оппозиционного центра, не была запущена. Характерно, что уже начиная с выхода на проспект Сахарова, то есть с января 2012 года, акции протеста стали распадаться на две части. Первая – гражданское шествие, вторая – политический митинг. Многие ограничивались участием в шествии, но и среди тех, кто оставался на митинги, не все сочувствовали политическим речам, некоторые иронизировали над ораторами не меньше, чем над режимом. Да и никаких свежих идей, никаких реализуемых лозунгов, никаких осуществимых сценариев борьбы никто с трибун не предлагал. Это было ритуальное действие, смысл которого – семиотический, а не практический. Мы слушаем это. Мы проносим это. Мы здесь. Мы вместе. Мы не хотим врать. Мы – другие.

Характерно, что среди неформальных лидеров протеста к сегодняшнему дню осталось очень мало старых, опытных бойцов, вытесненных из реальной политики путинским режимом. Да, в центре внимания были Сергей Удальцов и Геннадий Гудков. Да, некоторые митинги вел Владимир Рыжков. Да, умный политический игрок Навальный время от времени выходил из тени и оказывался в центре внимания. Но именно он вовремя для себя осознал, что лозунг «партия жуликов и воров» сработал не на демонтаж системы, а на консолидацию «морального меньшинства». Которое не собирается идти на штурм Кремля и не готово устраивать бессрочную оккупацию какой-то территории, по образцу площади Тахрир или Майдана. Максимум, на что оно готово, – подежурить несколько ночей на «ОккупайАбай», летом, после чего расходитя по домам. А значит, время истинных борцов еще не пришло; под покровом протестных акций происходит нечто иное, важное, но с претензией на власть пока не связанное. Если чересчур активно включиться в сиюминутные акции, можно растратить впустую свой долго копившийся ресурс, замылиться, примелькаться, а настоящий бой еще впереди.

Так что вряд ли Навальный сожалел о сохранении персонального запрета на появление в эфире федеральных каналов (хотя туда допустили и Рыжкова, и Немцова, и даже Удальцова). Сохранение запрета, во-первых, подтверждало его особый масштаб, роль истинного врага, которого режим все сильнее боится, и, во-вторых, он не распылял свой образ раньше времени, до перехода событий в следующую фазу, собственно политическую. И опять же, недаром Навальный был так заметен на «Марше миллионов» 6 мая, от участия в котором воздержались многие гражданские вожди «культурной недореволюции» и который был именно актом политической борьбы с революционным подтекстом. Гарантированно провалившимся, как все собственно политические начинания последнего времени.

При этом действующая власть относится к происходящему именно как к первой фазе политической (не культурной) революции; той фазе, остановив которую можно победить движение в целом и не допустить краха системы. Об этом говорит и знаменитая «слеза Путина» во время митинга на Манежной

площади¹. И целый ряд последующих акций, от обысков у Ксении Собчак с изъятием наличных денег в сумме миллиона евро, до подготовки к возможному аресту Сергея Удальцова и некоторых других лидеров протеста. И рассмотрение пакета законов, потенциально ограничивающих свободу распространения информации в Интернете. Но в реальности – на данный момент – нет ни малейших признаков того, что протест разрастается, захватывает новые территории, привлекает новых людей. Более того, если бы не давление власти, которое порождает встречную энергию сопротивления, масштаб этого самого протеста был бы еще меньше.

Значит ли это, что все происходившее в 2011–2012 годах было напрасной тратой социальных сил, выхлопом в пустоту? Нет. Просто смысл этих событий лежит в другой плоскости. Не в плоскости большой политики, а в плоскости социокультурной. Смыслом была самоорганизация морального меньшинства, самых разных идеологических направлений и групп; самопрезентация нового гражданственного поколения; и все практики и решения, направленные на эту цель, вплоть до избрания самостоятельного Координационного совета в Москве, – удались. А главным успехом стало не свержение ненавистного строя, а массово проявленная солидарность с жертвами наводнения в Крымске или марш против «закона подлецов», запретившего американцам усыновлять российских детей; самоотверженное волонтерство было теснейшим образом связано с накопленным за время протестов опытом гражданского солидаризма и сочувствия попавшим в беду.

Если посмотреть на то, какие сюжеты были ключевыми для участников протестов, какие лидеры возглавили его, в глаза бросится одно обстоятельство. А именно: все эти сюжеты и все эти лидеры связаны с идеей правды, с принципом морального авторитета, но не с принципом борьбы за власть. Кто формулировал цели шествий? Писатель Борис Акунин. Кто вел переговоры с московскими властями о маршрутах? Издатель и журналист Сергей Пархоменко. Кто гарантировал, что добровольные пожертвования на шествия и митинги не будут растрачены попусту? Журналист Ольга Романова. Кто организовывал сопровождение митингов оборудованной сценой, музыкой, аппаратурой? Шеф-редактор объединенной компании «Рамблер-Афиша» Юрий Сапрыкин. Кто организовал трансляции заседаний оргкомитета? Главный редактор журнала «Большой город» филолог (и внук религиозной диссидентки, сиделицы Зои Крахмальниковой) Филипп Дзядко, во многом именно за это он поплатился вскоре своей должностью. Кого из ораторов на митингах встречали теплее других? Писательницу Людмилу Улицкую и писателя Дмитрия Быкова, журналиста Леонида Парфенова, музыканта Юрия Шевчука. И так далее. То есть в центре квазиполитического процесса были люди, неоднократно заявлявшие

1 См., например: <http://www.opentown.ru/news/?n=11300>. Официальное объяснение пресс-службы касательно слез – сильный ветер.

о том, что политическая карьера в их жизненные цели не входит, и сосредоточенные на гражданском солидарном действии.

В этом, разумеется, есть и опасность; заключается она отнюдь не только в том, что система сохраняется в неприкосновенности и ее репрессивный потенциал лишь нарастает. Есть вещи не менее важные. Последний раз гражданские активисты с гуманитарным бэкграундом массово выходили из тени на рубеже 1980–90-х, что было связано с приближающимся распадом СССР, крахом всех прежних институтов и отсутствием новых. Вакуум могли заполнить только те, за кем не тянулся шлейф партийного опыта, те, кто обладал личной легитимностью и с ее помощью склеивал разорванное государственное тело. Именно тогда филологи-академики Д.С. Лихачев, С.С. Аверинцев, Вяч. Вс. Иванов, публицист Юрий Карякин, режиссер Марк Захаров и многие другие стали временно исполняющими обязанности лидеров. И лишь после того, как собственно политический лидер Борис Ельцин накопил силы, отслоился от своей обкомовской биографии и стал ассоциативно связываться с академиком Сахаровым и борцами за свободу, а не с партийной номенклатурой, – гуманитарный десант в политику начал слабеть и очень быстро был сдвинут в тыл. Исключения штучны и нехарактерны (М. Чудакова и др.).

Такое происходило тогда повсеместно; именно с писательских съездов в Эстонии, на Украине и в Молдавии началась необратимая дезинтеграция СССР; переводчиками были первые президенты Эстонии и Грузии Леннарт Мери и Звиад Гамсахурдиа, этнографом и переводчиком – первый президент сепаратистской Абхазии Владислав Ардзинба; трудно преувеличить роль, какую сыграли в истории распада империи профессор вильнюсской консерватории Витаутас Ландсбергис, национальные писатели Иван Драч, Чабуа Амиразджиби и другие представители гуманитарной интеллигенции, заместившей собою политическую элиту. Даже один из участников террористических операций чеченских боевиков (и впоследствии руководитель полунезависимой Ичкерии) Яндарбиев был поэтом и при советской власти успел выпустить книжку в издательстве «Молодая гвардия» под названием «Сажайте, люди, деревца!». И всюду они либо разминали почву для жестких и амбициозных политиков, которые за их спинами проходили во власть и брали ее, оттесняя гуманитариев, либо сами становились этой жесткой властью и забывали о гуманитарных ценностях. Едва ли не единственное исключение – Чехия с писателем Вацлавом Гавелом во главе, но даже Гавел не удержался от термина «гуманитарная бомбардировка».

Парадоксальным образом именно в эти годы общим местом литературной публицистики стали рассуждения о завышенном статусе русской литературы («Поэт в России больше, чем поэт») как о явлении исчерпанном и завершенном; именно потому, что у нас не было свободного парламента, независимой церкви, открытой университетской кафедры, самостоятельной философии – словесность вынуждена была исполнять несвойственные ей функции и быть

чем угодно – проповедью, исповедью, национальной формой философии, политическим клубом. А теперь все это безобразие позади, теперь мы освободим литературу от несения общественной службы, говорили люди, словно бы не замечавшие, что, кроме литераторов, историков и режиссеров, им вообще некого предъявить истории и политике.

Прошло четверть века. И словно в насмешку над этими иллюзиями именно беллетрист (то есть автор развлекательных романов) Акунин становится голосом гражданского протеста; он ведет за собой «рассерженных горожан» на прогулку – придумав и обосновав этот социально-поведенческий жанр. И от какой символической точки к какой символической точке ведет он своих последователей? От памятника Пушкину на Страстном бульваре к памятнику Грибоедову на Чистых прудах. А лозунги, которые несут участники прогулки, обличают несвободный парламент, зависимую церковь, недофинансированный университет.

О чем это говорит – в связи с заявленной темой?

О том, во-первых, что за четверть века в России не утвердились новые общественные институты, а старые, одним из которых является литература и писатель как выразитель общественных чаяний, никуда не делись и самовоспроизводятся. О том, во-вторых, что культурно-социальное по-прежнему сильнее, чем политическое. И о том, в-третьих, что в данной ситуации протестная активность *не могла* привести к слову существующей государственной машины и возникновению новой.

Теперь вопрос. А были ли в этой практике морального протеста признаки иной революции, культурной? Я бы сказал так: был порыв к новому опыту массовой моральной самоорганизации, обретение навыков гражданского самоуправления. Не индивидуальной, штучной, исключительной и героической практики личного протеста против незаконности и несправедливости (как это было в диссидентские времена), а именно массовой, добровольческой и солидарной. Это – потенциальная культурная революция, начало тектонического сдвига в отношениях личности и государства, самостоятельного гражданина и профессионального политика, индивида и коллектива.

Реализуется ли эта потенция? Все будет зависеть от того, пересечет ли это движение границы Москвы и Санкт-Петербурга, захватит ли регионы. Если да – начнут системно меняться общественные отношения, а значит процесс станет по-настоящему революционным. Культурно-революционным. Технологические предпосылки для этого есть – например, средняя скорость Интернета в глубинной России к началу 2012 года достигла 2,5 мб/с, что дает возможность массового просмотра видеороликов; видео воздействует на сознание быстрее, чем текст, оно, если угодно, народнее; монополия телевизионной пропаганды будет неуклонно слабеть. Но реализуются эти предпосылки или нет, пока неясно. Если нет, разрыв между постиндустриальной столицей и индустриальной страной усилится. И единственным результатом протестной актив-

ности будет появление важной, но маргинальной социальной группы столичных жителей, которую одни называют «рассерженными горожанами», другие «новой интеллигенцией», третьи «креативным классом». Что менее масштабно, но тоже важно.

Уже сейчас очевидны признаки этой формирующейся группы. Ее участники разделяют несколько простых принципов: гражданская ответственность важнее политической принадлежности, мораль выше целесообразности, честность – норма общественной жизни. Это в чем-то похоже на самоощущение позднесоветской интеллигенции, но неформальные члены новой социальной группы не ощущают себя интеллигентами в старом смысле слова, то есть особым избранным сословием, которому история поручила давать всему моральные оценки, и только. «Новая интеллигенция» – это практики. Они начинают создавать вокруг пригодную среду обитания – сначала для себя, потом для своих детей. Постепенно в эту среду вовлекаются друзья друзей, разные незнакомые люди. Начинается социальное перемешивание. «Новые интеллигенты» задают себе вопрос, который нормальный русский интеллигент никогда себе не задавал: за счет чего мы будем добиваться поставленных целей? Какую цену нам придется заплатить? Более того, едва ли не впервые в русской истории зарабатывание денег и общественное служение перестали быть двумя вещами несовместными. Старый интеллигент служил бескорыстно, то есть бесплатно. «Новые интеллигенты», они же «рассерженные горожане», они же «креативный класс», очень часто реализуются в бизнесе. Например, бывший главный редактор журнала *Esquire* Филипп Бахтин начал организовывать для детей своих знакомых что-то вроде детских летних лагерей. И постепенно превратил это в крупный инвестиционный проект. Народничество это или буржуазный опыт? И то и другое.

Отдельный и интересный вопрос – об отношении этой группы к вере и церкви. На поверхности – она настолько же доверяет общественной морали, насколько не нуждается в религии. Более того, история с группой *Pussy Riot*, которую здесь не время и не место анализировать, спровоцировала резкий рост антиклерикальных настроений в этой группе, в этой среде. Но парадоксальным образом весь этот всплеск антиклерикализма, уничижительная критика всего церковного и религиозного показали, что никакого равнодушия к церковному вопросу, никакого релятивизма нет. От церкви (пусть подчас и в диких формах, с примесью левацкого радикализма и с полным невежеством в вопросах церковной жизни) требуют правды, честности, милосердия. То есть того же, чего требуют от власти. Но разве имеет смысл чего-то требовать от института, на который тебе наплевать? Следовательно, некоторая нереализованная возможность для перерастания морального пафоса в религиозный поиск – для части «новых интеллигентов» – сохраняется.

Другой вопрос, что это потенция, а не данность и все положительные характеристики новой группы трагически уравновешены отрицательными. Обрат-

ной стороной гражданской самодеятельности является дилетантизм, который бессилен против профессиональных политиков, причем с обеих сторон политической баррикады. И реакционная власть, и революционная оппозиция легко обыгрывают эту группу, и, если созреют условия для политической революции или для тоталитарной реакции, эта группа легко будет сметена с исторической сцены. Обратной стороной искренности является наивность; эту группу легко направить по ложному следу, что и случилось с Pussy Riot. Забыты и физик Данилов, продолжающий сидеть с начала нулевых годов, и Ходорковский, за свободу которого почти уже никто не борется; судьба Таисии Осиповой, только что получившей восемь лет по заведомо ложному приговору, волнует протестующих гораздо меньше, чем судьба девушек, несправедливо осужденных на два года, и так далее. Появится свежий острый сюжет – и старый перестанет кого-либо интересовать.

И тем не менее. Положительное как минимум сопоставимо с отрицательным. Шансы сопоставимы с рисками. И всем нам наконец-то нужно научиться действовать, не ссылаясь на внешние неблагоприятные обстоятельства и без каких бы то ни было гарантий успеха. Да, новое движение может проиграть, но ведь может и выиграть. Если правда, что на всех нас, и в России, и в окружающем мире, надвигаются драматические испытания, то опыт гражданской самоорганизации и нового морализма не сможет нас от них защитить. Но эти испытания рано или поздно закончатся, и нам придется предъявить альтернативу прошлому. Начать строить заново и страну, и мир, и себя. Не на основе государственного патернализма или революционного коллективизма, а на основе личной ответственности и общественной солидарности. Предъявим – значит, все, что кажется сегодня бесполезным, вдруг приобретет вполне практический смысл. Не предъявим – уподобимся герою евангельской притчи, который закопал талант, потому что не имел гарантий прибыли. Мы помним, что хозяин ответил на самооправдание раба. Хочется в конце жизни и в конце истории услышать что-нибудь другое.

**СМЕЮЩАЯСЯ НЕРЕВОЛЮЦИЯ: ДВИЖЕНИЕ
ПРОТЕСТА И МЕДИА
(МИФЫ, ЯЗЫК, СИМВОЛЫ)**

Под редакцией А.Г. Качкаевой

Ответственный за выпуск – Михаил Ледовский

Редактор – Елена Абоева

Дизайн и верстка – Мария Ратинова

Подписано в печать 14.11.2013

Тираж 800 экз.

Фонд «Либеральная Миссия» был создан в феврале 2000 года, чтобы содействовать развитию либеральной идеологии и обоснованию либеральной политической платформы, соответствующих сегодняшней России. Основная задача Фонда – распространение универсальных либеральных ценностей свободной рыночной экономики, свободы личности и свободы слова как основ существования гражданского общества и правового государства. Для этого Фонд инициирует публичные дискуссии, где вырабатываются условия конструктивного диалога различных направлений либерализма и их идеологических оппонентов. Другое направление деятельности Фонда – издательская программа, призванная познакомить широкий круг читателей с достижениями либеральной мысли и прикладными исследованиями перспектив либеральных преобразований в современной России.