



КОГДА КОРОНА ТЯЖЕЛА: ЦИФРОВЫЕ МЕДИА В ЭПОХУ ПАНДЕМИИ

Когда «корона» тяжела: цифровые медиа в эпоху пандемии

Издательские решения
По лицензии Ridero
2021

УДК 004
ББК 32.973
К57

Шрифты предоставлены компанией «ПараТайп»

Когда «корона» тяжела: цифровые медиа в эпоху пандемии. —
К57 [б. м.] : Издательские решения, 2021. — 188 с.
ISBN 978-5-0053-1762-9

Под ред. А. Качкаевой, С. Шомовой.

Этот сборник — попытка «остановить мгновение» начала переосмысления и трансформаций, связанных с «глобальным заражением», возникшим в 2020-м году из-за встречи природного коронавируса с медиавирусом. В работе над проектом приняли участие сотрудники и выпускники Департамента медиа НИУ ВШЭ. Книга реализована при поддержке Центра цифровых культур и медиаграмотности НИУ ВШЭ.

**УДК 004
ББК 32.973**

12+ В соответствии с ФЗ от 29.12.2010 №436-ФЗ

АННА КАЧКАЕВА, СВЕТЛАНА ШОМОВА

ОТ РЕДАКТОРОВ. ГОД ВЕЛИКОГО ОБНУЛЕНИЯ

В 2020-м весь мир споткнулся. Пандемия как будто поставила привычную жизнь «на паузу». Опустевшие города, стресс неопределенности, самоизоляция, карантины, локдауны, медицинский шторм, тотальный сдвиг из физического в цифровое, растерявшиеся политики, хрупкость жизненных инфраструктур и взаимоотношений, новое одиночество при общемировой включенности в Сеть. Заражение — реальное и цифровое — накрыло нас, вирусы — ковидный и медиакоммуникационные — стали «спусковыми крючками» социальных, экономических, политических потрясений, последствия которых мы пока не совсем представляем. Выражение «год великого обнуления» в России стало почти мемом; оно звучит в подкастах и прямых эфирах, в публицистических дискуссиях, в авторских колонках — и у него, оказывается, есть не только сиюминутно-политический для нашей страны смысл, но и экзистенциальный, и эсхатологический... Многое с нуля. Новая система отсчета запущена.

Когда в академические словари еще не было слов «фейк-ньюз», «постправда», «надзорный капитализм» и многих иных, на обложку русского издания Д. Рашкоффа «Медиавирус» (книга с налетом контркультурного радикализма уже давно в списках литературы для университетов) вынесли цитату: «Иллюзия безграничности незавоеванных территорий разрушена навсегда. Свободного пространства попросту больше нет, колонизировать больше нечего... Единственная среда, в которой наша цивилизация еще может расшириться, наш единственный на-

стоящий фронт — это эфир, иными словами — медиа... Это новое пространство называется инфосферой». В таком далеком от тогдашнего начала двухтысячных, в минувшем 2020-м, природный коронавирус встретился с медиавирусом. «Заражение» стало глобальным — и в мире реальном, и в мире цифровом, а «вирусные нарративы» теперь неотъемлемая часть нашей жизни. Впервые в истории человечества всемирная организация здравоохранения вместе с пандемией объявила инфодемию.

Перед вами — не академическое исследование, а, скорее, набросок. «Собрание пестрых глав», пользуясь выражением поэта. Сборник, составленный из разнообразных текстов — гибридных, как само наше время. Есть и академическая классика, и обзоры с заявками на исследования, и аналитика с элементами публицистики. Какие-то из этих текстов тезисны, какие-то представляют собой результаты уже завершеного исследования. Ценность сборника, на наш взгляд, — как раз в его «незамершем», текучем состоянии, в попытке фиксации ускользающего момента, в намерении высветить, как при фотовспышке, первое отражение того, что происходило в медиа и с медиа в год пандемии. Авторы, объединенные работой и учебой на департаменте медиа НИУ ВШЭ, — тоже разные. Есть среди них состоявшиеся авторы книг, учебников и монографий (доктора и кандидаты наук — политических, филологических, социологических, культурологических, Phd медиакоммуникаций), есть молодые ученые, публикующиеся в рецензируемых зарубежных изданиях, есть и начинающие исследователи — аспиранты и недавние выпускники магистратуры.

Этот сборник — попытка «остановить мгновенье» начала переосмысления, переопределения, пересборки. Пространств, видов в символической «рамке кадра» (от окна до зума), онлайн-сериалов как способа разговора, медиаполитик, трансмедиаграмотности, данных в журналистике, «цифровой трибуны» и цифровой несвободы, нового понимания «общественного блага», ответственности — личной и коллективной, доверия — друг другу, власти, государству...

Безусловно, очень многие темы в сборник не попали, о многом — писали и пишут наши коллеги: пандемия оказалась плодотворным временем для ученых и исследовательских коллективов всего мира. Многие проблемы в текстах сборника лишь намечены, они, несомненно, еще будут уточняться и расширяться в будущих исследованиях. Это необходимо для полноты и завершенности картины — как на глобальных «экранах» (от гаджета до онлайн-кинотеатров), так и «картины мира».

Бурные события начала 2021 года — штурм Капитолия и война социальных сетей против действующего президента США, дающая повод для споров о цифровых правах и свободах на годы вперед, — подтверждают, что люди, сообщества и государства в начале большой пересборки. Будем считать, что наш сборник — один из первых вкладов в ее осмысление.

Раздел I. Медийные и городские пространства: динамика изменений

ИЛЬЯ КИРИЯ

Кандидат филологических наук, Ph. D., профессор департамента медиа НИУ ВШЭ

ИНФОДЕМИЯ COVID-19 КАК ВЫЗОВ ГЛОБАЛЬНЫМ МОДЕЛЯМ МЕДИАСИСТЕМ

Пандемия коронавируса, пожалуй, впервые за долгие годы бросила вызов глобализации как таковой. Пустые аэропорты, повсеместно закрытые границы, существенные ограничения передвижения граждан — все это в целом вошло в тотальное противоречие со сформировавшейся с момента распада СССР глобальной, связанной средой, в которой транспортные потоки сопровождаются потоками информационными. В результате мы видим колоссальный разрыв между глобальным информационным миром (так как в период инфодемии мы продолжаем следить за глобальными новостями, в том числе зарубежными) и локальностью окружающей среды. Наблюдая за глобальными новостями и тем, как разные страны принимают различные меры по борьбе с пандемией, мы видим, насколько эти меры демонстрируют разнообразие политических режимов, специфических «паттернов» управления информационными потоками и технологиями, что в очередной раз позволяет нам задуматься о (не) возможности применения плоской модели «авторитарные/демократические» в анализе медиасистем. В данном теоретическом наброске мы попытаемся концептуализировать продиктованные пандемией ключевые вызовы для традиционных трактовок различий медиасистем и продемонстрируем многообразие политико-экономических факторов, повлиявших на «расхождения» между национальными политиками в обла-

сти пандемии и специфическими стратегиями политической борьбы.

Связь между медиасистемами, доверием медиа, поведением людей в их бытовом медиапотреблении и — казалось бы, чисто эпидемиологическими — параметрами заболеваний, заражения и т. п. не такая уж отдаленная, как кажется. В условиях пандемии, когда значительная часть инфицированных не имеет каких-либо выраженных признаков заболевания, единственная технология выявления таких зараженных — это добровольное тестирование. Массовая явка на подобное тестирование (и массовое согласие это тестирование пройти, обращение к тестированию и т.п.), следовательно, является не чем иным как социальным действием, а следовательно, может быть детерминировано степенью паники, которая царит в обществе, степенью доверия определенным источникам информации и т. п. Разумеется, при условии, что к тестированию никого не принуждают насильно. С этой точки зрения сводки по численности инфицированных, за которыми мы регулярно следим через медиа, на самом деле говорят не о числе заболевших, а о числе тех, кто обратился за медицинской помощью и/или решил добровольно сдать тест. Мы можем предполагать, что в ситуации отсутствия массовой паники и «нагнетания обстановки» бессимптомные инфицированные (либо те, у кого симптомы не являются выраженными) не обращаются массово для тестирования и лечатся амбулаторно дома, что не перегружает систему здравоохранения теми больными, чьи шансы выздороветь самостоятельно чрезвычайно высоки, а также делает статистику гораздо более «скромной» по числу инфицированных. И в таком случае можно предполагать обратную зависимость — в ситуации массовой паники любые минимальные симптомы (либо просто тревожные сообщения) вызывают желание добровольно пройти тест, что, разумеется, сказывается и на выявляемости, и на перегрузке системы здравоохранения слабосимптомными или бессимптомными пациентами.

Инфодемия также стала первым глобальным информационным кризисом в новой политической реальности, которую

принято называть «эпохой пост-правды» (хотя данное понятие давно перестало нести какую-либо единую концептуальную нагрузку). К ней мы относим, в частности, расцвет альтернативных ультра-правых и популистских организаций и их разнообразных каналов коммуникаций, включая, в том числе, чисто коммерческие агрегаторы и платформы, привлекающие трафик на свои ресурсы. В этой новой политической реальности меры, принимаемые правительствами в условиях пандемии, становятся для ультра-правых и популистских политических сил лакомым куском для выстраивания собственной риторики, которая способствует распространению альтернативных взглядов и зачастую сомнительной информации, что также может способствовать изменению поведения аудитории.

Сравнительные исследования медиасистем

Связь политических режимов и различных политических систем со спецификой конфигурации медиаландшафта (под которым, впрочем, разные исследователи понимают разные вещи) — едва ли не самое популярное из направлений исследований медиа. Тон этим исследованиям задали «классики» американской эмпирической социологии масс-медиа, предлагающие даже вводить специальное название для таких сравнительных исследований. Пол Лазарсфельд обосновал это так: «Существуют определенные возможности сравнения в сфере исследования международных коммуникаций, которые точно откроют новые и потрясающие объекты для исследований» (Lazarsfeld, 1952–53: 483). В связи с этим первая и не самая стройная попытка в данной сфере тоже была предпринята выходцами и «потомками» американской медиасоциологии — в частности, Уилбуром Шраммом. Известная книга «Четыре теории прессы» (Сиберт, Шрамм, Питерсон, 1998) стала, пожалуй, первой работой в сфере сравнения различных медийных режимов, которая, однако, оказалась сильно детерминирована правовыми аспектами (отсылками к общефилософским либертарианской и авторитарной теориям эпохи Просвещения)

и контекстом холодной войны. В сущности, четыре получившиеся теории прессы (либертарианская, авторитарная, теория социальной ответственности и советская коммунистическая), разумеется, в основе своего разделения имели различия между политическими режимами. Поэтому связь между конфигурацией политических институтов и моделью медиа, которая понималась учеными в первую очередь как модальность ограничения деятельности журналистов, стала на долгие годы мейнстримом в данных исследованиях.

Разделение по политическим режимам надолго задало тон в международных сравнительных исследованиях журналистики, которые часто апеллировали как к общему месту к «либеральной» модели журналистики (которая, как правило, отождествлялась с рыночной), либо к «коммунистическо-авторитарной». Собственно, международные индексы так и стали маркировать медиасистемы в контексте бинарной модели, разделяя на «свободные» и «несвободные» (не очень, впрочем, объясняя, что подразумевается под тем или под другим). Если бы мы сегодня применяли эти нормативные классификации к исследованию различных режимов реакции на «инфодемию», мы, вероятно, обнаружили бы полное расхождение внутри даже самых что ни на есть либеральных моделей.

Строго говоря, большая часть последующих исследований в этой области были как раз попытками продемонстрировать крайне разнообразные подходы к журналистике и медиа именно внутри тех стран, которые мы все вместе собирательно считаем «демократическими». В первую очередь эти подходы свелись к нормализации модели журналистики, в которой журналист не нейтрален, а довольно субъективен в выражении определенной политической позиции. Классическая нормативная модель журналистики, которая пришла из США, в значительной степени строит свои размышления на идее, согласно которой настоящий журналист беспристрастен и объективен без выражения собственной позиции освещает события. В значительной степени такая точки зрения опиралась на наследие американского функ-

ционализма, трактующего медиа как средство объективного наблюдения граждан за социополитическим окружением (Lasswell, 1948), и на представления из политических и институциональных исследований, для которых медиа — это просто площадка информирования рациональных избирателей о качестве общественных благ и наборе политических альтернатив (Coyne, Leeson, 2009). Соответственно все остальные представления о другой журналистике, которая отстаивает определенную точку зрения даже в новостях, не предоставляет площадку другим мнениям и пр. — отвергаются, признаются «неправильным» или ненормативным журнализмом или вовсе не журнализмом, а «пропагандой».

К 1970-м годам возникают исследования, показывающие всю слабость такого нормативного подхода. Сеймур-Ур вводит в употребление термин «пресс/партийного параллелизма» (press/party parallelism), обозначающего наличие между газетами и политическими партиями организационной зависимости, приверженности журналистов партийным целям и наличия политического активизма у аудитории (Seymour-Ure, 1974). А Блумлер и Гуревич (Blumler, Gurevitch, 1975), а позднее и Макуйэл (McQuail, 1992) начинают применять термин медиаактивизм (это весьма вольный и неточный перевод английского media partisanship) для того, чтобы характеризовать журналистику, которая отнюдь не объективна, но тем не менее остается журналистикой.

Термин Сеймур-Ура был переименован в «политический параллелизм» и такие медиа стали восприниматься как особенность определенных национальных медиасистем благодаря серьезному компаративному исследованию Халлина и Манчини «Сравнивая медиасистемы. Три модели медиа и политики» (Hallin, Mancini, 2004). В этой работе авторы развенчивают миф о единстве медиасистем демократических стран, демонстрируя три принципиально разные модели взаимодействия медиа и политики:

— либеральная модель, которая характерна для США и Великобритании и предполагает низкую степень политического

параллелизма из-за того, что медиа в основном развивались в парадигме свободного рынка и чаще всего были отдельными коммерческими предприятиями. В таких странах низкая степень вмешательства государства в дела медиа и высокая степень самоорганизации отрасли;

— демократически-корпоратистская модель, свойственная Северной Европе, предполагает достаточно развитую зависимость медиа от рыночных условий (в этих странах самые сильные коммерческие печатные медиа в Европе), но в то же время средний уровень политического параллелизма, а также низкую степень участия государства при высокой степени саморегулирования прессы;

— поляризованная плюралистическая модель (или попросту Средиземноморская модель), характерная для Южной Европы: Италии, Испании, Португалии и в значительной (но не полной) степени Франции. Она предполагает, что в этих странах свободный рынок медиа исторически сложился плохо, поэтому медиа остались под существенным контролем промышленных компаний и финансовых интересов, связанных с разными политическими элитными группировками. Вкупе с высоким уровнем государственного регулирования это приводит к высокому же уровню политического параллелизма (и, условно говоря, идеологической политической окраске журналистики в целом).

Для многих показателей использования медиа между данными группами стран характерен определенный разрыв. Например, в странах-представителях второй модели (Северная Европа) гораздо больший процент населения участвует в политических дебатах онлайн, тогда как первый и особенно Средиземноморский тип демонстрируют низкую вовлеченность в них (Eurobarometer, 2018). В Средиземноморской модели медиасистем степень доверия определенным медиа (например, печатной прессе, телевидению, интернету) в среднем ниже, чем в странах Северной Европы. Средиземноморье отличается и по паттернам медиапотребления: здесь гораздо меньше потребляют печатные медиа и Интернет, чем телевидение (Eurobarometer, 2019).

Сравнительные исследования медиасистем являются одной из возможных оптик для взгляда на столь существенные межкультурные различия в темпах прироста заболеваемости и разных «режимах» управления в условиях пандемии. И здесь мы видим, что северные страны, более или менее соотносящиеся с теми, где принята демократически-корпоративистская модель, демонстрируют гораздо более «спокойное» отношение к пандемии. От так и не закрывшихся школ в Швеции до относительно точечных локальных мер по изоляции, что позволило сильно сгладить «кривую прироста» в Германии. Напротив, на юге Европы, в странах, где менее популярен Интернет и гораздо большее значение для общественной информации имеет телевидение, мы наблюдали ситуации колоссальной перегрузки системы здравоохранения, рекордные цифры прироста, существенную панику и т. п. Вероятно, и в основе таких разных подходов, как и в основе различий медиасистем, лежат культурные факторы, которые нам лишь только предстоит изучить.

Пандемия и политический популизм

Помимо выявления определенных различий политическо-медийных систем, пандемия стала испытанием на прочность нового «режима» политической коммуникации, в котором отныне господствует отнюдь не рациональное представление о политических процессах, свойственное классической школе. Радикализация правого и левого флангов, размывание «центризма», утрата политического доверия политическим институтам и классическим политическим партиям, опора политиков в большей степени на «эмоции», чем на факты и науку — это собирательный набор весьма разнородных явлений, которые ученые и особенно политики с большим энтузиазмом «окрестили» термином «политика пост-правды» (Tesich, 1992). В этой ситуации, помимо влияния медиасистем на разные режимы человеческой мобилизации в условиях кризиса, актуальным является рассмотрение того, каким образом пандемия стала способом политической

коммуникации и установления «диспозитивов» доверия, контроля, легитимности.

Пандемия — это «идеальный кризис», реакция любого лидера на который является своего рода лакмусовой бумажкой его политики и его политического режима. Вместе с тем необходимо понимать, что, по сравнению с предыдущей пандемией такого масштаба (пандемией испанки в первой четверти 19 в.), политические режимы сильно эволюционировали. Даже Великобритания в 1917 году не представляла собой демократическое государство в традиционном смысле этого слова. Только в 1918-м там был отменен имущественный ценз для участия в выборах, а женщинам предоставлено избирательное право начиная с 28 лет. Фактически значительная часть стран, которые мы сегодня называем демократическими, в период пандемии «испанского гриппа» не были обременены необходимостью соблюдения гражданских свобод в условиях колоссальных ограничений, обусловленных эпидемиологической обстановкой. Поскольку это происходило еще и параллельно с Первой мировой Войной, любые злоупотребления тогда могли быть списаны на военное время. Известно, что лучше всего с крупными эпидемиями справлялись авторитарные режимы, которые спокойно могли позволить себе принудительную массовую вакцинацию населения вопреки воле этого населения. Однако с момента последней крупной пандемии, сравнимой с нынешней (испанки), количество политических режимов, которые не могут себе этого позволить, существенно выросло.

Сегодня ситуация с применением правительствами противозидемиологических мер неминуемо наталкивается на ограничения гражданских свобод в демократических государствах, что не может не приводить к недовольствам. Однако на эти ограничения неохотно идут и власти «автократий», потому что за последние 60—70 лет чистые автократии почти полностью и повсеместно переродились в так называемые «гибридные режимы», многие из которых являются электоральными автократиями, а следовательно, вынуждены поддерживать тот или

иной уровень гражданских свобод для легитимации власти автократов. Гуриев и Трейсман отмечают существенное сокращение использования такими режимами прямых средств принуждения (физических репрессий, насилия, военной силы) за последние десятилетия и в то же время укрепление их идеологическо-информационной составляющей (Guriev, Treisman, 2019). В результате мы наблюдаем разнообразие стратегий властей в части давления на медиа в период пандемии.

Строго говоря, сегодня мы можем видеть два экстремально полярных друг другу, но поучительных кейса. Первый — это существенная медиатизация образа лидера в период пандемии, которая активно используется для укрепления собственного авторитета не только политиками у власти, но и оппозицией, и популистскими партиями. Действительно, наличие пандемии как общего врага может иметь эффект объединения вокруг флага (Mueller, 1970), характерный для, например, разного рода внешних угроз, когда политики действительно зарабатывают дополнительные очки. И многие лидеры европейских государств с удовольствием воспользовались данной ситуацией. Эммануэль Макрон начал свою первую речь, когда он объявлял о всеобщем локдауне 16 марта, с фразы: «Мы вступили в войну...». В результате на протяжении первых месяцев пандемии, и даже на фоне смены премьер-министра с Эдуарда Филиппа на Жана Кастекса, рейтинг Макрона уверенно рос ровно до тех пор, пока не начался кризис, обусловленный тем, как власти решали вопрос, связанный с вспышкой исламских и антиисламских настроений на фоне убийства учителя истории из пригорода Парижа... А премьер-министр Венгрии Виктор Орбан в конечном итоге получил на фоне пандемии от парламента беспрецедентную власть и полномочия в связи с экстренной ситуацией. Объединение вокруг флага, очевидно, стало дополнительным стимулом для некоторых политиков-популистов всячески «выпячивать» собственное заражение Covid-19. Премьер-министр Великобритании Борис Джонсон, Дональд Трамп и многие другие полити-

ческие лидеры воспользовались собственным заболеванием, чтобы продемонстрировать населению единение с обычными людьми, которые так же беззащитны перед лицом вируса, как и политики.

Противоположная стратегия предполагает определенное «дистанцирование» политиков от пандемии и принятия ключевых решений, что стало характерным для ряда стран, например, таких, как США и Россия. Хотя «природа» подобного дистанцирования в американском и российском случаях разная. Американское «дистанцирование» было связано с колоссальным расхождением популистской риторики президента (который длительное время вообще отрицал существование коронавируса, затем переложил ответственность за его появление на Китай и т.д.) и реальных мер, которые принимались преимущественно на уровне отдельных регионов страны, в частности, Нью-Йорка, пережившего самую большую вспышку эпидемии. Аналитическая оптика для понимания ситуации в России принципиально иная и связана с понятием «bad governance» — «недостойное правление» в терминологии Владимира Гельмана (Гельман, 2019) — и попыткой центральной власти дистанцироваться от принятия жестких мер, переложив их на власти регионов. Центральная власть накануне принятия поправок в Конституцию побоялась объявлять официально о введении карантина и принятии иных жестких мер, так как это могло негативно сказаться на уровне рейтинга президента, а этот рейтинг является мерилom российской политической легитимности и стабильности. В результате перекладывание ответственности на регионы, в условиях недостатка у последних ресурсов и полномочий, привело к тому, что — за редким исключением — регионы и их руководство не боролись с эпидемией и ее последствиями, а создавали такую систему перекладывания ответственности, которая позволила бы им избежать наказания. В модели зарегулированной «вертикали» трата ресурсов (за которую потом могут наказать) становится гораздо менее выгодной, чем манипуляции со статистикой, информацией

и т. п. В этой ситуации «недостойное правление» оборачивается прямым давлением на информационную составляющую, пропаганду, конструирование образа властей в период пандемии. Любопытно, что дистанцирование центральных властей от ситуации привело к относительной редакционной панике центральных медиа, которые какое-то время работали «без методичек» и демонстрировали существенно полярные стратегии в части освещения пандемии в России. Их объединяли лишь общие призывы к мерам социального дистанцирования и «внушающие страх» репортажи из Европы и США, в которых дела якобы обстоят гораздо хуже, чем у нас. Этого нельзя сказать о региональных информационных ресурсах и местном телевидении, которое почти эксклюзивно и постоянно демонстрировало усилия местных властей для противодействия пандемии.

Характерными для информационных автократий являются попытки использовать пандемию для того, чтобы лучше контролировать медиа и распространение информации. В России, как известно, пандемия стала полигоном для испытания действия нового закона о фейковых новостях. Подобные же меры можно наблюдать и в кейсах с другими схожими политическими режимами, например, в случае с Турцией, которая в связи с пандемией всерьез начала рассматривать инициативу о принятии закона, вводящего существенные дополнительные меры регулирования по отношению к зарубежным сайтам социальных сетей. В частности, вводится обязательство регистрировать на территории страны эти социальные медиа и открывать локальные офисы для того, чтобы реагировать на запросы властей по поводу блокировки определенного контента.

Наконец, еще одним политическим приемом, характерным для очень разных политических режимов, но, очевидно, связанным с популизмом, стало отрицание проблемы вируса как такового. Помимо Дональда Трампа и США в схожей риторике выступали такие разные политики, как Александр Лукашенко (заявивший, как известно, что в Белоруссии ни один человек не умрет от коронавируса), Борис Джонсон, Жозе Бальсонуру

и ряд других. И уже сегодня есть первые научные статьи, доказывающие связь стратегии «отрицания» с поведением аудитории. В частности, это исследование Мариани и коллег (Mariani, Gagete-Miranda, Retti, 2020), которое показывает, что после заявлений Больсонару о том, что коронавирус – это обычный грипп и отрицания проблемы, самое большое число заболевших и высокая смертность были зарегистрированы в муниципалитетах, поддерживающих Больсонару. Это яркий пример того, каким образом политические заявления способствовали снижению мер социального дистанцирования. А работа Олкотта и коллег (Allcott et al., 2020) обнаруживает существенные различия в соблюдении мер социального дистанцирования в зависимости от уровня политической приверженности в США. В частности, сторонники республиканцев демонстрируют более низкий уровень социального дистанцирования и соблюдения ограничительных мер, чем избиратели-демократы. При этом существенную роль в выборе поведения играют именно масс-медиа и то, как они репрезентируют серьезность мер, принимаемых правительством.

Политика популизма, построенная на обращении к эмоциям и на символическом конструировании «исключения» определенных групп из политики (Мюллер, 2018), очевидно, лежит в центре внимания риторики отрицания вируса и структурирует дискурс политиков и медиа. Отрицание вируса или его существования построено на типичной для популистов риторике, что, дескать, вирус придумали элиты для конкурентной борьбы в мировой экономике, для межгосударственной конкуренции и т.п., но мы-то и есть народ, поэтому мы не признаем этот вирус как вирус элитных групп. Такая риторика была характерна и для белорусских властей, и для некоторых чиновников на Украине, утверждавших, что нужно лечить коронавирус салом и чесноком. Другим характерным для популистов приемом стало приписывание причин коронавируса неким внешним воздействиям и его ассоциация с проблемами миграции, что делало тему вируса популярной не только среди правых попу-

листов и центристов, но и в кругах ультра-правых радикалов. В России в самом начале пандемии риторика предполагала, что вирус исключительно привозят из Европы самолетами обеспеченные россияне. Строго говоря, ограничительные меры, нацеленные на самоизоляцию прибывающих из Европы, на это и были направлены. В США наблюдалась схожая риторика, и если Европа, где на тот момент наблюдалось больше, чем в США выявленных случаев, закрывала границы постепенно, то США это сделали достаточно жестко и одновременно.

Популизм в условиях нынешней пандемии — это совсем не тот популизм, который мы наблюдали во второй половине XX века, что делает инфодемию гораздо более выраженной. Изменилась экология медиaprостранства. Количество каналов коммуникации существенно выросло, а общее доверие населения политическим институтам в целом упало, что привело к определенной фрагментации источников политической информации и публичной сферы в частности. Фактически мы наблюдаем все большее размывание границ между журналистикой, журналистским активизмом (*journalism partisanship*) и «ультра-правым порядком дезинформации», построенным исключительно на циркуляции фейковой информации, различных теориях заговора и пр. (Bennett, Livingston, 2018). При этом в США, например, фейки концентрируются вокруг таких ультра-правых онлайн-ресурсов, как Breitbart, но при этом проникают в публичный мейнстрим благодаря правым медиаресурсам, как, в частности Fox (Farisetal, 2017). Потребителям информации доступно множество альтернативных ее источников, но при этом данные потребители все меньше доверяют политикам, что приводит к росту популярности различных теорий заговора и фейков, кардинально непохожих на информацию, которую дают мейнстрим-медиа. Поскольку чаще всего источниками такой информации становятся право-радикальные политики, в результате те избиратели, которые раньше голосовали за центристские партии, все больше склонны к голосованию за ультра-правые и радикальные партии (Bennett, Livingston, 2018).

Европейская ситуация в целом отличалась от американской, где публичное «принижение» опасности коронавируса исходило в основном от Трампа и его сторонников и вполне неплохо культивировалось альтернативными правыми медиа. В Европе значительная часть стран и их правительства в целом всерьез восприняли опасности коронавируса и быстро стали вводить ограничения. Поэтому стратегия оппозиционных партий и популистов не у власти заключалась в том, чтобы данные ограничения подвергать сомнению. На материале исследования аккаунтов немецких политических партий в социальных сетях Тобиас Видманн показывает ключевое расхождение в коммуникативных стратегиях немецких политиков по поводу пандемии. Если правящая партия предпочитала с ростом активных кейсов COVID-19 усиливать риторику страха и менее выраженно проявлять риторику «надежды», то популисты и оппозиционные партии предпочитали прямо противоположную стратегию: с ростом заболеваемости они усиливали риторику «надежды» и делегитимизировали жесткие карантинные меры, а при снижении уровней заболеваемости, наоборот, усиливали алармистскую риторику. При этом именно радикальным партиям удавалось получать гораздо больший социальный отклик (в виде репостов и лайков), чем другим политическим силам (Widmann, 2020).

Заключение

Пандемия, как видим, вносит множество изменений в «плоские» представления о классификации политических партий и отношениях между медиа и политиками, разбивая на мелкие осколки традиционные представления о стратегиях политической коммуникации и использовании медиа различными политическими режимами.

Во-первых, мы видим, насколько радикально внутри себя отличаются так называемые «демократические медиа», демонстрирующие разные стратегии политических акторов и выходящие за пределы традиционной «журналистики» или традиционной

«пропаганды», в результате чего массовая аудитория регулярно сталкивается со смешением журналистского дискурса, активистского дискурса и радикального дискурса (в значительной степени детерминированного вообще не новостным контекстом, а популярными слухами, теориями заговора и т.п.).

Во-вторых, политическая риторика преимущественно работает в пользу «правых» и «популистских» партий, что делает распространение пандемии более массовым в связи с тем, что эти партии в значительной степени принижали значимость жестких мер социального дистанцирования, вводимых правящими партиями.

Наконец, различия детерминированы межстрановыми факторами доверия медиа и политическим институтам, что требует кропотливой работы по сопоставлению различных параметров доверия и использования медиа в различных политических режимах с динамикой пандемии.

Список литературы и источников

Allcott H., Boxell L., Conway J., Gentzkow M., Thaler M. & Yang D. (2020). Polarization and Public Health: Partisan Differences in Social Distancing during the Coronavirus Pandemic. *Journal of Public Economics*, Volume 191 (2020).

Bennett L. & Livingston S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, Vol. 33 (2): 122–139.

Blumler J. and Gurevitch M. (1975). Towards a comparative framework for political communication research. Political communication: Issues and strategies for research / Ed. by S. H. Chaffee. PP. 165–193.

Coyne, C., Leeson, P. (2009). *Media, Development, and Institutional Change*. Northampton (MA): Edward Elgar

Eurobarometer (2018). Special Eurobarometer 477. Democracy and elections. Brussels: EC, url: <https://ec.europa.eu/>

commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/yearFrom/1974/yearTo/2019/surveyKy/2198

Eurobarometer (2019). Standard Eurobarometer 92, Media use in the European Union, Brussels: EC, url: <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/yearFrom/1974/yearTo/2019/surveyKy/2255>

Faris R., Roberts H., Etling B. et al. (2017) *Partisanship, propaganda, and disinformation: Online*

Guriev S., Treisman D. (2019). Informational Autocrats. *Journal of Economic Perspectives*, 33 (4): 100–127.

Hallin D., Mancini P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lasswell H. (1948) The structure and function of communication in society. In Bryson L. (ed.) *The Communication of Ideas*. New York: Harper and Brothers.

Lazarsfeld P. F. (1952–53). The prognosis for international communications research. *Public Opinion Quarterly* 16: 481–90.

Mariani L., Gagete-Miranda J., Retti P. (2020). Words can hurt: How political communication can change the pace of an epidemic. *OSF Preprints ps2wx*, Center for Open Science, URL: <https://ideas.repec.org/p/osf/osfxxx/ps2wx.html>

McQuail D. (1992). *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*. London/Newbury Park: Sage.

Partisanship, Propaganda, and Disinformation: Online media and the 2016 U.S. Presidential election. (2017) Berkman Klein Center (Harvard), 16 August. government of lies. *The Nation*, Jan. 6/13, 12–14 URL: <https://cyber.harvard.edu/publications/2017/08/mediacloud>.

Mueller J. (1970). Presidential Popularity from Truman to Johnson. *American Political Science Review*. 64 (1): 18–34. doi:10.2307/1955610

Seymour-Ure C. (1974). *The Political Impact of Mass Media*. London/Beverly Hills, CA: Constable/Sage.

Tesich S. (1992) A government of lies. *The Nation*, Jan. 6/13, 12–14

Widmann T. (2020). *Fear, Hope, and COVID-19: Strategic Emotional Rhetoric in Political Communication and its Impact on the Mass Public*. SSRN Preprint, URL: <https://ssrn.com/abstract=3679484> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3679484>

Гельман В. (2019) «Недостойное правление». Политика в современной России. Санкт-Петербург: Изд-во ЕУ СПб.

Мюллер Я.-В. (2018) Что такое популизм. М.: ИД НИУ ВШЭ.

Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. (1998) Четыре теории прессы. М.: Международный институт прессы, Изд-во «Вагриус».

АННА КАЧКАЕВА

*Кандидат филологических наук, профессор департамента
медиа НИУ ВШЭ*

ТАНЦЫ С КОРОНАВИРУСОМ: ДИНАМИЧЕСКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ЯЗЫКА РОССИЙСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ПЕРИОД ПЕРВОЙ ВОЛНЫ ПАНДЕМИИ (НА ПРИМЕРЕ ИНФОРМАЦИОННОГО И ОБЩЕСТВЕННО- ПОЛИТИЧЕСКОГО ВЕЩАНИЯ, ФЕВРАЛЬ — МАЙ 2020 ГОДА)

Происходящее с миром, с нами и с медиа в этом шальном 2020-м не совсем укладывается в рамки традиционного научного текста. Случившийся глобальный сдвиг баланса между цифровым и физическим нарушил естественное проявление биологического. Наше социальное и физическое пространство сжалось, но наше цифровое пространство невероятно расширилось. Впервые за многие десятилетия многие люди вынуждены ограничить передвижение и «самоизолироваться», а время самозаточения никак нельзя сократить. Мы все оказались в кругах созависимости. Пандемия испытывает на прочность человеческое сочувствие и соучастие, а все системы мироустройства на адаптивность к изменениям. Вот почему метафора танца кажется уместной. Следовать, подчиняться, сопротивляться, нащупывать, менять направление, импровизировать, в конечном счете — кооперироваться и адаптироваться: в этом, кажется, и есть суть движения в ситуации глобальной и личной неопределенности.

11 марта 2020 ВОЗ объявила пандемию коронавируса. С 15 марта 2020 и до отмены режима самоизоляции в Москве

8 июня 2020 на своей странице в Facebook я стала вести «карантинные телехроники» (хештег **#карантинсмедиа**, в тексте ниже эти посты из моего аккаунта приведены более мелким шрифтом), несколько раз в неделю фиксируя реакции людей и многих закрывшихся институций, на наших глазах превратившихся в «я-медиа» вещателей.

Происходящее в эти два с половиной месяца с/на ТВ важно было зафиксировать по нескольким причинам; в тексте ниже

- граждане, государства и медиасистемы, как важнейшая часть глобальных и национальных коммуникаций, оказались в принципиально новой ситуации — ситуации инфодемии;

- во время повсеместных локдаунов и карантинных мер, когда сотни миллионов людей участвовали в глобальном эксперименте жизни «на удаленке» (работа, образование, досуг), произошел существенный всплеск интереса к ТВ по сравнению с постоянно падающим на протяжении предыдущих нескольких лет телезрителем (время просмотра ТВ в первый месяц каникул-изоляции в России увеличилось на 25%, по данным апрельского Медиаскопа);

- два первых федеральных канала — универсальные с точки зрения программирования, — в основном, имеют дело со взрослой и пожилой аудиторией, которая оказалась наиболее уязвимой для болезни и испытывала повышенный стресс из-за карантинных мер (запреты, изменения распорядка и образа жизни, одиночество, невозможность освоить цифровые предписания и инструменты);

- телевидение, которое не может «встать на паузу», «с колес» осваивало гибридные форматы, меняло программную сетку и лица, масштабно включало в эфир домашние стримы отправленных на удаленку ведущих и корреспондентов, демонстрировало «сетевое творчество масс» и контент многих культурных институций, закрывшихся для посетителей, а также марафоны, акции, концерты в поддержку врачей и уязвимых групп населения.

Был и антропологический интерес — через несколько месяцев после «первой волны» посмотреть на собственную оптику

периода высокой неопределенности. Став «наблюдателем наблюдателей» с естественным ограниченным сектором обзора, попробовать сравнить «коды» первой реакции на репрезентируемое в новостях и общественно-политических телевизионных форматах с уже более-менее выработанным телевидением «кодом» на вызов «инфодемии» спустя полгода.

Думается, этот гибридный формат сетевых хроник — посты в фейсбуке с последующим научным комментарием, — в каком-то смысле, тоже отражение нашего пересобираемого времени.

«Хроники» разделены условно на два периода: с объявления пандемии ВОЗ 11 марта и до объявления «режима самоизоляции» в Москве 30 марта; и собственно время карантина — с 30 марта до снятия режима 8 июня.

Прежде, чем анализировать трансформацию «повестки дня» и то, как менялся экранный язык информационного и общественно-политического вещания основных федеральных каналов, важно зафиксировать информационный фон конца февраля — первой декады марта (до того, как в мире была объявлена пандемия, а в столице России уже стало невозможно не сообщать о стремительном увеличении случаев заражения).

«Совсем обнулили»

До начала марта в эфире было не особенно нервно. Скорее, даже спокойно. Да, в новостях уже показывали обезлюдевший Ухань, «ад» в городских больницах, дезинфекцию города с вертолетов (Время, 26. 01. 2020) и задержания коронопранкеров в Москве, которые пугали пассажиров в метро и подшучивали над согражданами, облачившись в костюмы химзащиты (Время, 10.02.2020). В дневных шоу с конца января в студиях со зрительской массовой начали обсуждать новый коронавирус.

Темы типичного коронавирусного блока дневного эфира этого периода связаны с: а) осторожным предупреждением Минздрава об опасности — «биологическая угроза здоровью России» / принимаются меры / на границе с Китаем меры усилены; 2) конспирологическими версиями искусственного происхождения

заболевания, которые высказывают эксперты-неспециалисты, не верящие в «очередной вирус»: «красивое название» корона-вирус — это «испытание нового биологического оружия»; «свиным и птичьим гриппом» тоже занимались «знатоки геномного пасьянса»; «китайский вирус» можно сравнить с «ментальным вирусом Греты Тумберг»; «нет разницы между беспилотником и летучей мышью» и т.д.; 3) первыми попытками врачей и инфекционистов — пока не многочисленных — как-то объяснить происходящее: «природе не нужно ничего помогать создавать — это коронавирус с высокой мутацией», «не надо путать коронавирус и грипп» (Время покажет, 22.01.2020).

Но все-таки главной темой и новостей и ток-шоу вплоть до середины марта была тема обсуждения поправок в Конституцию и «обнуления» президентского срока. 10 марта 2020 в телеэфире и в сетях развернулась многоактная трансляция зрелища из Госдумы, где во втором чтении рассматривались поправки в Конституцию. В ходе обсуждения слово попросила депутат от «Единой России» Валентина Терешкова, которая крайне редко выступает в Госдуме (спикер Володин даже заметил, что на «его памяти вообще впервые»). Первой в мир женщине-космонавту представили право призвать как-бы колеблющегося лидера к новому президентству. Легендарная Терешкова, выступавшая еще перед Брежневым, как «родина-мать» представила стране ее прошлое будущее. Она призвала «или вообще убрать ограничения по числу президентских сроков в Конституции, или <...> заложить в законе возможность для действующего президента вновь избираться на эту должность, уже в соответствии с обновленной Конституцией» (Вести, 10.03. 2020). Путин приехал в Госдуму без опоздания (что само по себе подчеркивает значительность момента) и лично выступил перед депутатами.

Таким образом, два месяца коронавирус состязался за внимание публики в эфире новостей и общественно-политических программ с «поправками» и «обнулением срока» действующего президента. «Совсем обнулили». Шутки про «обнуление» сроков и «обнуление» коронавирусом в социальных медиа стали сли-

ваться. Острословы в сетях шутили: коронавирус побеждает, но поправки не сдаются.

После 10 марта федеральный эфир уже лихорадило. Стали чуть более сдержанными ведущие дневных ток шоу. Новое вечернее разговорное шоу ДокТок начали приспосабливать к серьезным разговорам со специалистами. Произошло это в течение нескольких недель, первые тематические коронавирусные эфиры чередовались с «мирными» темами (например, Гордон вместе с астрологами и учеными-скептиками могли еще обсуждать тему «ретроградного Меркурия» и моду на новый мистицизм). Советы и предупреждения врачей-инфекционистов в выпусках новостей постепенно передвигались на вторую-третью позицию, опережая в верстке сообщения о скоростном одобрении поправок регионами, Советом Федерации и отправкой документа в КС. 14 марта глава Совета Федерации В. Матвиенко заявила, что эпидемия, по ее мнению, не помешает всенародному голосованию по поправкам в Конституцию 22 апреля и уже тем более — празднованию Дня Победы 9 мая (Интерфакс), хотя выпуски новостей этого дня уже открывались словами о признании коронавируса «обстоятельством непреодолимой силы», введением все более жестких мер по стране, переводом школьников на дистанционное обучение и введением режима самоизоляции для тех, кто «живет под одной крышей с недавно вернувшимися из стран, где бушует Ковид 19». В эти же дни в некоторых сетевых эфирах (Известия/РБК) еще ссылались на слова некоего психолога, который объяснял, почему россияне не боятся вируса, связывая бесстрашие сограждан с бандитизмом 90-х и кризисом 2008-го. В конце февраля представители китайского посольства в России еще обвиняли российские СМИ в применении некорректных формулировок при публикации информации о коронавирусе. К примеру, в новостях его нередко называли «уханьским» или «китайским», но тему того, что Китай — родина эпидемии и намеки на ответственность Китая за пандемию коронавируса, которые еще прорывались в конце января, к концу февраля уже явно микшировались.

15 марта

#карантинсмедиа Новая телереальность. Первый начал снимать программы без зрителей [1]

17 марта

#карантинсмедиа «... в Берлине даже закрылись бордели» (программа «Время»)

Комментарий к хроникам

15 марта начались прямые включения из Коммунарки, куда впервые привезли съемочные группы информационных служб федеральных каналов. В репортажах сообщали о том, что в больницу доставляют тех, кто был в «опасных» странах, о москвичах с симптомами (вирус подтвержден у 17 человек). Впервые к прессе вышли врачи Коммунарки, которые рассказали, как устроена инфекционная клиника и как работает «красная зона». В кадре пока один единственный звукооператор в маске, он держит микрофон-удочку с надписью «Россия». Все остальные — операторы, журналисты, посетители на эскалаторе, сотрудники справочной, включая главврача Дениса Проценко, — пока с открытыми лицами из мирного времени.

14–15 марта в онлайн «на удаленку» массово уходят музеи и театры по всему миру. ООН и правительства многих стран осваивают формат зума. Новая полиэкранная реальность становится частью нового визуального представления ковидной жизни. Во многих странах введены карантин, объявлены ЧП, медицинские инфраструктуры не справляются с ситуацией — все это становится основной темой информационно-политического эфира и на российском телевидении.

Начиная с первой декады марта, в новостях, дневных и вечерних ток-шоу начинают комментировать и разоблачать панические фейки, которые стремительно распространяются в социальных сетях (пересылаемая запись звонка некоей «Леночке» попала в федеральные новости и большие вечерние информационные эфиры [2]; о мошенниках, предлагающих лекарства от вируса, предупреждают в дискуссионных и криминальных

программах). «Советы» якобы «молодого врача» (варианты — племянника, коллеги, «Юры из Уханя»), которые начинают распространять даже профессионалы, работающие в медиа, с опровержением в «большой эфир» не попали. К концу марта тема «китайского вируса» постепенно перекоммутируется в тему того, как Китай успешно борется с угрозой («плохим» Китай называет президент США Трамп, которого цитируют федеральные каналы).

Информационный и политический эфир января-февраля-начала марта — при всей его чехарде — фиксирует «расходящиеся» повестки, когда докоронавирусную политическую тему конституционной реформы и грядущего празднования 75-летия Победы соединить в эфире становится все труднее, но никаких ясных сигналов сплотиться в борьбе с эпидемией еще не звучит, а предупреждения и ограничительные меры выглядят как хаотичные и локальные меры местных властей и отдельных чиновников.

Этот информационный поток сталкивается с нарастанием слухов и рассказами «как на самом деле» в социальных сетях. Именно к марту, когда в эфире федерального телевидения только начинают говорить об опасности распространения фейков (народные рецепты, лекарства от вируса, количество смертей, передача вируса через предметы и пр.) и появившихся мошенниках, уровень распространения недостоверной информации и слухов в социальных сетях нарастал уже больше месяца [3]. Очевидно, что официальное телевидение стало «гасить» уровень тревожности населения и ситуацию неопределенности с явным опозданием.

При этом зазор между реальностью и ее отражением на экране довольно условен (даже инерционное освещение темы «поправок» и «обнуления» все-таки проиграло коронавирусу). Госканалы в этом информационном хаосе для одной части аудитории не стали более скомпрометированными, чем были до этого. Обычно «несмотрящая ТВ» часть аудитории и так ему не доверяла. Но и эта аудитория в стрессовой ситуации все-таки

вернулась к новостям и дискуссионным эфирам — в том числе, для того, чтобы узнать «что там они еще расскажут/не расскажут». Для большей части традиционных телезрителей каналы на первом этапе (до объявления пандемии) не особенно эффективно конвертировали лояльность своей аудитории в неупрощенное понимание происходящего, «играя» на привычных «кодах» («у нас такого повального вируса не будет», проскочим как-нибудь «на авось», «мировая закулиса» виновата, «врага шапка-ми закидаем»).

Усиливающее недоверие официальным источникам (не договаривают/преувеличивают), тревожность от неясности противоречивых позиций властей и экспертов, непонимание и раздражение по поводу ограничений — с таким ощущением телевизионная аудитория и само телевидение подошли к драматической фазе пандемийной весны: стремительному росту заболеваемости и разнообразным ограничительным мерам. С середины марта видимая часть эфира все-таки развернулась в сторону неизбежного — информационный и общественно-политический эфир вошел в пандемийный режим.

«Самоизоляция» на экране

17 марта

#карантинмедиа Сегодня в ленте — массовые обсуждения прокториумов, онлайн сервисов и платформ, разнообразные впечатления от первых дистанционных лекций, интерактивных эфиров, стримов, видеоконференций (в том числе попадающих в кадр детей, бабушек, котиков))). И это еще один цифровой сдвиг, стремительно свершающийся на наших глазах! И он не только и не столько про технологии. Я еще помню первые включения на радио с мобильного (почти 20 лет назад). Потом студийные прямые эфиры, в которых поэтапно менялись средства связи — стационарные телефоны, пейджеры, мобильные, соцсети, мессенджеры, видеострим. Потом к срочным «включениям» и комментариям на ходу, из машины, в неурочные часы, выходам в эфир из дома привыкли домашние — дочь и муж

прикрывали двери, понижали голос. В середине 2006-го к экспериментальным дистанционным курсам Интерньюс по монтажу, съемке, написанию текста мы впервые подключаем редакции телерадиокомпаний в регионах. Потом настало время «где вайфай – там и редакция, и учебная аудитория». Первую серию удаленных семинаров из дома для красноярских коллег, которые из разных краевых уголков подключались к субботним занятиям по скайпу, я провела почти 10 лет назад. Мультимедийность для медиа становилась общим местом. И вот теперь умение общаться, включаться, реагировать, модерировать, «держат эфир»/бесконтактную лекцию на удалении, вести дискуссию, владеть гарнитурой; помнить о ракурсе, заднике, освещении, не забывать о картинке (не деревенеть, но и не размахивать руками) и «рамке кадра» (не «вываливаться»), звуке, хронометраже; хотя бы немножко понимать про платформы и инструменты онлайн образования – на наших глазах становится массовым навыком преподавателей университетов. Время тотального онлайна) **#цифроваявышка#вышкаонлайн**

20 марта

#карантинсмедиа Вот так это теперь выглядит. «Как не хватает аплодисментов». Денис Мацуев открыл «Домашний сезон» в 4K на платформе Премьер (совместный проект Газпром-медиа и Минкульта). Когда-то именно Мацуев открывал проект «Виртуальный концертный зал» – трансляция концертов Московской филармонии. С сегодняшнего джазового-онлайн начинается серия сольных и камерных концертов без публики из Концертного зала имени П. И. Чайковского. «Домашний сезон» – проект, родившийся из общего желания продолжать концертную жизнь. Это акт солидарности, любви к музыке и публике. Программа была создана за очень короткое время и продолжает формироваться. Все музыканты выступают без гонорара (фото зала) [4]

21 марта

#карантинсмедиа Машков про нерушимые границы (с нотками пафоса и стали). Газманов про войну, Победу и память (проникновенно). Безруков, цитируя Тургенева, про «великий русский» (благостно, с интимными интонациями). В эфире федеральных каналов пошли ролики: «Наша страна, наша Конституция, наше решение!». Покажут еще 25 штук в течение месяца. Говорят, трех богатырей из мультика тоже подключили под это «наше решение». На фоне новостей и встык с информационными выпусками выглядит прямо диковато

21 марта

#карантинсмедиа «Освежающий формат» самоизолировался <https://tass.ru/obschestvo/8032787>¹. Через месяц, не дотянув недели до финала, эксперимент по сериальному растягиванию одного политического интервью в цифровую вечность прекратили. Уж больно поперек информационной повестки. Но все-таки, благодаря профессионализму, вопросам и реакциям Андрей Ванденко, эти синкопированные верховные реплики можно было терпеть (ссылка на пост Ванденко от 19 февраля) [5].

22 марта

#карантинсмедиа Первый — первым из федеральных — начал перекраивать программную сетку. Сегодня отменили дневное шоу «Точь-в-точь» и «Данс-революцию». После полудня субботне-воскресную расслабленность начали разбавлять сквозным ДокТоком. Пока «консервы» — повторы вечерних выпусков двух-трехдневной давности с Гордоном (хорошо бы, правда, маркировать, что это повтор). После новостей в 18.00 — премьера документального фильма про вирус (комменты специалистов, видеосвидетельства с людьми и от людей со всего мира). С завтрашнего дня — премьера дневной полезной программы «Проверено на себе», в которой молодые бло-

¹ https://tass.ru/obschestvo/8032787?fbclid=IwAR10K_GblKUKmpJpUeS-pqxdHFGhjQGpMTcS2yTWrd0GLZY6OeAY8F3zjvc

геры начнут обсуждать карантинную повседневность — и самоизоляцию, и меры дезинфекции. Обещают, что с достоинством и с улыбкой. Теперь, возможно, в сквозных прямых эфирах будет все больше новых лиц. То есть вместо штатных орущих «политологов» со страной начнут говорить спокойные вирусологи, врачи, чиновники, психологи, представители малого бизнеса, учителя, ученые, деятели культуры и просто ответственные сограждане.

Комментарий к хроникам

В ситуации пандемии телевидение, обслуживающее интересы правящего истеблишмента, действовало в логике реакций на кризис властных структур. По сути, до середины марта главные федеральные каналы почти не пытались выйти за «рамки» привычной информационной и общественно-политической «повестки дня», пытались балансировать между «политической повесткой» поправок в Конституцию, празднования Победы и «очередным вирусом», который бушует за границей. Помимо привычных установок с экрана не решались демонстрировать растерянность, неочевидность, спорность возможных ограничительных мер и масштаб беды (только в онлайн-медиа обсуждались «трения» московских и федеральных властей).

Разумеется, не сразу нашли спикеров по теме: от экспертного языка ученых, медиков, реальных специалистов аудитория дневных телевизионных шоу давно отвыкла. Смысловая чехарда, когда в одной программной сетке начинают жить серьезные экспертные дискуссии и конспирологические сюжеты с псевдоэкспертами или «шапкозакидательскими заявлениями» в стилистике доктора Мясникова, разумеется, вносили информационную смуту. Такая мерцательная стратегия, иногда даже метания между здравомыслием и вопросами «от имени людей» (Шейнин/Гордон), в сочетании с мелькающими в эфире политиками и чиновниками («всенародно поддерживаем Конституцию и голосование»), политологами — «отрицателями» и «конспирологами», патриотами — «мы в кольце врагов», «вокруг происки», —

отражают стратегию правящего политического класса в борьбе с пандемией (либо ее отсутствие на первом этапе, либо сознательную неясность).

В том числе и из-за отсутствия разъяснительных и понятных людям сюжетов и программ в первый период эпидемии, часть разумных антиковидных мер (местных властей и, прежде всего, московских) на фоне колебания федерального центра в момент кризиса к концу марта, вызывали негативную реакцию у общества.

«Недокарантин» и новая ритуальность

25 марта

#карантинсмедиа Понятно, что вчерашний визит в Коммунарку был показательным. Ждем. Видимо, «братья и сестры» (Путин обратиться к нации)

26 марта

#карантинсмедиа Теперь каждый ютубер, интаграммер, скайпер и зуммер может больше не испытывать комплексов по поводу картинки. Большое информационное ТВ (Р24 — первый из федеральных) из своих сияющих студий переехало на удаленку: камеры на домашних компьютерах, «ухо» — обычные наушники, иногда подвисает зум, коры включаются на фоне стен и полок собственных квартир, на «выпуске» в студии очевидно ограниченное количество людей, которые, скорее всего, уже работают в карантинных сменах. Уникальный опыт этого непростого технического эксперимента наверняка повлияет на перспективы существования инфраструктуры городских ТТЦ, круглосуточных каналов и дорогих новостных ньюзрумов.

PS. Теперь в сетях шутят по поводу несделанного вовремя ремонта, обсуждают обои и разнообразие полок и их содержимое. С проблемой «фона» столкнулись на неделе и многочисленные университетские преподаватели, перетекшие в онлайн.

Если что, то в зуме есть функция «фона» — можно выбрать картинку на задник)))

27 марта

#карантинсмедиа с середины недели стали приходить сообщения в личку — «письма» от подписчиков. Привожу одно из них — типично:

«Здравствуйте, Анна! Предлагаю ввести в общественное пространство тему — призвать телевизионные каналы в выходные к массовому показу кинокомедий и комедийных сериалов. Известно, что депрессивное состояние значительно снижает иммунитет человека, а население полностью задавлено депрессивными новостями. У вас много связей в телевизионной сфере. Предлагаю „вбросить“ такую инициативу».

Ну вот, вбрасываю!

И вопрос. С учетом того, что новости такие скоро не исчезнут (напряжение и тревожность будут повседневными, ну и мы же не хотим «запретить» плохие новости?!)), а мобилизационный фон и тема пандемии останутся основными во многих других общественно-политических программах и шоу, то как, по вашему, телевидение должно перестроить программную сетку? Комедии и юмористически сериалы помогут?

28 марта

#карантинсмедиа М24. Прямой эфир. Сквозная тема — сидим дома. Москва ушла в онлайн. Работают профессионально — спокойно, без стеба и пугалок. Информировать, напоминают, объясняют. Судя по картинке, улицы и площади в центре пусты, у единичных окошечек фастфуда — разметка дистанции. Очередь небольшая (в основном, молодежь), но дистанцию соблюдают не очень. Сквозная рубрика новостей: «А нам все равно?». Коры М24 включаются из парков в районах больших жилых кварталов (Тарлицкий, Черкизовский), от разных городских прудов. Если судить по общей картинке всех включений, десятки людей у мангалов, в беседках, на скамейках, на пробивающейся

травке, на набережных. Микрофону не рады, говорят не очень охотно, отворачиваются, некоторые — бравируют: «А я не болею», «Мы не заразные», «А мне только 62», «У меня ДР», «Погода хорошая, когда испортится, тогда и изолируемся», «А у нас все равно корона» (шутили, надо полагать). Да, очень трудно принять изменившейся мир...

29 марта

#карантинмедиа Рекомендации от Союзмультфильма для детей. И наступивший повсеместно с субботы новый этап информационного сопровождения пандемии. В межпрограммке основных каналов — социальная реклама от Стопкоронавирус. рф и флешмоба докторов «Они остались на работе ради нас, останьтесь дома ради них». Обращение «лиц» каналов, известных людей — актеров, певцов, режиссеров — сидеть дома, мыть руки и соблюдать дистанцию («справимся вместе!»). Памятки про фейки и проверку источников — в новостях, правовых программах, передачах о здоровье, которые обязательно начинаются со сводок и инфографики о самочувствии планеты. Вещание из дома — от резидентов Комеди до ведущих круглосуточных каналов. Сквозная тема — соблюдение мер изоляции (включение с улиц/парков/набережных/шашлычных мангалов); тема про жизнь онлайн (платформы/сервисы/досуг/здоровье/образование) сдвигается в выпусках к концу. Сюжеты во всех ЧПешных программах и «дежурных частях» о бизнесе на коронавирусе, циничных мошенниках, экстрасенсах, якобы врачах, перекупщиках, аферистах, наживающихся на беде (в том числе про фальшивые сайты и рекламу медпрепаратов в соцсетях от якобы известных телеведущих и врачей). Плашки, бегущие строчки, хештеги «будьдома/сидимдома/лучшедома/оставайтесьдома» на всех экранах — от телека до МТС и Яндекс. В репортажах — включение от/из развернутых/строящихся инфекционных больниц/первые кадры из реанимации 67-й больницы с заболевшим мужчиной, который никуда не выезжал (программа «Здоровье»). Первый в федеральных новостях — после начала мобилизационного

эфира неделю назад — эмоциональный видеоролик из Италии от сына, потерявшего мать (пока очень аккуратно), рассказы о разворачиваемых моргах в зарубежных городских больницах. Ну и ежедневный отчет мэра Москвы, благодарящего большинство москвичей за самоизоляцию. Сегодня 1000 заболевших в столице и 52 тысячи гулявших накануне на объявленных для самоизоляции каникулах.

30 марта

#карантинсмедиа

Артем Шейнин сообщил в эфире Первого, что нарушает законы жанры. Снижает градус ток-шоу из-за того, что люди у экранов и так наэлектризованы. То есть орать и перебивать в студии Первого временно не будут. Не до провокационной запальчивости. Время показывает

31 марта

#карантинсмедиа утренние новости по телеку. После «статистики пандемии» и отчета о том, как режим изоляции шагает по стране, **впервые** подробный репортаж об умных китайских кодах из Поднебесной, выходящей из карантина. В кадре — люди в масках, дистанция везде, ограждения везде, охрана, посты, скан-аппараты у входов в любые пространства, в том числе в собственный дом — повсеместно. Интонация репортажа — нейтрально-одобрительная (QR коды — зеленый сертификат здоровья; можно забыть паспорт, но нельзя забыть телефон; пропускной режим соблюдается; китайцы привыкли, понимают, что нужно, — подтверждающий синхрон). Разминают тему. Готовимся.

31 марта

#карантинсмедиа Поскольку все, встречавшиеся с Денисом Проценко — от президента и мэра до членов правительства, — сейчас должны изолироваться, то у них будет своя история про проживание в замкнутом пространстве. Так что у народного ки-

ноальманаха Бекмамбетова в формате скринлайф могут появиться неожиданные персонажи и истории для экранизации (ссылка на сайт Скринлайфа)

1 апреля

#карантинсмедиа Вот это правильно. И по-человечески. Потому что исключительно «консервные» передачи про путешествия из до-коронажизни все страннее и страннее смотрятся в нынешнем эфирном **#сидимдома**. Путешествия из допандемийной эпохи теперь как повторы старого кино — драгоценный архив. Ну а «Орел и решка» — в новом формате. **#пятница** умеет) [6]

3 апреля

#карантинсмедиа 20 лет назад мы зависали в минималистическом красно-черном пространстве ночного «Гордона» на НТВ. Это была такая вызывающая и демонстративная антителевизионность. Сотни ученых два или три сезона еженедельно погружали нас в свой научный опыт (без больших упрощений) и в завораживающий процесс мышления. Нынче — трансформация-реинкарнация — привет, коронавация! Теперь Гордону в вечере Док-Токе приходится довольно активно работать «переводчиком» с научно-вирусологического-эпидемиологического (Малышева ему — в помощь). Эффект зависания от «научной магии» опять возникает. Не только от употребления слов, которые слышишь впервые, но и от созерцания свежих, не замыленных экраном лиц ученых и исследователей, которые не орут и никого не шельмуют, размышляют прямо в кадре, свободны в суждениях, пытаются объяснить происходящее с короной. Таких лиц — в том числе женских — мы не видели на большом телеке лет десять. Телевидение вынужденно пересобирается.

3 апреля

#карантинсмедиа Сейчас во всем мире телевизионные новости похожи, особенно по картинке. В межпрограммках —

на всех языках слоганы и призывы про «сидимдома» и «вместе справимся». В эфирах обращаются, читают, поют «маленькие — большим» (дедушкам, бабушкам), «большие — маленьким» («звезды» читают сказки и пр). Ведущие развлекательных шоу сидят на карантине, ведут программы из дома с собственными домочадцами — ребятами и зверятами. Минимализм студийных записей и закадровая «кухня» медиапроизводства становятся частью форматов. Ведущие наших общеполитических сквозных эфиров (о, ужас, даже Шейнин) сейчас работают как круглосуточные спрашивальщики «от народа» про главное. То есть просто занимаются, наконец, профессией.

6 апреля

#карантинсмедиа#медиагигиена телек нон-стоп обсуждает и пытается разъяснить формулировки и трактовки скоростных документов «с колес»: «Иисус с собакой на Патриках», «шеллак и спа для богатеньких» — хотя, темы из соцсетей для столицы, а в регионах вон и границы между областями могут перекрыть. Пока еще бестолково обсуждают про необходимость помогать микро-бизнесу и ИП (а можно показывать не дурноватого депутата с хайпом про «мародерство», а рассказать, например, о практике Германии — в качестве пожелания редакторам и продюсерам). За актуальной повесткой новости и разговорные программы все-таки успевают (сегодня опровергали около-медицинского ютубовского гуру, уже неделю обещающего населению исцеление от всего с помощью куркумы и имбиря). Но вот как бы еще объяснить депутатам и прочим ответственным товарищам и господам, что их нахрапистые и самоуверенные суждения по поводу вируса (врачи и вирусологи в отличие от них очень подбирают слова), мягко говоря, неуместны. А тиражируемые выражения типа «эти с чемоданом вирусов из Куршавеля», «таскающиеся по заграницам», «чо это граждане вспомнили про паспорта и ломанулись на родину», «у нас в эти заграницы ездят не пенсионеры, а молодежь (интонация — с издевкой)» — это часть «языка вражды». Разобщающе-

го, разжигающего ненависть к разным социальным группам. Он точно не помогает обычным соседям не шарахаться друг от друга. Этот как бы не «клоачный» язык, конечно, еще накладывается и на многолетнюю работу самого телека по разоблачению всех «чужих», «других» и «вражин» под боком и за рубежами родины. Но нынче-то лучше бы не повышать градус тревожности и агрессии. Этого и так через край. Да и всем нынче полезно не только мыть руки, но и следить за языком, выбирая выражения!

11 апреля

#карантинсмедиа Зал Большого пуст. Но музыка звучит. Артисты на исторической сцене. Симфонический — в разбегающейся мозаике зума. На связи — врачи. Марафон солидарности в прямом эфире сейчас на России1. Пробирает. Но, судя по реакциям, и возмущает тоже: пример для людей дурной (без масок), дистанция — не очень. При этом в кадре клавиши обрабатывают, штатив для микрофона, стулья убирают и выносят работники сцены в масках и в перчатках — это все, конечно, тоже новая визуальная реальность! Живой концерт нынче — неоднозначное решение. И то, что Первый начинает музыкальные вечера из домов, как и запущенный музыкальный марафон на «Дожде» еще три недели назад, выглядит разумнее. Но я — как бы это ни звучало сейчас — вижу в зрелище из Большого без публики — не только эмоциональный акт поддержки и солидарности, но и очень важный месседж на будущее. Многие и многие массовые события — от спортивных на стадионах до карнавалов на улицах — будут опасны. И даже в театрах и музеях, возможно, какое-то время предстоит соблюдать дистанцию. Вот это новое понимание про нас в пространствах красоты и праздника должно стать частью новой телевизионной картинки! Хорошо бы, правда, про это еще и говорить. И чаще, чем раз в 30 минут — тут правы возмущающиеся, — в этой солидарной концертной истории показывать закулисы. Про то, как там с дистанцией, клавишами и микрофонами. Так что у меня ощущение все-таки смешанное, но и пустота

исторического зала сильнее многих слов. И интонация у ведущих — Златопольской и Малахова — человеческая. А вы что думаете? [7]

13 апреля

#карантинсмедиа Будни телевизионных трансляций времен пандемии. Миланский собор (концерт из двух человек для 26 миллионов, трансляция — вклад Ютуба) и Нотр-Дам (службы из пяти человек — специальная трансляция французских каналов из закрытого год назад из-за пожара собора). Телевизионные группы за кадром. Но иногда вдруг мелькает оператор-стедикамщик. Съёмочная группа в Париже, как и музыканты в Нотр-Даме, в защитных комбинезонах и в цветах тамплиеров. Тенор Андреа Бочелли участвует в кампании чрезвычайной помощи в связи с пандемией, фонд певца собирает деньги, чтобы помочь больницам для покупки оборудования, необходимых для защиты медицинского персонала.

17 апреля

#карантинсмедиа В ежевечерний ритуал аплодисментов нашим врачам я не особенно верю (хотя буду рада ошибиться). Особенных традиций нет, отмашки никто не дал. К тому же недоверительные мы (с соседями-то редко кто здоровается, а сейчас еще и шарахаются), соучастие проявляется чаще всего не публично. Конечно, за минувший месяц доктор/медик, как медиаобраз, стал доминирующим. А вот акценты и интонация очевидно менялись. Оставим пока за скобками новых «студийных говорунов» от медицины, посмотрим на реальных докторов и медсестер, спасающих жизни в жестких условиях развернувшейся пандемии (в «нечеловеческих и сложнейших» спасают только британские, американские, итальянские). После того, как президент осуществил «хождение» в Коммунарку и признал врачей «солдатами этой войны», в эфире федеральных каналов плескалось восхищение нашими докторами и умиление врачебным флешмобом «оставайтесь дома». Не прекращались сквозные включения главврачей Комму-

нарки, Склифа, других перепрофилированных больниц Москвы. Затем эта эмоциональная, воодушевленная и благодарная реакция стала постепенно замещаться обсуждением коллапса медицинских систем в других странах, эффективно разворачивающейся нашей, показом выздоравливающих и поправившихся (медики за кадром). Про врачей, конечно, по-прежнему говорят: им сочувствуют и ради них просят «сидеть дома», их благодарят пациенты, появились репортажи про младший медицинский персонал. Но подробностей из приемных покоев, коридоров больниц и палат все меньше (короткие общие планы), включения из реанимаций все короче, видео самих врачей (особенно из сетей) свели к минимуму. В новостях — открываемые повсеместно новые корпуса больниц и стационаров, в кадре «людей в белых халатах» сменили военные строители, прорабы, начальники военных госпиталей, волонтеры. Концерт из Большого на Р1 в поддержку врачей (возможно, из-за скандала с обнаружившимися сотрудниками театра с положительными тестами) в большом информационном поле постарались смикшировать. В общем, тему «врачей-героев» как-то «подсушили». А на этой неделе появился новый смысловой поворот. Рутинный. Уже нет героизации отдельных врачебных лиц, теперь все — просто врачи, которые «просто работают вахтовым методом», они, конечно «с коронавирусного фронта» и «пациентам вместе врачами удалось победить», но «никакие они не герои (сами же говорят) — это просто их работа» и «они не считают, что совершают подвиг, они просто делают свое дело» (цитаты из репортажей новостей и шоу). Вот мне интересно. Эта трансформация «медиаобраза докторов/сестер» — от героизации (за пару недель некоторые стали телезвездами) до рутинизации (теперь, в основном, фон из людей в белых комбинезонах и масках) — неизбежное проявление нарастания эпидемии, накрывшей уже всю страну — и именно поэтому в эфир не дают подробности трудных будней, тяжелых больных и смертей? Или есть еще какая-то причина, чтобы не превращать врачей в героев, не инициировать флешмобы в их честь, не собирать помощь, не посвящать им эфиры, концерты и акции?

P.S. Ну вот еще один разворот. Вступительная подводка программы «Время» сегодня — параллели с Победой 75 лет назад, начальники госпиталей рапортуют по телемостам вместе с главами регионов, мэр Москвы о передислокации и перебросках, мобилизация и оборона во главе с Верховным главнокомандующим — главным нашим героем

17 апреля

#карантинсмедиа «Малый бизнес — это велосипед. Если ты перестаешь крутить педали, ты падаешь». Этих героев и таких разговоров на федеральных каналах, по-прежнему, так и нет. «Редакция» (еженедельная программа и Ютуб канал Алексея Пивоварова) реагирует. И вот ведь удивительное дело. Тревожность, чувство близкого краха, стресс, неопределенность — все эти слова звучат в выпуске. Но вот ощущения катастрофы нет. Потому-то в кадре свободно говорят деятельные люди. Которые говорят то, что думают. И думают при нас прямо в кадре... «Надо просто готовится к тому, что уже началось... Но крах это не смерть. Ветер задул... Жизнь продолжается. Страшно, но интересно»

17 апреля

#карантинсмедиа «Голос» в прямом. Впервые без зрителей. С санитайзерами, масками и перчатками. Съемочная группа в средствах защиты, все прошли тест на корону (все, говорят, в порядке). Нагиев рассказывает о предпринятых противовирусных мерах. Родственников — минимум. На сцене — «разобщенные» маленькие артисты. Нельзя обнять, нельзя поцеловать, рукопожатия запрещены. Трудно будет — особенно, если слезы. Новая эмоциональность самоизолировавшегося шоу для миллионов.

18 апреля

#карантинсмедиа Мировой стрим сегодня. В прямом эфире специальный глобальный гала-концерт «Единый мир: дома вме-

сте». Будут говорить спасибо врачам всего мира. Трансляция на телеканалах, платформах, в сетях. У нас — тихо покажут на MTV Россия завтра, 19-го.

Концерт организован ВОЗ и Международной правозащитной организации Global Citizen. Мир узнает о врачах и медсестрах, которые рискуют собой ради других, об опыте выживания семей из разных стран мира. Будет сбор средства. Ведущие — популярные телешоумены Джимми Фэллон, Джимми Киммел и Стивен Колберт. Участники концерта Леди Гага, Андреа Бочелли, Билли Айлиш, Билли Джо Армстронг, Крис Мартин, Дэвид Бекхэм, Эдди Веддер, Элтон Джон, Кейси Масгрейвс, Лан Лан, Малума, Пол Маккартни, Приянка Чопра Джонас, Шах Рух Хан, Стиви Уандер и многие другие.

Транслирующие каналы и платформы: ABC, NBC, Viacom CBS, iHeart Media, платформы и сети канадской компании Bell Media; BBC One. Помогать обеспечивать трансляцию будут международные медиакомпании belN MediaGroup, Multi Choice Group, RTE и глобальные интернет-платформ Alibaba, Amazon Prime Video, Apple, Facebook, Instagram, Live XLive, Tencent, Tencent Music Entertainment Group, TIDAL, Tune In, Twitch, Twitter, Yahoo и YouTube. Жаль, что мы (с нашим опытом Евровидения, Олимпиады, новыми онлайн-сервисами и видеоприложениями сотовиков) в этом теле-интернет-цифровом интернационале почти (не считая MTV Россия) не представлены. Хотя за две недели с того момента, когда ВОЗ объявила о планируемом концерте, могли бы, наверное, подключиться

19 апреля

Экраны воскресной ночи. Сияющие пустые храмы пасхальной заутрени, домашние ноуты и телефоны с картинками трансляций и свечами, 8-ми часовой теле-видео-интернет-марафон благодарности и поддержки врачам всего мира «Единый мир: дома вместе». Экраны не разъединяют) **#карантинсмедиа**

21 апреля

#карантинсмедиа Коммунисты — онлайн! Новый формат старого торжества на удаленке. Всесоюзное интернет-собрание: Лобков: «Всесоюзное (!) торжественное интернет (!) -собрание в честь 150-летней годовщины со дня рождения В.И.Ленина (!) Это какой модернизм? Пост-, мета-, архи-? Посмотри в свое виндоуз, все на улице красно».

22 апреля

#карантинсмедиа Только что подводка в новостях: «Сегодня должно было состояться голосование по поправкам в Конституцию. И состоялось бы, если бы не коронавирус». Тут можно было бы поставить точку. Но дальше картинка с данными соцопроса (реально провели!) про то, сколько граждан пришли бы на участки. Новый жанр «если бы, да кабы...» И вот такие «новости» перемежаются с промо-роликами «одобрямса» грядущего (?) голосования, которое должно было состояться сегодня (!), но неизвестно, когда еще будет (и будет ли). По стилистике (и до беды) постановочные ролики смотрелись невероятно архаично, но нынче они еще и противоречат актуальной повестке (народ в кадре поддерживает поправки «без масок»))). Сочетание этих роликов из прошлой жизни и нового жанра «если бы, то...» выглядит уже полным абсурдом)))

P.S. Оказывается, в этой истории есть и юридическая коллизия. Президент поправки-то подписал, они после 22-го — если бы голосование случилось — должны были вступить в силу. И вот теперь не до конца ясно, какая у нас Конституция — еще ельцинская или уже путинская? Так что телек в очередной раз отзеркалил и зафиксировал абсурд

22 апреля

#карантинсмедиа В прямом эфире мучительно перебирается, пересобирается язык описания нашей новой повседневности. Все хуже и хуже «работают» цифры: на первом этапе «сводки» помогали окартинивать эпидемию, но теперь они уже мало что объясняют. Все очевиднее, что стратегии властей по борьбе/

адаптации к пандемии в разных странах разные, и пока совсем не ясно, как выиграть всем. Все понятнее, что простых объяснений происходящему не будет, а мир, становясь глобально прозрачным (наука и политика творятся на наших глазах в стримах, сетях, мессенджерах), только усложняется. Телек мечется. Между старой и понятной риторикой большинства чиновников и политиков (военная/мобилизационная/ограничительная) и востребованной, но часто сложной риторикой врачей и ученых (объясняющая, уточняющая, спорная). На самом деле это хорошо. Когда в массовый контент входит картинка и язык усложнившейся действительности (от отраженного в отраженных миллиардами экранов до миллионов новых подписчиков нерусских и русских «нетфликсов»), это дает возможность заговорить на языке соучастия, объяснений, изменений, экспертизы, оставив позади старые метафоры, «язык вражды» и «прошедших войн» в широком смысле. Мы все вместе сейчас проговариваем меняющийся мир

24 апреля

#карантинсмедиа «Заразный» город в каком-то смысле все равно живет по проагрейтчиным правилам эпидемий 12 века. Цифровой карантин на въезд/выезд/передвижение, цифровые камеры следят за нами (в чумных городах горожане тоже были обязаны появляться в окнах ежедневно). Проверяющие с мобильными — районные интенданты с ключами от домов. Цифровые переключки с помощью смс и QR-кодов. Еда-онлайн — аналог корзин на веревках в средневековых городах. Разрешенные передвижения для врачей, силовиков, работников мэрии и похоронных команд. Коллапс экономической жизни. Испытание для правителей и политиков (права приостановлены, тотальный контроль, путаница и беспорядок многое списывают). Подозрительность к «чужому», животным, соседу, агрессия и желание кого-то назначить виноватым и прокаженным, пульсирующий страх заразиться. Костров и смертной казни нет — все-таки продвинулись по цивилизационной шкале))). Наступила «голая жизнь» (термин биологов) — где-то там обнулилась «жизнь

прежняя», впереди — неочевидное будущее, а мы зависли в самоизолированном настоящем. Мобильный вирус произвел масштабную прошивку всего. И тут важно просто не дать друг другу расчеловечиться. Говорить, быть на связи и помнить про интонацию. Все-таки мы уже не в 12 веке.

24 апреля

#карантинсмедиа Про анонсы и интонации (перелистали городские каналы): «Тотальная дезинфекция! Москва еще никогда не была такой чистой!» (приподнято). «Враг у ворот» — новый очаг в Харбине (напряженно). Умерли..., заболели (перечислительно рапортуя). Врачи перегружены (буднично). «Держитесь подальше», «запретная близость» — в транспорте проверяют дистанцию и штрафуют (игриво, с прищуром). «Тяга к богу» — опять полный храм (протяжно, с попыткой сарказма). Все-таки профессия — это еще и чутье на «гул времени и языка». Редкое качество. Трудно научить

26 апреля

#карантинсмедиа Это самый трагический выпуск «В эпицентре». 14 минут про живых и мертвых. В телефонных интервью, голосовых сообщениях, записях-заметках и лайфах из больниц — врачи, медсестры, пациенты.

Соня Гройсман (SonyaGroysman)

оставляет голоса истории. Послушайте...

28 апреля

#карантинсмедиа вот ТВК «прилетело» за видео от «Отрядов Путина», которое красноярский канал показал в эфире 20 марта. В уже удаленном с сайта канала ролике пенсионерки проводят «обряд обкуривания России от инфекции» и выбрасывают в помойку картинки с изображением коронавируса, который, по мнению активисток, придумал Трамп. А вот видео «шутки Клейменова» в программе «Время» — 5 февраля на Первом вышел сюжет о конспирологических теориях происхождения вируса, и веду-

щий в подводке типа «с иронией» связал китайский вирус с Трампом, раздававшим короны на «Мисс Вселенной», — по-прежнему доступно. Кстати, ведра помойные в студию Первого тоже выносили еще до всякого коронавируса. Было бы неплохо, если бы Первый, например, вступился за коллег. Не говоря уж о вопросах к контенту «отрядов Путина»

30 апреля

#карантинсмедиа Весь день. В прямом эфире Дождя и на Яндекс. Музыке. Марафон «Прорвемся». Наконец и на нашем телеке. В поддержку медиков. Все-таки хорошо, что у нас есть **#Дождь** Наталья. Трансляция и на сайте Новой <https://novayagazeta.ru/.../85162-prorvemsya-onlayn...>¹, где вышел номер, целиком отданный под репортаж из «красной зоны» 52 больницы

1 мая

#карантинсмедиа Вся 6-ти минутная сцена «Мишустин сообщает в прямом эфире о подтвержденном вирусе», конечно, не импровизация, хотя «упражнения» Путин с ручкой в кадре и выдавали некоторую нервозность и необычность ситуации. Оставим пока то, что «за кадром», посмотрим на то, что нам визуально предъявлено. Помимо признания, что высшие чиновники болеют (все-таки эта тема, хотя и с интригой, но была отработана еще при Ельцине), о болезни второго человека в стране впервые сообщили в прямом эфире. От граждан ничего не скрываем, министры вместе с народом, болеет, как обычный человек, но и закон соблюдает — госпитализируется, чтобы не подвергать опасности коллег. В прямоэфирной развязке продемонстрировали и «человеческое» президентское — то есть проявлено сочувствие

¹ https://novayagazeta.ru/articles/2020/04/30/85162-prorvemsya-onlayn-marafon-v-podderzhku-vrachey?utm_source=krik&fbclid=IwAR19-ROWbfByR2KVqMB21BzZXLdqxHueVE7U7e8jrJJ4B-PgOPaMCSTKFFM

начальника, пожелавшего подчиненному поправляться с просьбой позвонить из больницы. Теперь по драматургии «премьерский» сюжет должен развиваться. Видимо, можно ожидать репортажей о протекании болезни высокого чиновника: кстати, в методичке АП, про которую МБХ Медиа писали еще 15 апреля, информационный сценарий по модели освещения болезни британского премьера Джонсона имелся ввиду. Именно потому, что сериал должен продолжаться на массовых экранах, Мишустина вряд ли «задвинут» на информационную периферию и не вернут обратно. По оптимистическому сериальному сценарию, премьер должен поправиться на глазах у всей страны и вернуться в строй. Досмотрим. Ну а самому просто Михаилу Мишустину – просто выздоровления [8]

1 мая

#карантинсмедиа Наконец, и на Первом. 3 мая. Концерт «Спасибо врачам» (без сбора средств). Ну хоть так

3 мая

#карантинсмедиа Ндааа... Михалков – это вам не оперный певец из Владикавказа. И в эфире госканала выпуск «Бесогона» «У кого в кармане государство» все-таки вышел. И на ютубе у запрещенного к повтору в эфире «Бесогона» просмотров уже больше миллиона. И в нем, кстати, не только про Гейтса. Там еще экономический разоблачитель Хазин, борец с цифровизацией доцент Четверикова, которую частенько зовут на нишевые каналы, и наша «лайт версия Гейтса» – Греф (в интерпретации «Бесогона» – «наша вражина»). Ребята из телека, ауууу! Вы допрыгаетесь со своими «бесогонами», «плоскими землями», «великими тайнами воды», которые десятилетиями шли и идут в федеральных эфирах, получая ТЭФИ. Вышки МТС начнут жечь не только в горных селах! С инфотейнмент-конспирологией можно заигрывать в мирное время, нынче – чревато. Особенно, если в ход пошла «тяжелая артиллерия» типа Михалкова. Впору разворачивать большие общедоверительные дискуссии – но же-

лательно не с завсегдатаями малофеевского канала «Царьград» и блогерами в качестве экспертов. Кстати, сюжет в «бесогоновской» стилистике с такими якобы экспертами в качества разоблачителей Гейтса неделю назад был и в программе «Человек и закон» на Первом — разумеется, назван, расследованием) **#медиаграмотность#понимаямедиа**

3 мая

#карантинсмедиа Оооо!!!! Аншлаг! На канале «Россия 1». Советско-российская юмористическая передача 1987. С Региной Дубовицкой! Регина нынешняя — в жемчужном цвете (нежный оттенок) на фоне сиреневато-розового задника. Говорит про социальные сети и популярное там из минувшего. Вот пошел «Вжик» («вы включили компьютер в розетку и пошли отдыхать», «выключает компьютер другой специалист» и пр.), а вот «Блондинка за рулем» («поехала в гипермаркет, чтобы купить пожрать»). Постаревшие аншлаговцы анонсируют себя 20 лет спустя. И крутят старые номера. Со смеющимися людьми в залах и студиях на перебивках. Из прошлой жизни. Психотерапевтические консервы от нехватки контента? Или перестройка???)

8 мая

#карантинсмедиа Как же все-таки за минувшие два месяца обнулилась вся телевизионная ритуальность! Сначала из-за коронавируса пала конституционная кампания: ролики с людьми без масок «за поправки» — это информационный шелест, не считается. Потом — непразднование 20-летия царствования и первой инаугурации: 7 мая, несмотря на воскресные предупреждения, по телеку не было ни одного сюжета. Впервые за многие десятилетия — и это реальное обнуление исторической ритуальности и уникальной зрелищной скрепы — не будет трансляции парада Победы. Впервые 9 мая нам покажут другое зрелище. Впервые первое лицо обратится к стране не с мавзолея и не с трибуны на Красной площади. Может быть, обращение снято на удаленке на виртуальном фоне (хотя все-таки

вряд ли), может быть, записано на днях (например, у могилы неизвестного солдата), а может, и придуман особый прямой эфир. В любом случае уже понятно, что весь этот новый ритуал будет визуально и символически каким-то иным. Железо прогрохочет над головами, города откроются всем с птичьего полета (воздушный парад), а на земле камеры, наверное (точно не знаю), будут сосредоточены у вечного огня (кстати, мало кто из телезрителей знает, что минута молчания, как ритуал-молитва, появилась сначала на телевидении в 1965-м — огонь зажигали на Шаболовке, а потом уже был построен мемориал у кремлевской стены). Так что все, кто интересуется историей ТВ и трансляцией символических смыслов, можем зафиксировать эти новые для телека экранные вехи.

9 мая

#карантинсмедиа Переключая каналы. На Первом пошли «Диверсанты» (сериал), на России1 решили повторить Парад Победы 2019 года, на ОТР — Парад Победы 45-го (цветная версия). Зато прямую трансляцию натурального парада можно сейчас смотреть на канале МИР — это какое-то параллельное зрелище! В прямом эфире привычное (трибуны, войска, зрители), на русском. Но из Минска! Маски — редкость. Лукашенко на трибуне: «В этом обезумевшем мире... нас осудят за место и время этого парада... но пусть мы будем единственными на постсоветском пространстве... мы преклоняемся перед всеми победителями» (про вирус и эпидемию — ни слова). Монтируется с речевым оборотами «в нынешних обстоятельствах» на российских госканалах — в День Победы у нас тоже не произносят слово «эпидемия». Ну а на канале «Победа» — уникальное зрелище впервые собранной в таком объеме оцифрованной хроники Парада Победителей (и сбора гостей, и закулисья — Жуков перед выездом, Буденный, что-то долго толкующий Сталину). Почти 3 часа, 1500 м пленки, комментирует Игорь Кириллов (стилизовали под привычные советские трансляции). Уникальное синкопированное телезрелище

этого ни на что не похожего победного карантинного мая **#карантинсмедиа**

9 мая

#карантинсмедиа 9 мая 2019 этот канал начинался в формате «медленного телевидения». Весь день камеры стояли у Кремлевской стены. В кадре — пламя вечного огня, морозящий дождь, смена почетного караула. Безлюдно (центр перекрыт). На несколько минут к мемориалу прорвался ветеран, с трудом опустился на колено, поднялся, склонил голову. Цветы на граните. И снова только огонь... Завораживающая текучесть прямого эфира. Созданный к юбилею в пакете Первого диджитл, канал «Победа» <https://pobeda.tv> особенно не пиарили и не продвигали. В начале мая этот тематический новичок впервые ворвался в Топ-100 цифровых платформ (46 место в апреле — <https://br-analytics.ru/blog/top-100-april-2020/>¹). Гибридный — в интернете и дальнем кабеле. Форматно совпал со временем на удаленке: фильмы, оцифрованные архивы, народный конкурс домашнего видео. 9 мая на «Победе» покажут тот самый победный парад 45-го. Но не в известной документальной версии, а сложив почти три часа архивов, без изъятий и перебивок. Оцифрованы 1500 м пленки, эксперты-историки всмотрелись в лица гостей и участников. Парад пройдет в прямом эфире в реальном времени, со сбором гостей и участников. С привычными для телека дикторами, которые в своей традиционной манере объясняют, что происходит на экране и кто в кадре. Ну а сутки назад — в 19.45 — на «Победе» стартовал 75-ти часовой марафон песен и стихов о войне. 60 тысяч работ из 59 стран и трех тысяч российских городов и сел. Народный конкурс с народным голосованием. Народ, конечно, разный, ролики — тоже. Есть и неловко снятые в неумелой

¹ <https://br-analytics.ru/blog/top-100-april-2020/?fbclid=IwAR3Zt1NvMK1kbWqDXmqE-f4ct-T8vLSXzrq08NRMO2DLjzxsFTqYWCYuesA>

стилистике домашнего видео. И наверняка сделанные с помощью местных администраций (дроны, студии, костюмированные инсценировки и реконструкции). Много лубочных, но живых. Есть и исполненные со вкусом — и музыкальным, и визуальным. Большинство — искренние, не по разнарядке. Я довольно скептически отношусь к идеологическим (с оттенком новой религии) победным проектам, но, похоже, что этот онлайн-фестиваль сработал. Люди разных возрастов хотят петь и читать стихи о войне, пусть и в ожидании своей «минуты славы». Как и все нынешние сетевые ролики с экранным самовыражением миллионов, тут богатый материал для антропологов и исследователей исторической памяти. Для трех дней марафона из 60 тысяч видеороликов редакция «Победы» отобрала около двух тысяч. Совокупная аудитория голосовала за понравившиеся на сайте до 9 мая. Сегодня совокупное количество проголосовавших более пяти миллионов (ссылка на видео — оставляю тут вот этого молодого русского немца из Берлина с «Журавлями» Гамзатова-Френкеля)

9 мая

#карантинсмедиа Какая-то все-таки загадочная история с этим видео президента от кремлевской стены (извините, кому надоела, но уже интересно досмотреть, как переупакует к вечеру этот ритуал). Сначала чехарда с хроникой в прямом эфире: два канала резко «ушли» на хронику, остальные — вразнобой (в эфире НТВ и РБК показывали возложение Путиным цветов к мемориалу городов-героев). А теперь вот в новостях телеканала МИР эти кадры (именно на этой проходке вдоль плит городов-героев утреннюю трансляцию на Первом и России 1 прервала военная хроника) показали, а на Р24 — этих кадров так и нет. После произнесения речи в сюжете госканала встык идут кадры, когда Путин смотрит воздушный парад (в кадрах утренней трансляции их не было). Хронометраж что ли не рассчитали? Или какой-то из фрагментов — все-таки запись? [9]

11 мая

#карантинсмедиа Ну котики-летописцы сегодня должны с мемасиками оттянуться! Печенегов победили, карантин обнулили, а вот заражение не уронили! Рядовая обывательская «кукуха», как любит говорить один телеведущий, справляется не очень. То ли сидим дома, то ли не сидим? То ли работаем, то ли не совсем? Каникулы — все, а тотальный онлайн нет? Режим нерабочих дней нет, а самоизоляция — да? В столице все жестко, в стране — по ощущениям. И еще по телеку безмасочные сограждане по-прежнему по методичке что-то объясняют про поправки (вот где телевизионная стабильность — ничего эти ролики не берет!) А что там у нас с плато?! Ну да, между Сциллой и Харибдой)

13 мая

#карантинсмедиа Главный кремлевский летописец, как и мы все, видит своего верховного клиента только на экране — полотна о президентских буднях в Ъ уже второй месяц выглядят как телеобзоры. И вот, кажется, у Андрея Колесникова появился новый клиент. Заболевшие чиновники теперь важные ньюсмейкеры. Да, Дм. Пескову, конечно, выздоровления! — Вирус кровожадный https://www.kommersant.ru/doc/4343209?fbclid=IwAR2LTdCGhR11gxRi8rc1mqe_4IOuISBhAb415ABEqUba7h1sAYdo78WVtxg?id1892741

16 мая

#карантинсмедиа обкатка цифровой слежки с таким мирным словом «социальный». Это вообще-то нарушение всех возможных прав! Сиди и бойся в «идеальной тюрьме», даже если у тебя пневмония с температурой и ты социально ответственный. Передавай селфи 10 раз на дню, посылай смс, а потом еще заплати штраф в десятки тысяч, который «выписал» недоделанный алгоритм. «Сырое» приложение в действии! Свидетельства москвичей в истории от **Важные истории**

Надеюсь, все заболевшие министры тоже подключены к этому мониторингу!

AlesyaMarohovskaya

очень важно)

Александра Архипова

— посмотрите

28 мая

#карантинсмедиа Девять недель карантина-недокарантина позади. Весь зум-онлайн многие люди, далекие от медиа, все чаще коротко именуют эфиром (вот уж точно «расширение»!). Ну и нарратив телека начал меняться на полумирный: выздоровления, послабления, снятие ограничений с сохранением масочно-перчаточного режима, репортажи из открывающихся ресторанов, санаториев, рынков, парков, сообщения о том, что часть больниц, переоборудованных в инфекционные, возвращаются в прежний режим. Врачи в новостях перестали быть «героями и солдатами», теперь они рутинно едут оказывать помощь в «ковидные» регионы. В «Модный приговор» вернулся поправившийся Васильев, которого мучительно по очереди заменяли Пельш, Дибров, Цискаридзе. В ДокТок возвращается Собчак. Благодаря вирусу общественно-политические шоу федералов стали больше показывать страну — к примеру, мэра Саянска (40 тысяч жителей), где никто не заболел, хотя мэр ничего не закрыл, были перекрыты только дороги (этот самостийный мэр участвовал и в выпуске «Редакции» еще в апреле). Спустя месяц Путин окончательно освоился в онлайн-полиэкранном-бункерном формате с ежедневными селекторными совещаниями, встречами на удаленке (главы регионов), поздравлениями (в основном, силовиков) и редчайшим личным общением в мизансцене «сидим напротив» — в мае доступ к телу получили Золотов и Сечин (МЧСовец Зинченко не считается, мизансцена была «совещательной»). Судя по вчерашней картинке «встречи Путина с Собяниным», мэром столицы, президент недоволен: глаз не поднимал, рукой по столу постукивал, похвалу московским властям еле из себя выдавил. Может быть, в этом неудовольствии тоже ответ на вопрос — зачем в Москве ввели эти кафки-

анско-оруэловские прогулки в шахматном порядке по домовым группам в определенные дни в радиусе 2 км со сверкой режима на сайте с обязательной маской. Кстати, в новостях пошли сообщения о возобновлении репетиций парада Победы.

29 мая

#карантинсмедиа К доктору вопросов больше нет. Никаких. Так и должно быть после исчерпывающего разговора. Особенно, когда интервью — основной жанр и формат всех возможных цифровых платформ. Выпуск «Осторожно, Собчак» с доктором М — профессиональная работа

31 мая

#карантинсмедиа «Пышные проводы и коммерческие планы» (анонс новостей о запуске частной пилотируемой миссии Маска и НАСА). После «долгих девяти лет» старт с площадки, где «был положен конец американской космической программе» (подводка к сюжету в еще одних новостях). Плотная нарезка почти голливудских кадров старта — дети и жены астронавтов, Тесла, кинематографичные скафандры, видео из кабины-капсулы (приличный сюжет на Первом) идет после развернутых репортажей о «полицейском произволе» (анонс) и «беспорядках, которые не удастся подавить» (фраза в репортаже) в США (в выпусках уже либо не упоминают, либо упоминают вскользь, почему Америку захлестнули протесты). В верстке новостей, в подборе слов в анонсах и репортажах проскальзывает едва сдерживаемое злорадство (у них все-таки негров линчуют), угадываемое предупреждение (видите, к чему приводят беспорядки) и плохо скрываемая уязвленность (вынуждены констатировать, что все-таки через 9 лет, после конца и со второй попытки). Посмотрела утренние выпуски новостей федеральных каналов.

3 июня

#карантинсмедиа «...парад Победы — веха, голосование по Конституции — веха. Не смена вех, а веха за вехой! На пути

вперед. Куда именно — президент покажет...». Выдающаяся подводка («Время» от 2 июня). С 1 июня вирус — больше не главная новость в федеральных вечерних новостях! Парад с голосованием пока еще на 3—4 месте в верстке, но тревожные анонсы, с набатом цифр заболевших-умерших и собянинскими опасениями-предупреждениями, теперь вчерашняя история. Переходная — успокоительно-сомневающаяся реплика Пескова (переболел, похудел, отпустил бородку) про то, что к параду от «режима ограничений почти ничего не останется» — датирована 31 мая. 1 июня глава Роспотребнадзора Попова уже сообщает, что «голосование не приведет к ухудшению эпидемиологической обстановки», хотя выходящих в одиночные пикеты пока еще «винтят» (но не показывают) на основании как раз угрозы для этой самой эпидемиологической обстановки. Но на противоречия информобеспечения, как и на суть подводки про «путь вперед, но куда именно — известно только одному президенту» — уже никто не обращает внимания. За июнь в инфополе надо многое успеть перекоммутировать! И вот ради человека, который почти три месяца мучался выбором между карантином и парадом-голосованием, обставляют весь бункерно-совещательный спектакль. Члены правительства всерьез обсуждают даты двух «вех». Первое лицо (на камеру) звонит школьному министру — не помешают ли торжества ЕГЭ? Прямо в эфире сомневается по поводу совмещения «праздников». В итоге все утверждает, в том числе и два отдельных бюджета. И вот уже министр обороны рапортует о репетициях на Красной площади, а глава ЦИК «под камеры» проводит «симуляцию» голосования на участке. Ростовая фигура женщины из картона в маске стоит как будто на входе и как будто «измеряет температуру». На стойке рядом — одноразовые ручки, перчатки, санитайзеры. Есть отдельный выход, разметка на полу, паспорт предъявляется на расстоянии. Меж картонных муляжей и живых барышень передвигается Памфилова с микрофоном в руках — она знает путь (подводка Клейменова в программе «Время» была именно к этому сюжету). Телевизионные массы, «уставшие от осторожности» и одуревшие от недокарантина с выгулами, на-

чинают готовить к грядущим судьбоносным «праздникам». Вирус, конечно, телека не смотрит. Но может и пронесет. Лето все-таки. P.S. Ну и тема открывающихся отечественных курортов и нежелательности поездок за рубеж — тоже вовсю пошла (от новостей до «Жить здорово»). Так победим!

Комментарий к хроникам

Переформатирование телевизионных ритуалов

Из-за коронавируса очевидно пала конституционная кампания: заранее снятые одобряющие поправки рекламные ролики к концу апреля смотрелись в телепотоке, как контент другой — мирной — жизни. Приподнятые интонации простых россиян (лица без масок) сильно диссонировали с кадрами из реанимаций, бесконечных «удаленок», зумов, видеоконференций, разворачиваемых по всей стране госпиталей, с призывами соблюдать дистанцию, носить маски с перчатками, «беречь врачей» и друг друга. Впервые за 30 лет трансляция пасхального богослужения в Храме Христа Спасителя прошла без простых прихожан и первых лиц государства. В конце апреля формат «болезнь в прямом эфире» стал на телевидении привычным: сначала премьер-министр Мишустин объявил о своей болезни с экрана, затем новости регулярно стали сообщать о болезни/выздоровлении министров правительства, пресс-секретаря президента, известных актеров, певцов, телеведущих.

Отменилось эфирное празднование 20-летия первой инаугурации Владимира Путина. Наконец, впервые за почти полвека — и это реальное «обнуление» исторической телевизионной ритуальности и уникальной зрелищной скрепы — 9 мая на телевидении не было парада Победы. Впервые первое лицо обратилось к стране от вечного огня. В каком-то смысле коронавирус вернул «Минуту молчания» к изначальному телеритуалу, который в 1965 году появился как молитва о павших именно на телевидении в студии на Шаболовке. Так и не проясненная интрига со «сбоем» в прямом эфире во время возложения президентом

цветов (несинхронный показ специального хроникального ролика и некоторых элементов церемонии) стала иллюстрацией неизбежных в ситуации мировой эпидемии изменений казалось бы «вечных» телетрадиций. Не только пришлось обойтись без Парада, но и впервые в истории телетрансляций 9 мая существенно изменить формат с участием первого лица. Этот урезанный ковидом ритуал символически оттеняла трансляция многолюдного и безмасочного парада Победы из Минска на канале «МИР» (тоже как будто бы кадры из «другой жизни»).

Помимо двух специальных форматов, два десятилетия назад придуманных для Владимира Путина — «прямая линия» с народом и большая пресс-конференция президента с журналистами, — во время первой волны пандемии, по сути, появился третий. Мультиэкранное селекторное управление страной стало частью ежедневного новостного потока, рутинизировав и уравнивая на экране «общение» с представителями народа, членами правительства и лидерами других стран (избранные силовики и бизнесмены, физически допущенные «под камеру» в кабинет к президенту после прохождения карантина и сдачи тестов, требуют отдельного обсуждения).

Если визуально ритуализированные телеформаты менялись, то риторика первого лица мало чем отличалась от привычной для него уже многие годы, дрейфующей между «подвешенными» эвфемизмами, архаикой и модерном. Словосочетание «выходные дни» точно не помогло пониманию ситуации, добавляя неопределенности «недокарантину». А набег кочевников, «половцев и печенегов» (известная теперь цитата, превратившаяся в мем), отправляла граждан куда-то в темень веков, смешивая границы эпох, культур и мировоззрений. И ничего, по сути, не проясняя.

В дискурсе пандемии на российском ТВ можно выделить несколько нарративных рядов (дихотомий):

1) *«Верховная власть (президент) — исполнители (министры правительства и руководители на местах).* Почти месяц-

по казываемая в федеральных новостях «верховная власть» не могла определиться со стратегией публичного позиционирования. Поначалу, видимо, многие из принимающих решения, не очень верили в эпидемию, и, судя по всему, работала инерция допандемийной «повестки дня».

К концу марта неординарную коммуникационную задачу все-таки начали решать. Именно к этому времени определился курс на дихотомию «кодов-различий»: дистанцироваться от ассоциаций с проблемами в медицинской инфраструктуре, экономике, с неоднозначными мерами безопасности и защиты населения от смертельной угрозы (уровень президента) и одновременно зафиксировать ответственных за борьбу с эпидемией (уровень исполнителей — правительство и главы регионов).

Резкий экранный водораздел произошел 24-го марта, когда Владимир Путин съездил «в пекло Коммунарки» (позже президент рассказал, что хотел «своими глазами посмотреть», а 1 августа Денис Проценко заметил, что врачи не знали о приезде и не узнали Путина в противоковидном костюме).

25-го марта глава государства впервые обратился к стране и объявил о каникулярной неделе. Но в Москве уже 30-го — вопреки мягкой «нерабочей неделе» — ввели режим самоизоляции (эксперты предполагали, что «из-за шашлыков», на которые рванули граждане, на которых неожиданно свалились выходные). Вообще постоянная «игра со словами» не стабилизировала ситуацию, а добавляла неопределенности, снижая и без того существующее в российском обществе недоверие к властям и СМИ. Которое, в свою очередь, усиливает социальный пессимизм, обостряет чувство социальной несправедливости и сокращает горизонт планирования [10]. С одной стороны каникулы, самоизоляция, масочный режим (но не совсем карантин), а с другой — пугающее/алармистское «это новая война», «сводки с фронта», «боремся за каждую жизнь»

В начале апреля Владимир Путин практически на 8 месяцев самоизолировался, появляясь только и исключительно в двух визуальных режимах: на мультиэкране в самом большом «окошеч-

ке» совещаний (фронтальный, официальный план) и в кадрах из рабочего кабинета, из которого ведется сеанс связи президента с собеседниками на многочисленных экранах. Некоторые журналисты даже стали говорить о «цифровом бункере», особенно когда были показаны непривычные кадры пасхального «обращения к нации у камина» (видимо, отсылка к «каминным обращениям» президента Рузвельта). Распределение начальственного функционала визуально «разводил» и экран: президент совещается с правительством на разделенном экране видеоконференций, мэр Собянин в маске и перчатках на реальных «объектах» (глав других регионов стали показывать в федеральных новостях спустя пару недель после столичного градоначальника и, как правило, не в репортажах, а в зум-экранах на включениях во время правительственных совещаний).

Уже в первые дни принимаемых ограничительных мер обозначилась, а в следующие два месяца подтвердилась, неизменная за минувшие 20 лет установка для «большого телевидения»: «президент — сам по себе хорошая новость». Во всяком случае, так должно было быть. Поэтому «тему зла» (ковид) нельзя связывать с образом президента, особенно когда в доковидной коммуникационной стратегии предполагалась связка «образа Путина» исключительно с Победой (75 лет) и успешным переформатированием Конституции (поправки). Правда, судя по уже летним так и не поднявшимся рейтингам президента, несмотря на проведенный в июне парад, полученный желаемый результат голосования за поправки в Конституцию и запущенную вакцину, эта информационная стратегия вряд ли себя оправдала.

Вполне возможно, что самоизоляция Путина запустила и ускоряет «рутинизацию харизмы» действующего главы государства. На протяжении двадцати лет экранный образ строился как раз на противопоставлении энергичного лидера (в кадре Путин первого/второго срока всегда в движении — летал, взбегал, ехал, скакал, плыл, занимался спортом, энергично шел) и с немощным уходящим Ельциным, и с «тяжеловесами» Прима-

ковым-Лужковым (намеренно подчеркивалась немобильность, нахождение в замкнутых пространствах за столами и на трибунах), и с более молодым, но менее спортивным Медведевым.

2) Народ (массы), новые герои и эксперты (врачи/медики/ученые)

Телевидение довольно долго делало трудный выбор между информированием населения о течении эпидемии, обвальном росте зараженных, о смертельной опасности вируса и необходимостью уловить и верно интерпретировать часто противоречивые «послания» и разъяснения представителей власти. Вплоть до середины апреля — то есть почти месяц с начала реформирования программ телевизионных каналов и информационной повестки — докторов не именовали героями и «солдатами этой войны». Очевидно, не хотели смешивать с настоящими героями — победителями (проблема долгой неотмены празднования 75-летия Победы).

«Врачи просто делают свою работу», «они не считали свою работу подвигом» — таковы мотивы репортажей ранней весны. При этом медицинские эксперты (вирусологи/иммунологи/инфекционисты/главврачи крупных столичных больниц/сотрудники санэпиднадзора) к этому времени уже стали новыми телезвездами. В утренних и дневных шоу, в Док-Токе у Гордона, в вечерних шоу «60 минут» и у Соловьева на России 1 они заменили почти весь «передвижной театр» политологов-антиамериканистов и специалистов «по Украине», которые кочевали из эфира в эфир последние лет пять. К маю (в основном, уже после 9 мая) в новостях массово стали выходить репортажи из «красной зоны» больниц из регионов (от Рязани до Казани), ролики о поддержке врачей, «дневники врачей» — сериалы на местных ГТРК в сетевых «Вестях», циклы на Р24.

Телевидение, к сожалению, с опозданием, но все-таки продемонстрировало, что в принципе способно за месяц почти полностью обновить пул экспертов в общественно-политических программах. К середине марта-апрелю, судя по новым лицам докторов, инфекционистов и вирусологов, телевидение, нако-

нец, зафиксировало в качестве основных экспертов медицинских специалистов, хотя для создания конфликта в этом наборе иногда попадались и ковид-диссидентствующие врачи, что, конечно, добавляло недоверительности либо федеральным телеканалах, либо мерам властей по борьбе с коронавирусом [10]. Понятно, что официальный статус человека, выступающего в качестве эксперта (доверие институту, должностному лицу, человеку, занимающему высокое положение в медицинской иерархии), обладает существенным основанием для доверия к информации о коронавирусе, поскольку определенные социальные роли обладают кредитом доверия, особенно если речь идет о помогающих профессиях (Kramer, 1999).

«Народ» на экране был представлен в нескольких образных ипостасях:

— *«активные сознательные граждане»*: поддерживающие политический курс национального лидера, поправки в Конституцию — в основном, в роликах кампании «Наша страна. Наша Конституция. Наше решение» (главные акценты — не переписывать историю, сохранять традиционные ценности, быть патриотами, охранять целостность страны); к июню в эфир выпустили «звезд» — в поддержку поправок высказались деятели культуры и искусства (Сергей Безруков, Олег Газманов, Денис Мацуев и Александр Машков и др);

— *«несознательное народонаселение»*: (как правило, по мнению чиновников и политиков): «завезли из куршавелей» вирус, «шашлычный народ» (это с одной стороны), а с другой — «ковидиоты» — параноики, страдающие от коронабесия («от гриппа меньше умирает»);

— *народ на «удаленке»*: трогательные и жизнеутверждающие сюжеты/включения в утренних и развлекательных программах (семьи на самоизоляции — работа, спорт, учеба из дома; видеосвязь с родственниками — бабушками/дедушками);

— *люди «добрых дел»*: самые эмоциональные сюжеты, как правило, в новостях, рассказывающие о помогающих и сочувствующих обычных людях (шитье масок; еда для врачей; по-

мощь бездомным; выгул собак; перевозка на частных машинах медработников; доставка; помощь пенсионерам; в детских интернатах воспитатели ушли на самоизоляцию вместе с воспитанниками). Были и немногочисленные истории о работе благотворительных фондов и организаций (помощь пожилым людям в пансионатах и интернатах);

— *«волонтеры»*: эту часть «человеческих историй», как правило, представляли молодые люди, которых в информационных программах выделяли особо. То есть были просто помогающие люди (см. пункт выше), но про эту категорию граждан рассказывали в первые недели ограничительных мер. Затем все больше и больше к просто людям «малых дел» стали добавлять специально маркированных волонтеров. В эфире зазвучал слоган: «Когда закрыты двери — открыты сердца». Молодые люди-волонтеры, как правило, в кадре тоже шили маски, формировали продуктовые наборы, помогали пожилым людям, работали в медицинских колл-центрах. Но довольно часто на жилетах, толстовках и футболках добровольцев и волонтеров зритель видел логотипы «Единой России», «Молодой гвардии» и ОНФ. Из всех сочувствующих и помогающих именно волонтеров особенно выделял и президент.

3) Новые-старые образы врагов (вирус — американцы — отрицатели). С одной стороны, ковид-отрицателей и панические «фейки» разоблачали в новостях, но одновременно конспирологическими «страшилками» загружали в так называемых журнальных и авторских программах. Как на основных федеральных (Человек и закон/Бесогон/программы РЕН), так и нишевых, ютубовских каналах (Царьград). Особенно досталось Биллу Гейтсу, а также и нашим «апологетам» цифровизации и IT-технологий. В конце концов, спустя почти два месяца после официального признания, что страна, как и мир, вошла в пандемию, «антигейтсовщина» и «ковид-диссидентская» риторика в самом ее агрессивном проявлении была выдвинута из прайм-тайма на периферию федерального эфира или в ниши каналов немассовой аудитории. По-видимому, возобладали

опасения, что «под раздачу» попадают отечественные продвинутые цифровые «мишустин и греф», а «лидеры мнений» из числа творцов и представителей шоу-бизнеса, солидаризирующиеся с отрицателями в соцсетях, могут вызвать неуправляемые массовые эффекты. На госканалах тему «зачехлили» (в том числе, например, стали с осторожностью приглашать в дневные шоу К. Малофеева, идеолога «Русской весны» и владельца «Царьград ТВ», который в феврале практически постоянно вещал из студии программы «Время покажет», а на России 24 закрыли программу Н. Михалкова «Бесогон»).

Давняя установка части элит и первого лица — за всем стоит чья-то воля (чаще всего, враждебная) — особенно поддерживалась содержанием вечерних шоу на государственном канале Россия 1. И, хотя часть врагов («половцы и печенег») отошли в область старинных преданий, другие (запад/США) — все так же актуальны с разной степенью остроты два последних десятилетия. При этом китайская «угроза» в эфире почти не успела возникнуть.

Новый всеобщий враг — пандемия — мыслится, скорее, как угроза вселенская и мифологическая. Архаический и мифологический контекст здесь особенно заметен. Угроза пугающая, но вроде не совсем реальная. Вообще «зыбкость» и какое-то постоянно ощущаемое интонационное недоверие в отношении пандемии были свойственны и для общественно-политических шоу, и для первых пандемийных телеобращений Путина.

Даже если пандемия не создана кем-то искусственно (пропагандистские версии к маю себя исчерпали), то она в политических эфирах все равно рассматривается в контексте «выгоды» для врагов или конкурентов (зависит от говорящего). Так, президент Курчатовского института, член-корреспондент РАН Михаил Ковальчук в программе у Владимира Соловьева назвал пандемию «вариантом управления миром», и идея эта, по его мнению, «принадлежит американцам» («Вечер с Владимиром Соловьевым») [11]

Этот не рациональный поиск врагов — «печенег с половцами», «мировой заговор» против России, Гейтс, чипирование,

вышки 5G, отрицание прививок смешиваются, как в карнавале... Впрочем, во всем мире «пост-правды» налицо проблема с «критической автономией» и рациональностью, когда пандемию многие люди в разных странах воспринимают как чью-то хитрую игру и мировой заговор транснациональных корпораций.

Тотальный экран как расширитель и ограничитель возможностей

Развивая мысль Лумана о том, что массмедиа конструируют и «реальную», и «массмедийную» реальности (Луман, 2005), а вопрос их разделения — всегда интерпретация, в контексте пандемийного телевидения можно говорить об экранной реальности как о новой гибридной. Когда натурная съемка физического пространства приравнивается к натуре «рамки кадра» миллионов экранов («удвоение реальности»). Поскольку телевизионный эфир (в смысле программной непрерывности и конвейерной поставки контента) невозможно «поставить на паузу», то телевидение практически в прямом эфире перестраивало производство под новую реальность.

Из студий сначала исчезла аудитория, потом произошло перестроение привычных программ из-за изменения раскладки и сокращения гостей, затем был повсеместно внедрен студийный минимализм. Из-за болезней/замены ведущих/ухода «на удаленку» появился формат «сидим дома» и был узаконен новостной вариант «скринлайфа». Масочно-перчаточные репортажи и мультиэкранность с «рамкой кадра», от окна (даже в День Победы) до «кирпичиков-окошек» зума, сделали привычными формы зрелища «экран экрана в экране». Эстетически антителевизионного «до» и установлением как «нормы» в разгар пандемии.

Заключение

Государства во время пандемии реагируют на все вызовы сразу. В политике и настроениях борются — желание жестко все и всех закрыть/ и все-таки соблюсти баланс. Телевидение тоже

баланси́ровало, но многих — и важнейших для будущего тем — касалось чрезвычайно поверхностно. Почти не обсуждалась тема «цифрового концлагеря»/закрытости-замкнутости/ слежка не столько за гражданами, сколько за биоорганизмами (проверка на здоровье) — с разной степенью жесткости: жестко (Китай) / по обстоятельствам и целесообразности (Россия) / следим, но не признаемся (США).

Противостояние между «демократическим» и «авторитарным» во время пандемии стало все менее очевидным, но в России эта тема «двоилась» из-за политического контекста, связанного с поправками. Стремительное введение уголовного наказания за фейки и тестирование СМС и QR кодирования — продолжение тренда из мирной жизни (от закона Яровой до блокировки Телеграма), но, разумеется, это уже совершенно другой уровень тестирования на приятие и согласие на такие ограничения прав и свобод.

Политизация контента про вирус и медиатизация медицины, когда достижения медицины превращаются в инструмент в медийной и политической игре, вышло за время первой волны пандемии на принципиально новый уровень. Новые герои (доктора/ученые/медийные главврачи), штатные теледоктора с ролевыми функциями пропагандистов, циников-фаталистов, успокаивающих позитивистов (Мясников, Малышева и др), непрекращающийся информационный сериал о коронавирусе и медицине как инфраструктуре, вытеснивший на два с половиной весенних месяца практически все остальные темы, обозначили ключевой поворот. При угрозе общественному здоровью при желании можно вводить существенные ограничения, осваивать бюджеты, проверять на лояльность, устранять конкурентов, «воевать» в информационном поле разработки и запуска вакцин. В ситуации шока люди не требуют экспертизы социального выбора, а возможности социальной дискуссии снижаются.

Противоречивость информации, рассогласованность «повесток» — политической (поправки, Победа) и пандемийной, «разведение» ответственности (хороший центр, несознательные

регионы и граждане), бюрократическая, не сострадательная коммуникация «селекторных совещаний» высших чиновников, принимающих решения, конспирологический фон некоторых программ — все это не способствовало созданию образа компетентной власти и телевидения, которое работает в интересах людей.

Пандемия даже в ее разгар не отменила фундаментальных и даже локальных конфликтов, не примирила ни одной из враждующих сторон. Не отменила она и пропаганду на российском ТВ, лишь на время сократила ее (проблемы языка, исторической памяти у ближних соседей; поддержание картины мира в рамках дуальной оппозиции: мы — добро, остальные — порочное зло); все протесты — от Хабаровска до Минска — происки внешних врагов и иноагентов). К июню 2020-го «политическая повестка», существенно замещенная форматами и темами первой волны пандемии, в основном, вернулась в эфир. Статистика заболеваемости и смертности от коронавируса (инфографика) стала ежедневной, как сводка погоды, а тема врачей/медицинских достижений и «гонка вакцин» — почти рутинными. Но опасные «танцы с коронавирусом» все еще продолжаются...

Примечания

[1] Первый канал начал снимать программы без зрителей. Интерфакс, 16.03.2020 // https://www.interfax.ru/culture/699291?fbclid=IwAR3zelah7kFYU0lt_JdnNCod2r4p2XE0oq6CDh5NUTtOiKuoSzZpStMxjC

[2] Эксперты комментируют скандальные фейки в интернете о засекреченной эпидемии коронавируса, (Время, эфир 3.03.2020, 21.00) https://www.1tv.ru/news/2020-03-03/381453-eksperty_kommentiruyut_skandalnye_feyki_v_internete_o_zasekrechennoy_epidemii_koronavirusa

[3] Рост инфодемических нарративов происходит не в ситуации максимальной опасности для населения, а в ситуации максимальной неопределенности. См. об этом подробнее: Архипова А. С., Радченко Д. А., Козлова И. В., Пейгин Б. С., Гаврилова М. В., Петров Н. В. Пути российской инфодемии:

от WhatsApp до Следственного комитета // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. No 6. С. 231–265. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1778>.

[4] После 20 марта вплоть до апреля на телеканалах периодически выходят карантинные ролики, в которых футболисты, поп-звезды и звезды каналов призывают зрителей разных социальных групп и возрастов оставаться дома. Так, в марте к россиянам обратились популярные артисты, в начале апреля — звезды разных каналов, к концу апреля телеканал «Пятница» запустил социальный ролик про свидания на карантине.

[5] Ванденко — 19 февраля: ВВП-2020. 20 серий. 20 февраля стартует спецпроект, которым команда ТАСС плотно занималась последние месяца три. Мы записали 3,5 часа видео с президентом Путиным и решили разбить его на 20 мини-интервью. Темы — от отставки правительства, изменений в Конституции и отношений с Украиной до дел Голунова и Серебренникова, летних протестных акций в Москве и личных потерь. Серии короткие — от 5 до 15 минут каждая. Выходить будут по будням. В среднем — по 3–4 серии в неделю. Финиш — 26 марта. Начинаем с проводов Медведева и выбора в пользу Мишустина.

Опыт новый для всех, включая ВВП.

[6] В комментариях к этому моему посту генеральный продюсер «Пятницы» Сергей Евдокимов добавил: «У нас еще с сегодняшнего дня короткие новости про коронавирус появились, точнее, про то, как человечество с достоинством переживает эту напасть»

[7] К сожалению, позже выяснилось, что многие работники сцены были больны или заболели после концерта. Как и часть участников концерта.

[8] Под этим моим постом была и ярко выраженная реакция злорадства и возмущения (люди вынуждены лечиться дома, коек не хватает, а министра, конечно, забрали). Анна Качкаева¹ Болезнь человека — она и есть болезнь. Что тут обсуждать. Нормально сочувствовать и желать выздоровления. О чем я и напи-

сала в конце поста. Но в том-то и дело, что «премьер» существует в публичном пространстве не просто как человек, но, прежде всего, как объект и субъект медиатизированной политики. Поэтому и злорадство, и сочувствие — это часть медиаэффектов по производству эмоций и выстраиванию символических посланий публике. Мог бы быть и иной сценарий. Представьте, что о болезни сообщают информагентства (а в совсем недавние еще времена герой мог бы просто «пропасть» с экрана или покинуть пост «по состоянию здоровья», о чем страну уведомили бы ТАС-Совкой), а текст новости бесстрастно читает ведущий новостей — и эффект был совсем иным.

[9] Ясности с этим «сбоем» в трансляции так и не наступило. К вечеру 9 мая я дополнила пост комментарием по итогам вечерних эфиров: «В программе «Время» тему скорби и памяти смикшировали, а весь фрагмент с Путиным подогнали под тему парада (Ивановская площадь) «воздушный парад» (смотрит). Роскошный, конечно, репортаж в небе с эффектной передачей репортерской эстафеты от взлетной полосы в Липецке — в кабины вертолетов и истребителей, потом на командный пункт на Боровицкой, опять в кабины, уникальные кадры в воздухе, посадка. Вообще впервые, по-моему, вечерние новости не стали делать подробного последовательного дайджеста утреннего ритуала, а весь его перемонтировали. И все-таки загадка, что с роликом хроники и кадрами городов — героев было не так)» В эфире не сообщали, выдерживали ли в карантине участников церемонии у Кремлевской стены и на Поклонной (тему карантина и масок при встречах с президентом обсуждали в сетях)

¹ https://www.facebook.com/kachkaeva?comment_id=Y29tbWVudDoxMDIwNjkyNzczODQyNzY5M18xMDIwNjkyODMzNjI0MjYzOA%3D%3D&_cft_%5B0%5D=AZXBpQQeUwlZMpm8JVt1hNvo2JCXnUOhjsry_mFoKuZ2lluzbJKA444J2SRUbNjh2wpGWfme4kpHZd3HYkrhqNBMZKJAS6KrG_967lnKuK6w&_tn_=R%5D-R

[10] Американские исследователи во время «первой волны» изучали влияние на поведение американцев популярного телеканала Fox News, основную аудиторию которого — белые консерваторы в возрасте 55+ — с некоторыми допущениями можно назвать похожей на основную аудиторию главных российских каналов (Первый, Россия 1). Так, в январе-феврале 2020 г. два популярных ведущих Fox высмеивали опасность коронавируса и «пугали» конспирологическими историями о происхождении инфекции. В марте один из ведущих перестал «развлекать» таким образом зрителей на восемь дней раньше другого. Авторы исследования провели опрос зрителей обоих шоу, наложили на карту статистику по заболеваемости/смертности, популярности Fox News и данные о том, какая из двух передач приходилась на время, когда средняя семья собирается за ужином и смотрит телевизор. На момент 14 марта 2020 г. среди тех, кому нравилось более конспирологическое шоу, стремление не менять свои социальные и гигиенические привычки оказалось очень сильным, а вероятность заражения была на 30% выше, чем у тех, кто предпочитал менее алармистское шоу. См.: Bursztyn L., Rao A., Roth C., Yanagizawa-Drott D. (2020) Misinformation During a Pandemic. In: NBER Working Paper No. 27417. <https://doi.org/10.3386/w27417>

[11] Воскресный вечер с В. Соловьевым. Эфир 6.04.2020, Россия 1 <https://www.youtube.com/watch?v=R5ygKVnyh5w>¹

Список литературы и источников

Kramer R. M. (1999) Trust and Distrust in Organizations: Emerging Perspectives, Enduring Questions. Annual Review of Psychology. Vol. 50. No. 1. P. 569–598. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.50.1.569>. Цит. по: Макушева М. О., Нестик Т. А. Социально-психологические предпосылки и эффекты доверия со-

¹ <https://ridero.ru/link/29TaPv2ktl8dPR>

циальным институтам в условиях пандемии // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. No 6. С. 427–447. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1770>

Луман Н. (2005) Реальность массмедиа. М.: Практис.

Макушева М. О., Нестик Т. А. (2020) Социально-психологические предпосылки и эффекты доверия социальным институтам в условиях пандемии //Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. №6. С. 427–447.

ВЛАДИСЛАВ НЕПИЙПОВ

Аспирант Школы дизайна НИУ ВШЭ, приглашенный преподаватель департамента медиа НИУ ВШЭ

КИНОТЕАТРЫ VS COVID-2019: ТРАНСФОРМАЦИИ ПРОКАТА И ЗРИТЕЛЯ В ЭПОХУ ПАНДЕМИИ

Пандемия COVID-2019, распространившаяся по всему миру в течение первых месяцев 2020 года, оказала катастрофическое влияние на всю культурно-развлекательную индустрию, и в особенности на кино. Беспрецедентное повсеместное закрытие кинотеатров не только предоставило дополнительные доказательства актуальности проблемы значительных изменений в практиках просмотра фильмов, но и позволило начать разговор о трансформации кинотеатра как общественного места.

За последние пять лет стриминговые платформы, такие, как Netflix, начали достаточно активно конкурировать с классическим кинотеатром, и важность этой тенденции уже зафиксирована в академических публикациях — например, в таких книгах, как «Эффект Нетфликс: Технологии и развлечения XXI века» (McDonald, Smith-Rowsey, 2016) и др. И все же эти две формы просмотра практически не наносили ущерба друг другу, а скорее предоставили зрителю возможность выбора: как и где он хочет смотреть фильм — сидя дома на удобном диване с друзьями или в кинозале, на большом экране, с профессиональным звуком и в окружении незнакомцев.

Из-за пандемии 2020 года зритель потерял кинотеатр не только как форму социального ритуала, но и как выбор меж-

ду коллективным и индивидуальным опытом, что заставило и режиссеров, создающих фильмы, и кинопрокатчиков, распространяющих их, переосмыслить сущность фильма и кинотеатра; кроме того, этот факт подбрасывает теоретикам кино пищу для размышлений о трансформации кинотеатра как общественного места и формы проведения досуга.

Цель моей статьи — описать и проанализировать ситуацию падения и возобновления кинопроката в рамках одного города, а именно Москвы, в котором я находился во время карантина вплоть до открытия кинотеатров. Как я уже говорил ранее, беспрецедентное закрытие кинотеатров представляет безусловный интерес как для академических исследований о трансформации кинотеатра, так и для индустриального взгляда на кинопрокат.

Начнем с того, что на фоне пандемии власти Москвы уже 16 марта выпустили указ о запрете любых массовых мероприятий на открытом воздухе до 10 апреля, также запрещено было проводить мероприятия в помещениях с численностью участников более 50 человек. Объединенная сеть кинотеатров «Кино Окко», «Синема Парк» и «Формула кино» сократила количество билетов, продаваемых на один кинопоказ, до 50 штук. На следующий день Министерство культуры распорядилось закрыть все московские театры, музеи и цирки в стране. А уже 24 марта правительство поручило властям регионов закрыть все ночные клубы, торговые центры и кинотеатры по всей России.

В течении нескольких дней большинство киносетей начали закрывать свои кинотеатры. Одной из первых стала киносеть «КАРО», которая закрыла все свои кинозалы в Москве и Московской области уже 25 марта. 26 марта были временно закрыты все театры киносетей «5 звезд» и «Киномакс».

10 апреля выходит постановление Правительства РФ, в котором власти включили кинопрокат в список пострадавших из-за пандемии отраслей экономики. Министр культуры РФ Ольга Любимова отметила, что по постановлению правительства РФ культурным учреждениям будет предоставлена возможность изменить показатели государственного задания, а также будет

проработана возможность финансовой помощи для компенсации недополученных доходов.

В то же время, по мнению главы Ассоциации владельцев кинотеатров (АВК) Олега Березина, даже компенсация доходов не спасет состояние кинотеатров. Каждый пятый кинотеатр в России может быть закрыт даже после окончания карантина. Общие потери организаций оценили в 40 млрд рублей, большая часть из которых — недополученные кассовые сборы (Манукиян, 2020). При этом глава АВК отметил, что на данный момент сокращений не планируется, для сотрудников кинотеатров будет оформлен вынужденный простой, который оплачивается в размере 2/3 от оклада. Также им, возможно, будет предложена удаленная работа на период карантина.

Березин сообщил, что массовое открытие залов ожидается предположительно не раньше июля, после чего владельцы столкнутся с проблемой, когда каждую неделю нужно будет ставить в репертуар новый блокбастер, что приведет к снижению доходов от проката:

«Не будет хватать ни зрителей, ни экранов. Число постоянных посетителей ограничено: если раз в год ходит в кино около 22 миллионов россиян, то раз в неделю — только 1,5 миллиона» (Гаврилюк, Иванова, 2020).

Чтобы хоть как-то справиться со случившимся, кинотеатры начали искать пути для альтернативного заработка, и уже 10 апреля, например, киносеть «КАРО» запустила в Москве доставку продукции киноваров, в меню которых были попкорн, чипсы, начос и снеки. По данным НЕВАФИЛЬМ. RESEARCH, продажа еды и напитков приносит кинотеатрам 27% выручки, а у «КАРО» этот показатель, по словам вице-президента по управлению маркетингом, кафе и киноварами «КАРО» Ольги Проскуряковой, составляет 35% (Ведомости, 2020).

Еще одним важным решением для киносетей стало открытие цифровых платформ и онлайн-версий кинотеатров. 21 апреля та же сеть «КАРО» запустила цифровую платформу CARO Art.live, где были собраны фильмы, музыкальные концерты, под-

касты, мастер-классы с известными кинематографистами и многое другое. Платформа первое время работала на бесплатной основе для привлечения аудитории. Кинотеатр «Пионер» также запустил свой онлайн-проект — еженедельный цикл встреч с экспертами «Голос разума», — но уже в Инстаграме.

Ассоциация владельцев кинотеатров тем временем призвала участников рынка соблюдать правила добросовестной конкуренции в условиях кризиса. Ассоциация предложила не рассматривать предложения собственников торговых центров о замене оператора кинопоказа, если только эти предложения не вызваны как минимум полугодовой задолженностью по оплате (на период марта 2020 года). Документ подписали объединенная киносеть «Синема Парк», «Формула кино», «Кино Окко», «Пять звезд», «Mori Cinema», «Синема Стар», «Мираж Синема», «Синема 5», «Облака», «Колибри», «Люмен», «Prada 3D» и несколько независимых региональных кинотеатров.

На фоне всего происходящего российские видеосервисы объявили об отмене платных подписок и открыли свободный доступ к просмотру фильмов и сериалов. Эту инициативу поддержали онлайн-кинотеатры «Premier», «Megogo», «Wink», «Okko», «more.tv», «ivi», а также образовательная платформа «Arzamas». Но, несмотря на спецпредложения легальных онлайн-кинотеатров во время самоизоляции, доля пиратского контента в сети только увеличилась. По данным Mediascope, ресурс LordFilm оказался в числе лидеров по росту аудитории среди других видеосервисов. Уже в марте число посетителей сайта увеличилось на 48% при том, что посещаемость легальных онлайн-кинотеатров увеличилась только на 43%. Руководитель проекта «Кино Mail.ru» Илья Амелин отметил, что несмотря на то, что видеосервисы устраивают различные акции и спецпредложения, большинство новинок на этих платформах остаются платными. Поэтому пользователь и обращается к пиратским ресурсам, где самые последние фильмы и сериалы можно найти все в открытом доступе бесплатно (tvkinoradio.ru, 2020).

16 апреля 2020 года в ТАСС в онлайн-формате прошла пресс-конференция с представителями отечественной киноиндустрии, на которой глава Ассоциации продюсеров кино и телевидения Сергей Сельянов предположил, что открытие кинотеатров состоится только в августе 2020 года, а по прогнозам аналитика в области культуры и кинематографии Олега Иванова, россияне должны были вернуться в кинотеатры не ранее осени 2020 года. В свою очередь гендиректор журнала «Бюллетень кинопрокатчика» Мария Вогт отметила нарастающие напряженные отношения между традиционными кинотеатрами и видеосервисами, которые стали выпускать фильмы, минуя премьеры на большом экране (Левицкая, 2020).

Месяцем ранее, в марте 2020 года, когда первые запреты только начинали вступать в силу, Ассоциация владельцев кинотеатров опубликовала на своем сайте письмо с обращением к онлайн-кинотеатрам, в котором негативно высказалась об акциях, проводимых видеосервисами на время карантина:

«Некоторые онлайн-видеосервисы уже объявили «карантин» для традиционных кинотеатров, и, пользуясь таким маркетинговым приемом, стали активно привлекать зрителей подписками, в том числе бесплатными, на свои сервисы.

Ассоциация владельцев кинотеатров считает, что использование в рекламных целях призывов к зрителям отказаться от посещения кинотеатров в пользу онлайн-видеосервисов, недопустимо» (Ассоциация владельцев кинотеатров, 2020).

На это заявление сразу же отреагировал видеосервис «КиноПоиск HD», представители которого заявили, что открыты к диалогу и готовы оказать поддержку кинотеатрам, предоставив условия, максимально приближенные к традиционному кинопрокату.

Исследуя активность онлайн-кинотеатров и видеосервисов, Фонд кино опубликовал отчет аудитории, выполненный в рамках проекта «Кинозритель», который изучает влияние самоизоляции на практики просмотра фильмов. За март доля респондентов, смотревших фильмы в онлайн-кинотеатре (бесплатно

или по подписке) по сравнению с предыдущей неделей выросла с 34% до 40%, а рейтинг самых упоминаемых онлайн-кинотеатров возглавил «ivi» (54%), на втором месте «Okko» (45%), на третьем «КиноПоиск HD» (30%), и только на четвертом месте оказался международный лидер «Netflix», который за первый квартал 2020 года приобрел 59 миллионов новых зрителей по всему миру (Чачелов, 2020).

Также по данным исследования Фонда кино большинство российских зрителей, имеющих подписку хотя бы на один онлайн-кинотеатр, планируют продлить ее и после окончания самоизоляции. О желании продлить подписку заявило 69% опрошенных социологами респондентов.

Другое исследование, проведенное российским офисом французской рекламной компании Publicis Groupe совместно с Online Market Intelligence, предоставило свои результаты опроса россиян, с целью сравнить потребительские предпочтения в период самоизоляции и ожидания после отмены ограничений. В период самоизоляции 37% из 1058 респондентов пользовались услугами онлайн-кинотеатров, но после ее отмены готовы и дальше оставаться активными подписчиками только 24%. Кроме того, пользователи в принципе не считают нужным платить за контент, поэтому, когда у онлайн-кинотеатров истечет срок бесплатных подписок и промокодов, часть аудитории вернется на торренты и пиратские онлайн-сервисы, прогнозирует директор по цифровой трансформации бизнеса российского офиса Publicis Groupe Юлия Удовенко (Никитин, 2020).

Спад интереса к онлайн-кинотеатрам уже начался, поскольку люди начали выходить на работу или отправляться в отпуска, говорит гендиректор аналитического агентства Telecom Daily Денис Кусков. По его оценке, из тех, кто пользовался официальными видеосервисами в разгар пандемии, подписку по итогам года купят только 10%. А замгендиректора «Газпром-Медиа» Светлана Баланова, считает, что все видеосервисы должны быть готовы к тому, что потребление контента вернется к показате-

лям, близким к «докарантинному периоду». Так, например, онлайн-кинотеатр «ivi» всегда переживает стандартные сезонные изменения аудитории вслед за хорошей погодой, хотя в период продолжающихся частичных ограничений уровень активно смотрящей аудитории превышает прошлогодние значения.

Глава АВК Олег Березин говорил, что карантин смогут не пережить 20% кинотеатров, а убытки сетей составят около 50% процентов (Интерфакс, 2020).

В начале мая сеть «КАРО» начала договариваться с городскими властями об открытии автомобильных кинотеатров в Москве, Петербурге и Казани. 11 июня 2020 года автокинотеатр «КАРО под звездами» открылся в Крокус Сити первой в России премьерой на большом экране после окончания самоизоляции: показом фильма «Мой шпион»: «Мы решили совместить два больших события в одном — запуск нового формата кинопросмотра и первую после долгого перерыва премьеру на большом экране. Многие селебрити за время самоизоляции соскучились по светским мероприятиям. Премьера фильма в автокинотеатре — это приятная возможность выгулять в свет не только себя, но и автомобиль», — отмечает Ольга Проскуракова, вице-президент по управлению маркетингом и F&B сети кинотеатров «КАРО» (КАРО сеть кинотеатров, 2020).

С 10 июня 2020 года в автокинотеатре зрители могли посмотреть «Достать ножи», «Идеальные незнакомцы», «Меланхолию», «Полночь в Париже», «Как Витька Чеснок вёз Лёху Штыря в дом инвалидов» и другие фильмы, в репертуар были введены культовые фильмы отечественных и зарубежных режиссеров, недавние хиты проката и спецпоказы в рамках КАРО. Арт.

13 июня 2020 года открылся первый автокинотеатр Объединенной сети театров («Кино Окко», «Синема Парк» и «Формула кино»). 14 июня 2020 года мэр Москвы Сергей Собянин в эфире телеканала «Россия 24» сказал о том, что, если ситуация не будет ухудшаться, целый ряд ограничений, в том числе посещение кинотеатров могут быть отменены уже в июле.

Когда кинотеатры откроются, они будут работать по особым правилам, соответствующие рекомендации в конце мая подготовил Роспотребнадзор. Согласно этим рекомендациям, зрителей будут рассаживать на расстоянии не меньше метра друг от друга, а сидеть вместе разрешат только членам одной семьи или тем, кто вместе живет. Между сеансами рекомендуется установить перерыв не меньше получаса, за которые можно будет проветрить зал и продезинфицировать ручки кресел. Билеты у зрителей будут проверять с помощью сканера штрих-кодов или другими бесконтактными способами не меньше чем за 16 минут до начала показа, чтобы избежать очереди на входе.

Кинотеатры, входящие в состав Ассоциации владельцев кинотеатров, уточняют, что принимают все необходимые меры для обеспечения безопасности посетителей. Также они сообщили, что могут отказаться от демонстрации фильмов, которые в дальнейшем планируется показывать в онлайн-видеосервисах.

На 21 июня 2020 года деятельность всех традиционных кинотеатров временно была заморожена, а убыток сетей кинотеатров, по словам главы АВК, составил около 40 млрд рублей.

24 июня на сайте «ТВРАДИОКИНО» были опубликованы интервью с представителями сетей кинотеатров «КАРО», «Москино» и «Мираж Синема», в которых шла речь о том, как им удалось пережить пандемию и какие изменения будут в работе кинотеатров. Приведу некоторые важные для понимания ситуации высказывания.

Ольга Зинякова, президент «КАРО»:

«Мы предпринимаем все меры безопасности, обозначенные в рекомендациях Роспотребнадзора. Часть требований в кинотеатрах „КАРО“ уже была реализована. В частности, у нас достаточно давно действует система бесконтактного прохода в залы, которая избавляет от необходимости распечатывать билеты или общаться с сотрудниками кинотеатра. И билеты, и продукцию кинобара можно приобрести онлайн заранее» (tvkinoradio.ru, 2020).

Светлана Максимченко, генеральный директор Москино:

«Мы предпримем все меры, предписанные в рекомендациях Роспотребнадзора по возобновлению деятельности кинотеатров. Это и увеличенные промежутки между сеансами, и организация соблюдения дистанции в фойе, и снижение заполняемости залов для соблюдения дистанции, и бесконтактная продажа, и считывание билетов, и дезинфекция поверхностей и санитайзеры по всему кинотеатру, работа персонала в масках и перчатках и т. д. Мы уже издали внутренние документы и регламенты по исполнению всех требований» (tvkinoradio.ru, 2020).

Мария Мироновская, директор по развитию сети «Мираж سینема»:

«При открытии мы должны быть уверены, что обеспечиваем здоровье и безопасность гостей. Посещение нашего кинотеатра должно быть не угрозой, а безопасным досугом. Мы возобновим работу кинопоказов и бистро, с четким соблюдением рекомендаций Роспотребнадзора. Уже составлен график уборки кинозалов и территории кинотеатра — каждые два часа с использованием дезинфицирующих средств, обработка оборудования и контактных поверхностей — каждые 15 минут. Временной интервал между сеансами составит 30 минут. Будут организованы условия для обработки рук кожными антисептиками для сотрудников и зрителей. Вся продукция кинобаров и бистро будет реализована в одноразовой посуде. Социальная дистанция в VIP-залах уже обеспечена благодаря расстоянию между диванами. В обычных залах это условие будет выполнено за счет рассадки в шахматном порядке и ограничением в продаже билетов. В фойе на полу будет нанесена специальная разметка» (tvkinoradio.ru, 2020).

8 июля 2020 года советник президента России по вопросам культуры Владимир Толстой заявил, что кинотеатры Москвы с 1 августа смогут постепенно возобновить свою работу. Он подчеркнул, что начало работы кинотеатров в каждом регионе будет зависеть от эпидемиологической ситуации. В сельской местности небольшие кинозалы, по его словам, уже открылись. Глава Ассоциации владельцев кинотеатров Олег Березин по итогам со-

вещания представителей отрасли с Минкультуры России также в качестве возможной даты открытия кинотеатров в столице назвал 1 августа.

22 июля министр культуры Российской Федерации Ольга Любимова рассказала, какого репертуара ждать от российского кинопроката; по её словам, для начала выпускают легкие, светлые фильмы — романтические комедии. Выбор жанра объясняется тем, что «зрители немножко устали сидеть дома» на карантине, и, возможно, не все из них пока готовы к тяжелым кинодрамам (Усков, 2020).

1 августа 2020 года кинотеатры заработали в нескольких регионах России. На первый пост- карантинный показ в московский кинотеатр «Октябрь» пришло 400 человек.

Всего по стране работу возобновили 21% кинотеатров, открытых до пандемии. По данным «Невафильм Research», на 3 августа, в России возобновили работу 450 кинотеатров и 1360 кинозалов в 27 регионах. В регионах, где власти разрешили работу кинотеатров, открылись не все площадки, которые работали до карантина.

«Если говорить о посещаемости, в среднем по Москве и, по моему, ещё в 22 регионах открыты кинотеатры (очень много „миллионников“ по-прежнему закрыты), она значительно ниже, чем в августе прошлого года, наверное на 90—95%», — говорит президент сети кинотеатров «КАРО» Ольга Зинякова. Кроме того, она рассказала, что кинотеатры сосредоточились на премьерах, так как во время самоизоляции люди посмотрели множество старых фильмов.

В рамках поднятых проблем важно также отразить свой опыт кинозрителя, поэтому в данную статью включены собственные авторские элементы наблюдения за процессом открытия кинотеатров и поведения зрителей после снятия ограничений.

26 августа 2020 года я сам решил пойти в кино. В рамках проекта «Иное кино» я выбрал фильм Альфреда Хичкока «Психо». Первое, что хотелось бы отметить, это то, что количество

мест при покупке было сразу ограничено, то есть, например, в пятом ряду была возможность купить билеты только на 1, 3, 5, 7 места, остальные места были заблокированы. При входе в кинотеатр (мы ходили в «Пионер») у посетителей измерялась температура и выдавались маски, если при себе их не было. Удивило то, что практически весь зал был заполнен, но было приятно, что возле тебя никто не сидел, что часто неудобно в кинотеатрах, т. к. нет места для рюкзака или куртки. Просмотр фильма был достаточно удобен по той причине, что рядом не сидел посторонний человек, который постоянно вертится на соседнем стуле или шумит. Это был приятный опыт: сидеть и в полупустом зале, а не в огромной толпе людей, как это часто было до пандемии. С другой стороны, конечно, сокращение продаваемых билетов для самих кинотеатров — это финансовые потери. Но к этому вопросу я вернусь немного попозже.

Спустя ещё неделю, 4 сентября 2020 года, я был на фильме «Довод» Кристофера Нолана в IMAX кинотеатре. При входе соблюдался все тот же порядок: измерили температуру, дали маску, бесконтактно проверили билет. Людей было больше, чем на моем первом просмотре в 2020, но нужно учитывать, что и зал был больше. Особого дискомфорта я не испытывал, потому что по-прежнему зал был заполнен чуть больше, чем наполовину, снова можно было удобно сесть, поставить вещи на соседние места.

Однако все не так безоблачно, как может показаться на первый взгляд. На самом деле, есть ряд минусов, например, оба посещения в кино я сидел в маске, и это было неудобно, жарко. Я периодически осматривал зал и зрителей в нем и замечал, что некоторые после получаса просмотра фильма начинали снимать маски, что в связи с продолжением распространения COVID-19 немного пугало, особенно, когда кто-то из них начинал кашлять или чихать. Кроме того, значительно возросли цены на кинобар.

В целом, можно сказать, что в Москве люди постепенно начинают возвращаться в кинотеатры и бокс-офис начал расти.

По данным сервиса «Бюллетень-кинопрокатчика», первая неделя кинопроката в России принесла не очень большую прибыль (на первом месте был фильм «Побег из Претории», собравший суммарно 6 219 239 рублей — 86 тыс. долл. США), ближе к концу августа в среднем бокс-офис держался на уровне 30 млн. рублей (500 тыс. долл. США), и только выход фильма «Довод» Кристофера Нолана повысил сборы кинотеатров до 193 миллионов рублей (2,6 млн. долл. США), но это, скорее, исключение из правил из-за личности режиссера и общего высокого уровня ожидания фильма среди зрителей, потому что на второй позиции бокс-офиса сумма кассовых сборов составляла 30 млн рублей (415 тыс. долл. США). Мы можем сделать вывод, что российские зрители начали ходить в кино, но с осторожностью, посещая в большом количестве только те фильмы, которые действительно хотели посмотреть именно на большом экране.

Перейду к выводам моего исследования.

Данная работа дает новую информацию для ответа на вопрос, существует ли вообще сегодня необходимость ходить в кинотеатры, когда есть возможность смотреть фильмы дома? Проблема выбора между коллективным и индивидуальным опытом просмотра фильма встала ещё на самой заре кинематографа. Суть вопроса заключалась в том, как стоит смотреть фильм? С одной стороны, американский изобретатель Томас Эдисон придумал одну из первых технологий кинематографа — кинетоскоп, который предполагал индивидуальный просмотр фильмов. Спустя несколько лет французские изобретатели, братья Луи и Огюст Люмьеры, придумали то, что сегодня называется кинематографом, в том виде, в котором мы его понимаем. Разница в их подходах заключалась в том, что кинетоскоп Эдисона не давал возможности для коллективного просмотра, а кинематограф Люмьеров позволял транслировать фильм перед большой аудиторией.

Разговоры о «смерти» кинотеатра возникают уже далеко не в первый раз. Например, эта проблема обсуждалась в сере-

дине прошлого века, когда в домах начали появляться первые телевизоры, а у зрителей появилась возможность просмотра передач дома: существовала вероятность того, что фильм в кинотеатре им не понравится, несмотря на потраченные деньги, а телепередачу можно переключить на другую. В 60-е года в США американский кинематограф пострадал во многом и благодаря телевидению, когда зрители устали от помпезных мюзиклов и фильмов в жанре «пеплум». Ситуация изменилась с приходом Нового Голливуда, когда появилось разнообразие в кинолентах. Вторым ощутимым столкновением большого и малого экрана стало создание видеокассет VHS (Video Home System), которые на следующие 30 лет определили форму домашнего кинопросмотра. У зрителя действительно появился выбор, где смотреть новинки кино, дома или в кинотеатре, можно было купить билет и пойти в кино или купить или взять на прокат кассету и посмотреть фильм дома. К середине 1990-х развитие цифровых технологий предложило альтернативу видеокассет для зрителя в виде цифровых дисков в формате DVD, которые сегодня трансформировались в Blue-ray. Именно с продажи и проката DVD дисков начинала известная сегодня компания Netflix (Китинг, 2020). Однако, последним значительным ударом в борьбе малого и большого экрана стало повсеместное развитие Интернета. Сначала создание бесплатных торрент-трекеров, популярных большую половину первого десятилетия XXI века, а после и создание первых онлайн-библиотек и развитие стриминг сервисов, в особенности Netflix, который не только предлагает полностью оригинальный контент, но и в последние годы приглашает именитых режиссеров и актеров для работы над проектами, как, например, это было с фильмом «Ирландец» Мартина Скорсезе в 2019 году. Другие современные стриминги придерживаются такой же политики, например, Стивен Спилберг разрабатывает свой оригинальный сериал для Apple+.

Что из этого следует? Борьба малого и большого экранов в действительности происходит уже не одно десятилетие, в этом

смысле пандемия коронавируса в 2020 году просто масштабировала этот вопрос и вывела его на новый уровень, особенно, если учитывать конфликты, возникшие в американской индустрии за последние полгода, в том числе с выходом в сети мультфильма «Тролли. Мировой тур», который предполагалось показывать на большом экране, из-за чего многие кинотеатры понесли убытки. Еще в 2017 году на одной из самых больших площадок Cinemascope, где встречаются владельцы кинотеатров со всего мира, встал вопрос о сокращении прокатного окна фильмов. Сейчас это окно в США составляет 90 дней. Многие владельцы кинотеатров обеспокоены тем, что окно может сократиться до 30 дней. Зная, что фильм выйдет, скажем, в iTunes не через три месяца, а через 30 дней, некоторые зрители предпочтут подождать и не платить за поход в кино (который становится все дороже).

Но, с другой стороны, большой или малый экран — это признание права и возможности зрителя выбирать, как именно он хочет посмотреть тот или иной фильм. Противостояние этих двух культур длится уже не одно десятилетие, но кинотеатр по-прежнему остается актуальным и востребованным досугом. Естественно, чтобы удерживать аудиторию, кинотеатру приходится постоянно совершенствоваться, предлагать зрителю новый сенсорный опыт, такой как 3D, IMAX, Dolby Atmos и прочие новые технологии показа.

Кинотеатр также можно рассматривать как возможность эскапизма, выхода из рутины, которой нельзя достичь при домашнем просмотре. Кинотеатр предполагает, что зритель полностью сосредоточен на экране и на фильме, где одним из условий погружения в фильм становится удобство тела. Об этом в своих работах на примере фильма «Искатели» писали Томас Эльзессер и Мальте Хагенер, объясняя это так: «Этот фильм осмысляет свою природу, акцентируя внимание на моменте, который можно обнаружить почти в любом кино — переходе из одного мира в другой, что предполагает сосуществование этих разделенных, но в то же время соединенных дверным порогом вселенных. Для

зрителя это порог между его собственным миром и миром фильма; для фильма — между мифом и реальностью; для актера — между ролью и амплуа» (Эльзессер, Хагенер, 2018: 80). Именно кинотеатр способствует полному погружению в историю, потому что нет очевидных внешних раздражителей нашей повседневной жизни. Если мы смотрим фильм дома, мы всегда можем поставить его на паузу, пойти заварить чай, поговорить по телефону и проч. Находясь же в кинотеатре, мы более ограничены в своих действиях, но и влияние большого экрана на нас значительнее. Поэтому мы находим более или менее удобную позу в кресле кинозала и, не отрываясь, погружаемся в фильм. Чаще всего внешними раздражителями являются именно люди, сидящие рядом с нами, которые могут отвлекаться сами и тем самым отвлекать нас от просмотра. В этом плане пандемия сыграла на руку зрителю и, более того, дала медицинское обоснование того, что зрителям не стоит сидеть рядом друг с другом. Многие кинотеатры осознают важность телесности при просмотре фильма, и некоторые российские франшизы уже экспериментируют с этим — например, киносеть «Формула кино» имеет отдельные кинозалы Prime, в которых зритель сидит в больших, мягких кожаных креслах, или выставочное пространство «Люмьер-Холл», которое организует киноночи в зале с панорамными экранами, в то время как зритель находится в центре зала, сидя или лежа на полу, окруженный креслами-мешками.

Кроме всего вышесказанного, кинотеатр — это один из са-
кральных центров современной мифологии, который по своей
природе подобен уже архаичным формам шаманизма. Сам
смысл коллективного просмотра во многом состоит в восприя-
тии той или иной истории вместе, тогда как экран и режиссер
выступают в роли шамана, который у костра рассказывает ка-
кую-то легенду, а зрители как единое племя слушают эту исто-
рию, вместе сопереживают и испытывают если не одни и те же,
то схожие эмоции, которыми можно поделиться после просмотр-
а фильма. В своей книге «Как читать фильм» Джеймс Монако,
сравнивая кинематограф с другими видами искусств, говорит

о том, что кинотеатр по своей сути напоминает храм, в котором собираются люди (Мопасо, 2000). Продолжая его мысль, можно сказать, что даже архитектурно залы кинотеатра напоминают церкви или храмы, где взгляды всех зрителей направлены в одну сторону, в данном случае, на экран, а постеры фильмов напоминают фрески и иконы, которые отсылают к героям, существующих в рамках фильма. Можно сказать, что кино является производителем современной мифологии, которая рассказывает различные истории, тогда как кинотеатр является важнейшим посредником между зрителем и автором.

Трансформация кинотеатра является естественной реакцией на окружающие его явления, но в свете последних событий, связанных в том числе и с пандемией, существует вероятность, что кинотеатр может быть полностью пересмотрен как культурный феномен. На это влияет множество факторов: пересмотр общественного пространства, стриминговые сервисы и сокращение прокатного окна сказываются на коммерческой успешности кинотеатров. Я не говорю о том, что кинотеатр «умрет», а скорее о том, что кино может стать частью исключительно престижного времяпрепровождения. В данный момент цены на кинопоказы практически не изменились (я сужу по Москве в период до карантина и после), но мне как зрителю стало гораздо комфортнее сидеть, не будучи зажатым со всех сторон незнакомцами. Сама логика большого количества мест в зале подразумевает прибыль от показа кино, но сейчас количество этих самых мест строго ограничено, значит, владельцы кинотеатров должны изменить бизнес-модель. Нельзя сказать точно, когда ситуация с кинотеатрами нормализуется, и нормализуется ли она вообще до того уровня, на котором была до пандемии. Поэтому можно предположить, что в ближайшее время цены на кинопоказы будут постепенно расти, и поход в кинотеатр приоритет некий новый статус, подобный походу в театр или на концерт симфонической музыки.

Литература и источники

Facebook (2020) *Киноиндустрия в период коронавируса*. URL:

<https://www.facebook.com/presstass/videos/636227933882275>

(Дата публикации: 16 апреля 2020)

McDonald K., Smith-Rowsey D. (2016) *The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*, New York: Bloomsbury Publishing Inc.

Monaco J. (2000) *How to read a film. The world of movies, media and multimedia 3-rd edition*, New York: Oxford university press

ParkSeason (2020) *Кинотеатр «Пионер» проведет онлайн-эфира с Галиной Юзефович и Ильей Варламовым*. URL: https://parkseason.ru/news/10338-golos_razuma_pioneer_13_20_04_2020/ (Дата публикации: 10 апреля 2020)

Stam R. (2000) *Film theory an Introduction*, Malden: Blackwell Publishers Inc.

Анастасия Гаврилюк, Марина Иванова (2020) *Погасите ваши экраны: каждый пятый кинотеатр не переживет карантин*. URL: <https://iz.ru/997708/anastasiia-gavriliuk/pogasite-vashi-ekrany-kazhdyi-piatyi-kinoteatr-ne-perezhyet-karantin> (Дата обращения: 10 апреля 2020)

Анастасия Левицкая (2020) *Эксперты рассказали, что ждет кинотеатральный пока после пандемии*. URL: <https://tvkinoradio.ru/news/new17625-eksperti-rasskazali-chto-zhdet-kinoteatralnij-pokaz-posle-pandemii> (Дата публикации: 10 апреля 2020)

Артур Чачелов (2020) *Фонд кино оценил уровень знаний кинозрителя об онлайн-кинотеатрах*. URL: http://www.kinometro.ru/news/show/name/kinozritel_samoizolyatsiya_101204 (Дата публикации: 17 апреля 2020)

Ассоциация владельцев кинотеатров (2020) *Декларация принципов добросовестной конкуренции в сфере публичной демонстрации фильмов*. URL: <http://cinemaowner.ru/declaration/> (Дата публикации: апрель 2020)

Ассоциация владельцев кинотеатров (2020). *Открытое письмо ассоциации владельцев кинотеатров онлайн-видеосервисам от 16 марта 2020*. URL: <http://cinemaowner.ru/news/archive/29/> (Дата публикации: 16 марта 2020)

Афиша Daily (2020) *В Зеленограде откроется первый автокинотеатр Объединенной сети кинотеатров*. URL: <https://daily.afisha.ru/news/38044-v-zelenograde-otkroetsya-pervyy-avtokinoteatr-obedinennoy-seti-kinoteatrov/> (Дата публикации: 11 июня 2020)

Бюллетень кинопрокатчика (2020) *Бокс-офис России, Уикенд* 31. URL: <http://www.kinometro.ru/box/show/week/31/region/ruonly/year/2020> (Дата публикации: 2 августа 2020)

Бюллетень кинопрокатчика (2020) *Бокс-офис России, Уикенд* 36. URL: <http://www.kinometro.ru/box/show/week/36/region/ruonly/year/2020> (Дата публикации: 6 сентября 2020)

Ведомости (2020) *Кинотеатры запустили услугу по доставке еды*. URL: <https://www.vedomosti.ru/media/news/2020/04/10/827758-kinoteatri-dostavke-edi> (Дата публикации: 10 апреля 2020)

Вести (2020) *Кинотеатры снова открылись, новые правила зрителей не испугали*. URL: <https://www.vesti.ru/article/2435778> (Дата публикации: 1 августа 2020)

Елена Манукиян (2020) *До пятницы кинотеатры закроют по всей стране*. URL: <https://rg.ru/2020/03/25/do-piatnicy-kinoteatry-zakroiut-po-vsej-strane.html> (Дата публикации: 25 марта 2020)

Известия (2020) *Советник президента России допустил открытие кинотеатров в Москве к 1 августа*. URL: <https://iz.ru/1032975/2020-07-08/sovetnik-prezidenta-rossii-dopustil-otkrytie-kinoteatrov-v-moskve-s-1-avgusta> (Дата публикации: 8 июля 2020)

Интерфакс (2020) *Кинотеатры «Окко», «Синема парк» и «Формула кино» будут продавать не больше 50 билетов на сеанс*. URL: <https://www.interfax.ru/culture/699447> (Дата публикации: 16 марта 2020)

Интерфакс (2020) *Посещаемость кинотеатров в РФ после открытия сократилась на 90%*. URL: <https://www.interfax.ru/culture/720261> (Дата публикации: 4 августа 2020)

Интерфакс (2020) *Сеть «Каро» решила открыть автокино-*

театры в Москве, Петербурге и Казани. URL: <https://www.interfax.ru/culture/709516> (Дата публикации: 20 мая 2020)

Интерфакс (2020) *Собянин рассказал, какие ограничения могут быть сняты в июле.* URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/70838/> (Дата публикации: 14 июня 2020)

КАРО сеть кинотеатров (2020) *«КАРО» на драйве – первый автокинотеатр в Москве открылся в Крокус Сити.* URL: <https://karofilm.ru/news/312> (Дата публикации: июнь 2020)

КАРО сеть кинотеатров (2020) *Кинотеатры «Каро» в Москве Санкт-Петербурге, Казани, Тюмени, Сургуте, Самаре и Калининграде временно закрыты.* URL: <https://karofilm.ru/news/305> (Дата публикации: 26 марта 2020)

КАРО сеть кинотеатров (2020) *Попкорн по вызову: КАРО запускает в Москве доставку продукции киноваров.* URL: <https://karofilm.ru/news/306> (Дата публикации: апрель 2020)

КАРО сеть кинотеатров (2020) *Сеть кинотеатро КАРО запускает онлайн-платформу KAROApp.LIVE.* URL: <https://karofilm.ru/news/308> (Дата публикации: апрель 2020)

КиноПоиск (2017) *Кинобизнес на грани нервного срыва: По итогам CinemaCon* URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/news/2926315/> (Дата публикации: 31 марта 2017)

Китинг Д. (2020) *Netflix, Инсайдерская история компании, завоевавшей мир*, Москва: Эксмо

Коммерсант (2020) *«Четверть кинотеатров не переживут кризис».* URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4316366> (Дата публикации: 13 апреля 2020)

Кракауэр З. (1974) *Природа фильма. Реабилитация физической реальности*, Москва: «Искусство»

МакДональд К. (2018) *Теория фильмов*, Харьков: «Гуманитарный центр»

Метц К. (2013) *Воображаемое означающее. Психоанализ и кино*, СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге

Министерство культуры Российской Федерации (2020) Приказ от 17 марта 2020 №363 «О внесении изменений в приказ

Минкультуры России от 16 марта 2020г. №357 «О деятельности находящихся в ведении Минкультуры России организаций в условиях угрозы распространения новой коронавирусной инфекции (2019-nCoV) на территории Российской Федерации».

Невафильм Research (2020) *Возобновление работы кинотеатров в России – открыто 24; кинозалов в 27 регионах*. URL: <https://research.nevafilm.ru/research/research-news/view/cinema-reopenings-03/> (Дата публикации: 3 августа 2020)

Никита Никитин (2020) *После самоизоляции россияне будут меньше тратить времени на видеосервисы*. URL: http://www.kinometro.ru/news/show/name/post_rbc_5678 (Дата публикации: 19 июня 2020)

Олег Усков (2020) *Министр культуры рассказала, что покажут в кинотеатрах после пандемии*. URL: <https://rg.ru/2020/07/22/ministr-kultury-rasskazala-cto-pokazhut-v-kinoteatrah-posle-pandemii.html> (Дата публикации: 22 июля 2020)

Портал tvkinoradio.ru (2020) *Как кинотеатры готовятся к выходу карантина*. URL: <https://tvkinoradio.ru/article/article17708-kak-kinoteatri-gotovyatsya-k-vihodu-iz-karantina> (Дата публикации: 1 июля 2020)

Портал tvkinoradio.ru (2020) *Количество пиратского контента увеличивается за счет самоизоляции россиян*. URL: <https://tvkinoradio.ru/news/new17669-kolichestvo-piratskogo-kontenta-v-seti-uvelichivaetsya-za-schet-samoizolyacii-rossiyan> (Дата публикации: 21 апреля 2020)

Правительство России (2020) *Правительство Российской Федерации постановление от 10 апреля 2020г. №479 «О внесении изменений в перечень отраслей российской экономики в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции»*.

Правительство России (2020) *Принято решение о приостановке деятельности ночных клубов (дискотек), кинотеатров (кинозалов), детских игровых комнат и детских развлекательных центров, а также иных развлекательных и досуговых заведений*.

URL: <http://government.ru/info/39425/> (Дата публикации: 24 марта 2020)

РБК (2020) *Пользователи решили после отмены изоляции снизить активность в Сети*. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/19/06/2020/5eeb37a59a79471f83a5fea0 (Дата публикации: 19 июня 2020)

Сеть кинотеатров «Пять звезд» (2020) *Дорогие наши зрители*. URL: <http://www.5zvezd.ru/news/153421/> (Дата публикации: 26 марта 2020)

Сеть кинотеатров КИНОМАКС (2020) *Важная информация для посетителей*. URL: <https://kinomax.ru/news/event?id=10839> (Дата публикации: 26 марта 2020)

ТАСС (2020) *«Кинопоиск HD» готов предоставить свою платформу для кинотеатральных показов*. URL: <https://tass.ru/obschestvo/8007821> (Дата публикации: 17 марта 2020)

ТАСС (2020) *Министерство культуры разрабатывает механизмы помощи театрам из-за само изоляции*. URL: <https://tass.ru/kultura/8189551> (Дата публикации: 8 апреля 2020)

Указ Мэра Москвы от 16 марта 2020 г. №21-УМ «О внесении изменения в указ Мэра Москвы от 5 марта 2020 г. №12-УМ».

Эльзессер Т., Хагенер М. (2018) *Теория кино. Глаз, эмоции, тело*, СПб.: Сеанс

ЕКАТЕРИНА ЛАПИНА-КРАТАСЮК, АРИНА ПОРХОВНИК

*Кандидат культурологии, доцент НИУ ВШЭ,
Студентка 4 курса бакалаврской программы «Медиакоммуни-
кации» НИУ ВШЭ*

УМНЫЙ ГОРОД В СИТУАЦИИ ПАНДЕМИИ

Эпидемии прошлого были тесно связаны с жизнью (и смертью) в больших городах: в исторических описаниях этих событий закреплены не только время, но места наиболее массовых заражений: Парижская и Марсельская чума, холера в Лондоне, «испанка» в Барселоне и т. д. Пандемия коронавируса, на первый взгляд, актуализирует утратившее популярность в эпоху глобализации понятие «национального государства»: мы сравниваем статистику заболеваний по странам, болезненно переживаем закрытия национальных границ, вспомнили, благодаря цветным визуализациям географического распространения вируса, как выглядят очертания государств на карте Земли... В то же время, поскольку именно города являются порталами современного мира, они неизбежно стали и узлами той сети, по которой расплзается инфекция. Большие аэропорты, развитые транспортные системы, концентрация экономических, административных и культурных ресурсов — все эти преимущества мегаполисов сделали большие города во время пандемии одновременно и наиболее опасными пространствами.

В описании пандемии мы не случайно используем метафоры, отсылающие к цифровой культуре: геолокационные сетевые технологии, системы обработки больших данных, платформы для видеоконференций, мессенджеры и даже стриминговые

сервисы трансформировали материальность наших пространств, а сама пандемия стала видимой, обсуждаемой, познаваемой только с помощью ежедневно (или даже в режиме реального времени) обновляемых статистических таблиц, карт, медицинских ресурсов, а также ресурсов наблюдения за соседствами (как, например, Нью-Йоркский ресурс COVID-19: Data, позволяющий отслеживать количество новых диагностированных случаев коронавируса в своем и близлежащих районах города по почтовому индексу (COVID-19: Data, 2021) или приложений для отслеживания контактов и перемещений заболевших людей (как, например, печально известное российское мобильное приложение «для обеспечения самоизоляции» (Социальный мониторинг, 2021).

В гибридной пандемии, которая началась в 2020 году, и конец которой не могут пока спрогнозировать самые современные алгоритмы, переплетено биологическое и информационное, физическое и цифровое, мобильность перемещения вируса и вынужденная неподвижность наших тел, политическое, социальное, антропологическое и технологическое измерения нашей жизни.

Цифровые технологии позволили создать защиту от внезапно ставших опасными физических пространств и контактов, но высветили другую проблему компьютерной культуры: гибкий подход к разработке продуктов, который оправдывает себя в бизнесе, становится этически неприемлемым, или даже ведущим к жертвам, когда речь заходит о контроле распространения заболеваемости и апробации новых методов лечения. Увлечение подходом agile оправдывает себя, когда на рынок выпускается «сырая» игра или приложение, «тестируемые» международной аудиторией, ведь в результате такого краудсорсинга они могут быть быстро усовершенствованы (хотя и здесь без многочисленных проклятий геймеров не обойтись); но совсем другое дело — выпуск «сырого» приложения для обеспечения изоляции больных людей, несправедливо выписывающего штрафы, или не прошедшей всех этапов тестирования новой вакцины.

Взаимодействие технологий, коммуникационных форматов и пространств имеет в ситуации пандемии самые разные масштабы: от цифрового мониторинга ситуации во всем мире — до коммуникационных трансформаций соседств и жилищ. Но именно город становится основным полигоном для новых форм контроля и площадкой тестирования новых социальных норм, именно на уровне города «ощупываются» пределы допустимого, а также формируются и внедряются идеи для пост-ковидального будущего.

Поэтому в нашей статье мы сосредоточили свое внимание на состоянии умного города (smart city) в период пандемии, высветившем ключевые проблемы, на которые уже около десяти лет обращают пристальное внимание урбанисты и авторы концепций городских сетей: мы получили ответы на вопросы, которые, не пройдишь коронавирус по нашим городам, касались бы более отдаленного будущего.

Прежде всего, вспомним, какой город мы называем «умным»: это «город, в котором цифровые технологии и инновационные системы расширяют и увеличивают возможности решения городских проблем и улучшают показатели городской жизни» (Комнинос, 2020: 15). В то же время, парадоксальным образом, сами «технологии умных городов, разработанные для обеспечения городской эластичности (resilience, способности города восстанавливаться) и уменьшения рисков, становятся источником новых рисков и уязвимостей» (Kitchin, Dodge, 2019).

Кажется, что благодаря пандемии получилось поставить масштабный эксперимент: что будет, если из связки «город» и «цифровые технологии», образующей умный город, изъять город? Для многих горожан именно отсутствие городской жизни с ее прогулками в парках, с музеями, кинотеатрами, кафе, ночными клубами, встречами друзей, выходами в свет и даже свободным фланированием в толпе на улицах было особенно мучительно в ситуации (полу) карантина. Желание сохранить за собой «право на город» (Lefebvre, 1968; Costes, 2009), по крайней мере, в российских городах, и особенно в Москве и Санкт-Петербурге,

конкурирует в обществе со страхом перед опасностью заражения. С другой стороны, не была ли бы ситуация гораздо более мучительной, если, в порядке эксперимента, из связки «город» и «цифровые технологии» убрать цифровые технологии и возможность оставаться на связи?

Как уже говорилось выше, коронавирус подтвердил многие, в том числе и мрачные, прогнозы исследователей цифрового и умного города, хотя и воплотились они в несколько неожиданных формах. После десятилетия восторженных публикаций об умном городе, а также большого количества утопических проектов (одни из которых остались на бумаге, другие — получили архитектурное воплощение), публикации две тысячи десятых, посвященные цифровизации городов, выглядят более умеренными, амбивалентными, а иногда, и пессимистичными. В связи с этим наш основной исследовательский вопрос, связанный с умным городом в эпоху пандемии: каким образом новые требования к антивирусной безопасности изменили соотношение между цифровыми технологиями и городской публичной и приватной жизнью?

Одно из преимуществ, которые дают цифровые технологии в отношениях горожан с городом, — это возможность масштабирования и «зуммирования» его пространства: от взгляда на город с высоты птичьего полета мы можем мгновенно переходить к детальному рассмотрению любой точки на карте. Так и трансформации города под влиянием цифровых технологий в период пандемии нужно, на наш взгляд, рассматривать на трех уровнях пространства:

- на уровне административных границ всего города, которые стали ощутимы из-за введения цифровых пропусков и «цифровых КПП»;

- на уровне района: мест обитания, которые были доступны для физических передвижений и коммуникации, а также пространств, на которые распространяются «виртуальные соседства»: сети коммуникации и взаимопомощи, объединяющие людей, живущих рядом;

— и, наконец, на уровне квартир и других жилищ, которые для многих горожан оказались закрытыми пространствами, но, одновременно, и постоянно действующими порталами для онлайн-перемещения в разные точки города и за его пределы: выхода на работу и учебу, посещения международных конференций, театральных представлений и музеев; пространство жилища могло быть преобразовано в кинотеатры, библиотеки, публичные лектории и даже виртуальные бары и ночные клубы.

Используют ли городские администрации карантин, чтобы распространить свою власть, разделить горожан и городских активистов, усилить цифровой контроль, увеличить сбор больших данных о самых разных аспектах городской жизни, продолжить внедрение в частную жизнь горожан?

Потеряют ли горожане свое «право на город» окончательно или, наоборот, станут более внимательны друг к другу, будут более осознанно относиться к опасностям городской жизни и более ответственно — к собственной безопасности и безопасности наиболее уязвимых жителей города? Возникнут ли новые связи и новые территориальные границы и сообщества в пост-коронавирусных городах?

Самые серьезные из этих последствий для наших городов, их публичных мест и публичной сферы касаются, на мой взгляд, трех основных аспектов, связанных с рисками и уязвимостями умных городов, на которые исследователи стали обращать внимание в последние годы (Kitchin, Dodge, 2019).

1. Концепция умного города как рациональной, сбалансированной, бесперебойно работающей системы, которую можно регулировать «сверху», не выдерживает проверку практикой; многочисленные технологические сбои стали нашей повседневностью, а умение работать с ними — одной из важнейших компетенций.

2. Надзор, злоупотребление властью и дискриминация принимают новые цифровые формы, приватность горожан и их личные данные подвергаются новым рискам. Цифровые технологии в теории расширяют возможности и права горожан на город,

но на практике часто оказываются причиной нарушения их прав и свобод.

3. Цифровые технологии позволяют быстро устанавливать разнообразные связи, формировать сообщества, способствовать солидарности и сотрудничеству, но в то же время, обостряют отношения не только между городскими властями и горожанами, но и горожан друг с другом, выводя проблему «незнакомцев в городе» (Г. Зиммель) на цифровой уровень.

В то же время, мы ни в коем случае не утверждаем, что умные города — это безусловное зло, разоблаченное пандемией. На самом деле, говоря об опасностях умных городов, Роб Китчин и Мартин Додж отмечают, что в этих рисках нет ничего принципиально нового: все предыдущие этапы технологического переоснащения городов — такие, как электрификация, установка первых транспортных систем и т.п., — сопровождались очень похожими опасностями и опасениями (Kitchin, Dodge, 2019) — и в осмыслении и преодолении их города становились только лучше и комфортнее. Более того, история пандемий прошлого показывает, что города, преодолевая трагические последствия болезней, часто выходили на новый уровень городского планирования, которое улучшало городскую жизнь и уменьшало вероятность повторения эпидемий в будущем; так, например, возникла культура городских парков в Европе, а затем и в США (Pandemic Urbanism Praxis in the Time of Covid-19, 2020).

Умный город как регулируемая технологическая система

Авторы книги «Право на умный город» (Cardullo et al., 2019) пишут, что сторонники концепции умного города, используя технологический подход к решению проблем и утверждая технократические формы управления городом, предполагают замещение пространства города технократической системой. Пандемия 2020 года предоставила множество новых репрезентативных примеров, показывающих, что концепция «умного города» как рациональной, управляемой, обладающей гибкой инфраструктурой централизованной системы, несостоятельна. Даже в городах,

стремящихся к максимальной централизации власти и технологий (таких, как Москва), эта система фактически не справилась ни с одной из новых цифровых «задач». Сайт Госуслуги.ру мгновенно рухнул, как только большое количество пользователей решило обратиться за обещанным президентом пособием на детей. Технологические ошибки системы выписывания пропусков и отслеживания самоизоляции приводят к серьезным долгосрочным последствиям для людей, причем исправить эти ошибки технологическим же способом часто невозможно: допущенные, они становятся частью системы административного преследования и могут быть обжалованы только в суде. Например, в период самоизоляции в Москве наиболее пострадавшими от несовершенств и ошибок цифровых программ стала одна из наиболее уязвимых групп горожан: пожилые и заболевшие ковидом москвичи. Сбои приложения «Социальный мониторинг» наглядно демонстрируют, как несовершенства цифровых программ превращаются в административные и социальные проблемы, решить которые при помощи цифры уже невозможно.

Переходы между «умными» и «традиционными» слоями городского гибридного пространства становятся особенно болезненными, когда преодоление разрывов и «швов» сопряжено с несправедливостью, за которую никто не отвечает, т. к. обвинения можно переадресовать алгоритмам программ или наложению старых и новых технологий. В случае «Социального мониторинга» — это истории о том, как пациент, не покидавший квартиру, не только вынужден делать селфи в любое время суток, но и получает автоматический штраф в результате сбоя программы и должен, несмотря на очевидную ошибку, обязательно его уплатить, т. к. своевременность уплаты штрафов проверяется автоматически, а в случае неуплаты автоматически же накладываются санкции (Orlova, Morris, 2020). В то же время, чтобы доказать свою правоту — подать жалобу, необходимо вступить уже в «нецифровые отношения»: заполнить заявление, подписав его от руки, отправить его по почте и ждать ответа. Цифровые приложения, цель которых замедлить рас-

пространение коронавируса, таким образом, могут быть причиной нарушения прав горожан: права на личную свободу, свободу передвижения, свободу собраний. Кроме того, нет никаких гарантий, что собранные с помощью этих приложений данные будут храниться надлежащим образом и не попадут в руки киберпреступников, особенно учитывая, что приложения делают-ся в спешке и запускаются без необходимого тестирования. В примере с приложением «Социальный мониторинг» проявляются сразу три проблемы умных технологий, о которых говорят Мартин Додж и Роб Китчин: проблема ненадежности технологий, цифрового надзора и уязвимости перед киберпреступностью (Kitchin, Dodge, 2019).

Ситуация пандемии изменила структуру и формы репрезентации городских данных, а также выявила уязвимости в способах их сбора и хранения. Даже цифровые визуализации наших городов сильно изменились — теперь мы видим карты распространения коронавируса, графики заболеваемости и т. п. В то же время, в публичном и медийном пространстве распространяются не только данные статистики, но и информация о манипуляциях данными или их недобросовестном сборе — и, ориентируясь на все эти противоречивые сообщения, горожане должны принимать решения о том, как вести себя в городе. В то же время, поскольку сама концепция умного города возникла не так давно, правил и примеров оптимального управления открытыми городскими данными в кризисных ситуациях пока недостаточно.

Кроме того, пандемия выявила множество киберуязвимостей, и на нее пришелся пик киберпреступности в Москве и других городах. Задолго до того, как мы впервые услышали о пандемии, исследователи города писали о том, что соблазны удобств, которые дают e-banking, e-government и т. д., а также удовлетворение потребности в социальном признании, обеспечивающее популярность социальных сетей, обладают и «темной стороной», связанной с цифровым надзором, киберпреступностью и утратой некоторых социальных навыков. Во время пандемии телефонные мошенники вышли на новый уровень,

а электронный буллинг и пранкерство (например, намеренное внедрение на зум-конференции и оскорбление участников) стали новыми рисками повседневности.

Право на инфицированный город

Пандемия подвергла право на цифровой город и возможность гражданских прав в умном городе серьезному испытанию, «цифровых заборов» стало значительно больше, а «цифровые поводки» стали намного короче (Kitchin, 2020).

Многие современные города насыщены цифровыми камерами видеонаблюдения с дистанционным управлением, которые могут отслеживать отдельных пешеходов, и все чаще им помогает программное обеспечение для распознавания лиц и походки. Большие части дорожной сети контролируются камерами дорожного движения и камерами автоматического распознавания номерных знаков, которые могут идентифицировать транспортные средства. В ряде городов сенсорные сети были развернуты в уличной инфраструктуре — например, такой, как мусорные ведра и фонарные столбы — для захвата и отслеживания телефонных идентификаторов. Эта же технология используется в торговых центрах и магазинах для отслеживания покупателей и позволяют владельцам технологий связываться с системой видеонаблюдения для сбора основной демографической информации (возраст и пол). Аналогичным образом, в некоторых городах установлена общедоступная сеть Wi-Fi, которая может собирать и отслеживать идентификаторы устройств, получивших доступ к сети. Индивидуальные гаджеты (смартфоны, планшеты), которые Р. Китчин называет «логъектами» (logjects), постоянно сообщают о своем местонахождении поставщикам телекоммуникационных услуг — либо через мачты сотовой связи, к которым они подключаются, либо отправляя GPS-координаты, либо через подключения к точкам доступа Wi-Fi. Такой сбор данных имеет глубокие последствия для конфиденциальности, которая является одним из основных прав человека (Kitchin, Dodge, 2011).

Другая опасность напрямую связана с правом человека на активное создание городского пространства и его использование, о котором пишет А. Лефевр. По мнению Китчина, жители умного города чаще всего не являются активными, заинтересованными участниками в вопросах благоустройства города и его развития. Гражданское участие проявляется, чаще всего, на уровне игрока или тестировщика. Горожанин обеспечивает обратную связь, а не выступает в качестве заявителя, создателя, лидера или лица, которое принимает решение. Несмотря на то, что создатели умных городов утверждают, что последние ориентированы, прежде всего, на граждан, разрыв между предполагаемыми намерениями муниципальных властей и реальностью сохраняется.

Право на город «состоит из права всех городских жителей в полной мере наслаждаться городской жизнью со всеми ее услугами и преимуществами (правом на жилье), а также принимать непосредственное участие в управлении городом (право на участие)» (Фернандес, 2007: 208). Жители имеют право участвовать в создании городского пространства — «право контролировать процесс урбанизации и устанавливать новые способы урбанизации» (Harvey, 2008: 40), — а не быть просто пассивными объектами управления и патернализма, практикуемыми городскими администрациями и рынком (Mitchell, 2003). Другими словами, право на город — это «моральный иск, основанный на фундаментальных принципах справедливости» (Marcuse, 2012), и прямой вызов несправедливости городского капитализма и неолиберализма.

«Право на цифровой город» должно включать в себя превращение инициатив «умного города» в гражданский и общественный интерес, принятие концепции «технологического суверенитета» в качестве новой формы гражданства и назначение лица, отвечающего за цифровые инновации. Технологический суверенитет — это представление о том, что технологии должны быть ориентированы на жителей и обслуживать их, а также должны являться общественным достоянием. Такая модель ум-

ного города будет ближе к концепции «права на город» А. Лефевра и сократит опасности, которые несет в себе цифровой город.

В то время, как цифровизация в целом рассматривается как возможность новых свобод, принудительная смартизация во время пандемии вызывает протесты. Многие горожане с трудом переносят самоизоляцию, хотя добровольное «затворничество» (например, во время работы над проектом) — частое явление в среде городского прекариата. Почему идея локдауна так невыносима для горожан, хотя многие из нас уже давно перенесли свои рабочие обязанности и жизненные потребности онлайн? Ведь город и до пандемии во многом можно было определить именно как пространство доступных онлайн-сервисов, а его физическое пространство мы часто мысленно измеряем границами работы/службы доставки (еды из ресторанов, сервисов такси и т.п.) Не становятся ли смарт-технологии новыми «цифровыми воротами города», которые власти города могут открывать или закрывать по своей прихоти, создавая, таким образом, новые неравенства и исключенные социальные группы? Выход в город во время самоизоляции буквально охранялся смарт-системами, требующими наличия девайсов, а также особого рода навыков — умения пользования сайтами и приложениями.

Кроме того, история городских эпидемий показывает, что все виды дискриминации обостряются в ситуации кризиса и выражаются в том, какие ограничительные меры принимаются. В эпидемиях прошлого власти городов и их жители нередко обвиняли представителей определенных рас, бедняков и представителей непрестижных профессий, которые могли подвергаться изгнанию и преследованиям. Эпидемии часто имели также колониальный характер: над представителями колоний могли совершаться медицинские «эксперименты», противоречащие этическим нормам (Pandemic Urbanism Praxis in the Time of Covid-19, 2020). В ситуации же пандемии COVID-19 мы столкнулись с новым видом дискриминации, построенной на эйджизме: повы-

шенная опасность, которой подвергаются при ковиде пожилые люди, косвенно привела к лишению их права на город.

«Незнакомцы в городе» и сети взаимопомощи во время пандемии

Все перечисленные выше изменения цифровой среды и доступа в городское пространство отразились на положении людей в городе, их повседневности, потреблении, способах коммуникации друг с другом.

В своей книге «Медийный город», опубликованной впервые в 2008 году, австралийский урбанист, создатель концепции «медиагорода» Скотт Маккуайр пишет: «Такие влиятельные учёные, как Хабермас, Джекобс, Сеннет, Берман, Дэвис, Соркин и Харви, утверждали, что культура публичности, характерная для предыдущего этапа современной эпохи, вытеснена массовым „исходом“ людей в дом, в частную жизнь. Отмечалось, что развитие пригородов выносит смертный приговор общественному пространству „старого“ города. Вкупе с этим развитие общенациональных вещательных систем после Второй мировой войны означало не только „колонизацию“ общественной сферы электронными медиа вроде радио и телевидения, но и то, что медийное пространство стало брать на себя всё больше функций пространства общественного» (Маккуайр, 2014). По мнению исследователя, в результате распространения «опространствленных» медиаплатформ и создания гибридных пространственных ансамблей рождается медийно-архитектурный комплекс — медийный город. В своей книге Маккуайр приводит в пример дом Билла Гейтса: «Гейтс спроектировал комнаты таким образом, что их стены представляли собой большие — от пола до потолка — видеоэкраны. В некоторых случаях, например в спортзале, еще один экран располагался на потолке. Все эти экраны можно было запрограммировать на свой вкус: например, просматривать произведения искусства, отобранные в виртуальной коллекции Гейтса» (Маккуайр, 2014). Так формируется «концепция дома как интерактивного узла, постоянно подключенного к мощному по-

току информации», которая объясняет перемены в понимании человеком частного и публичного пространства. Идея «цифрового дома» постепенно перерастает в идею «цифрового города», в котором стены превращаются в электронные окна, создавая новую точку наблюдения, которая больше не привязана к физическому месту и способна переместить наблюдателя в любую реальность.

Несмотря на появление новой свободы, цифровой город приносит с собой и противостоящие ей ограничения: «Образу цифрового потока, несущего новую свободу, повсюду противостоит использование цифровых технологий для совершенствования форм контроля над пространством» (Маккуайр, 2014). Камеры слежения, которые раньше можно было заметить только у банков и входов в магазины, начинают постепенно образовывать собственную сеть, которая разрастается со временем. Отныне человек находится под постоянным наблюдением (камеры, обеспечивающие безопасность, GPS-навигаторы), его восприятие частного пространства изменяется. Из-за этого увеличивается дистанция между незнакомцами в городе, так как люди начинают более трепетно относиться к границам своего частного пространства. У горожан появляется постоянная потребность в том, чтобы быть под наблюдением, так как это гарантирует им личную безопасность в ситуации дистанции с пространством с другими людьми.

С одной стороны, во время пандемии по новому заявила о себе проблема «незнакомцев в городе», а также ее цифровые итерации, связанные с использованием приложений для знакомств и выбором между онлайн- и офлайн-коммуникациями горожан. В своих книгах С. Маккуайр описывает город как пространство отношений (*relational space*), в котором человек принимает жизненно важные решения в отсутствие традиционных социальных опор. Во время пандемии горожане рискуют заразиться сами и становятся потенциальным источником опасности для других. Опасения за себя и опасения страха окружающих, который может стать источником агрессии и доноительства,

трансформируют коммуникации горожан и этикет городской жизни; в том числе, и в той ее части, которая происходит с помощью цифровых технологий. Так, наряду с тем, что обостряются отношения между молодыми и пожилыми горожанами (BBC, 2020), а в Москве, например, после снятия некоторых ограничений, возникают лагеря «масочников» и «антимасочников», агрессивно отстаивающих свои позиции, цифровой мониторинг заражений коронавирусом, сделанный в форме интерактивных карт, привел в некоторых российских регионах к слежке соседей друг за другом.

С другой стороны, во время пандемии изменилась локализация города: свой район и даже свой дом и подъезд на долгое время стали единственной средой обитания горожан, площадь перемещений сузилась до двора и близлежащего парка. Это привело к «микроурбанизации» (Бредникова, Запорожец, 2014): горожанам стали заметны и интересны детали жизни своего района, они стали больше замечать друг друга. Наряду с примерами слежки соседей друг за другом, зафиксированы и многочисленные примеры микрозаботы и микросолидарности (а также микросопротивления); кому-то из горожан выжить и сохранить работу помогла именно цифра, другие, с помощью цифровых технологий, стали ближе друг другу, третьим сети помогли остаться на связи: некоторые люди даже отмечали, что в период пандемии они стали больше общаться с родными и друзьями, актуализировали контакты, которые до пандемии забросили. Могут ли защитные меры привести к тому, что горожане станут более подозрительны и враждебны друг к другу? Может ли перевод части коммуникаций онлайн решить эту проблему или он, наоборот, ее усугубит? Как это отразится на политической, социальной и экономической жизни городов? А возможно, наоборот, микромасштаб среды обитания, доступной во время пандемии, приведет к тому, что горожане будут более эффективно использовать местные сети — как технологические, так и социальные (между которыми, впрочем, сегодня практически нет разницы).

Об амбивалентном характере трансформации коммуникации хорошо говорят примеры реакции преподавателей и студентов на переход школ и университетов на онлайн-обучение. Для одних в такой коммуникации критически не хватает социальности, даже тактильности; другие, напротив, говорят о том, что экран компьютера уменьшает дистанцию: преподаватель теперь «видит» весь класс, потому что присутствие фиксируется технологически, а «тихие» студенты, которые в офлайн-аудитории не могли вставить и слово в дискуссию, получили новые возможности привлечь внимание преподавателя. Дорогие конференции и семинары, о поездке на которые можно было только мечтать, стали открыты всем желающим, и возможность посетить крупные конвенции и задать вопрос академическим знаменитостям расширились.

Наконец, актуальным остается вопрос о том, насколько локдаун разрушителен для экономики города, ведь пропуск в новый мир оказался цифровым в буквальном смысле слова. Те компании, которые смогли провести быструю технологическую переоснастку и перейти онлайн, встроились в новую ситуацию с наименьшими финансовыми потерями. Каждый день умирают малые бизнесы, но, в то же время, сервисы доставки процветают. Те, кто раньше считался самыми жестоко эксплуатируемыми, и при этом невидимыми жителями города, становятся новыми городскими героями. Горожане начали различать лица курьеров, общаться с теми, кто раньше был безликой частью фундамента экономики города (в Москве в этом смысле показательна общественная дискуссия по поводу аварии с участием Михаила Ефремова, в которой пострадал Сергей Захаров, сотрудник доставки). Горожане теряют работу, но экономят на транспортных расходах и т. д. Поэтому исследователи ставят сегодня вопрос, будет ли экономика городов после пандемии разрушена или просто изменится.

В заключительной части нашего текста сфокусируем внимание на ситуации в Москве и приведем результаты нашего небольшого исследования, посвященного реакции москвичей

на цифровые меры сдерживания пандемии. Ограничение на использование общественного пространства и социальное дистанцирование стали основными мерами в борьбе с распространением COVID-19. В апреле-мае 2020 года более половины населения всего мира были призваны оставаться дома и избегать публичных пространств (Интерфакс, 2020). Власти и жители многих городов соблюдали рекомендации ВОЗ, о чем свидетельствуют поразительные изображения пустых городских улиц, парков, пляжей, площадей и набережных. Города, известные своей активной уличной жизнью, такие как Нью-Йорк, Рим или Барселона, в ситуации карантина выглядели покинутыми и безлюдными.

В России в целях информирования населения о предпринимаемых мерах был создан специальный портал стопкоронавирус.рф а также страница на сайте Министерства здравоохранения. 29 марта 2020 года мэр Москвы Сергей Собянин делает заявление о том, что скоро на улицах Москвы будет работать система внешнего мониторинга: «В течение ближайшей недели будет развернута умная система контроля соблюдения домашнего режима и установленных правил перемещения граждан. Постепенно, но неуклонно мы будем ужесточать необходимый в этой ситуации контроль» (Сайт Сергея Собянина, 2020).

Гражданские свободы, по мнению властей, должны быть принесены в жертву общественному здравоохранению. Роберт Китчин в своем новом исследовании «Гражданские свободы или общественное здравоохранение, или гражданские свободы и общественное здравоохранение? Использование технологий наблюдения для борьбы с распространением COVID-19» оспаривает эти утверждения, подвергает сомнению техническую и практическую эффективность технологий наблюдения и изучает их влияние на гражданские свободы, государственность, капитализм и общественное здравоохранение (Kitchin, 2020).

В кризисной ситуации власти должны решить этическую проблему: возможно ли обменять гражданские свободы на нужды общественного здравоохранения? В попытке гарантировать,

что гражданские свободы не будут обмениваться на нужды общественного здравоохранения, организации и ученые в ряде юрисдикций проводят активные кампании. Их основная идея заключается в том, что если технологии наблюдения и должны быть развернуты, то они должны соответствовать действующему законодательству и защищать гражданские свободы. Например, Electronic Frontier Foundation, Американский союз гражданских свобод, институт Ады Лавлейс (Ada Lovelace Institute (2020); Guariglia and Schwartz (2020), Stanley (2020) и Европейский совет по защите данных требуют, чтобы:

- сбор и использование данных основывались на научном подходе и реальных потребностях;
- цели, намерение и устройство технологии были прозрачными;
- вводимые технологии и более широкие инициативы имели определенные временные рамки;
- соблюдался индивидуальный подход к конфиденциальности, гарантирующий анонимность и надежное шифрование данных;
- данные не могли бы быть кому-либо переданы, перенаправлены или монетизированы;
- проводимые действия имели прочную законодательную базу и обладали надлежащей правовой процедурой для противодействия неправомерному использованию;
- исходный программный код должен быть опубликован;
- исполнители должны нести ответственность за свои действия (Guidelines, 2020).

Перечисленные требования означают, что цифровые технологии могут быть использованы только тогда, когда эксперты в области общественного здравоохранения сочтут это необходимым в целях сдерживания и замедления распространения вируса, а их использование прекратится после окончания кризиса. Граждане должны точно знать, в каких целях используются технологии и как будут использованы их данные. Кроме того, разработка подобных технологий должна основываться

на подробных требованиях, установленных экспертами в области общественного здравоохранения и политике конфиденциальности, и не должна быть предоставлена частным компаниям для руководства проектированием и производством.

В своей работе «Использование цифровых технологий для борьбы с распространением коронавируса: панацея или глупость?» Р. Китчин пишет о существующих опасениях относительно законности подобных мер и системности, при которой будут вырабатываться рекомендации и обязательные приказы (Kitchin, 2020). Встает вопрос и о том, будут ли они сопровождаться надлежащими правовыми процедурами, надзором и правом на отказ от участия. Китчин задается вопросами: создан ли формальный механизм для надзора за внедрением и функционированием новых технологических разработок, чтобы гарантировать, что они придерживаются существующих норм и законов и не допускают злоупотребления полномочиями?

Попытаемся ответить на вопрос, как граждане России относятся к ограничениям, вводимым для недопущения распространения коронавируса, и понимают ли они, как эти ограничения должны сочетаться с гражданскими правами. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) и АНО «НИЦ «Особое мнение» провели исследование того, как россияне оценивают принимаемые региональными властями меры по борьбе с коронавирусом (ВЦИОМ, 2020). По данным исследования уровень опасений в Москве, в большей мере охваченной коронавирусной инфекцией, выше уровня опасений в регионах, которые воспринимают режим самоизоляции как необходимость. С одной стороны, в Москве выше оценивается риск заразиться, с другой — жители в меньшей степени опасаются тяжелых последствий в случае заболевания лично для себя. На фоне этого горожане в целом готовы поддержать ужесточение мер по борьбе с коронавирусной инфекцией при ухудшении ситуации. Однако наибольшая поддержка декларируется в отношении мер по ограничению перемещений и усилению контроля за зара-

женными людьми, а меры, связанные с применением санкций в виде увеличения штрафов и/или введения уголовного преследования за нарушение режима самоизоляции, напротив, не одобряют более половины опрошенных.

Из данных этого исследования можно сделать вывод, что граждане, принявшие участие в опросе, больше опасаются увеличения штрафов и/или введения уголовного преследования, но готовы поддержать усиления средств контроля за зараженными людьми (система распознавания лиц с помощью видеокамер, GPS-наблюдение за мобильными телефонами, увеличение числа полицейских проверок на улицах и другое). Таким образом, большинство участников опроса (70%) готово пожертвовать свободой передвижения и свободой частной жизни заболевших ради общественного блага. Стоит обратить внимание, что в данном опросе приняли участие жители разных городов России, поэтому нельзя экстраполировать все выводы исследования только на столицу.

Приведем также данные немасштабного опроса, проведенного нами. Главной целью опроса был сбор информации о реакции молодых жителей Москвы на меры по борьбе с распространением коронавирусной инфекции (введение режима самоизоляции, закрытие парков и спортивных площадок, режим пропусков, внешний мониторинг и масочный режим). Участие в опросе приняли 447 респондентов, все они проживают в Москве или Московской области. Большая часть опрошенных (79%) — люди в возрасте от 18 до 25 лет. Большинство респондентов являются представителями женского пола (77%), которые не состоят в браке (84%). Более трети респондентов проживает за пределами Центрального административного округа (68,9%), в то время как 22,4% являются жителями центра Москвы.

На вопрос «Поддерживаете ли Вы меры, которые использовало государство с целью предотвращения распространения коронавируса в Москве (режим самоизоляции, пропускная система, закрытие общественных пространств)?» больше половины

респондентов (52%) ответили, что поддерживают их частично. При это четверть респондентов полностью поддерживает применяемые меры. 15% респондентов ответили, что не поддерживают используемые меры, но признают, что некоторые из них все же стоило ввести.

Почти половина опрошенных (45%) заявила, что без режима самоизоляции в Москве обойтись было точно нельзя. При этом треть респондентов (37%) в этом сомневается, а 11% полагает, что это возможно. Стоит отметить, что в комментариях к опросу некоторые респонденты писали, что их не устраивает режим «самоизоляции», и они настаивают на введении режима чрезвычайного положения и полноценном карантине.

Половина респондентов (53%) утверждает, что можно было обойтись без режима электронных пропусков: из них 20% уверены, что в этом не было необходимости, а 24% сомневается, но склоняются к тому, что пропуска не нужны. 45% опрошенных утверждают, что пропуска в той или иной мере были необходимы. Однако только 10% респондентов однозначно настаивает на их необходимости во время самоизоляции.

На вопрос «Доставлял ли вам дискомфорт внешний мониторинг (тот факт, что ваше лицо повсеместно распознают камеры)?» 45% респондентов ответили «однозначно да». При этом еще 21% опрошенных склоняются к тому, что им доставляли дискомфорт камеры наблюдения. Только 11% с уверенностью ответили, что им безразличны снимающие и распознающие их лица камеры.

Из проведенного нами немасштабного опроса можно сделать вывод о том, что молодое население Москвы неоднозначно относится к мерам по борьбе с распространением COVID-19. Большая часть признает режим самоизоляции необходимым, но в то же время испытывает в связи с ним дискомфорт. Молодое поколение не готово поддержать все меры, применяемые властью. Мнения разделяются в вопросах введения пропускной системы и закрытия парков. При этом респонденты на момент проведения опроса, т.е. май 2020 года, готовы были соблюдать

масочный режим. В то же время они настаивали на возможности заниматься спортом с учетом соблюдения дистанции. Несмотря на частичное несогласие с введенными ограничениями, большая часть опрошенных считает отмену режима самоизоляции чересчур ранней. Однако это не мешает половине респондентов радоваться возможности свободно перемещаться по городу.

Долгосрочное воздействие пандемии COVID-1, видимо, приведет к нормализации многих аспектов умного города: цифровизации торговли, развитию систем внешнего мониторинга, переходу к безналичной экономике, удаленной работе, виртуальным услугам и повсеместному онлайн-обучению.

В стремлении действовать оперативно власти Москвы не уделили достаточного внимания оценке технической осуществимости предложенных решений: будут ли они работать на практике, и в какой степени они обеспечат более эффективные результаты, чем традиционные вмешательства, до сих пор до конца не ясно. Также не были достаточно рассмотрены их последствия введения цифровых мер ограничения пандемии для гражданских свобод. Из этого можно сделать вывод, что предполагаемые выгоды от цифровых мер не перевешивают негативные последствия, т.к. вводя меры по обеспечению общественного здравоохранения, мы не должны забывать о важности защиты гражданских свобод.

Список литературы и источников

Cardullo P., Di Felicaionio C. and Kitchin R. (Eds.). (2019) The Right to the Smart City. Bingley, UK: Emerald Publishing.

Costes L. Lefebvre H. (2009) «Le droit à la ville»: vers la sociologie de l'urbaine. Paris: Ellipses.

COVID-19: Data. URL: <https://www1.nyc.gov/site/doh/covid/covid-19-data.page>

Guidelines 04/2020 on the use of location data and contact tracing tools in the context of the COVID-19 outbreak // European Data Protection Board. URL: <https://edpb.europa.eu/sites/edpb/>

files/files/file1/

edpb_guidelines_20200420_contact_tracing_covid_with_annex_en.pdf.

Kitchin R. Civil liberties or public health, or civil liberties and public health? // The programmable city URL: <http://progcity.maynoothuniversity.ie/2020/06/new-paper-civil-liberties-or-public-health-or-civil-liberties-and-public-health>.

Kitchin R. (2020) Using digital technologies to tackle the spread of the coronavirus: Panacea or folly? // The Programmable City Working Paper 44, 2020. URL: <https://progcity.maynoothuniversity.ie/wp-content/uploads/2020/04/Digital-tech-spread-of-coronavirus-Rob-Kitchin-PC-WP44.pdf>

Kitchin R., Dodge M. (2011) Code/space: software and everyday life. Cambridge, Mass: MIT Press.

Kitchin R., Dodge M. (2019) The (In) Security of Smart Cities: Vulnerabilities, Risks, Mitigation, and Prevention // Journal of Urban Technology. 2019. №2 (26). С. 47–65.

Lefebvre H. (1968) Le droit à la ville. Paris: Éditions Anthropos.

Orlova G, Morris J. (2020) City Archipelago: Mapping (post) lockdown Moscow through its heterogeneities // City & society (Washington, D.C.). 2020.

Pandemic Urbanism Praxis in the Time of Covid-19. A Collective Effort Draft: April 22, 2020. Columbia University Graduate School of Architecture, Planning and Preservation.

Using digital technologies to tackle the spread of the coronavirus: Panacea or folly? // The programmable city URL: <http://progcity.maynoothuniversity.ie/2020/04/using-digital-technologies-to-tackle-the-spread-of-the-coronavirus-panacea-or-folly/>.

Запорожец О. Н., Лапина-Кратасюк Е. Г. Антропология цифрового города: к вопросу о выборе метода // Этнографическое обозрение. 2015. №4. С. 41–54.

Коронавирус в мире: в новой вспышке Covid-19 винят молодежь, ЕС думает о новом закрытии границ. 29 июля 2020. BBC. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-53534696>

fbclid=IwAR2p1xBv0vGgWPVyeji9dhR_oIXr4qnr6qenTPDpJRZW02OhsLPQ6wDyPVI

Коронавирус. Ограничение передвижения по городу и социальная поддержка // Сайт Сергея Собянина URL: <https://www.sobyanin.ru/koronavirus-ogranichenie-peredvizheniya-i-sospodderzhka-grazhdan>.

Коронавирус. Ограничение передвижения по городу и социальная поддержка // Сайт Сергея Собянина URL: <https://www.sobyanin.ru/koronavirus-ogranichenie-peredvizheniya-i-sospodderzhka-grazhdan>.

Маккуайр С. (2014) Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство. М: Strelka Press.

Оперативные данные // Стопкоронавирус.рф URL: <https://стопкоронавирус.рф>.

Режим самоизоляции: ожидания, мотивы, оценка введенных ограничений // ВЦИОМ URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10256>.

Социальный мониторинг. URL: <https://www.mos.ru/city/projects/monitoring/>

ТВ сообщило, что изоляции из-за COVID-19 подверглась почти половина жителей Земли // Интерфакс URL: <https://www.interfax.ru/world/701018>.

Раздел II. Пандемия как дискурс: нарративы, жанры, форматы

АННА НОВИКОВА

*Доктор культурологии, профессор департамента медиа
НИУ ВШЭ*

БОЛЬШОЙ НАРРАТИВ О КОРОНАВИРУСЕ: КИЧ КАК ИНСТРУМЕНТ КОНСТРУИРОВАНИЯ МЕДИАПСИХОЗА

Когда человек (или человечество) сталкивается с каким-то новым и не очень понятным явлением, ему необходимо это явление самому себе объяснить или хотя бы описать, поставить его в контекст других уже знакомых явлений, чтобы незнакомое стало хотя бы отчасти знакомым и чуть менее опасным. На помощь ему приходит культурная и семейная память, религиозные представления и массовая культура. Набор сравнений и формул описания не должен быть слишком сложным и неоднозначным. Для структурирования мира в соответствии с потребностями обыденного сознания подходят механизмы кича. Кич помогает создавать иллюзию надежности и предсказуемости мира даже в очень сложных ситуациях, подобных пандемии 2020 года.

Говоря о киче, мы будем исходить из определений и описаний, данных А. Яковлевой, которая понимает под кичевыми образами ставшие достаточно прозрачными клише, чаще всего с единственным значением (Яковлева, 2001: 261). Генетически они могут иметь разное происхождение: классическое искусство, древние ритуалы, религиозные и повседневные практики и т. д. — однако их связь с первоисточником может быть едва уловима. Часть кичевых образов универсальна и широко известна, благодаря частому тиражированию; другие не имеют активного хождения, но прочно укоренились в культурной памяти

и могут быть реактуализированы в любой момент. Такие образы есть в локальных культурах, и в глобальной; они формируются и используются постоянно, но в моменты экстраординарных событий можно зафиксировать всплески интереса к ним как со стороны массмедиа, так и со стороны публики. Кич – универсальный инструмент эмоционального воздействия, который может быть использован в разных общественных ситуациях. Мы рассмотрим его воздействие в контексте событий весны 2020 года – начала пандемии вируса COVID-19.

Конструирование медиапсихоза

Период с февраля по май 2020 года войдет в историю медиа как беспрецедентный пример инфодемии. Термин этот достаточно новый, но он связан с хорошо известными и многократно описанными в научной литературе понятиями моральной паники и медиапсихоза. Искаженная медиарепрезентация кризисных событий, активное распространение непроверенной информации и фейков, спекуляции на эмоциях аудитории – все это существовало и до появления интернета. Под «моральной паникой» мы, вслед за С. Холлом (Holl, 1978) и С. Коэном (Cohen, 2011: 46.), понимаем ситуацию, при которой отдельное явление социальной действительности начинает восприниматься как угроза социальным ценностям и интересам. Эти механизмы исследуются давно и подробно, хотя чаще на материале социальных и экономических проблем, но модели их формирования, которые зафиксировали ученые, логика развития и последствия в значительной мере универсальны. Моральная паника может конструироваться властной элитой, заинтересованной группой или широкими массами. Изменения структуры медиасферы в последние десятилетия существенно расширили возможности всех трех групп. Многоплатформенность, множественность публичных сфер и, одновременно, глобальность информационного пространства, эрозия экспертного сообщества, уравнивание в медиасфере мнений экспертов и любителей (а иногда и просто профанов) приводят к тому, что в потоке информации становится все труднее отличать достоверное от вымышленного, рациональные доводы от эмоци-

ональных аффективных реакций. В этой ситуации как угроза социальным ценностям и интересам может выглядеть фактически любая аффективно поданная информация.

В случае с эпидемией COVID моральная паника возникла под воздействием всех трех групп: властных элит, заинтересованных организаций и широких масс. Но не потому, что это был глобальный заговор, вероятно, это был единственно возможный путь синхронной остановки глобальных процессов в разных странах. Мир необходимо было сильно напугать.

Эпидемии уже не раз бывали причинами моральных паники. Собственно, появление термина «инфодемия» тоже связано с эпидемией — гриппа. Но до 2020 года они не останавливали повседневную жизнь и экономику ведущих стран мира. Поначалу, информация об этой эпидемии выглядела похоже на то, что было раньше. Мировые СМИ работали с повесткой дня по известным клише. Объявление Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) пандемии само по себе тоже не было еще провокацией моральной паники, так же как и информация об ограничительных мерах, которые вынуждены были ввести главы некоторых государств.

Эффект паники на первом этапе возник снизу — благодаря странным видеороликам из Китая, слухам, фейкам, противоречивым мнениям различных экспертов, считавшим своим долгом сказать хоть что-нибудь про новый вирус. В отличие от медиапсихозов по поводу террористических атак, этот эффект не возник одномоментно, не был абсолютно очевиден и оценен однозначно. Уровень паники нарастал постепенно, по мере формирования большого трансмедийного нарратива об эпидемии. И люди тоже реагировали на нее с различной скоростью.

Герои большого нарратива

Исторические аллюзии, официальная информация ВОЗ и заявления государственных чиновников, интервью и блоги врачей и ученых, факты, фейки, слухи и пропагандистские клише, распространяемыми по множеству медиаканалов одновременно, — все это вместе за короткий срок формировало «большой narra-

тив о ковиде». Несмотря на то, что в каждой стране он состоял из множества самостоятельных историй (в частности, историй погибших и их семей), интернет сделал его во многих отношениях общим для всего мира. Разумеется, зрители, читатели, слушатели разных стран воспринимали его по-разному, поскольку восприятие это было обусловлено индивидуальными и национальными установками людей по отношению к смерти, болезням, конкретно этому вирусу и т. д. Также восприятие этого нарратива зависело от значимости для людей и стран тех или иных повседневных и культурных практик, затронутых эпидемией. Стремительная смена развлекательной культуры на мобилизационную сильнее всего ударила по тем странам, которые давно с мобилизационной культурой не сталкивались.

Не менее важно было то, что у многих людей достаточно быстро появились личные впечатления о болезни, если не собственной, то родных и знакомых. Множество вариантов течения болезни и особенности развития эпидемии в разных странах способствовали недоверию людей к чужим отличающимся свидетельствам, мнениям экспертов и журналистов, решениям своих и чужих властей. «Неподтвержденные» личными впечатлениями части истории подстегивали инфодемию.

Поскольку мы анализируем именно нарратив, а не историческую хронику развития эпидемии или повестку дня ведущих СМИ, нам представляется корректным положить в основу анализа сценарий путешествия героя волшебной сказки, основанный на теоретических работах В. Проппа (Пропп, 1928/1998) и Дж. Кэмпбелла (Кэмпбелл, 2008/2018), активно используемых киноиндустрией. В основе «большого нарратива о ковиде» лежит, на наш взгляд, блуждающий сюжет «победа над монстром». Этот сюжет активно используется в массовой культуре, в частности, кинематографе. Стремление к победе над персонифицированным (Минотавр, Касей бессмертный, «сумасшедший ученый», «безумный диктатор» и т.д.) или неперсонифицированным (астероид, вирус и т.д.) злом движет героями, стремящимися спасти своих близких и человечество в целом.



В нарративе о ковиде мы имеем дело с вирусом — то есть персонифицированным злом. Оно появляется как бы ниоткуда, само собой, самозарождается в результате случайных и непонятных обстоятельств. Но его появление локализовано в конкретной точке планеты — на рынке китайского города Ухань. Для обозначения этого зла, формирования его символа на первом этапе истории используется образ летучей мыши (по одной из первых обсуждаемых в медиа версий, вирус передался человеку именно благодаря съеденной мыши). Летучая мышь — образ для популярной культуры совсем не новый. Он и раньше связывался со злом и смертью. В летучую мышь, живущую во тьме и вылета-

ющую на охоту ночью, превращаются вампиры (Сальникова, 2020: 296—303). Маска летучей мыши появляется и в карнавальной культуре, это образ «женский» (роковая женщина), они активно используются в сказках, например, диснеевских мультфильмах, в них часто превращаются ведьмы и злые волшебницы. С другой стороны, образ летучей мыши связан с историей Бэтмена, что добавляет нарративу необходимую для современной культуры ироническую двусмысленность. Безусловно, в этом случае мы имеем дело с кичевым клише, отлично подошедшим для того, чтобы сфокусировать внимание глобальной аудитории, создать вокруг завязки истории про смертоносный вирус легко узнаваемый эмоциональный фон. Образ этот прекрасно подошел и быстро распространился в социальных сетях, в частности, в виде мемов.

Источник: <https://www.yaplakal.com/>

При том, что летучая мышь становится на время метафорой зла, для развития истории этого недостаточно. Кроме образа зла, медианарративу требуется еще и понятный широкому зрителю злодей. Однако прежде, чем решить, кому отдана эта роль в нарративе о коронавирусе, следует понять, кто же его герой? Рассмотрим несколько вариантов ответа на этот вопрос.

Героический ВОЗ или «чумной доктор». На стартовом этапе создается ощущение, что именно эта организация станет спасителем человечества от вируса-монстра. Но этот герой стремительно развенчивается, не успев обрести лицо какого-то конкретного чиновника (как это происходило в фильме «Инферно»). Отношения организации с Китаем, где начинается развиваться эпидемия, не прозрачны. Может быть, монстр не безличен? Может быть, над летучими мышами ставили эксперименты ученые? Может быть, их преступная халатность привела к тому, что вирус «сбежал из лаборатории» (это тоже достаточно стандартный сюжетный ход для фильма-катастрофы) — сомневается медиасфера. А ВОЗ все это покрывала? Тем более, что исследовательский

центр в Ухане давно известен в кругу профессионалов большими успехами в научных экспериментах с вирусами. И вот уже широкая публика отчитывается в социальных сетях о том, что прочитала статьи по вирусологии, опубликованные в рейтинговых научных журналах, и нашла виноватых... (Эффект это не новый. Практически каждое трагическое происшествие превращает пользователя в диванного «политолога», «бизнес-аналитика», «военного-эксперта» и т. д. Но в других случаях цена ошибки или глупости не велика. В случае же с эпидемией ставка — здоровье и жизнь каждого конкретного комментатора и сотен людей вокруг него, когда вооруженный своим «мнением» он выходит на улицы городов.) На короткое время волна моральной паники вынесла на поверхность историю женщины-начальника лаборатории, исследующей вирусы в Китае (Яшлавский, 2020). Медиа перехватывали друг у друга беллетризированную историю про то, как доктор Ши в ужасе едет в институт ночью на поезде, думая, не могло ли так случиться, что смертельный вирус «сбежал» именно от них. Описываемая сцена очень кинематографична, в ней есть движение, есть саспенс. Героиня очень современна — ученый в самой передовой области знаний и женщина, преодолевающая законы еще недавно вполне традиционного общества, женщина, проявляющая не только научную ответственность, но и архетип «заботливого». История заканчивается счастливым финалом, героиня проводит тщательную проверку и приходит к выводу, что их вины в эпидемии нет. И медиа почти мгновенно забывает про героиню. Как складывается ее жизнь и работа дальше, никого не интересует. Но образ Китая как «колыбели зла» еще долго сохраняет привлекательность.

Китай для глобальной массовой культуры — хорошо знакомый «Другой», загадочный и пугающий, таящий в себе потенциал в любой момент превратиться во Врага, в средоточие зла. Поэтому история про то, что ВОЗ на самом деле вовсе не герой, а пособник властей Китая, долго скрывавших настоящий уровень опасности нового вируса, регулярно муссируется СМИ всю весну 2020 года (Корреспондент.net, 2020).

Герой, неожиданно оказавшийся злодеем, — классический сюжетный поворот жанрового кинематографа. Международная организация в роли «козла отпущения» — тоже вполне знакомое публике драматургическое клише.

Несмотря на популярность различных «теорий заговора», если судить по мемам, в общественном сознании доминируют все-таки не они. Вместо индустриального образа организации как врага, культурная память возвращает на гребень популярной культуры средневековый и, казалось бы, давно устаревший образ Чумы. В нем враждебная стихия природы соединяется с культурным клише итальянской комедии дель арте — образе «чумного Доктора», спасителя и одновременно предвестника смерти.

Мемы, обыгрывающие этот образ, включали в коллаж и более современные образы массовой культуры. От традиционного образа рейнджера из вестерна до «охотников за привидениями» и антропоморфных роботов. В чумного доктора превратилась вся Всемирная организация здравоохранения.

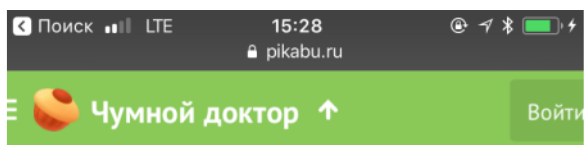
Источник: <https://pikabu.ru/>

«Мировая закулиса». Другой вариант героя из индустриального прошлого культуры — воображаемый союз/заговор правительств ведущих стран/мэров городов. На первом этапе карантина в этот воображаемый союз попали главы государств и мэры, которые рискнули первыми поставить под удар экономику, сделав выбор в пользу минимизации риска заражения с помощью локдауна. «Воинами света» были представлены Э. Макрон и А. Меркель, «воинами тьмы» — Д. Трамп и Б. Джонс. Последний к тому же заболел одним из первых чиновников высшего звена, что добавило его части истории драматизма. Глобальное сообщество имело возможность следить за отчетами о его болезни, которые подавались с некоторым злорадством (как быстрая и справедливая «небесная кара»). Во главе «войска света» какой-то момент оказалась английская королева, которая обратилась к подданным (а заодно ко всему миру)



с речью, насыщенной общественно одобряемыми эмоциями и историческими аллюзиями (BBC News. Русская служба, 2020).

Люди в масках. Третьим героическим собирательным образом стали врачи. Чаще не конкретные личности, а безмолвные



герои в специальных костюмах, выходившие на дежурство, как на передовую линию фронта. Особое внимание публики, конечно, было направлено на тех, кто в ситуации большой

неопределенности рискнул вести публичные блоги и подкасты (в России это был, например, главврач первой профильной больницы в Коммунарке Денис Проценко). Но «неизвестные солдаты» (врачи и медсестры) тоже воспринимались как герои. Истории их подвигов медиа тоже превратили в клише, которые повторялись почти дословно в разных странах, по очереди проходивших пик эпидемии. Когда эпидемия начиналась в Китае, героем стал врач-офтальмолог, первым предупредивший об опасности болезни. Он же стал одной из первых «персонафицированных жертв», погибших от заболевания (ЭКД, 2020). Остальные жертвы поначалу не имели собственных лиц. В репортажах из Китая это ощущалось особенно остро: люди в городах в одинаковых масках, замурованные двери подъездов, где есть заболевшие, врачи в клиниках и сотрудники эпидемиологических служб на улицах — все в специальных защитных костюмах, делающих их похожими на космонавтов, сотни жертв, слухи о забитых трупами моргах... Пока все это было в Ухане, это было больше похоже на фильм-катастрофу про нашествие зомби. Весь мир застыл у экранов в страхе. Этот страх и кадры, как из голливудского блокбастера, тоже понимали волну моральной паники, которая подпитывалась многочисленными «личными свидетельствами» в социальных сетях и слухами, передававшимися по разным каналам коммуникации, о безответственном поведении некоторых людей, не желающих соблюдать карантин и превращающихся в своеобразных биотеррористов.

На этом фоне достаточно быстро сформировался и новый образ врага. Им оказывался уже не сам вирус, а неожиданно ставший заразным человек. Обычный городской житель, которому не повезло заразиться одним из первых и который мог сам об этом даже не знать. Болезнь не была его виной. Но одновременно была, если он был молод и активен и попадал под подозрение в том, что недостаточно старательно соблюдает меры безопасности, пренебрегая благополучием, здоровьем и самой жизнью более уязвимых (пожилых и больных). Биотеррористом

мог ощущать себя практический каждый! В каждом мог притаиться вирус, то есть «чужой».

Фобия «личной вины» стала основой магистрального сюжета «большого нарратива о коронавирусе». Выходить или не выходить? Вопрос стал дилеммой для каждого. Неправильное решение — началом новой драматической сюжетной линии. Человек, выходящий за порог своего дома, должен был чувствовать себя лично виноватым в смерти множества людей. Выход на улицу превращал гражданина в зомби, врага цивилизованного человечества, соблюдающего все правила безопасности.

Такой гипертрофированный невротизирующий образ имел, вероятно, некоторую организационную и мобилизационную целесообразен, так как пропагандировал с помощью всего спектра приемов эмоционального воздействия слоган «оставайтесь дома». Ведь задача перед правительством, чиновниками и медиа стояла не банальная — поставить на паузу жизнь цивилизации. Такого в истории еще не случалось. Зато случалось в кино. И люди, чтобы остановиться, должны были почувствовать себя героями фильма или компьютерной игры. Поверить в реальность опасности, которую чаще всего нельзя было заметить невооруженным глазом.

Люди в масках, выходящие только за продуктами, были поставлены в этом нарративе в один героический ряд с врачами и медсестрами, сражающимися за будущее человечества в целом и отдельных людей, сидящих дома. Ношение маски обычным человеком в этом контексте стало не просто профилактическим действием, а актом солидарности, доступным каждому чудо-оружием, помогающим в борьбе с мифологическим чудовищем эпидемии. Особенно ярко этот магический потенциал маски проявлялся в тех случаях, когда люди начинали шить или мастерить маски сами, из подручных средств. В сетях появились обучающие ролики. Люди соревновались в том, кто сделает маску оригинальнее или сошьет их больше, чтобы подарить нуждающимся.

Так «человек в маске» стал настоящим супергероем!

Прежде, чем перейти к анализу пути героя-обывателя в маске, отметим, что последовательность выхода на авансцену названных нами героев большого трансмедийного нарратива о карантине очень похожа на логику развития нарратива о Второй мировой войне в СССР. Сначала в центре нарратива оказались главы воюющих держав, представавшие в величественном или гротескном, но обязательно мифологизированном виде. Потом появляется так называемая «генеральская правда о войне», где командиры — это уже люди с сомнениями, переживающие не только победы, но и поражения. Последней появляется «солдатская правда о войне» — в нашем случае, войне обывателя в маске с вирусом.

Отличие современной медиасферы в том, что сегодня они появлялись не последовательно, друг за другом, почти одновременно, но прорастали постепенно, не вытесняя друг друга полностью, а переключая на себя внимание, как это происходит с персонажами большого сериала.

Путь героя

Путь героя по канону начинается с *встречи с проблемой и зова*, который слышит герой. Обыватель пока не герой. На нем нет маски, он зритель, наблюдающий за происходящим в Китае. Он еще не верит, что весь этот ужас имеет к нему непосредственное отношение. Зовом можно считать информацию от ВОЗ, на которую обыватель пока обращает не слишком много внимания. Инфодемия еще не началась. В Венеции продолжается традиционный карнавал, глобальная индустрия туризма и развлечений еще работает в обычном режиме — проводятся массовые светские и религиозные мероприятия (от футбольных матчей и богослужений до свадеб и вечеринок, в том числе для жителей домов престарелых). Потом власти будут активно каяться в том, что не предприняли решительных действий прямо в это момент. Но пока они тоже обыватели, сохраняющие до последнего ритуалы повседневности. Этот этап *отказа от зова* не такой уж долгий, но его оказывается достаточно, чтобы весь мир увидел последствия. Вслед за «чужим» Китаем, эпидемия накрывает Италию.

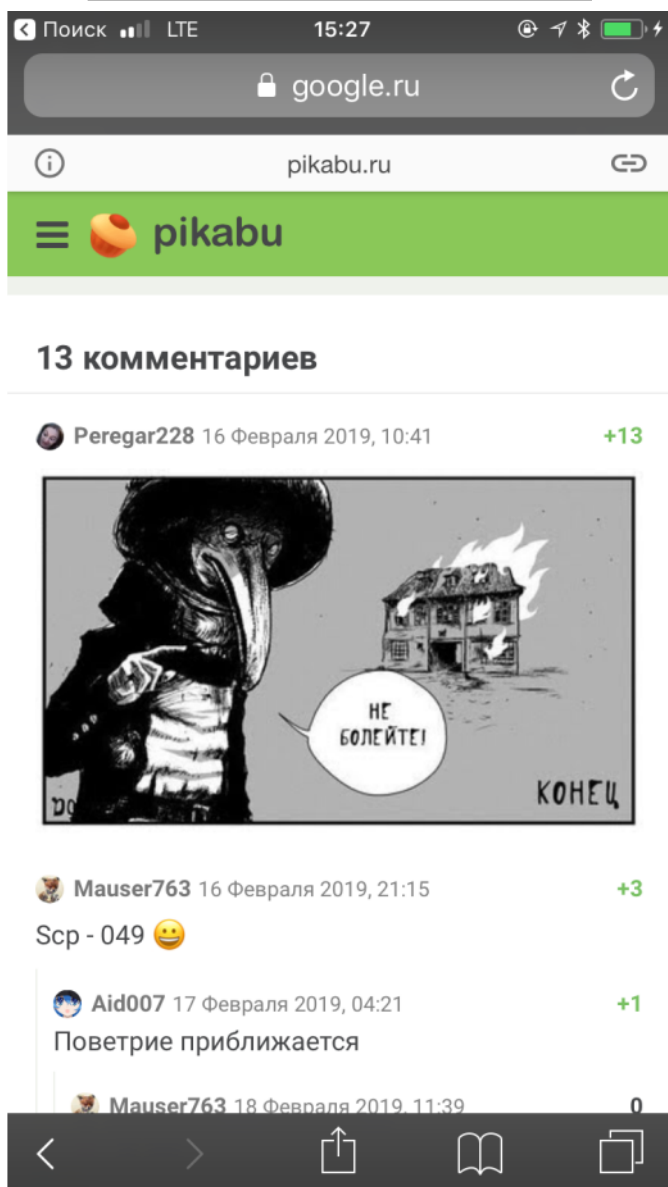
Не просто «свою», а символически «свою» — колыбель европейской цивилизации, средоточие культурной и религиозной жизни, Италию, чье противостояние чуме описано в книгах, вошедших в «золотой канон» мировой культуры.

Пересечением порога в этом контексте можно считать остановку Венецианского карнавала. Этот символический жест запускает процесс актуализации культурной памяти, о котором мы уже говорили, упоминая о маске Чумного доктора. То, что было для Венеции далеким прошлым, следы которого бережно сохранялись в городской субкультуре и классическом искусстве, стремительно стало превращаться в настоящее. Итальянцы, а за ними и весь мир, вспомнили «Декамерона» Джованни Боккаччо. Россияне — «Пир во время чумы» А. С. Пушкина. Французы вспомнили чуму в Авиньоне, где располагался папский двор, и кладбище Невинных в Париже. А вслед за ней и другие эпидемии, например, испанку... В этот же момент социальные сети заполнились изображением маски Чумного доктора в роли карательной машины, которая, пытаясь остановить эпидемию, не щадит того, кто стал ее первыми жертвами.

Источник: <https://pikabu.ru/>

С этого момента герои медиасферы начинают стремительное *путешествие к точке невозврата*. Больных все больше. Герой-обыватель замер в ужасе перед экранами, наблюдая за трагедией, разворачивающейся в Ломбардии. Но знаком прохождения точки невозврата все же оказывается не количество жертв, хотя оно и приводит героя-обывателя в состояние моральной паники. История подходит к точке невозврата (и одновременно, публика погружается в состояние медиапсихоза) в тот момент, когда пустеют улицы больших городов. Опустевшая площадь Сан-Марко в Венеции, замершие Рим и Флоренция. За ними Париж, Нью-Йорк, Москва... Социальные сети наводняют профессиональные и любительские фотографии пустых городов, кадры видеорегистраторов, съемки дронов, видео со смартфонов. Видеорепортажи из опустевших





городов снова, как и в начале, когда шли кадры из Китая, становятся похожи на кадры из фильмов-катастроф. Только теперь катастрофа разворачивается не в «чужой», малопонятной, считающейся тоталитарной стране, а на знакомых всем улицам «из туристических буклетов» — в центре глобальной развлекательной культуры. Прекращение городской дневной беготни и вечерней расслабленной жизни в кафе, ресторанах, на площадях становится сигналом об эсхатологическом состоянии общества не в меньшей степени, чем кадры из больниц или хроника заражений и смертей. У продуктовых магазинов выстраиваются длинные очереди людей в масках, ожидающие возможности войти внутрь. Полки магазинов в некоторых странах пустеют. В Европе и США люди запасаются консервами и туалетной бумагой, потрясая российских эмигрантов, не ожидавших, что дефицит их юности может вернуться в их повседневную жизнь в благополучных странах.

Обыватель в маске, стоящий в очереди в супермаркет, — в этот момент уже начинает опознаваться как самостоятельный и важный герой нарратива. Он приближается к цели, но эта цель — не победа над вирусом. До нее очевидно далеко. Эта цель — победа над рутинными повседневными практиками. Примирение с условиями карантина. Герой-обыватель перешагивает через себя, он больше не пытается сохранить привычки, он сформировал новые ритуалы жизни: в маске и с соблюдением социальной дистанции. Без привычных и приятных событий повседневности человек уже не похож на человека, он немного биоробот. Он кич, но его упрощенность — вид подвига, он отказался от «человеческого» ради выживания других людей.

Кич социальный на этом этапе активно поддерживается кичевыми формами искусства. В Италии, например, люди выходят на балконы и поют вместе с соседями, полицейские проходят по улицам городов и с шутками призывают людей не покидать свои дома, друзья проводят зоом-вечеринки, музыканты проводят концерты через зум, артисты играют спектакли, фотографии делают фотосессии через экраны компьютеров. Все понимают,



что это не полноценное искусство, но все соглашаются играть в эту новую художественную и бытовую «нормальность», потому что это их жертва, их забота о близких и дальних. Маски становятся не только средством защиты, но и модным аксессуаром, позволяющим хозяину выразить свои эстетические предпочтения (тоже, разумеется, кичевым).

Но все это на самом деле вовсе не победа героя. Это движение его к высшей точки напряжения повествования — *смерти*.

Что становится символической смертью героя в этом нарративе? Пожалуй, это самый сложный вопрос. Те, кто заболевают, попадают в больницы и умирают, конечно же, герои уже совсем другой, трагической истории. Но она чаще всего скрыта от глаз публики. Хотя есть и исключительные случаи, когда профессор умирает прямо во время интернет-лекции, или когда весь мир узнает, как медсестра нарушила правила и дала умирающей пожилой женщине свой смартфон, чтобы та могла попрощаться с сыном. Эти пронзительные трагические сцены — тоже часть большого нарратива, но не главная сюжетная линия.

По стечению обстоятельств, символическим моментом смерти и воскресения героя становится Страстная неделя и католическая Пасха, проходящая в изоляции. Кадры из пустого Ватикана,

где служит в одиночестве Римский папа, величественны, печальны, но не трагичны. Крестная смерть Христа становится прообразом «социальной смерти» героя-обывателя. Для христианского мира — это обещание Воскресения и победы над вирусом.

Источник: https://www.dw.com/ru/%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%B0-%D1%84%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%81%D0%BA-%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%88%D0%B8%D0%BB-%D0%BA%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%B9-%D1%85%D0%BE%D0%B4-%D0%BD%D0%B0-%D0%BF%D1%83%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B9-%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D1%89%D0%B0%D0%B4%D0%B8/a-53092251?maca=rus-yandex_new_politics_mm-9641-xml

Трагедия и «социальная смерть» героя-обывателя становится новым этапом после состояния паники и эйфории от подвига общемировой мобилизации. Игра в «новый общественный договор» становится все более невыносима. Власти вынуждены ослаблять запреты не потому, что вирус побежден, а потому, что дальше так жить невозможно. Герой-обыватель умирает не потому, что случилось что-то непоправимое, а потому, что она больше не герой.

Иллюзия рассеялась, стало понятно, что человек не может «не жить», даже если очень страшно и жизнь угрожает ему смертью. Герой-обыватель, как Алиса, «воскресает» уже не в Стране чудес, не как герой фильма-катастрофы, спасающий мир не выходя из дома, а как обычный человек, который при первой же возможности стремится вернуться к знакомым ритуалам повседневности, сдвинув маску на подбородок или засунув ее в карман, усевшись с родственниками и друзьями на верандах городских кафе.

Источник: <https://www.yaplakal.com/>

Но путь героя не закончен. Враг не побежден. Подвиг поставлен под сомнение. Была ли маска оружием или она была инструментом обмана, как полагают авторы этой иллюстрации?

ЧТО ГОВОРЯТ МАСКИ



**СНИМИ Намордник!!!
ВКЛЮЧИ Мозги!!!**

Как и все остальные герои, «человек в маске» не просто проиграл, но все время рискует превратиться в антигероя.

Развитие большого нарратива о коронавирусе продолжается по логике нового сезона сериала.

Список литературы и источников

Корреспондент.net (2020) Как Китай и ВОЗ скрывали эпидемию коронавируса // <https://korrespondent.net/world/4218369-kak-kytai-y-voz-skryvaly-epydemyui-koronavyrusa> (Дата обращения 01.09.2020)

Кэмпбелл Дж. (1949/2018) Тысячеликий герой. СПб.: Издательство Питер.

Пропп В. (1928/1998) Морфология волшебной сказки. М.: Лабиринт.

Сальникова Е. (2020) Образы эпидемии в кино // Искусство в контексте пандемии: медиатизация и дискурс катастрофизма. М.: Издательские решения, 2020. С. 286–340.

ЭКД (2020) В Китае от нового коронавируса умер врач, пытавшийся первым предупредить об эпидемии // <https://ekd.me/2020/02/v-kitae-ot-novogo-koronavirusa-umer-vrach-pytavshijsya-pervym-predupredit-ob-epidemii/> (Дата обращения 01.09.2020)

Яковлева А. (2001) Кич и паракич: Рождение искусства из прозы жизни // Художественная жизнь России 1970-х годов как системное целое. —

СПб.: Алетейя, 2001, с. 252–263.

Яшлавский А. (2020) Спецслужбы пяти западных разведок рассекретили досье о тайной лаборатории Уханя // Московский комсомолец, 03.05. 2020. Режим доступа: <https://www.mk.ru/social/2020/05/03/specsluzhby-pyati-zapadnykh-razvedok-rassekretili-dose-o-taynoy-laboratorii-ukhanya.html>. (Дата обращения 01.09. 2020)

BBC News. Русская служба (2020) Коронавирус: королева Елизавета II призвала британцев к самодисциплине и решимости // <https://www.bbc.com/russian/news-52172246> (Дата обращения 01.09.2020)

Cohen S. (2011) Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers. London: Routledge.

Hall S. (1978) Policing the Crisis: Mugging, The Stat and Law and Order. London: Macmillan.

СВЕТЛАНА ШОМОВА

*Доктор политических наук, профессор департамента медиа
НИУ ВШЭ*

ОТ СРЕДНЕВЕКОВОЙ ГРАВЮРЫ ДО ПИН-АПА: ВИЗУАЛЬНЫЙ СЕРИАЛ ПЕРИОДА ПАНДЕМИИ КАК НОВАЯ ЖАНРОВАЯ ВАРИАЦИЯ МЕДИЙНОГО КОНТЕНТА

Подача контента в сериальном формате — мейнстрим современной массовой культуры. Однако само слово «сериал» до сих пор все еще воспринимается чаще всего в контексте кинематографических и телевизионных реалий. Таким сериалам посвящено множество книг (исследующих не только культурологические и психологические, но и философские, социальные, урбанистические, индустриальные и прочие ракурсы производства художественного, документального или анимационного контента — см., например: García, 2016; Jenner, 2018; Rowley, 2015 и др.); они становятся фокусом внимания целых тематических номеров научных журналов (Теория большого... 2013); их словно бы «несерьезные» вселенные сподвигают вполне серьезных ученых на большие научные конференции (назовем хотя бы конференцию «Зима близко», размышляющую о темах и образах «Игры престолов», — Наука по-вестеросски, 2017). В последние годы появились работы, изучающие специфику веб-сериалов, в том числе интерактивных (Уткин, Покровская, 2020); время от времени в литературе можно встретить упоминания о «фотосериалах» или «рекламных сериалах»; совсем свежее явление — Instagram-сериалы; но в общем и целом логика телевизионного зрелища, экранных искусств по-прежнему довлеет над парадигмой подхода к интересующему нас феномену.

Между тем современные медиа с их цифровыми культурными практиками, интерактивностью и свободным авторством давно научились превращать в сериалы самые разные типы высказываний, в первую очередь — визуальные. Речь может идти о различных видах контента: от серий профессиональных комиксов до любительских реплик на шедевры изобразительного искусства (флэшмоб «ИзоИзоляция», предполагающий воссоздание классических образов с помощью подручных средств, в одной только группе российского Фейсбука собрал более полумиллиона участников), от цифровых гравюр и плакатов до мемов. Специалисты не без основания утверждают, что «сериальность обеспечивает бесприкрытость тому или иному информационному продукту» (Захарченко, 2017: 140); более того, «приобщение к сериальной продукции — одна из форм современной медиазависимости» (Там же: 141). Учитывая, что сериальный, пролонгированный и дозированный, способ подачи информации известен цивилизации с давних времен (от наскальных рисунков до газетных и журнальных «сериалов», печатающих романы Диккенса или Достоевского), можно считать подобную зависимость вполне естественной, соприродной человеческой натуре. Нынешние визуальные сериалы лишь масштабировали явление и «раздвинули» семиотические и жанровые рамки данного феномена.

Если «кино учило зрителя воспринимать переключение от кадра к кадру как связный нарратив» (Манович, 2018: 92), то современный визуальный сериал идет еще дальше: он учит воспринимать в качестве единых нарративов и видеть внутреннюю связь между сообщениями, разбросанными не только во времени, но и в пространстве медиа, возникающими в качестве сиквела на самых разных платформах: в социальных сетях, мессенджерах, на новостных сайтах и т. д. Объединяющими признаками такого сериала могут стать не только общие герои или повторяющаяся ситуация, но и пространство действия, слоган, образное обрамление, стиливый подход и даже единая синтаксическая конструкция различных «серий». Разумеется, подобный жанр ме-

дийного контента характеризуется не только «внешними», бросающимися в глаза приметами сериала, но и внутренней логической и эмоциональной связью отдельных сообщений. И, конечно, довольно часто объединяющей силой, связывающей визуальные высказывания в единый нарратив, становится их магистральная тема.

В этом смысле любопытный материал для анализа представляют современным исследователям медиа периода пандемии. Ниже мы рассмотрим некоторые примеры визуальных сериалов Рунета, привлечших внимание российской аудитории в апреле-июле 2020 года, когда слова «карантин» и «самоизоляция» пополнили активный словарь пользователя интернета, а главным семантическим акцентом цифровых коммуникаций стало обсуждение эпидемии Covid, помноженное на политические и социальные аллюзии российских реалий этого времени. Эмпирической базой исследования стали визуальные высказывания социальных сетей и мессенджеров Рунета (Vkontakte, Facebook, WhatsApp, Telegram); в качестве основных исследовательских методов к работе были привлечены семантический и семиотический анализ контента.

«Выбирай дом, а не болезнь»: цифровые плакаты российских телеграмм-каналов

Давно известно, что любая кризисная ситуация требует информационного (и чаще всего пропагандистского) сопровождения. Одним из наиболее популярных и эффективных визуальных средств подобного сопровождения является плакат — некогда определявший как «единичное произведение искусства, выполненное в агитационных, рекламных или учебных целях» (Популярная художественная энциклопедия, 1986: 124), затем закрепившийся для понимания как разновидность массовой печатной графики (см. об этом подробнее: Ученова, Шомова и др., 2004: 92 и далее) и, наконец, обретший новую жизнь в цифровом пространстве в специфических жанровых вариантах (от баннера до интернет-постеров). Говоря о зарождении

русского плаката, Н. Бабурина и К. Вашек описывают его так: «Он модифицировал уже известные техники визуальной коммуникации и встраивал их элементы в свою знаковую и композиционную систему» (Бабурина, Вашек, 2004: 12), — однако смело можно сказать, что эта характеристика относится не только к отечественным традициям плакатного искусства, но и к жанру плаката в целом.

Любопытно, что период пандемии напомнил нам о пропагандистских возможностях языка социалистического реализма. Первым мини-сериалом в этой стилистике — пока еще не виртуальным и представленным одновременно во всех «сериях» — можно считать «мотивирующие» (тоже своего рода пропагандистское клише) плакаты, установленные на строительной площадке инфекционного центра в Новой Москве. Один из них изображал С. Собянина в характерной позе с указующим перстом (реплика на тему знаменитого «Ты записался добровольцем?») и со слоганом «Строители! Счет идет на минуты». Другие призывали рабочего «Устал и опустил руки? Уступи место настоящим бойцам!» или обещали «Закопаем вирус вместе с короной». Важно, что нарратив «сериала» включал разнообразие героев (в нем участвовали как москвичи в масках, утверждающие «Нам нужен этот центр», так и рабочие-строители, и власть, воплощенная в образе мэра) и обеспечивал линейное «развитие событий» — от потребности в медицинском центре до «хэппи-энда»: победы над вирусом.

Инициатива заместителя мэра столицы по вопросам градостроительной политике А. Бочкарева («По моему указанию разработана серия плакатов... В момент, когда начнется монтаж, строителям будет очень тяжело: усталость, плюс быстрые темпы, ветер, холодно. И любой момент эмоциональной поддержки будет очень важен» (На стройплощадке..., 2020)) была неоднозначно воспринята аудиторией и подверглась немалому количеству пародий в социальных сетях. Профессионалы, однако, восприняли эти плакаты не столь однозначно. Так, телеграм-канал «Беспощадный пиарщик» отмечал 21.03.2020: «Можно сколько угодно

шутить над тем, что Собянину не дают покоя лавры Си Цзиньпина, но агитационный плакат — это инструмент на все времена. А в стилистике комикса мы видим ещё и стеб, а значит — потенциально виральный контент» (Беспощадный пиарщик, 2020).

Так или иначе, упомянутые плакаты стали той самой исходной точкой в начале периода самоизоляции, которая дала толчок появлению разнообразных месседжей — в дальнейшем преимущественно цифровых, — выполненных в стилистике соцреализма. Хотя исследователи, как правило, разделяют по функциям и возможностям пропагандистский и агитационный плакаты (Бабурина, Вашек, 2004: 88), в любом случае, «плакат — это орудие массового внушения, средство организации коллективной психологии» (Полонский, 1925: 14). Поэтому, на наш взгляд, один из первых «памятников» начала самоизоляции — флэшмоб телеграм-канала «Незыгарь» «Выбирай дом, а не болезнь» — несет в своем плакатном сериале и *пропагандистские функции*, продвигающие новые практики социального самоограничения, и *агитационный эффект*, вызывающий немедленные эмоции и служащий руководством к действию.

Визуальный сериал «Незыгаря» строится по принципу контраста: почти незримая черта делит цифровые плакаты на две части, показывающие рядом уютную домашнюю постель — и больничную койку, любимое домашнее кресло — и аппарат ИВЛ, ребенка, читающего на коленях у бабушки или дедушки книжку — и того же малыша рядом с их фотографией в траурной рамке (см, например: Незыгарь, 2020а; Незыгарь, 2020b). Слоган «Самоизоляция. Выбирай дом, а не болезнь» неуклюж с точки зрения стилистики, а эстетика плакатов нарочита проста, почти примитивна, однако эти посты «Незыгаря» набирали множество просмотров и репостов (156 тысяч 28 марта, 129 тысяч 29 марта и т.д.). Помимо упомянутого флэшмоба, тем же визуальным языком говорят с аудиторией канала плакаты из «смежных сериалов»: «Самоизоляция. Сегодня пикник, завтра поминки» или «Самоизоляция. Возможность провести время с близкими».



Источник: Незыгарь. Telegram, 29.03.2020 // <https://t.me/russica2/25648>

Отметим что хэштег «Выбирай дом, а не болезнь», по данным аналитической системы Brand Analytics, оказался одним из самых востребованных в конце марта; как раз один из упомянутых нами плакатов «Незыгаря» иллюстрирует вывод, сделанный специалистами сервиса по итогам исследования визуального контента российских социальных медиа 30 марта: «77% всех картинок — прямой призыв оставаться дома, часто подкрепленный личным примером людей, показывающих как они проводят время в самоизоляции» (Бескина, 2020).

Другие телеграм-каналы активно поддерживали флэшмоб и плакатную форму актуальных постов. И вот уже вслед за «Незыгарем» канал «Политкапитал» 27 марта размещает визуальный сериал, состоящий из «переосмысленных» советских плакатов: красноармеец, одетый в медицинскую маску, вопрошает «Ты уже успел самоизолироваться?», а герой знаменитого плаката «Нет» (опять-таки в маске) отстраняет рюмку водки с пояснением: «только антисептик» (Политкапитал, 2020). Посты плакатов «Незагаря» появляются в конце марта в различных социальных сетях, на региональных сайтах — таких, например, как Брянск.Today (Выбирай дом, а не болезнь. Картинка дня, 2020), — а интернет-порталы сообщают: «Жители России из разных регионов, администраторы сообществ и авторы каналов поддерживали призывы и массово публикуют разные изображения, цитируя НЕЗЫГАРЬ... Стоит отметить, что это первый случай зарождения масштабных флешмобов в Telegram, распространившихся за пределы мессенджера» (Флешмоб НЕЗЫГАРЬ... 2020).

Справедливости ради стоит добавить, что коронавирусный цифровой плакат российских телеграм-каналов не всегда исполнен в стилистике агитационного соцреализма. Так, канал «Коронавирус и паника» в конце марта разместил «позитивную коронавирусную инструкцию по выживанию» — серию плака-

тов художника А. Тарусова, выполненную в стиле пин-ап: соблазнительная медсестра призывает носить маску и перчатки, агитирует оставаться дома и соблюдать социальную дистанцию, уговаривает не скупать всю туалетную бумагу и т. д. (сам канал, похоже, уже прекратил свое существование, но перепосты его сообщений делал все тот же Незыгарь – см. Незыгарь, 2020с).

Далеко не все из упомянутых визуальных обращений получили высокую вирулентность и приобрели меметические качества (хотя вербальными мемами стали сами выражения типа «самоизоляция» или «оставайся дома»), однако некоторые – да. И свою роль в начале пандемии в России цифровые плакаты телеграм-каналов, безусловно, сыграли. Почти сто лет назад один из первых исследователей русского плаката В. Полонский писал: «Плакат – порождение индустриального города с его лихорадочной движения, конкуренцией и лозунгом... „не зевай“. На торопливых перекрестках, где в разные стороны льются люди, лошади и машины – нет времени ни стоять, ни зевать. На этот водоворот и рассчитан плакат. На ходу, на бегу, впопыхах... – человек слышит властный окрик „Стой“. Это плакат... Он нагло прыгает прохожему в зрачки. Хочет прохожий того или нет, занят он или нет... – плакат внимание на себя обратит...» (Полонский, 1925: 7). Не правда ли, что-то напоминает?.. Все мы сегодня «прохождение» большого цифрового города, попавшие в водоворот разнообразного медиаконтента, у которых нет времени «стоять и зевать». И внезапный окрик «стой» языком агитационного плаката, даже если потом мы пародируем его в социальных сетях, посмеиваясь над его архаичной стилистикой, все же приносит свои плоды и заставляет задуматься над его призывом.

«И дуновение чумы...»:

образы Средневековья в современном визуальном сериале

Исторические аллюзии и переклички темы новой пандемии с «чумной» темой Средневековья оказались вполне ожидаемыми в период начала массового заболевания. Как в Рунете, так и в других сегментах всемирной сети широко распространились

и вербальные сравнения коронавируса с первым всадником Апокалипсиса, которого часто называют Чума или Завоеватель (лук в его руках означает, что он поражает людей разными болезнями), и визуальные изображения чумного доктора, центральной фигуры средневекового «хоррора», — фигуры, связанной и с неотвратимостью рока, и с таинством смерти, и с покорностью судьбе. Примечательно, что еще в январе в Китае сначала пережила новый всплеск популярности, а затем была запрещена для скачиваний игра Plague Inc., целью игрока в которой является заразить весь мир вирусом собственного изобретения (Игра Plague Inc. удалена... 2020), а позже общим местом в пабликах различных стран мира стали не только шутки типа «Похоже, что кто-то играет в Plague Inc. на реалистичных настройках» или «Чума вернулась в чат, парни!», но и в целом разнообразные мемы с упоминанием названия игры (Кузьмин, 2020а).

Однако единого визуального нарратива с чумным доктором в центре в Рунете так и не сложилось — скорее, образ Чумы стал символом для выражения всеобщего раздражения, растерянности и зашкаливающих эмоций. Не случайно в сети появилось так много выражений с соответствующей языковой игрой («Благодаря китайцам эта весна будет просто ЧУМАчечей» — Паблик «Орленок». Vkontakte, 2020) или же высказываний, тиражирующих популярные цитаты («Чума на оба ваши дома»).

Зато визуальный язык средневековой культуры в целом — от черно-белой штриховки гравюр до красочности рукописных книжных иллюстраций — пришелся как нельзя более к месту в партисипаторной активности пользователей сети. Пожалуй, самый «цельный» пример последовательного использования этого языка — визуальный сериал на темы пандемической повседневности, создающийся на наших глазах в пабликах «Страдающего Средневековья». Существовая «на стыке» таких видов гуманитарного знания, как история и искусствоведение, «втягивая» в себя и репрезентируя сообществу образы средневековой культуры — миниатюристики, живописи, скульптуры, архитектуры, — паблики группы в Фейсбуке и Вконтакте сумели создать веселые ком-

ментарии на тему актуальной новостной повестки дня, связанной, главным образом, с новыми практиками и ограничениями в месяцы коронавирусной опасности. Заметим, кстати, что профессиональные историки, находя в «Страдающем Средневековье» сходство и с современными медиа-шоу, и со смеховой карнавальной культурой, уверены, что данное сообщество — не просто «сборник хохм для медиевистов», а проявление своеобразного феномена культуры — медиевализма (см., например: Савицкий, 2015), хотя в данном сообществе и «используется весь арсенал полноценного паблика — „азбучные“ макросы, игра слов,... демотиваторы и *advice*-картинки» (Панфилов, 2014).

Главным «коронавирусным нарративом» этого визуального сериала стали вводимые в Москве и в России ограничения и запреты (на передвижения, на прогулки, на посещение парков и т.д.) и новые практики повседневности, вызванные необходимостью ограничить социальные контакты в период пандемии. Единого героя у сериала нет — на его страницах пляшут скелеты, скачут в крестовые походы средневековые рыцари, печалются святые и красуются сказочные чудовища. Однако новое прочтение средневекового макабра и общее ощущение алогичности (если не сказать, безумия) происходящего вполне зримо связывают выпуски «сериала» в единый смысловой контекст.

Закадровым фоном картинок «Страдающего средневековья» стали новые понятия, наполнившие жизнь российского обывателя — как вполне реальные (социальная дистанция, самоизоляция, куар-код, режим видеоконференции и т.д.), так и конспирологически-мифологические (чипирование Билла Гейтса, например). В отличие от прямолинейных и резких цифровых плакатов «Незыгаря», в назидательном тоне рекомендуемых россиянам «выбирать дом, а не болезнь», визуальные сообщения этого паблика наполнены мягким юмором и беззлобным стебом. Отказываясь от нарочитой политизации комментирования актуальных событий повседневности, молодые создатели «Страдающего средневековья» скорее развлекаются,



нежели негодуют — и в то же время их шутки не отличаются бесхребетностью или «беззубостью». Их взгляд на происходящее связывает прошлое с будущим посредством исторических аллюзий и словно говорит читателю и зрителю: «И это пройдет!..»

Источник: *Страдающее средневековье. Facebook*, 14.04.2020 // <https://www.facebook.com/srednevekovie/photos/3159032244115396>

Источник: *Страдающее средневековье. Facebook*, 31.03.2020 // <https://www.facebook.com/srednevekovie/photos/3125106434174644>

«Наташа, мы все уронили!»: репрезентация новостной повестки дня в мем-сериалах Рунета

Зато вполне политизированными и жестко-саркастичными выглядят в тех же социальных сетях многие мемы злободневной коронавирусной тематики, которые приобрели высокую виру-



лентность в интересующий нас временной период. Напомним, что интернет-мем относится к тем коммуникативным феноменам, которые в последние годы вызывают особенно пристальный интерес исследователей различных сфер гуманитарной науки. Отечественные и зарубежные ученые рассматривают его как часть цифровой культуры, разновидность метафорического высказывания (см., например: Shifman, 2014; Piata, 2016); инструмент формирования политического имиджа в новых медиа (Ross, Rivers, 2017; Шомова, 2019 и др.); метод политического участия или механизм социального протеста (например, Milner, 2013); способ установления личностной и групповой самоидентификации, канал распространения мнений и политических ценностей (Bayerl, Stoykov, 2016 и др.) и прочее. Значительно реже, однако, можно встретить работы, уделяющие внимание интернет-мемам как средству публичного комментария актуальных новостных поводов. Между тем — и ситуация пандемии это доказывает — мемосфера Рунета сегодня приобретает своеобразную форму

«цифровой летописи», фиксирующей ключевые события повестки дня и зачастую формирующей дискурс, «параллельный» официальному.

Изучение «коронавирусного» контента российских новых медиа весны-лета 2020 года — время, когда пользователи Рунета особенно активно осваивали практики формирования и комментирования «ленты новостей» с помощью меметических высказываний — позволило нам выявить как минимум две любопытные закономерности. Во-первых, это тенденция к политизации высказываний на пандемийные темы — даже тех из них, которые по смыслу относятся к социальному, культурному или экономическому семантическому кластеру. А во-вторых, необходимость пролонгированного, step-by-step рассказа о буднях и проблемах коронавирусной реальности породила своеобразный жанр в мемосфере Рунета, который мы предложили бы обозначить как «мем-сериал». Это комплекс меметических высказываний, объединенных не просто общей темой, но общими героями, синтаксической структурой, семиотическими принципами. Как любой «настоящий» сериал (например, на телевидении), этот комплекс мемов отвечает характеристикам, описанным специалистами: «очень удобно ложится на структуру жизни современного горожанина», привыкшего потреблять информацию «квантами», состоит из большого нарратива, поделенного на «главы»; служит удобной темой для разговоров; позволяет получить удовольствие (Хитров, 2015) ... Добавим, что, подобно своим самым современным «старшим собратьям», мем-сериал интригует зрителя и напрашивается на интерактивное продолжение, позволяя аудитории сети развивать все новые и новые «повороты сюжета».

Самый типичный пример такого мем-сериала — комплекс мемов про «Наташины коты», которых пользователи сети называли котами-летописцами, котами-хроникерами и «лучшим способом сообщить плохую новость». Все начиналось со скромной картинке — мини-комикса из шести частей — в сообществе «Котизм»; на этой картинке коты сообщали хозяйке: «Наташ,

вставай, мы там все уронили. Мы уронили вообще все, Наташ, честно...». Требовательные коты просили «кушоть», и на тот момент сообщение «мы все уронили» воспринималось аудиторией в прямом смысле — всем известно, как кошки любят ронять вазы, горшки с цветами и прочую домашнюю утварь.

Однако вскоре картинка поменялась — и стала визуальным, семиотическим и стилистическим шаблоном для генерации огромного количества мемов. Коты теперь словно смотрели сверху на не желающую просыпаться Наташу (или пользователя Рунета, пытающегося забыться хотя бы во сне) и сообщали невидимому персонажу все новые актуальные новости. Выражение «мы все уронили», как нельзя лучше подходящее к ситуации в стране и в мире (обвал рубля, падение цен на нефть, кризис экономики), превратилось в экзистенциальную метафору, описывающую реальность, в которой теперь приходилось жить россиянам. «Мем стал своеобразным символом недели в России, — справедливо утверждает интернет-издание TJournal, — в случае с рублем „уронили“ менялось на „обвалили“, с Путиным — на „обнулили“. Картинка отлично подходит и к другим ситуациям, а нетерпеливые коты стали вестниками не очень приятных событий» (Кузьмин, 2020b).

После того, как коты «уронили» нефть, рубль и парад Победы 9 мая (а затем и президентские сроки, и Конституцию), они принялись рассказывать нам о карантине, предупреждать о новых правилах городской жизни, реагировать на риторику политических лидеров (в частности, к высказыванию В. Путина о терзавших Россию «печенегам и половцам» они добавили грустное: «и коронавирусная зараза нас терзала»), рассуждать на бытовые темы, апеллировать к массовой культуре (компьютерным играм, аниме, телешоу — например, они высказывались о дискуссиях вокруг сериала «Зулейха открывает глаза» и т. д. и т. п. Важная особенность мем-сериала (в отличие, например, от цифровых плакатов, по мотивам которых можно делать новые визуальные продукты, но нельзя менять сами плакаты, они являются «уже завершенным высказыванием») — его интерактивность: возмож-



ность генерировать все новые и новые смыслы, отталкиваясь от единого шаблона и героев, творчески «апгрейдить» контент сериала, вводя в него все новые темы и нарративы.

Источник: личные аккаунты в социальной сети Facebook



С точки зрения процессов развития современного медиа-контента любопытна не только интерактивность этого мем-серииала, но и его склонность к порождению «перекрестных» серий мемов. Таковы, например, мемы с собаками, испуганно



вопрошающими «А коты уже ушли?», или с совами, предупреждающими котов о печальных последствиях их поведения. Развитие коронавирусного мем-сериала не обошлось, конечно,

и без рисунка, изображающего кота, трогаящего лапой пробирку с надписью «Covid 19» («Кот Наташи, который уронил вообще все»), и без выразительного постановочного фото «Наташа. Пробуждение», где героиня, восставшая, наконец, ото сна, разметывает в разные стороны разлетающихся и разбегающихся от неотвратимого возмездия котов.

Важно отметить также и способность «наташиных котов» к трансмедийным расширениям. Из пространства интернет-фольклора они постепенно переместились в пространство профессиональной карикатуры (многие тысячи лайков и репостов в сети получила карикатура С. Елкина, изображающая гневного В. Путина с телефонной трубкой: «Что это за Наташа, во главе банды котиков, которые уронили мне BCE!»), на страницы гляцевых журналов (журнал Glamour Style Book осенью 2020 года разместил на разворотах целую фотосессию в стиле мем-сериала: «Платье с кружевом похоже на скатерть, которую мы уронили...») и т. д.

Можно сказать, что наш мем-сериал породил собственных героев, использовал множественные художественные языки и приемы выразительности, а главное — стал своеобразной цифровой новостной лентой времен пандемии в России. Именно поэтому, возможно, «наташины коты, которые все уронили» вошли в рейтинг Медиалогии (под номером два) самых обсуждаемых котов в социальных сетях в период самоизоляции (Котоизоляция... 2020). Не только рассказывая нам о новостях, но и став механизмом антистресса, смягчая своим юмором столкновение с реальностью, этот визуальный сериал, на наш взгляд, еще войдет в учебники по вирусным коммуникациям и — хотя срок жизни мемов очень короток — навсегда останется своеобразным «памятником» партисипаторной культуры россиян.

Список литературы и источников

Bayerl P.S., Stoykov L. (2016) Revenge by photoshop: Memefying police acts in the public dialogue about injustice. New Media & Society. Vol. 18. No. 6. P. 1006–1026.

García A. (ed.). (2016) Emotions in Contemporary TV Series. Palgrave Macmillan.

Jenner M. (2018) Netflix and the Re-invention of Television. Palgrave Macmillan.

Milner R. M. (2013) Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the Occupy Wall Street Movement. *International Journal of Communication*. Vol.7. Pp. 2357–2390.

Piata A. (2016) When metaphor becomes a joke: Metaphor journeys from political ads to internet memes. *Journal of Pragmatics*. №106. Pp. 39–56.

Ross A., Rivers D. (2017) Digital cultures of political participation: Internet memes and the discursive delegitimization of the 2016 U.S Presidential candidates. *Discourse, Context & Media*¹. Vol. 16. P. 1–11.

Rowley S. (2015) Movie Towns and Sitcom Suburbs: Building Hollywood's Ideal Communities. Palgrave Macmillan.

Shifman L. (2014) Memes in Digital Culture. Massachusetts: MIT Press.

Бабурина Н., Вашек К. (2004) Реальность утопии. Искусство русского плаката XX века. М.: Прогресс.

Бескина О. (2020) «Оставайтесь дома» на картинках в соцмедиа. *Brand Analytics*. 1.04.2020 // <https://br-analytics.ru/blog/stayhome-pictures/> (Дата обращения 8.04.2020)

Беспощадный пиарщик (2020) // <https://t.me/prbezposhady/10482?single> (Дата обращения 21.03.2020)

Выбирай дом, а не болезнь. Картинка дня (2020) // <https://bryansktoday.ru/article/123465> (Дата обращения 29.03.2020)

Захарченко Н. А. (2017) Принцип сериальности как способ организации современного телевизионного контента. *Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева*. №2. Том 1. С. 138–144.

¹ <https://www.sciencedirect.com/science/journal/22116958>

Игра Plague Inc. удалена из магазинов мобильных приложений в Китае (2020) Газета.ру. 27.02.2020 // https://www.gazeta.ru/tech/news/2020/02/27/n_14091427.shtml (Дата обращения 15.05.2020)

КотоИзоляция: самые обсуждаемые коты в соцсетях. (2020) Медialogия. 14.04.2020 // https://www.mlg.ru/blog/viral_smm/7348/ (Дата обращения 15.04.2020)

Кузьмин Ж. (2020a) В сети при каждом вирусе вспоминают Plague Inc. TJournal. 24.01.2020 // <https://tjournal.ru/internet/138200-v-seti-pri-kazhdom-viruse-vspominayut-plague-inc-chto-eto-za-igra-pochemu-pro-nee-stolko-memov-i-pri-chem-tut-grenlandiya> (Дата обращения 15.05.2020)

Кузьмин Ж. (2020b) «Наташ, мы все уронили. Мы уронили вообще все, честно!»: мем с котами как символ последних новостей в России. TJournal. 11.03.2020 // <https://tjournal.ru/internet/149237-natash-my-vse-uronili-my-uronili-voobshche-vse-chestno-mem-s-kotami-kak-simvol-poslednih-novostey-v-rossii> (Дата обращения 20.05.2020)

Манович Л. (2018) Язык новых медиа. М.: Ад Маргинем

На стройплощадке инфекционного центра установили мотивирующие плакаты (2020) // https://stroj.mos.ru/news/bochkariev-na-stroiploshchadkie-infektsionnogho-tsentra-ustanovili-motiviruiushchiie-plakaty?fbclid=IwAR0ozUjtZA88r-7HFsrfHXOM0m_moEZxAc6Ve3ztrcm0BMklwG0x_WIAkRU&from=c (Дата обращения 22.03.2020)

Наука по-вестеросски (2017) Индикатор. 12.09.2017 // <https://indicator.ru/humanitarian-science/nauka-vesterosa.htm> (Дата обращения 15.08.2020)

Незыгарь (2020a) blob:<https://web.telegram.org/1efd9009-3f4e-4bf2-902a-af1b7e6f2e3f> (Дата обращения 8.04.2020)

Незыгарь (2020b) blob:<https://web.telegram.org/5ca9fea6-b0b3-4380-aad1-2a4e5e2e9feb> (Дата обращения 8.04.2020)

Незыгарь (2020c) <https://t.me/russica2/25598?single> (Дата обращения 29.03.2020)

Паблик «Орленок». V Kontakte (2020) 22/01/2020 // https://vk.com/wall-36775802_23278381 (Дата обращения 11.02.2020)

Панфилов Ф. (2014) Ня, инквизиция. Историк-медиевист о популярном паблике «Страдающее Средневековье». Colta. 14.10.2014 // <http://www.colta.ru/articles/media/4995#ad-image-0> (Дата обращения 20.08.2020)

Политкапитал (2020) 27.03.2020 // t.me/politkapital/117?single (Дата обращения 1.04.2020)

Полонский В. Русский революционный плакат (1925) М.: Государственное издательство. 1925.

Популярная художественная энциклопедия в 2 тт. (1986) Т. 2. М.: Советская энциклопедия.

Савицкий Е. (2015) «Новый медиевализм»: четверть века спустя / Новое литературное обозрение. №5 // <https://magazines.gorky.media/nlo/2015/5/novyy-medievalizm-chetvertveka-spustya.html> (Дата обращения 20.08.2020)

Теория большого сериального взрыва (2013) Логос. №3 (93).

Уткин А., Покровская Н. (2020) Белое зеркало. М.: Альпина Паблишер.

Ученова В. В., Шомова С. А., Конаныхин К. В., Гринерг Т. Э., Петрушко М. В. (2004) Реклама: палитра жанров. М.: Гелла Принт.

Флешмоб НЕЗЫГАРЬ «САМОИЗОЛЯЦИЯ. Выбирай дом, а не болезнь» набирает популярность в социальных сетях (2020) // <https://24tm.ru/articles/40001-fleshmob-nezygar-samoizoljacija-vybirai-dom-a-ne-bolezn-nabiraet-populjarnost-v-socialnyh-setj.html> (Дата обращения 29.03.2020)

Хитров А. (2015) «Сериалы — это ключевая форма современной культуры». ПостНаука. 11.03.2015 // <https://postnauka.ru/talks/43769> (Дата обращения 8.08.2020)

Шомова С. А. (2019) Выборы президента РФ — 2018 в зеркале мемов: новые реалии политической коммуникативистики. Полис. Политические исследования. №3. С. 157 — 173.

ОЛЬГА ДОВБЫШ

Кандидат социологических наук, НИУ ВШЭ (Москва), Университет Хельсинки

БОЛЕЗНЬ В КАРТИНКАХ, ГРАФИКАХ И КАРТАХ: КАК СИТУАЦИЯ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА ВЛИЯЕТ НА РАЗВИТИЕ ДАТА ЖУРНАЛИСТИКИ В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ

Как любая кризисная ситуация, пандемия коронавируса стала для редакций и журналистов одновременно и испытанием, и возможностью для роста и развития. В этом тексте речь пойдет о том, как благодаря пандемии коронавируса многие российские редакции начали работать с количественными данными, создавая различные форматы материалов на их основе.

Дата журналистика (или журналистика, основанная на данных) — один из трендов развития профессии в настоящее время, обусловленный так называемым «количественным разворотом» (Petre, 2013). «Количественный разворот» связывают с тем, что профессия, исторически строившаяся вокруг текстовых и визуальных форм, все больше использует числовые данные, требующие количественного анализа. Повсеместная цифровизация всевозможных данных ведет к тому, что любая информация становится набором единиц и нулей, что, в свою очередь, влияет на то, как журналисты собирают, анализируют и преобразовывают эти данные в своих материалах.

Дата журналистику как одно из проявлений подобного разворота определяют достаточно широко — как любую профессиональную практику журналистской или редакторской работы, в которой присутствует сбор, обработка, анализ или публикация данных в общественных интересах (Coddington, 2015). Фактиче-

ски, такое широкое определение связано с тем, что в различных редакциях существует целый спектр представлений о дата журналистике — от понимания её как специфической работы, связанной с машинным анализом массивов больших данных, до представления о любом использовании в журналистских материалах («несколько строк в экселе») количественных данных. Важной характеристикой дата журналистики являются использования первичных данных (raw data), открытых данных или открытого способа их сбора.

Вне зависимости от широты определения дата журналистики, рост количества данных и частоты «взаимодействия» российских журналистов с этими данными объясняется несколькими причинами. Во-первых, это увеличение количества открытых и доступных данных. Прежде всего, речь идет об официальных данных органов власти и других государственных структур. Во-вторых, это упрощение процессов сбора и визуализации данных. Парсинг или скрейпинг уже не выглядят магией, а шаблоны и макеты для красивой и наглядной инфографики можно найти в открытом доступе. В-третьих, дата журналистика — хоть и по-прежнему небольшая в российской индустрии медиа, но уже вполне сложившаяся профессиональная ниша. В крупных редакциях, например, в РБК¹ или в Новой Газете² работают штатные дата-журналисты. Новые проекты, например, Проект. Медиа³ и Важные Истории⁴, создают уникальные для российского медийного поля расследования, построенные на данных. Дата-журналисты работают и в специализированных проектах, например, в Тинькофф Журнал⁵, и в медиа, поддерживаемых сообществами, скажем, в TJournal⁶. Магистерская программа НИУ

¹ <https://www.rbc.ru/>

² <https://novayagazeta.ru/>

³ <https://www.proekt.media/>

⁴ <https://stories.media/>

⁵ <https://journal.tinkoff.ru/>

ВШЭ «Журналистика данных» готовит специалистов, умеющих работать с данными для создания журналистских материалов.

Однако в масштабе страны дата-журналисты по-прежнему штучный товар, не совсем понятный для редакционных коллективов. Что касается регионов, то местные редакции только присматриваются к возможностям дата журналистики. Для кого-то это еще совсем далекая галактика; кто-то, например, татарстанский Бизнес-Онлайн⁷ или самарский Другой Город⁸ уже имеют определенный опыт.

В этом тексте я анализирую, как именно региональные редакции работали с данными о коронавирусе, и как это повлияло на медийный образ пандемии. Я исхожу из предпосылки о том, что пандемия коронавируса — это, вероятно, первое событие мирового масштаба, которое сопровождалось инфодемией, то есть наличием избыточной правдивой и ложной информации о событии. Кроме того, это первое такого масштаба событие, медийная репрезентация и визуализация которого основывалась в значительной степени на данных. Графики прироста заболевших (в том числе интерактивные), карты стран и континентов, прогнозы развития эпидемии в будущем — эти и многие другие данные формировали представление о коронавирусе и его влиянии на различные сферы жизни.

Для многих российских региональных редакций пандемия стала драйвером и событием для первого опыта работы с данными. Локдаун весной 2020 случился в большинстве российских регионов. Он усложнил традиционные практики работы редакций, например, выезд на место события, получение комментария из первоисточника и т. д. В ситуации, когда многие редакции были вынуждены работать удаленно, коли-

⁶ <https://tjournal.ru/>

⁷ <https://www.business-gazeta.ru/>

⁸ <https://drugoigorod.ru/>

чественные данные стали «новым первоисточником», что, в свою очередь, повлияло на репрезентацию пандемии в этих медиа.

Ниже я привожу наиболее типичные и распространенные практики дата-журналистики, посвященной коронавирусу, в региональных редакциях.

Для этого текста я изучила несколько десятков наиболее заметных в плане работы с данными примеров региональных медиа. Российские регионы характеризуются значительным неравенством состояния медиа сферы (Dovbysh, 2019), поэтому рассмотренные ниже примеры не являются обобщением для всех регионов. Однако эти примеры являются показательными для обозначения направления развития региональных редакций в области дата журналистики.

Источники данных о болезни

Основными данными о коронавирусе стала информация о заболевших, выздоровевших и умерших в мире, России и отдельном регионе. Источниками о заболевших в мире служили данные Университета Джона Хопкинса (США), по России — данные оперативного штаба по борьбе с коронавирусом (Стопкоронавирус.рф), по регионам — данные местных оперативных штабов и подразделений Роспотребнадзора.

Интересно, что мировую статистику заболевших публикуют и другие источники, например, Всемирная организация здравоохранения, но в российских медиа именно Университет Хопкинса чаще всего используется как источник данных о состоянии эпидемии в мире.

Что касается российской статистики, то в пространстве социальных сетей активно обсуждается ее недостоверность, занижение реальных показателей. Это повлияло на формирование альтернативных практик сбора статистических данных, например, краудсорсинг данных по регионам в общую таблицу с открытым доступом, которая циркулировала в аккаунтах социальных сетей региональных журналистов.

Альтернативные подходы к оценке количества заболевших и умерших, особенно на региональном уровне, предлагают использовать оценку количества госпитализаций, количество диагностированных пневмоний, статистику специфических поисковых запросов, обсуждения в соцсетях и личные свидетельства там же (Ok, Google, 2020).

Позже, когда собралось достаточно данных, стала использоваться и статистика смертности. Например, в Новосибирске блогер Тимур Ханов анализировал информацию о захоронениях на городских кладбищах, чтобы определить не только количество умерших, но и их пол и возраст. Материалы Ханова выходили в местном онлайн-медиа Сибкрай (Ханов, 2020 и другие публикации).

Помимо статистики по количеству заболеваний, других количественных данных по регионам, связанных с коронавирусом, было критически мало. Одним из заметных региональных проектов, построенным на других данных, стал проект «Неочевидные жертвы коронавируса в России» (2020). Команда журналистов из разных регионов при поддержке независимого медиапроекта «Четвертый сектор» в течении трех месяцев (март-июнь 2020) собирала данные в открытом доступе, отражающие социально-экономические проблемы, вызванные коронавирусом. Например, потери работы или источников дохода из-за пандемии; отсутствие средств защиты для врачей и медицинских работников; мошенничества, связанные с коронавирусом и т. д. Команда проекта провела собственный анализ полученных данных, а также открыла собранную информацию для дальнейшего использования.

Еще одним источником количественных данных о последствиях коронавируса стали данные о финансовом состоянии медицинских учреждений и доходах медработников. Самарский журналист Юлия Апухтина в материале для Проект. Медиа сопоставила данные о субсидиях министерства здравоохранения РФ с финансовой отчетностью бюджетных учреждений и с тарифами федеральных и региональных программ ОМС. Анализ дан-

ных показал, что, несмотря на колоссальный рост нагрузки на медучреждения и работников, доход российских больниц и поликлиник скорее сократится, несмотря на «коронавирусные» доплаты (Апухтина, 2020).

Другим источником количественных данных, связанных с коронавирусом, является информация о госзакупках оборудования и медикаментов для лечения болезни. При этом стоит отметить, что в региональных СМИ материалов, построенных на этих данных, выходило мало. Например, журналисты Важных историй, совместно с региональным медиа 7x7 и Новой газетой, выпустили материал на основе анализа данных о госзакупках аппаратов искусственной вентиляции легких. Авторы проанализировали госконтракты на закупку аппаратов ИВЛ и показали непрозрачную схему закупок и неясных бенефициаров процесса (Анин, Шмагун и Мароховская, 2020).

В Новосибирске дата-материалы о госзакупках, связанных с пандемией, создавались местной гражданской активисткой Юлией Дроковой (в прошлом — редактором ведущих новосибирских масс медиа) в виде постов на фейсбуке. На основе этих публикаций в социальных сетях, которые собирали большой отклик аудитории, местные редакции (Новосибирск Онлайн, Инфопроект 54, Тайга. Инфо и другие) создавали собственные материалы, где Дрокова выступала приглашенным автором. Интересно, что редакции не проводят фактчекинг материалов (*«Фактчекинг не делают (ко мне высокая степень доверия), иногда добавляют что-то сверху»*). Поскольку собственных дата-журналистов в редакциях нет (*«В Н-ске нет СМИ, у которых есть запрос на такой контент в регулярном формате»*), подобное взаимодействие позволяет редакциям получать качественные материалы фактически бесплатно или за небольшую плату, в то время как для автора это форма волонтерства и гражданской ответственности. Интересно, что в регионе такая форма взаимодействия гражданского активиста и редакций позволила изменить, например, систему госзакупок кислородных концентратов местным Минздравом.

Скриншот личной страницы Ю. Дроковой в Фейсбуке



Yulya Drokova

16 ноября · 🌐

Пятиминутка торжества института общественного контроля.

Минздрав Новосибирской области сегодня опубликовал такой заключенный (еще в прошлую среду) контракт на поставку 300 кислородных концентраторов. С начала года в области закуплено не менее 543 концентраторов, но вторая волна жажнула так сильно, что быстро стала очевидна нехватка. Минздрав раскачивался медленно, не меньше нескольких недель у него ушло на организацию закупки. Главврачи некоторых особенно уязвимых больниц уже стали жаловаться активным горожанам, был возобновлен проект антиковид.нск, который за три недели успел нафандрайзить денег на 70 концентраторов.

При чем тут торжество? 300 концентраторов Longfian Scitech Jay-5A минздрав законтрактовал по цене 55 000 руб./шт. Ровно эти же концентраторы минздрав уже покупал дважды: 425 шт в мае и 48 шт в августе. Оба предыдущих раза минздрав платил за аппараты по 75 500 руб., что на четверть дороже стандартной розничной цены на эту модель. Причину каждый из вас угадает с первого раза.

Еще одним источником данных в российских регионах стали так называемые «сливы» информации. Например, фото или сканы документов со списком лиц с коронавирусной инфекцией, их личные данные и места проживания. Такие документы публиковались в местных группах в соцсетях, Telegram каналах, рассылались по группам в мессенджерах. Утечки подобных данных часто приводили к травле заболевших и их родственников (Япарова, 2020).

Визуализация болезни

Поскольку наиболее доступными и очевидными данными о коронавирусе стала статистика заболеваний, то визуализация



оперативный штаб 54

Оперативные данные по Новосибирской области

по состоянию на 25 июня

184 548

проведено
тестов

5 458

случаев
COVID-19

102

пациентов
за сутки

3 058

пациентов
выздоровели

82

пациентов
скончались

болезни в региональных медиа строилась в первую очередь на этих данных.

Самой простой и распространенной формой стали виджеты на сайтах региональных СМИ. Такие виджеты автоматически «подтягивают» новые данные в шаблон и показывают статистику по региону, стране, миру.

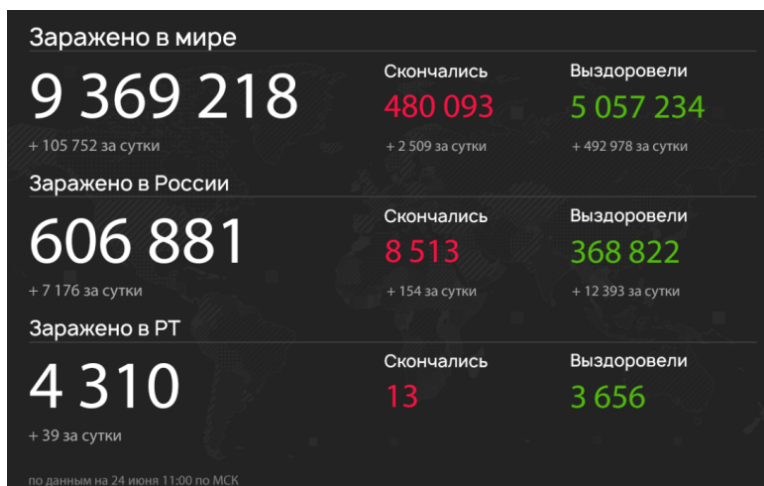
Пример виджета. Континент Сибирь Онлайн, Новосибирская область

Пример виджета. Бизнес-Онлайн, Татарстан.

Другой важной формой визуализации распространения болезни стала карта, статичная или интерактивная. Масштабы карт варьировались от мировых до районных. Как правило, на картах отмечали количество заболевших с разбивкой по населенным пунктам.

Пример карты. Брянск Today, Брянская область

Пример карты. Ревда инфо, Свердловская область



Третьей формой визуализации данных стали графики. В большинстве случаев в первую волну эпидемии они представляли собой обычный точечный график или столбиковую диаграмму количества заболевших, нарисованные в графическом редакторе.

Пример графика. Бумага, Санкт-Петербург.

Пример графика. Новый Калининград, Калининградская область

Однако уже к осенней волне многие редакции публиковали более содержательные и визуально наполненные графики, нарисованные самостоятельно или взятые из сторонних источников (например, Яндекс):

Пример графика. Молодежь Дагестана, Республика Дагестан

Другие примеры «коронавирусной» инфографики касались, например, визуализации данных о зависимости вводимых ограничительных мер от уровня заболеваемости.



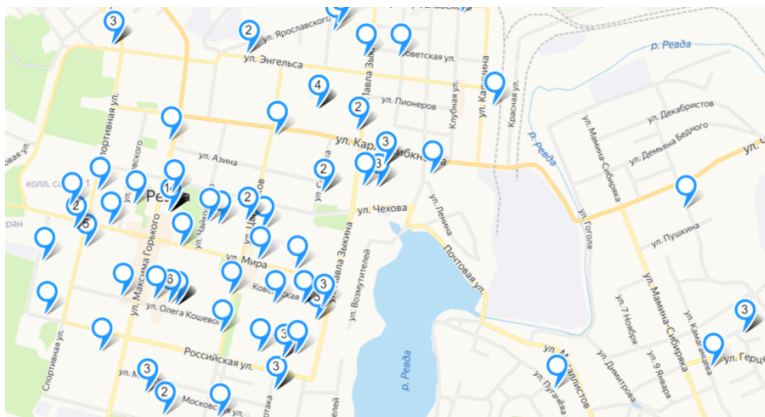
Пример графика. Тайга. Инфо, Новосибирская область

Визуализация количественных данных оказывает влияние на представления читателей о болезни, на их запросы. Так, например, региональные журналисты говорят, что клики по картам приносят хороший трафик, а читатели хотят большей детализации вплоть до статистики отдельных районов или улиц.

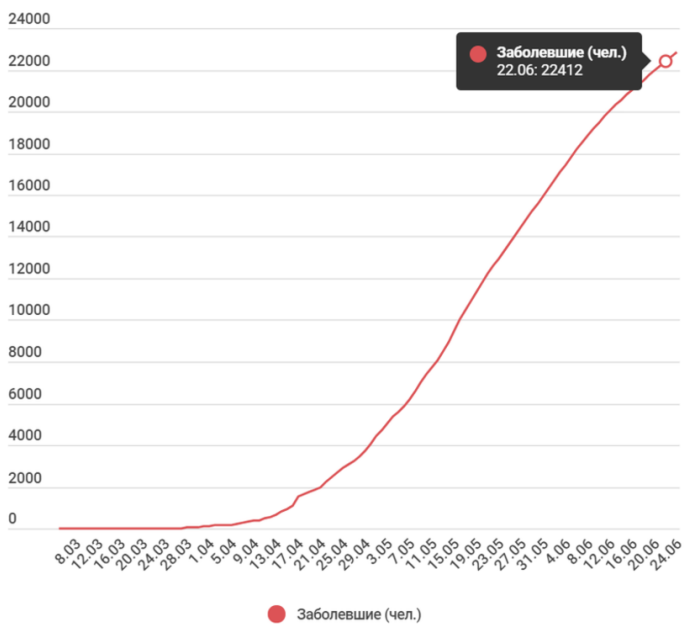
Язык данных о болезни

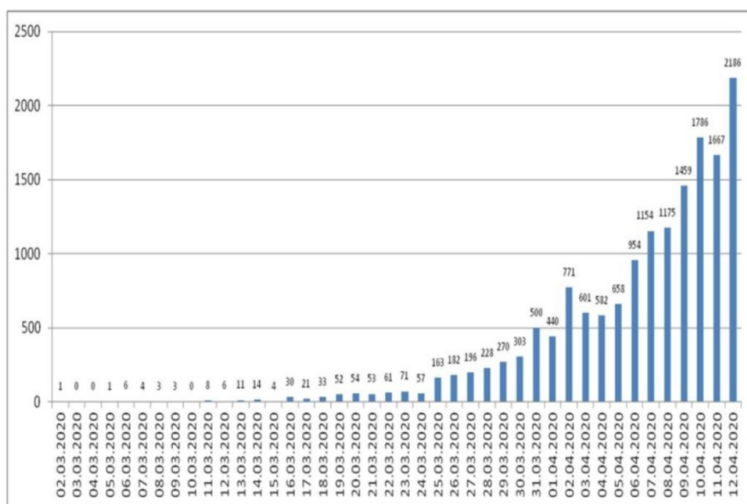
Количественные данные о пандемии коронавируса повлияли не только на формы визуализации этих данных, но и на язык

КОГДА «КОРОНА» ТЯЖЕЛА: ЦИФРОВЫЕ МЕДИА В ЭПОХУ ПАНДЕМИИ



Как растет число заболевших коронавирусом в Петербурге

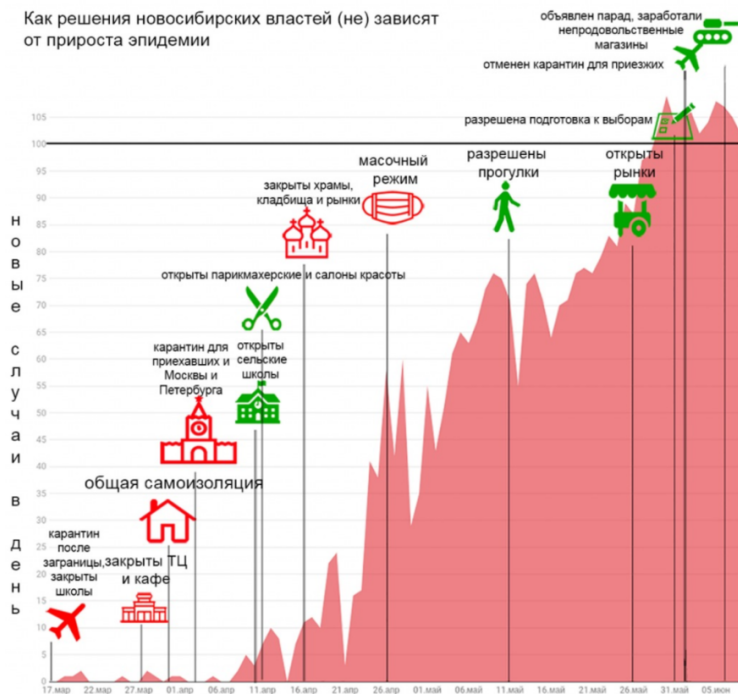




Ежедневный прирост случаев инфицирования в России



КОГДА «КОРОНА» ТЯЖЕЛА: ЦИФРОВЫЕ МЕДИА В ЭПОХУ ПАНДЕМИИ



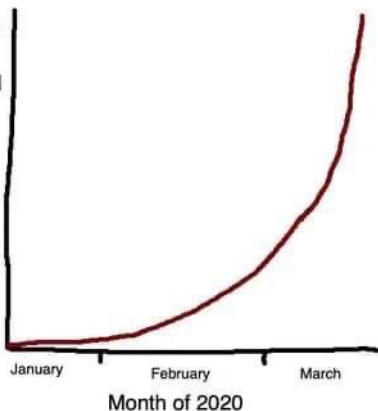
повествования и обсуждения пандемии в медиа. Можно сказать, что пандемия привнесла новые термины и способы повествования в региональные масс медиа.

Например, одним из основных терминов начала пандемии весной 2020 стало слово «экспонента». Специфический математический термин использовался и редакциями, и пользователями в интернете для описания распространения болезни. В конце концов, сам термин стал мемом:

Термин активно использовался региональными СМИ в заголовках и тестах, для описания и анализа ситуации.

Пример заголовка о коронавирусе. «Свободные новости», Саратовская область

Time spent
looking at
exponential
graphs



СВОБОДНЫЕ

Аналитики: Число заразившихся коронавирусом в Саратовской области растет по экспоненте

17.05.2020, 18:50 • Новости • Общество • 5130 3

1 1 Оценить

Популярное

Новости

Тексты

Видео

Еще

Поиск

Сообщить новость

Подписка на новости

Реклама

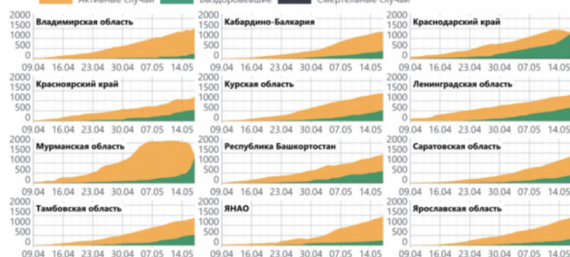
Редакция



Регионы России, где меньше 1500 активных случаев

Активные случаи = Подтвержденные случаи - Выздоровевшие

Активные случаи Выздоровевшие Смертельные случаи



Данные Роспотребнадзора

Фото covid-forecast.ru

infon

Пошли по экспоненте: Россия стала восьмой в мире по темпам распространения COVID-2019

13 апреля, 18:50



hedgehog_

🕒 12 Мая 2020 в 16:44 [Ответить](#)

методику подогнали? вместо линейной шкалы логарифмическая теперь? :)

💬 1 ответ



Cashmare

🕒 12 Мая 2020 в 17:31 [Ответить](#)

Подождите, они ещё от декартовой системы координат к полярной перейдут



Саша Иванов

🕒 12 Мая 2020 в 16:17 [Ответить](#)

Нам, в школе, в своё время, за такой результат, сразу "неуд" ставили! Называлось "подогнать ответ"! Типа сколько будет $16 : 4$? ответ $15 : 3 - 1 = 4$. Так и здесь, "В Петербурге за 20 дней апреля умерли 340 пациентов с ОРВИ, пневмонией и COVID-19" ОРВИ; пневмония и COVID-19 всё в одну кучу!

💬 3 ответа

Пример заголовка о коронавирусе. «Новый Калининград», Калининградская область

Такой язык освещения события повлиял и на реакцию аудитории. Обсуждения коронавируса на сайтах СМИ и в социальных сетях также во многом шли с использованием математических терминов.

Примеры обсуждения материалов о коронавирусе на сайте СМИ. Фонтанка.ру, Санкт-Петербург

Этика данных о болезни

Эксперименты с дата журналистикой и использованием данных для освещения события привели к появлению новых этических проблем в редакциях.

Основная проблема касается намеренного или ненамеренного опубликования персональных данных. Примеры «сливов» данных, упомянутые выше, являются показательным примером, когда персональные данные попадают в открытый доступ.

Другой случай иллюстрирует интерактивная «Карта распространения коронавируса по Москве», которую выпустил медиа-проект Mash (Карта распространения коронавируса... 2020). Карта позволяет отслеживать заболевших в Москве и Московской области вплоть до конкретного адрес. В марте 2020 года Mash опубликовал карту вместе со списком адресов, по которым предположительно проживали люди с положительным диагнозом на коронавирус, при этом без указания источников данных. Руководитель Mash сообщал, что данные приходят «из разных источников <...> Много информации нам просто присылают в телеграм-канал» (Яппарова, 2020). В ситуации пандемии коронавируса жители охотно свидетельствовали и сами собирали данные о заболевших, что, в свою очередь, ставит редакцию перед выбором — защита персональных данных или «общественная» польза. Так, руководитель Mash объясняет свой проект карты именно задачей показать людям, как быстро распространяется коронавирус и предостеречь их; в то же время на локальном уровне жители упомянутого на карте дома довольно быстро «вычисляют» предполагаемых заболевших и подвергают их ostracism. С 25 июля 2020 года карта не обновляется.

Еще одним этическим вызовом работы с данными для региональных редакций является специфика репрезентации и визуализации данных. Тут я имею в виду пересечение «количественного разворота» с «эмоциональным разворотом» (Lecheler, 2020) и с тем, как журналисты с помощью данных работают с новой эмоциональностью и запросом на эмоциональность со стороны аудитории. Случай пандемии коронавируса показы-

вает, что карта или график могут быть не менее тревожащими и эмоционально насыщенными, чем традиционный репортаж или фото. Поэтому новые вопросы для журналистов касаются того, какие данные выносить на график, какой макет графика, масштаб инфографики или какой цвет (Грибер, Сухова, 2020) использовать, чтобы, с одной стороны, сделать цифры наглядными, а с другой – не преувеличить (и не преуменьшить) социальное значение представляемых данных. Например, выглядит ли вертикальная диаграмма более впечатляющей (и устрашающей для читателя), чем положенная набок?.. Эти вопросы пока до конца не разрешены.

Заключение

Пандемия коронавируса стала для многих региональных редакций экспериментальной площадкой для тестирования дата журналистики и использования количественных данных в освещении события. При этом традиционно сохраняется неравенство между регионами (Kiriya, 2020) – от игнорирования возможностей дата журналистики до робких экспериментов и до более продвинутых материалов и проектов.

Саймон Роджерс выделяет три уровня использования данных в журналистике: 1) материалы, в которых данные используются для верификации ключевых аргументов; 2) расследовательская дата журналистика с использованием дополнительных технических средств для выявления проблем, скрытых в данных; 3) использование данных для репрезентации и объяснения читателю более сложных и больших наборов данных, например, с применением геймификации (Rogers, 2017).

Для региональных редакций сегодня наиболее характерен первый уровень. При этом очевидно, что количество данных и материалов, построенных над данными, в региональных масс медиа будет только расти. Анализ того, как региональные редакции работали с данными по коронавирусу, позволяет отметить следующие вызовы, на которых будет основываться дальнейшее развитие дата журналистики в региональных масс медиа:

— *умение мыслить данными и видеть новость через данные.* Рассмотренные выше примеры показывают пока довольно ограниченный спектр тем и форм визуализации данных. Это касается, например, того, какая информация или какой инфоповод может быть представлен через количественные данные. Где можно эти данные найти? Примеры выше показывают, что помимо традиционных источников, например, данных Росстата, локальные редакции могут находить и альтернативные источники: запросы Яндекса, данные различных организаций, анализируемые под другим углом (как в примере с анализом данных по смертности через изучение захоронений на местной кладбище, что позволило собрать более детальную статистику умерших), местные данные собранные самостоятельно и т. д. Это касается и разнообразия методов анализа и визуализации имеющихся данных, поиска новых норм визуализации.

Ситуация инфодемии и большого количества доступных количественных данных подтверждает тезис о смещении основного фокуса дата журналистики с этапа сбора данных на этапы анализа и критической оценки этих данных (Arias-Robles & López López, 2020). В случае российских редакций возникает вопрос фактчекинга — кто и как должен его проводить? Может ли редакция использовать официальные данные, например, местных органов власти, без собственной верификации? И если не может, то как и кем такая проверка должна осуществляться?..

— *базовые навыки работы с данными.* В данном случае речь идет скорее о моральной готовности людей в редакции работать с данными, чем о найме дополнительного специалиста с техническим бэкграундом. Исследования показывают, что для большинства региональных дата проектов, например, в британских редакциях достаточно знания Excel (Arias-Robles, López López, 2020). Российские примеры региональных дата материалов также показывают, что сложные технические решения или дорогие продукты для анализа и репрезентации не являются критически важными. Важен интерес к дата журналистике в редакции.

Взаимодействие с местными блогерами и гражданскими (дата) активистами может стать для региональных редакций способом публикации дата-материалов без дополнительных издержек (например, на обучение сотрудников);

— *работа с источниками данных, в том числе локальными.* Для российских редакций здесь актуальна ситуация, когда речь идет не о самостоятельном сборе первичных данных, а о поиске открытых данных, в том числе официальных. Это связано с тем, что представители органов власти и государственных учреждений публикуют данные, но журналисты не знают, где их искать. Разные формы и режимы опубликования данных в разных регионах осложняют работу журналистов, например, в части сравнения своего региона с соседними и т. д. Как одно из решений — некоммерческий региональный проект «Грибница» создает «Базу баз», где по категориям представлены различные базы с кратким описанием (Проект «Грибница», 2020);

— *наконец, этика данных и редакционные стандарты работы с персонализированными, в том числе опосредованно, данными* становятся более острым вопросом особенно в случае локальных медиа, которые работают в малочисленных населенных пунктах.

Дата журналистика и дата-материалы по-прежнему являются новым форматом и для региональной аудитории. Но, вероятно, одно из немногих положительных последствий эпидемии состоит в том, что она приучила читателей разглядывать графики, кликать интерактивные карты и обращать внимание на цифры в журналистских материалах.

Источники

Arias-Robles F., & López López P. J. (2020). Driving the Closest Information. Local Data Journalism in the UK. *Journalism Practice*, 1 —13.

Coddington M. (2015). Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital journalism*, 3:3, 331–348.

Dovbysh O. (2019). Commercial or public service actors? Controversies in the nature of Russia's regional mass media. *RussianJournalofCommunication*, 11:1, 71–87.

Kiriya I. (2020). Central and local media in Russia: between central control and local initiatives, in: *The Routledge Companion of Local Media and Journalism*. London/Routledge, Ch. 16, 167–175.

Lecheler S. (2020). The Emotional Turn in Journalism Needs to be About Audience Perceptions, *Digital Journalism*, 8:2, 287–291

Petre C. A Quantitative Turn in Journalism? 30 October 2013. Tow Center for Digital Journalism. URL: <http://towcenter.org/blog/a-quantitative-turn-in-journalism/> (дата обращения: 01.12.2020)

Rogers S. (2017). Data Journalism in 2017. Google News Lab. URL: <https://blog.google/topics/journalism-news/data-journalism-2017/> (дата обращения: 01.12.2020)

Анин Р., Шмагун О., Мароховская А. Посредники отечества. 30 апреля 2020. 7x7 Горизонтальная Россия. URL: <https://7x7-journal.ru/articles/2020/04/30/posredniki-otechestva> (дата обращения: 01.12.2020)

Апухтина Ю. Поликлиническая смерть. Исследование о том, как коронавирус лишил врачей зарплаты. 27 мая 2020. Проект. Медиа. URL: <https://www.proekt.media/research/koronavirus-zarplaty-vrachey/> (дата обращения: 01.12.2020)

Грибер Ю. А., Сухова Е. Е. (2020). Цвет как инструмент управления эмоциями в публикациях о пандемии COVID-19 в русскоязычных онлайн-СМИ // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены, 6, 307–328.

Карта распространения коронавируса по Москве. URL: <https://coronavirus.mash.ru/> (дата обращения: 01.12.2020)

Неочевидные жертвы коронавируса в России. URL: <https://coronavictims.ru/> (дата обращения: 01.12.2020)

Ок, Google. Как открытые данные высвечивают реальную картину эпидемии в России. 1 сентября 2020. TheInsider. URL: <https://theins.ru/obshestvo/234253> (дата обращения: 01.12.2020)

Проект «Грибница». URL: <https://gribnica.online/services/bases/> (дата обращения: 01.12.2020)

Ханов Т. Эпидемия пошла в районы и в ОРВИ, или почему не все ковидные попадают в статистику. 21 июня 2020. Сибкрай.ru. URL: <https://sibkray.ru/news/1/936199/> (дата обращения: 01.12.2020)

Яппарова Л. «Мы должны знать их пофамильно» Как травят людей с коронавирусом, чьи данные утекают из полиции и больниц. 17 апреля 2020. Meduza. URL: <https://meduza.io/feature/2020/04/17/my-dolzheny-znat-ih-pofamilno> (дата обращения: 01.12.2020)

ОГЛАВЛЕНИЕ

Анна Качкаева, Светлана Шомова	3
От редакторов. Год великого обнуления	3
Раздел I. Медийные и городские пространства: динамика изменений	7
Илья Кирия	9
Инфодемия Covid-19 как вызов глобальным моделям медиасистем	9
Анна Качкаева	26
Танцы с коронавирусом: динамические изменения языка российского телевидения в период первой волны пандемии (на примере информационного и общественно-политического вещания, февраль – май 2020 года)	26
Владислав Непийпов	76
Кинотеатры vs COVID-2019: трансформации проката и зрителя в эпоху пандемии	76
Екатерина Лапина-Кратасюк, Арина Порховник	97
Умный город в ситуации пандемии	97
Раздел II. Пандемия как дискурс: нарративы, жанры, форматы	121
Анна Новикова	123
Большой нарратив о коронавирусе: кич как инструмент конструирования медиапсихоза	123
Светлана Шомова	144
От средневековой гравюры до пин-апа: визуальный сериал периода пандемии как новая жанровая вариация медийного контента	144
Ольга Довбыш	165
Болезнь в картинках, графиках и картах: Как ситуация пандемии коронавируса влияет на развитие дата журналистики в российских регионах	165

Когда «корона» тяжела: цифровые медиа в эпоху пандемии

Дизайнер обложки Анна Колчина

Редактор Анна Новикова

Этот сборник — попытка «остановить мгновение» начала переосмысления и трансформаций, связанных с «глобальным заражением», возникшим в 2020-м году из-за встречи природного коронавируса с медиавирусом. В работе над проектом приняли участие сотрудники и выпускники Департамента медиа НИУ ВШЭ. Книга реализована при поддержке Центра цифровых культур и медиаграмотности НИУ ВШЭ.



Rideró

Rideró.ru — издай
книгу бесплатно!