

БЕЛОРУССКОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ: особенности национальной пропаганды в предвыборный период

Александр Сарна

*Я появляюсь в каждом выпуске
новостей по четыре-пять раз в день.*

Разве это не демократично?

А. Г. Лукашенко – из выступлений
на пресс-конференции по итогам выборов 2006 г.

Известный советский кинорежиссер Элем Климов на съемках фильма *Иди и смотри* (1985) настолько стремился к воссозданию атмосферы войны, что это грозило нарушением психического здоровья актеров, и особенно детей, которых приходилось вводить в состояние гипноза, чтобы не травмировать психику, заклеивать им рот, чтобы не плакали, и пр. Этот случай может служить моделью всей современной ситуации в Беларуси, где травматическая память о прошлом, постоянно реанимируемая для политических спекуляций, служит оправданием действий нынешнего режима власти, «затыкающего рот» оппонентам при молчаливой поддержке большинства населения, введенного в сомнамбулическое состояние государственными СМИ. Погруженная в транс массовая аудитория на бессознательном уровне воспринимает внушенные (т. е. привнесенные извне) утверждения как свои собственные и не может критически оценивать их, но только подчиняться и выполнять все, что требуется. В таких условиях никакой референдум не может быть признан легитимным, да и в самой постановке вопросов зачастую уже предусмотрен «правильный ответ». Ориентировка и «наведение на цель» (выгодный для власти вариант ответа) осуществляются в виде мотивационной установки, просчитываемой как результат агрессивного пропагандистского влияния на массовое сознание контролируемых государством СМИ, прежде всего телевидения и радио.

Именно таким образом режим поступил 18 марта: накануне выборов в программе «Панорама в субботу» на первом национальном телеканале с помощью вопроса интерактивного голосования: «Для кого выгодны обвинения в фальсификациях: 1) для международных организаций, которые хотят контролировать избирательный процесс; 2) кандидатов, которые опасаются остаться без поддержки народа; 3) действующей власти?» Это яркий образец вопроса, который с помощью встроенного в него комментария (на фоновом уровне, с помощью «фреймов», т. е. рамочных когнитивных конструкций) изначально наводит на нужный ответ, причем если «международные организации»

и «оппозиционные кандидаты» описаны негативно, то «действующая власть» подается предельно нейтрально, без комментария, что на фоне остальных вариантов выглядит как позитивная альтернатива.

Однако такой ход, ориентированный на немедленную ответную реакцию публики, используется на нашем телевидении достаточно редко. Зато постоянно применяются иные, не менее прямолинейные и гораздо более агрессивные, рассчитанные на «долгосрочный эффект» приемы обработки и корректировки общественного мнения в нужном направлении. Поэтому гораздо охотнее агитпроп эксплуатирует другое свойство телевидения как средства массовой коммуникации – его способность обращаться ко всем сразу и персонально к каждому, предоставляя нам те или иные сведения на личностном уровне с высокой степенью доверия и снижая критичность к восприятию информации с телеэкрана. «Иными словами, пропаганда отрицает дистанцию между источником пропаганды и аудиторией».¹ При этом используются различные, порой откровенно грубые, а иногда достаточно изощренные техники манипулирования общественным мнением. В данной работе предпринимается попытка выявить основные пропагандистские стратегии, осуществляемые на белорусском телевидении в предвыборный период накануне избрания президента РБ 19 марта 2006 года. Под пропагандой понимается такая форма социальной коммуникации, в рамках которой реализуется активное влияние на сознание реципиента с целью внушения определенной идеологической установки и убеждения/переубеждения в необходимости следовать этой установке (путем совершения какого-либо действия либо отказа от него). При этом могут выделяться два варианта пропагандистского воздействия: радикальный («жесткий») и лояльный («мягкий»), – которыми руководствуется сам агитатор. В случае «жесткой» пропаганды влияние осуществляется без учета и независимо от уже имеющихся у адресата ценностных предпочтений, а «мягкая» пытается подстраиваться и даже маскироваться под них, ненавязчиво демонстрируя преимущества своей точки зрения.

Прежде всего необходимо отметить, что национальное пролукашенковское телевидение, не считая нужным даже имитировать объективность и кичась собственной ангажированностью со стороны государства, последовательно придерживается принципов классической «жесткой» пропаганды, прямолинейной и откровенной. Само же государство одним из приоритетов внутренней и внешней политики считает последовательное развитие пропаганды в СМИ в качестве самого эффективного средства распространения и укрепления своей идеологии. «Если задаться целью описать суть государства, основанного на пропаганде, то это можно было бы обозначить следующим образом: она состоит в полном контроле над всеми доступными медиа, самой лучшей технике и самой всеохватной организации общества с помощью средств коммуникации».² В современной Беларуси используются те же принципы «хардкор»-влияния на массовое сознание, которые позволили геббельсовской пропагандистской машине буквально «изнасиловать» общественное мнение в нацистской Германии,

в зародыше уничтожив любую возможность не только сопротивления, но хотя бы инакомыслия. Это знаменитые «три кита» тотальной пропаганды: 1) выхолащивание любой информации до примитивной схемы, раскрашивающей мир в черно-белые тона, не терпящей никаких компромиссов и рассуждающей по принципу бинаризма «свой–чужой», «друг–враг», «добро–зло» и т. п.; 2) настойчивое повторение этой схематично представленной информации до тех пор, пока она не будет восприниматься как нечто естественное и само собой разумеющееся; 3) подача этой информации в сопровождении эмоционально окрашенных комментариев и оценочных суждений, постоянно скатывающихся к «наклеиванию ярлыков» всем оппонентам режима. Противоположностью этих принципов можно считать «основные стандарты качества информации», которые были сформулированы Д. Маккуэйлом: «1) СМИ должны полностью, без изъятий, обеспечивать общество текущими новостями; 2) информация должна быть объективной в смысле точности и надежности; 3) информация должна быть сбалансированной и беспристрастной, отражая альтернативные точки зрения без подачи их в сенсационной манере».³

Противопоставляя или даже сталкивая эти центральные принципы организации информационной политики в современных СМИ, мы можем более обстоятельно проанализировать методы агитации и пропаганды, применяемые белорусским телевидением, и выявить их, так сказать, «национальную специфику», т. е. наиболее характерные отличительные качества. Для начала же подробнее рассмотрим эффекты действия трех указанных принципов «жесткой» пропаганды, реализуемых на БТ, и покажем, на каком материале они применяются.

Первый из них, соответствующий логике схематизации массового сознания, предусматривает возможность создания специфической «примитивной» или «наивной» «картины мира», т. е. образа реальности в черно-белой гамме без цвета и полутонов, основанной на сугубо моральных (точнее, морализаторских) суждениях и оценках. Причем это морализаторство опирается не на универсальные принципы гуманизма и общечеловеческие ценности, а на утилитарные предпосылки, которые можно выразить в виде незатейливой формулы: «Все, что идет на пользу Беларуси, — хорошо, а все, что во вред, — плохо». Понятно, что такого рода утилитаристски трактуемая польза противоречит общим представлениям о нравственности и гуманности (например, доходы от продажи оружия или наркотрафика), но представителей государственной власти это ни в коей мере не беспокоит, поскольку «так делают все», а «мы сами знаем, что для нас лучше». Естественным следствием из таких предпосылок становится тотальное разделение всего окружения на «своих», или «друзей» (тех, кто разделяет нашу точку зрения), и «чужих», или «врагов», т. е. тех, кто ее не поддерживает. Интересно, что при изменении внешнеполитической или экономической ситуации могут меняться и наши собственные критерии оценки, и тогда приоритеты отношений с другими странами также изменяются, порой на прямо противополо-

ложные, когда «друзья» «неожиданно» совершают «предательство» и в одночасье становятся «врагами». Такова ситуация с прекращением поставок в Беларусь российского газа в феврале 2004 года, которая расценивалась со стороны россиян как необходимая реакция на невыполнение Беларусью договора о совместном акционировании предприятия «Белтрансгаз», а в ответ слышались упреки в нежелании считаться с потребностями «братьев-славян», которых Россия хочет «бросить на произвол судьбы» и «оставить на растерзание зимним морозам». То, что нежеланием «платить по счетам» мы ущемляем экономические интересы самих россиян, совершенно не принималось в расчет белорусской властью, которая привыкла во всем исходить только из собственной выгоды, не считаясь при этом с другими.

Второй принцип «тотальной пропаганды» — «серийное» воспроизводство сообщений в режиме настойчивого повторения — предусматривает донесение всех сведений в режиме новостного оповещения и бесконечных комментариев, в результате чего выстраивается устойчивая цепочка этапов последовательного насаждения информации в массовом сознании: от *упоминания* какой-либо новости или события к *убеждению* в том, что именно эта новость (а не какая-либо другая) заслуживает упоминания, а затем ее *представлению* и *закреплению* в произвольно выбранном ракурсе для выработки «единственно правильной» точки зрения.

Выпуски новостей на БТ перед выборами превратились в «отчетные доклады» со сводками «досрочно перевыполненных» показателей, со всей очевидностью подтверждающих правильность проводимой государством политики. Демонстрируется убедительный экономический рост, повышение благосостояния населения, увеличение уровня доходов, объемов внешнего валового продукта и всего чего угодно — но сами происходящие события остаются в стороне. Фактически новости становятся подведением итогов «президентской пятилетки», а не освещением событий. В результате такого информационного давления даже скептически настроенный обыватель сперва отторгает представленное сообщение, потом смиряется с ним как с неизбежным, затем воспринимает как «естественную необходимость», после чего остается лишь шаг до принятия его как истины «в последней инстанции». «В то же время повторение возводит обязательный барьер против всякого иного утверждения, всякого противоположного убеждения с помощью возврата без рассуждений тех же слов, образов и позиций. Повторение придает им осязаемость и очевидность, которые заставляют принять их целиком, с первого до последнего, как если бы речь шла о логике, в терминах которой то, что должно быть доказано, уже случилось».⁴

Для обеспечения информационно-агитационного производства по этой модели и достижения необходимого эффекта белорусский агитпроп выстраивает другую цепочку обработки и донесения уже тщательно «упакованной» информации до нашего сознания. Это последовательно выстроенная жанровая иерархия телевизионных программ, где сначала идут новостные выпуски («Новости» по БТ-1 и «Ладу»,

«Наши новости» по ОНТ, «24 часа» по СТБ), затем – подведение итогов дня («Панорама» и «Комментарий дня» по БТ-1, «Особое мнение» по ОНТ), далее следуют еженедельные обзоры (у нас это скорее «обзоры») новостей («Панорама» в субботу) и «В центре внимания» по БТ-1, «Контуры» по ОНТ, «168 часов» по СТБ), информационно-«аналитические» программы («Права человека. Взгляд в мир», «Политические технологии» и «Общественная безопасность» по БТ-1, «Эксперт» по РТР, перекрываемому Беларусью) и даже ток-шоу («Выбор» по ОНТ, «Личный интерес» по СТБ).

Особый интерес в этом перечне вызывают программы, симулирующие аналитическую работу на нашем телевидении, но на деле занимающиеся неприкрытой пропагандой в угоду действующему режиму. До недавнего времени на производстве такой продукции специализировался лишь первый национальный телеканал, не лимитированный эфирным временем, но по мере приближения выборов на экранах замелькали новые проекты, захватывающие время трансляции и российских телеканалов. Так, с 21 февраля за счет времени канала РТР по вторникам, средам и четвергам начинает выходить «Политика» с Ю. Козиятко (после выборов ограниченная лишь субботой), ОНТ с 25 февраля запускает в эфир по субботам «Большую политику» с В. Елфимовым (посредством «экономии» времени ОРТ), а БТ-1 решил добавить к уже имеющемуся объему «политпросвещения» «Жесткий разговор» А. Зимовского, идущий с 12 января по четвергам. Если учесть, что «Политика» и «Жесткий разговор» еще и повторялись утром следующего дня, становится ясно, что общий объем пропагандистски ориентированной «аналитики» в белорусском телеэфире вырос перед выборами почти в три раза!

Отдельная тема – документально-публицистические телефильмы, созданные в формате самых настоящих сериалов и претендующие на привнесение элементов «мыльной оперы» в белорусскую историю и политику. Эту практику инициировал канал БТ-1, предоставив одиозному Юрию Азаренку особые полномочия для создания «телешедров» (таких как, например, *Констирология*), а к выборам-2006 – пяти серий скандальной *Духовной войны*, намеками на сходство Лукашенко с Христом в их мессианской роли в истории скорее дискредитировавшей действующую власть, нежели агитировавшей за нее. Усилиями А. Проханова, поп-мифолога современной России, в пятой серии под названием «Сакральность власти» воссоздается архаическая модель власти, основанной на мифологизации фигуры вождя как посланца «высших сил» и «тонких энергий», полностью органичного «человека от сохи», улавливающего эти энергии с помощью преданного ему народа и направляющего их в «нужное русло» (ср. с германской моделью национал-социализма на основе единства фюрера и народа, способных посредством партии услышать зов «крови и почвы» и выйти на высший уровень власти). В итоге фильм был неоднозначно воспринят даже руководством, решившим воздержаться от демонстрации пятой серии в намеченный срок (4 и 5 марта) и выпустившим ее

в эфир лишь спустя две недели после выборов, а на телеканале «Лад», где также демонстрировался этот сериал, она так и не появилась.

ОНТ начинало свою пропагандистскую деятельность с создания «идеологии в клипах» в формате музыкальных фильмов, где «звезды» современной белорусской поп-музыки перепевали «старые песни о главном» в соответствии с нашими духовными приоритетами (не о любви, как в России, а о войне): к 9 мая 2004 г. демонстрировались «Дороги и песни далекой войны», к 3 июля 2004 г. — «Беларусь. 60 мирных лет», к 9 мая 2005 г. — «Маленькие концерты большой войны». Создание же пропагандистских сериалов на ОНТ приурочили к другим торжественным (или не очень) датам, тем самым выступая в роли «пропагандистского спонсора»: к десятилетию правления Лукашенко в 2004 г. были выпущены 12 серий *Новейшей истории Беларуси* (с приходом Ю. Козиятко на РТР повторенные уже перед нынешними выборами), в 2005 г. к шестидесятилетию победы в Великой отечественной войне создавалась 10-серийная *История Победы*, к годовщине вступления в Евросоюз новых стран-участниц на телеэкран вышли 10 серий *Разъединенных штатов Европы*, а уже к выборам 2006 г. появились 15 серий фильма *Пятнадцать* о «нелегкой судьбе» бывших советских республик (плюс 4-серийный ярко выраженный «антиамериканский» фильм *Америка без грима*, показанный с 13 по 17 марта, т. е. буквально накануне выборов). Если к этому добавить еще и организованные по всей республике в рамках агитационного тура «За Беларусь!» музыкальные концерты, транслировавшиеся на БТ-1 и ОНТ в «прайм-тайм» воскресного эфира (с последующим повтором), а также «фирменные» спецвыпуски на тему выборов таких (обычно аполитичных) программ, как «Минск и минчане» на СТВ, «Деркач» по БТ-1 и др., становится очевидным, что в предвыборный период для усиления агитационного давления на массовую аудиторию и эффективной «промывки мозгов» были задействованы не только информационные, но и развлекательно-познавательные ресурсы белорусского телевидения, что привело к вовлечению в этот процесс множества телепрограмм и фактическому стиранию жанровых границ: все программы в одночасье превратились в агитационно-пропагандистскую продукцию, призывая отдать наши голоса «За Беларусь!» для сохранения существующей системы власти.

Что касается третьего принципа «жесткой» пропаганды (экспрессивно-оценочной классификации оппонентов правящего режима), то именно документально-публицистические сериалы тяготеют к этому приему в силу структурной организации представленного в них материала, требующего яркой, образной номинации для каждой серии фильма. Помимо этого, колоритные примеры «наклеивания ярлыков» представлены в ряде аналитических и публицистических программ — «Международная панорама», «Права человека. Взгляд в мир», «Большая политика», но наиболее яркие образцы жанра мы обнаруживаем в цикле «Беларусь. Взгляд извне», демонстрировавшемся в феврале—марте 2006 г. по «Ладу» и первому национальному телеканалу. Данный публицистический сериал объемом в девять по-

лучасовых серий представляет собой «нарезку» цитат различных авторитетных (с точки зрения официальных структур) общественных и политических деятелей, политиков, ученых ближнего и дальнего зарубежья. Нередко цитаты идут вразнобой, а иногда настолько вырваны из контекста, что вообще трудно понять, о чем идет речь, но всегда составляют подборку только позитивных, зачастую откровенно хвалебных отзывов в адрес Беларуси и критических – в адрес США, Европы, стран Запада в целом. Для закрепления и устойчивой фиксации этой «установки на критику» в конце каждой серии анонсировалась следующая, и любой такой анонс подавался в виде броских «ярлыков» в духе «информационных бомб», сенсационных газетных заголовков, пафосно зачитываемых напряженным женским голосом. Это были т. н. «саундбайты» (sound bite), т. е. «куски записи» (в буквальной трактовке), или «сильные высказывания», представляющие собой «короткий аудиофрагмент, который вставлен в видеорепортаж, показываемый в теленовостях».⁵

Например, анонс пятого фильма из цикла под общим названием *Инвесторы хаоса глазами континента* содержал заголовки, выступающие в качестве пропагандистских слоганов или идеологических маркеров: «Новый порядок идет на Восток. “Крестовые набеги” под знаменами демократии и “общечеловеческие ценности”, разрушающие города и страны»; «Тотализатор на нищете постсоветского пространства»; «Страны, которые “заигрались” в американскую демократию, и главный инвестор, который уже окупил свои вложения»; «Время, когда из осколков ровной и гладкой советской системы сложен мавзолеей национальных интересов» и т. д. При этом ирония кавычек в самом фильме отображается только посредством интонации, поскольку данные высказывания в виде письменного текста не приводятся и прочесть их нет никакой возможности. В результате мы сталкиваемся с парадоксальными смысловыми конструкциями, в которых содержание напрямую отождествляется с объектом репрезентации, что свидетельствует о стремлении к максимальному воплощению в такого рода слоганах всей «полноты реальности». Как сказал бы Р. Барт, «такое явление можно назвать *референциальной иллюзией*. Истина этой иллюзии в том, что “реальность”, будучи изгнана из реалистического высказывания как денотативное означаемое, входит в него уже как означаемое коннотативное; стоит только признать, что известного рода детали непосредственно отсылают к реальности, как они тут же неявным образом начинают означать ее»⁶. Слоган, превращаемый в «ярлык», которым оперируют пропагандисты на БТ, при закреплении за определенным объектом номинации призван «ухватить» даже не саму реальность, но ее суть, порой невидимую или недостаточно очевидную для «непосвященных», но совершенно явную для самих агитаторов, стремящихся распутать этот клубок, сотканный из нитей «мирового заговора» против Беларуси. Именно этой «сверхценной» задаче посвящена большая часть пропагандистской продукции, появляющейся на наших телеэкранах, и ее влияние распространяется на любые виды и жанры телевизионных программ.

Особенность этого влияния не в «соблюдении “законов жанра” или даже в их видимости, а в стремлении нарушить трехчленную природу знака, сделать так, чтобы предмет встречался со своим выражением без посредников»⁷. Это позволило бы прорваться сквозь пелену условностей и видимостей к «самой сущности» реальности, показать всем, что она собой представляет «на самом деле» — и создать тем самым новую видимость, подтверждая незыблемую власть порядка симулякров.

Невозможность решения этой задачи и реализации утопического проекта «абсолютно прозрачной» референции заставляет создателей белорусского агитпропа решительно отказаться от него и броситься в другую крайность, стремясь уже не к полному отождествлению с реальностью, но к радикальному отказу от нее. Это стремление проявляется как различие или «разрыв» между видимым и слышимым, изображением и словом, визуальным и вербальным планами сообщения. Как нам представляется, такого рода «разрыв» вполне соотносится с различием между областями *сознания* и *бессознательного* и может трактоваться с психоаналитических позиций как некоторая «травма», требующая устранения и компенсации. Ее «культивация» в качестве «разрыва» между вербальным и визуальным измерениями производится принудительно и оформляется как определенная политическая стратегия «отказа от референции» и «перехода к конвенции». Она осуществляется с помощью нескольких процедур, первую из которых иллюстрирует ситуация 7 марта, когда в блоке новостей ОНТ в 13.00 прошел сюжет по поводу принятия постановления Центризбиркома о порядке предоставления кандидатам в президенты РБ возможности выступления на государственных теле- и радиоканалах. Ведущая К. Вардомская сообщает: «Во время агитационной кампании каждый кандидат получит возможность дважды по тридцать минут выступить в эфире радио и на первом национальном телеканале», — а в это время на экране показывают дорожный знак «Стоп» («Проезд запрещен») на фоне телевизшки ОНТ, что можно трактовать как предупреждение «Доступ запрещен!» В данном случае экранная «картинка» выступает в качестве своеобразной «монтажной оговорки» на уровне «визуального бессознательного», выдавая намерение власти запретить любую попытку оппозиции проникнуть в государственные СМИ. Подобного рода послание, содержащее внутри себя радикальное противоречие и приводящее к полному «разрыву» между текстом и образом, трактуется как попытка *вытеснения* смыслового содержания, высказанного в вербальном сообщении, и его *замещения* на прямо противоположное с помощью визуального ряда, сопровождающего озвученный текст.

Еще одну процедуру иллюстрирует репортаж Светланы Вячорки с 40-го выборного участка Брестской погранзоны, вошедший в блок новостей телеканала БТ-1 14 марта, в первый день досрочного голосования. В репортаже говорилось о пограничниках, которые заступают в ряд именно в день выборов 19 марта и поэтому им нужно проголосовать досрочно. При этом подчеркивалось, что таких бойцов достаточно мало, хотя тут же бралось интервью у целого от-

ряда солдат, готовящихся к отправке на обслуживание призывного пункта, у которых также была вероятность в нужный момент не оказаться на месте, поскольку они «будут еще в пути», и им, конечно же, нужно проголосовать досрочно. Затем шел кадр с целой ротой солдат, дружно марширующих по направлению к избирательному участку. Этот репортаж предваряло сообщение о том, что «для многих людей в военной форме досрочное голосование — это единственный шанс использовать свое конституционное право», что в наших условиях вполне применимо едва ли не ко всем рядовым срочной службы, которых в обязательном порядке «добровольно-принудительно» отправляли голосовать досрочно. И хотя дальше следовал уже упомянутый репортаж, где всячески преуменьшалось число «досрочников», «многие люди», о которых говорилось вначале, автоматически переносились на сам репортаж, и их количество подтверждалось видеосъемками. Эту процедуру можно обозначить как *перенос* содержания исходного тезиса на последующие утверждения и его *проекция* на высказываемые затем суждения, сделанные вопреки представленным в качестве иллюстрации визуальным материалам.

Наконец, третий пример процедуры осуществления стратегии «разрыва» между вербальным и визуальным планами сообщений в рамках пропагандистского дискурса — сюжет также из новостей по БТ-1, показанных 13 марта. «США и Европа усиливают давление» — под таким лозунгом в вечернем выпуске новостей подается информация о том, что оппозиция отрабатывает полученные гранты «вяло и схематично», и особого влияния на всех нас не имеет. В чем же тогда проявляется «давление»? Оказывается (следует из следующего утверждения), что «Вашингтон требует влияния на Минск» — при этом упорно демонстрируются виды центрального района Вильнюса. И снова возникает вопрос: при чем тут Вильнюс, если речь идет о Вашингтоне? Видимо, у агентства телевизионных новостей первого национального телеканала нет своего корреспондента в Вашингтоне, чтобы он смог отснять необходимую натуру и переправить ее в Минск. Однако в таких случаях наши журналисты охотно используют архивные материалы, причем зачастую «позаимствованные» из репортажей других телеканалов. Но на этот раз и такая возможность не была задействована: возможно, в архиве ничего не оказалось или информация пришла слишком поздно, и уже не было времени на поиск подходящих в качестве оформления «картинок». В итоге получилось то, что получилось: Вильнюс оказался заместителем Вашингтона, выступая в качестве *символа* уже не только Европы, но и США, т. е. фактически олицетворяя собой весь западный мир. Образ Вильнюса стал своеобразной *риторической фигурой* (метонимией) уже не только Литвы (путем соотнесения части и целого), но и Запада как такового.

Таким образом, указанные процедуры *вытеснения/замещения*, *переноса/проекции* и *символизации/фигурации* выступают в качестве этапов осуществления политической стратегии «культивации разрыва» между изображением и словом в структуре сообщения, произ-

водимого в рамках пропагандистского дискурса на белорусском телевидении. Как следствие, это приводит к устранению *референциальной* связи и переходу к *конвенциональной* связи между произносимым текстом и призванным его иллюстрировать визуальным материалом. Своего предела эта тенденция достигает в документально-публицистических сериалах ОНТ и БТ-1. Главной пропагандистской особенностью этих фильмов является тотальное доминирование вербального текста, который отказывается от функций комментария к «телекартинке» и начинает диктовать свои условия изображению, выполняющему второстепенную роль «иллюстрации к тексту». Именно в текстах содержится основная «идеологическая матрица» пропагандистского «послания» к публике, и именно тексты (прекрасно обходящиеся без изображения) к фильмам, а не сами фильмы, воспроизводятся на сайте ОНТ.

Кроме того, можно выделить некоторые специфические приемы «конструирования» изображений с целью создания требуемого визуального образа и его дальнейшего использования белорусским телевидением в качестве такого рода пропагандистского message. С помощью этих приемов происходит «рекрутизация» и мобилизация населения для его вовлечения в политическую борьбу, поскольку в своей работе государственная агитационная машина прежде всего «исходит из иезуитской практики образа как аргумента»⁸. Обозначим эти приемы как стратегии *визуальной репрезентации* в телепропаганде и выделим следующие, наиболее значимые.

Инсценировка, предполагающая своеобразную «реконструкцию» ситуации, о которой идет речь, имитацию посредством сценической постановки, разыгрываемой силами специально приглашенных актеров. Именно за счет привлечения человеческого ресурса, а не технических спецэффектов, в данном случае осуществляется воссоздание (или даже создание вымышленной, т. е. специально придуманной для этого случая) ситуации, которая служит своеобразным «фоном» для всей телепрограммы в целом. В основном такой прием используется в телерекламе и документально-публицистических сериалах, но встречается и в «специальных репортажах». Так, 17 февраля после «Панорамы» на телеканале БТ-1 показывали репортаж «Польский ГОСТ», где дискредитация польских представителей в РБ осуществлялась с помощью явной инсценировки с пьяным человеком, в роли которого выступал, естественно, не польский консул, а совсем другая персона. Для этой стратегии характерна *отсылка к ситуации (реальности)*.

Визуализация как предъявление общей «картинки» при оценке и анализе сложившейся ситуации, «экранизация» со ссылкой на архив для подтверждения различных высказываний и убеждения аудитории. Сопровождающие комментарии могут косвенно соотноситься с изображением, выступая в качестве «вольной вариации на заданную тему», как это и происходит в программах «Права человека. Взгляд в мир», «Международная панорама», «Беларусь. Взгляд извне», «Большая политика» и, особенно — в сериалах Юрия Азаренка, целиком построенных как «монтажный экспромт», прекрасно обходя-

щийся без съемок «с натуры». При этом используются архивные материалы (письменные документы, видеозаписи, фотографии, эпизоды из прошлых репортажей и пр.), выступающие в основном в качестве иллюстрации к декларируемым утверждениям. Визуальный образ здесь нужен лишь для большей убедительности предъявляемых тезисов и усиления эффекта их правдоподобия, ради чего и используется *отсылка к традиции (архиву)*.

Символизация на уровне создания целиком «виртуального образа», никак не пересекающегося с внетекстовой реальностью и предполагающего использование только технологических спецэффектов (как правило, компьютерной анимации). Такой образ ориентирован на значительную степень генерализации, обобщения, близкую к символу или метафоре, способную выразить сущность предлагаемого аудиторией «послания». Поэтому принцип символизации практически постоянно используется при создании образов в заставках различных телепрограмм и сериалов (число «15», возникающее в результате трансформации серпа и молота в *Пятнацати*, осыпающаяся штукатурка с изображением карты США, обнажающая серую неприглядную стену в *Америке без грима* и пр.). Также можно отметить использование анимации в «Особом мнении» в качестве средства «принижения», иронического осмеяния усилий оппозиции и ее дискредитации в глазах публики. В итоге же на данном уровне с помощью символа происходит непосредственно *отсылка к идее (ценности)*.

Если же говорить об общих тенденциях, то, пожалуй, именно инсценировка и постановка (разыгрываемая по определенному сценарию ситуация как «имитация» реальности, заменяющая и вытесняющая саму реальность) постепенно становятся своеобразным «фирменным знаком», основным пропагандистским приемом белорусского телевидения и активно используются чуть ли не во всех жанрах ТВ-пропаганды: специальном репортаже, претендующем на статус «журналистского расследования» («Польский ГОСТ»); документально-публицистическом сериале (*Беларусь. История Победы и Пятнацать*); предвыборных рекламных роликах, вышедших с конца февраля и предлагавших набор «картинок с выставки» для создания «бытовой мифологии» в рамках различных сюжетов, объединенных общей «легендой» о безусловном преимуществе белорусского «образа жизни» («процветание и стабильность» в РБ гарантируют успешность граждан в самых разных сферах деятельности, таких как сельское хозяйство, промышленное производство, наука, образование, медицина, бизнес и пр.) При этом игровые эпизоды могут не включаться в структуру самого сюжета и сниматься отдельно (как это происходит в сериалах), специально сформированной киногруппой со своим штатом работников, актеров-исполнителей, ассистентов и пр.

Специфической особенностью белорусской пропаганды на телевидении в предвыборный период также стала *анонимность*, т. е. принципиальное нежелание называть имя кандидатов в президенты РБ. Никто не призывал голосовать за какого-либо кандидата, в силу того что представители альтернативных претендентов на этот пост

к экрану просто-напросто не подпускались, а лоббисты государственных интересов агитировали «за Беларусь», а не за Лукашенко. В итоге, эксплицитно предъявляемое пространство политических манифестаций и гражданских мнений оказалось пустым, незанятым, в нем не фигурировало ни одного имени: оппозиционеров не упоминали во избежание невольной рекламы, а о Лукашенко не говорили ввиду нарочитой «скромности» президента (хотя его постоянно рекламировали в новостях косвенным образом, работая на его имидж человека, осуществляющего свою программу «не словами, а делами»). Поэтому перед выборами откровенно пропагандировался в основном лишь «наш образ жизни», жизненный уклад белорусов в тех социальных параметрах, которые уже давно отождествляются с «белорусским стилем правления» и предполагают канализацию (как в прямом, так и переносном смысле) гражданской активности в узкое русло частных интересов: дом, семья, работа, развлечения и т. д. Одним словом, «за» – здоровый образ жизни, «против» – «нездорового интереса» к политике, которая остается целиком в сфере приоритетов государства.

Активно используются на БТ и приемы *манипулирования* общественным мнением, причем целый арсенал этих средств применяется для обработки и преподнесения информации в том виде, в каком это выгодно власти. Как отмечает А. Цуладзе, «интерпретация фактов открывает для СМИ массу возможностей для манипулирования. Информацию можно:

- *сфабриковать*, выдавая ее за подлинную;
- *исказить* путем неполной, односторонней подачи;
- *отредактировать*, добавив различные домыслы;
- *проинтерпретировать* факты в выгодном для манипулятора свете;
- *утаить* важную информацию, какие-либо существенные детали;
- проявить *избирательное внимание* к фактам в соответствии со своей позицией;
- сопроводить материал *заголовком*, не соответствующим содержанию;
- *приписать* кому-либо заявления, которые он никогда не делал;
- *затянуть время*, опубликовав правдивую информацию, когда она потеряла актуальность;
- использовать прием *неточного цитирования*, приводя часть фразы или выступления, которая в отрыве от контекста приобретает другой, подчас противоположный смысл;
- *смешать* истинные факты с домыслами, слухами, гипотезами;
- создать *информационную перегрузку*, когда в куче информационного «мусора» теряются основные сообщения и внимание аудитории уводятся в сторону и т. д.»⁹.

Фактически все из приведенных приемов манипулирования активно практиковались (и практикуются по сей день) на каналах белорусского телевидения. Так, например, *фабрикация* информации осуществлялась

государственными силовыми структурами в виде «теории заговора» как обоснования попытки насильственного свержения оппозицией государственного строя РБ во главе с действующим президентом. Особенно шумно преподносились сведения (даже рассылались SMS для абонентов VELCOM) о якобы готовящихся в день выборов взрывах на Октябрьской площади, что предлагалось рассматривать как предлог для переворота. 1 марта об этом было заявлено на пресс-конференции КГБ РБ в связи с арестом представителей неправительственной организации «Партнерство», которая якобы и готовилась совершить этот переворот, о чем свидетельствовали изъятые в большом количестве денежные купюры и мобильные телефоны, если верить телевизионному сюжету (только вот взрывные устройства почему-то не показали), демонстрировавшемуся в этот день по всем белорусским каналам во всех выпусках новостей. А 13 марта в вечерней «Панораме» (21.00 по БТ-1) сообщалось о срыве очередной «провокации» уже со стороны Грузии, которая якобы хотела направить на выборы своих боевиков под видом наблюдателей — при этом назывались имена ведущих политиков страны.

На *искажение* информации целенаправленно ориентировались документально-публицистические сериалы БТ-1 и ОНТ: *Беларусь. Взгляд извне*, *Разъединенные штаты Европы* и *Пятнадцать*. Применительно к ближнему и дальнему зарубежью выискиваются только отрицательные факты, которые подаются как общая негативная тенденция (вроде вывода, что «здоровое дитя за один месяц не смогут выносить даже девять беременных женщин», применительно к Евросоюзу), при этом положительные сдвиги в жизни новых членов ЕС или бывших республик СССР не упоминаются, как будто их вовсе не существует, и только у нас в Беларуси все замечательно «стабильно».

Интерпретация фактов по своему усмотрению и весьма вольное с ними обращение отчетливо прослеживались 22 февраля в сообщениях о публикациях скандальных карикатур на пророка Мухаммеда в газете «Згода». Эта информация сопровождалась личными «пророчествами» аналитиков и комментаторов (таких, как автор и ведущий программы «Политика» на «белорусском» РТР Ю. Козиятко и его гость Леонид Гуляко, председатель комитета по делам религий и национальностей при Совете министров) по поводу стремлении оппозиции спровоцировать раскол в обществе, вызвать межконфессиональные противоречия и религиозные конфликты, чтобы «вывести людей на улицы».

Стремление *отфедативировать* информацию, добавив собственные предположения и домыслы, присуще подавляющему большинству белорусских медиа (причем как государственных, так и не отягощенных бременем госконтроля), и материала здесь также предостаточно. Поэтому сошлись лишь на случай с Галиной Волчек, описанный в российской газете *Коммерсантъ* и воспроизведенный на сайте *Хартии-97*¹⁰. Абсолютно нейтральное высказывание известного режиссера и актрисы о Минске как «чистом городе» было представлено в спецвыпуске программы «Минск и минчане» 17 марта на канале СТВ в монтажной обработке и использовано без согласия автора в качестве без-

условного свидетельства в пользу Лукашенко и действующей власти. Подобного рода «монтажный терроризм» вкупе с приемом неточного цитирования все чаще становится излюбленным методом представления информации в большинстве белорусских телепрограмм.

Утаивание какой-либо важной информации также не является особой проблемой для республиканских телеканалов, особенно если речь идет о событиях или происшествиях, неугодных власти или представляющих ее в невыгодном свете. Так, ни на одном государственном телеканале не прозвучало ни одного сообщения о закрытии Европейского гуманитарного университета в августе 2004 г.; ни разу не упоминался проходящий 1 и 2 октября 2005 г. Конгресс демократических сил, на котором в качестве единственного кандидата от оппозиции на пост президента был избран А. Милинкевич, и т. д. Непосредственно же в период предвыборной борьбы телевидение неукоснительно придерживалось тактики «умалчивания» в отношении оппозиционных кандидатов, на имена которых словно накладывалось табу. Запрещалось любое упоминание, даже в посвященных им спецрепортажах, даже в негативном виде, чтобы хулой не создавать (анти)рекламу конкурентам нынешнего режима. (Вспомним хотя бы репортаж все той же программы «Политика» о «скандальных действиях» А. Козулина, когда он пытался прорваться в Национальный пресс-центр на запланированную в день официальной регистрации кандидатов в президенты конференцию для журналистов.)

Избирательное внимание к каким-либо фактам, безусловно, обосновано живым интересом к персоне президента и всему, что так или иначе с ним связано. В итоге, белорусские новости постоянно ангажированы для преподнесения информации о поездках президента по стране, что порой в подобострастном угаре приводит к абсурду. Так, 10 марта, в день, когда в Турине происходит открытие зимних Олимпийских игр, белорусская сборная по теннису одерживает убедительную победу в двух поединках со сборной Испании в четвертьфинальном матче Кубка Дэвиса, а в одном из центральных районов Минска случается крупный пожар, во время которого почти полностью сгорела мебельная фабрика, в итоговом выпуске вечерних «Наших новостей» А. Аверков, вкратце упомянув о победе белорусских теннисистов, торжественно объявляет: «А теперь — о главном событии дня»... И далее идет репортаж о визите президента в Могилевскую область, в ходе которого он посетил стеклозавод «Елизово», специализирующийся на производстве стеклотары... Тем самым в день, когда случилось главное событие четырехлетия (открытие зимней Олимпиады), главное достижение белорусских спортсменов этой зимой и даже чрезвычайное происшествие в центре города, бутылки и банки на экране сумели затмить все эти неординарные события! И лишь потому, что там оказался президент! Именно это нужно, по мнению руководства и журналистов ОНТ, считать Главным Событием Дня, а все остальное — шумная «чрезвычайщина», пустое нагнетание страстей, что не отвечает задачам белорусского телевидения. Главным может

быть только то, что связано с властью, — таков непреложный закон ТВ-пропаганды, и он свято соблюдается в современной Беларуси.

Что касается *заголовка* или *названия*, не соответствующего содержанию, то здесь можно вспомнить название не только отдельного материала, но целой псевдоаналитической программы «Особое мнение». Это типичный оксюморон: ничего особого в этом мнении нет, и вся его «особенность» выражается в поддержке официальной точки зрения, взгляда на те или иные события со стороны власти. Также представляют особый интерес анонсы будущих серий из цикла *Беларусь. Взгляд извне*, поданные в демонстративно (а зачастую и провокативно) вызывающей манере.

Притисывание каких-либо действий или заявлений человеку, никогда их не делавшему, также является хорошо отработанным способом дискредитации. В этом плане показателен случай с А. Лебедько, о котором в фильме *Теория заговора. Управляемый хаос*, прошедшем 20 февраля по каналу БТ-1, говорилось, что он «хочет попробовать вывести на улицу обезумевшую толпу», а также заявлялось о том, что оппозиция «не остановится перед тысячами жертв». В результате Лебедько подал иск о защите чести, достоинства и деловой репутации, поскольку расценил эти заявления как «клеветнические» и «не соответствующие действительности», однако это ни к чему не привело, ведь именно позиция БТ считается у нас официальной точкой зрения, спорить с которой в создавшейся ситуации бесполезно.

Затягивание времени для обнародования правдивой информации и выдача ее в эфир, когда она не актуальна, осуществлялись непосредственно в процессе предвыборной кампании. В частности, от общественности всячески скрывалась информация о переговорах по поводу повышения цен на газ со стороны «Газпрома», поскольку это могло лишить Лукашенко едва ли не главного козыря (экономическая и сырьевая поддержка России) в борьбе за президентский пост. И только когда выборы уже состоялись, и Александр Григорьевич был благополучно переизбран на третий срок, выяснилось, что все это время «Газпром» настаивал на своих условиях по решению «газовой проблемы».

Приемом *неточного цитирования* злоупотребляли редакторы цикла *Беларусь. Взгляд извне*, в претензии на «объективность и непредвзятость» расписывающих прелести белорусской жизни «чужими устами», со слов зарубежных сторонников режима Лукашенко. Здесь порой можно встретить совершенно неожиданные высказывания вроде «откровений» народного депутата Украины Леонида Грача: «Я не думаю, что Лукашенко так уж было сладко, ведь его путь — это путь к терниям через шипы» (3-я серия) или Геннадия Зюганова, лидера коммунистов России: «У вас нет не только бездомных детей, но и почти нет бездомных собак!» (1-я серия) и т. п.

На *смешении* истинных фактов с домыслами и слухами специализируется в своих документально-публицистических сериалах Юрий Азаренок, обьявивший «духовную войну» всему западному образу жизни. В рамках своего псевдорелигиозного сериала он умудрился

раскрыть шокирующие «страшные тайны» о мировом заговоре против Беларуси и лично президента Лукашенко, причем в этом сговоре в качестве представителей «сатанинской империи» США фигурируют не только все видные политики во главе с Джорджем Бушем-мл., но и, например, Уолт Дисней как «масон высшей стадии посвящения».

В итоге использование данных манипулятивных технологий позволяет белорусскому телевидению выступать в качестве инструмента, с помощью которого государство реализует общие пропагандистские стратегии, среди которых можно выделить: поиск внешних врагов и дискредитацию чужих достижений («Политические технологии», «Права человека. Взгляд в мир»); подчеркивание только негативных тенденций в развитии стран-соседей (*Разъединенные штаты Европы, Пятнадцатый*); перенос достижений СССР на проекты современного режима, продолжающего «славные традиции прошлого» в попытке присвоить символический капитал (*История Победы, Пятнадцатый*); «принуждение к высказыванию» (призывы «За Беларусь» на агитационных концертах, опросы граждан на улицах); переключение внимания и уход от предмета спора при столкновении с критическим замечанием («Жесткий разговор», «Выбор», «Политика»); неоправданная генерализация (обобщение), приводящая к гиперболизации негативных тенденций у политических оппонентов («В центре внимания», «Права человека. Взгляд в мир», «Большая политика»); перехват инициативы и переписывание лозунгов оппозиции под интересы власти («Жесткий разговор», «Политика», «Права человека. Взгляд в мир», «Большая политика») и т. д.

Здесь следует напомнить, что применительно к указанным пропагандистским стратегиям речь идет не об отдельных случайных проявлениях «отклонений от нормы», но именно о самой «норме» — устойчивой тенденции, предъявляемой во всем спектре возможностей и вариантов в указанных телепрограммах (прежде всего информационно-«аналитических»). Не только отдельные высказывания, но целые программы и даже циклы телепередач посвящены выполнению только одной стратегической задачи — например, дискредитации оппонентов или поиска негативных черт в западном образе жизни. Традиционная тема, не сходящая со страниц государственной прессы и экранов телевизоров без привязки к предвыборному периоду, — это «поливание грязью» либерально ориентированной оппозиции и их, как любят подчеркивать на БТ, «зарубежных спонсоров», прежде всего США. Предвыборный период отличается лишь особой избирательностью редакторских предпочтений, когда целые блоки программ формируются в духе «контроппозиционной» и «антиамериканской» пропаганды, в результате чего в течение нескольких дней, а то и недель по одному или даже нескольким телеканалам настойчиво «продвигаются» «хэблайн»-материалы на заданную тему. Так, на первом национальном телеканале непосредственно перед выборами сложился отчетливо выделенный «антиамериканский блок»: подбирались документальные фильмы с ярко выраженной антиамериканской направленностью и демонстрировались каждую неделю в вечернее время (23.00) для

создания негативного имиджа США и нейтрализации «агрессивного информационного влияния» на Беларусь: 4 марта – *Двойная порция*, 11 марта – *Жнецы* (1-я серия), 11 марта – *Боулинг для Колумбины*, 15 марта – *Дипмиссия невыполнима*, 18 марта – *Жнецы* (2-я серия), 18 марта – *Фаренгейт 9/11*. К этому «фирменному набору» БТ необходимо добавить документальный сериал *Америка без грима* по ОНТ с 13 по 16 марта (4 серии), в котором так или иначе подвергаются критике как формы государственного управления и институты демократии, так и сам образ жизни американцев.

Каковы же основные стратегические цели белорусской телепропаганда? Во-первых, это *создание позитивного образа власти* (и прежде всего – президента РБ) как «гаранта» светлого будущего Беларуси, что также подразумевает параллельное «опускание» оппозиции в тотальный негативизм ее описания. Этой цели соответствует *односторонняя* (направленная от агитатора к аудитории и не предполагающая обратной связи) форма коммуникации в качестве технологической составляющей пропаганды. Во-вторых, это *с(т)имуляция общественного мнения*, «точка зрения» которого может и не репрезентировать ортодоксальную и незыблемо-трансцендентную «волю народа» (не существующую как автономная единица общественной жизни в силу того, что на ее выражение всегда претендует сама власть), но непременно должно совпадать с официальной позицией и при этом – оправдывать ее, легитимировать (как это и делается с помощью опросов, проводимых в программах «Выбор» и «Панорама» в субботу») в соответствии с представлением об *интерактивной* основе технологии пропаганды. И в-третьих, еще одна приоритетная цель – *вовлечение аудитории в действие* путем проведения массовых акций и общественных мероприятий (как в случае концертов поп-музыки от ОНТ в рамках тура «За Беларусь!» или празднования Дня независимости на Октябрьской площади 3 июля 2005 г.), требующих непосредственного участия телезрителей, но уже в другом статусе – не просто зрителей, но участников шоу, актеров в политическом спектакле, чья активность потребления развлечений в процессе медиализации преподносится как гражданская активность. Здесь действует *перформативная* составляющая пропаганды, актуализируемая телевидением, которое выступает уже в роли продюсера и промоутера, а не просто источника информации. Тем самым наше ТВ, по сути, отказывается от информационных функций, а развлекательные ставит на службу пропагандистским, за счет чего утрачивает нейтральный статус в освещении событий и откровенно становится «рупором власти». Более того, белорусское телевидение уже не желает просто *рассказывать* о происходящих событиях – оно начинает само *создавать* события (по заказу государства), формируя общественное «мнение» как «настроение», которое всегда должно быть демонстративно-оптимистичным.

Таким образом, создание информационного повода (при проведении концертов под открытым небом, организации шоу-программ и массовых мероприятий) становится приоритетным направлением развития отечественного телевидения, что фактически превращает его в

субъекта политических отношений. При этом мы уже не можем дистанцироваться от пропагандистского влияния телевидения, нейтрализовав его эффект простым нажатием кнопки, выключив телевизор по своему желанию. Ведь телевидение на данном этапе преодолевает собственные узко технические рамки: не дожидаясь приглашения, оно шагает нам навстречу, выходит на улицы и площади, охватывая уже не только информационное, но и социальное пространство целиком. БТ преследует нас повсюду, и защититься от этого влияния «уличной медиакратии» все труднее. В итоге нынешняя ситуация вполне предсказуемо развивается по сценарию, предложенному самими телевизионщиками в видеоклипе-римейке песни А. Барыкина «Программа телепередач на завтра», прозвучавшей в новогодней праздничной программе встречи 2006 года на ОНТ. Новый вариант этой песни был представлен как анимационный ролик с участием А. Аверкова и женщин-ведущих новостных программ ОНТ. Сюжет ролика незамысловат и изображает бегство человека, ставшего жертвой избыточного потребления информации (видимо, именно новостной, коль скоро здесь фигурируют дикторы выпусков новостей), от скорой психиатрической помощи и двух могучих санитаров в белых халатах. При этом у потенциального клиента психодиспансера вместо головы нарисован телевизор, в котором параллельно самой погоне идет трансляция песни в исполнении Аверкова, показанного крупным планом, так что на экране виднеется только его голова, служащая в данной ситуации функциональным заместителем головы беглеца. Правда, осталось непонятным, можно ли в таком случае считать этот прием намеком на состояние самого Аверкова, либо он выступает лишь символической проекцией фантазматических образов нашего телевидения в воспаленном сознании массовой аудитории. Но, так или иначе, в видеоклипе все кончилось весьма трагично: беглец в поисках спасения влезает на телевизор, следом за ним карабкаются санитары, но до вершины добирается только человек-телевизор, после чего все благополучно замерзают, покрываясь льдом. Не был ли здесь невзначай прописан сценарий будущей «джинсовой революции», неожиданно столкнувшейся на Октябрьской площади с резким похолоданием в конце марта и предельно холодным (прямо-таки «отмороженным») освещением происходящих событий по местному телевидению? И следует ли нам после этого рассчитывать на «оттепель» в обозримой перспективе? Вопросы пока остаются без ответа.

Примечания

- ¹ Джоуэтт Г. С., О'Доннел В. *Пропаганда и внушение* (реферат К. С. Гаджиева) // В кн.: *Реклама: внушение и манипуляция*. Самара, 2001. С. 191.
- ² См.: Плаггенборг Ш. *Революция и культура*. СПб., 2000. Цит. по: Друбек-Мейер Н. *Mass-Message / Массаж масс: советские (масс-)медиа в 30-е годы* // Советское богатство. СПб., 2002. С. 136.
- ³ Миронов А.С. *Раздувай и властвуй*. М., 2001. С. 121.
- ⁴ Московичи С. *Стратегии пропаганды и коллективного внушения* // В кн.: *Реклама: внушение и манипуляция*. Самара, 2001. С. 182.

- ⁵ Аронсон Э., Пратканис Э. *Эпоха пропаганды*. СПб., М., 2002. С. 32.
- ⁶ Барт Р. *Эффект реальности* // Барт Р. *Избранные работы. Семиотика. Поэтика*. М., 1989. С. 400.
- ⁷ Там же.
- ⁸ Друбек-Мейер Н. *Mass-Message / Массаж масс: советские (масс-)медиа в 30-е годы* // Советское богатство. СПб., 2002. С. 128. С. 128.
- ⁹ Пуладзе А. *Большая манипулятивная игра*. М., 2000. С. 58–59
- ¹⁰ См.: *Безнравственный подход БТ*: <http://charter97.org/bel/news/2006/03/22/urody>.