

Научная статья

УДК 070

DOI: 10.21209/1996-7853-2024-19-4-120-131

Историческая память в медиадискурсе о Специальной военной операции

Виктор Александрович Сидоров

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия  
[v.sidorov@spbu.ru](mailto:v.sidorov@spbu.ru), <https://orcid.org/0000-0002-8819-6815>

В исследовании рассматривается вопрос актуализации фактов исторической памяти как формы медиапамяти в современном медиадискурсе, выясняется её место и роль в пропаганде, в данном случае понимаемой как распространение знаний и формирование научного мировоззрения. Историческая память изучается через её проявления в дискурсе (де-факто официальный медиадискурс) о Специальной военной операции на примере программы «Время» (1-й канал телевидения) за первые десять месяцев проведения СВО. Разработка модели актуализации медиапамяти в контексте новостей выступает целью исследования, а также определяет его новизну. Применяемая методология комплексна – используются методы как первичного, так и вторичного анализа информации. Для этого проводится контент-анализ передач программы «Время», организуется фокус-группа, отбирается массив социологических данных из открытых источников ВЦИОМ. В итоге получены данные, позволившие установить, что способы обращения к фактам памяти о Великой Отечественной войне в исследуемом нарративе идентичны известным подходам к организации медиапропаганды, что на создание исторической памяти влияют как объективно действующие факторы медиасоциума, так и субъективированные – усилия политических акторов на установление в общественном сознании модели медиапамяти, соответствующей текущей политической ситуации: выбираются локус истории, на который направляется внимание аудитории, и набор утверждаемых ценностных суждений о прошлом в связи с актуальным настоящим. Так что события специальной военной операции воспринимаются через призму героического прошлого, приобретают сакральность, а попытки их принижения выглядят как подрыв ценностного строя общества. Интенция подкрепляется оптимизмом общего настроения передач, в которых рассказывается об успешном преодолении Россией возникших под влиянием западных санкций трудностей в народно-хозяйственной и финансовой сферах.

**Ключевые слова:** историческая память, медиапамять, медиасоциум, аудитория, пропаганда, ценности

**Благодарности:** исследование выполнено за счёт гранта Российского научного фонда № 24-28-00577 (<https://rscf.ru/project/24-28-00577>).

Original article

Historical Memory in the Media Discourse on the Special Military Operation

Viktor A. Sidorov

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia  
[v.sidorov@spbu.ru](mailto:v.sidorov@spbu.ru), <https://orcid.org/0000-0002-8819-6815>

The study examines the issue of actualization of facts of historical memory as a form of media memory in modern media discourse, and clarifies its place and role in propaganda, in this case understood as the dissemination of knowledge and the formation of a scientific worldview. Media memory is studied through its manifestations in the discourse (de facto official media discourse) about the Special Military Operation on the example of the program "Vremya" (Channel 1 of television) for the first 10 months of the SMO. The development of a model of media memory actualization in the context of news is both the goal of the research and determines its novelty. The methodology applied is complex – both primary and secondary information analysis methods are used. For this purpose, a content analysis of the "Vremya" program broadcasts is conducted, a focus group is organized, and an array of sociological data from open sources of VTsIOM is selected. As a result, the data was obtained, which allowed us to establish that the ways of addressing the facts of the Great Patriotic War memory in the studied narrative are identical to the known approaches to the organization of media propaganda, that the creation of historical memory is influenced by both objectively acting factors of the media society and subjective ones – the efforts of political actors to establish in the public consciousness a model of media memory that cor-





responds to the current political situation: the locus of history, to which the audience's attention is directed, and a set of asserted goals are chosen. Thus, the events of the Special Military Operation are perceived through the prism of the heroic past, they acquire sacredness, and attempts to belittle them look like undermining the value system of society. The intension is reinforced by the optimism of the general mood of the programs, which tell about Russia's successful overcoming of difficulties in the economic and financial spheres that arose under the influence of Western sanctions.

**Keywords:** historical memory, media memory, media society, audience, propaganda, values

**Acknowledgments:** the study was supported by the Russian Science Foundation grant no. 24-28-00577 (<https://rscf.ru/project/24-28-00577>).

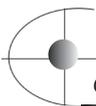
**Введение.** Феномен социальной, исторической и культурной памяти в последние десятилетия вызывает пристальный интерес со стороны философов, политологов, культурологов. Считается, что в цифровую эпоху историческая память принимает форму медиапамяти [1, с. 188; 2, с. 79]. Поль Рикёр, ссылаясь на труды Дж. Локка, раскрывает одну из причин общего интереса: память – критерий политической и культурной идентичности общества [3, с. 119]. В понимании Яна Ассмана, без упоминания трудов которого сегодня не обходится дискурс о памяти, можно наблюдать инверсию: идентичность сама по себе служит основанием памяти [4, с. 93]. Однако в представлениях А. Мегилла «идентичность превратилась в предмет дискуссий и сомнений», и учёный тесно увязывает память с «требованиями подлинности и истинности», переводит её в «привилегированный тип дискурса» [5, с. 133]. Привилегированный, потому что тесно связан с «доминирующей (в государстве) моделью (pattern) политики памяти о конкретном событии или процессе прошлого, имевшем значимые последствия, которая наличествует в данном обществе в данный момент» [6].

Память в медиа становится «опосредованной» в сочетании личных свидетельств, постов в социальных медиа и новостных репортажей СМИ. Цифровые медиа оказывают определяющее влияние на немедленную интерпретацию истории в дискурсах устойчивых эмоций и нарративов [7]. Именно поэтому память не является исключительно индивидуальным феноменом, а имеет корни в коллективном опыте сообщества: «она включает в себя коллективное бессознательное, поток сознания, который связывает всё» [8, с. 274–276].

Представления о прошлом занимают ключевое место в структуре идентичности, причём «чем меньше сообщество укоренено в существующих и хорошо функционирующих социальных практиках, тем более

проблематична его идентичность, тем более конститутивным для него является его вспоминаемое прошлое» [4, с. 147]. Необходимо учитывать субъективную природу идентичности и её подвижный характер. Формирование коллективной идентичности – это непрерывный процесс. Социальная память «вырастает» из разделяемых или оспариваемых смыслов и ценностей прошлого, которые «вплетаются» в понимание настоящего [См.: 9]. Смыслы и ценности познаваемого прошлого становятся основой исторической культуры социума. Историческая культура выступает как артикуляция исторического сознания общества, однако она также включает «другие формы исторической памяти», все относящееся «к прошлым временам», т. е. все случаи «присутствия» прошлого в повседневной жизни [10, с. 6].

В современной России историческая память сфокусирована на отдельных страницах давнего и недавнего прошлого, именно на них формируется дискурс, в котором находят своё место неоднозначные оценки исторических событий, актуализированные в сознании общества. В этом как политический заказ со стороны государства проявляются текущие идеологические установки на цели развития страны. Ожесточённые идейные бои разворачиваются вокруг истории Великой Отечественной войны. Поэтому не мог не сформироваться медиадискурс исторической памяти о победе советского народа в минувшей войне. Такой медиадискурс, с одной стороны, опираясь на факт несомненного общественного признания общенародного движения «Бессмертный полк», обладает свойствами к расширению и постоянному присутствию в культуре общества, с другой – уже начал приобретать очертания политически мотивированного официоза. Дифференциация процесса могла дойти до своего закономерного завершения – официальная часть дискурса начнёт доминировать, а её противоположность – всенародная поддержка – окажется в тени.



Однако логика распада медиадискурса оказалась прерванной – изменилась политическая ситуация в России и мире, и общественно значимые мотивы роста внимания к актуальным страницам прошлого снова оказались в эпицентре публичной сферы.

Так что и в корне изменившейся ситуации принцип социальной предопределённости исторической памяти неизменен. Это означает, что «основу исторической памяти человека и общества создаёт та коммуникационная и информационная среда, в которой он находится» [11, с. 185]. Здесь формируется медиапамять, вобравшая в себя «формы памяти доцифрового мира... Интернет-пользователи привнесли в медиапамять коммуникативные тенденции, характерные для цифрового общества» [12, с. 55]. Опираясь на положения Ю. М. Лотмана, добавим, что «смыслы в памяти не “хранятся”, а растут» [13]. Следовательно, смыслы и ценности исторической памяти – это своего рода детище культуры общества на всех этапах её развития, но при этом всякий раз в понимании исторической памяти особо значим тот этап истории, который своим содержанием предваряет актуальные события настоящего времени и раскрывается через практики медиакоммуникаций, связанные со всеобъемлющей медиатизацией жизни общества.

Вместе с тем сегодня нельзя не учитывать возникшую опасность, когда «медиа существенно влияют на историческое познание, изменяя реальность истории, делая её в высшей степени субъективно ориентированной» [14, с. 359]. Примерно так рассуждал и Ф. Анкерсмит, когда исторической памяти противопоставил исторический опыт. Он нашёл, что исторической памяти сопутствуют процессы её «приватизации», следовательно, она эмоциональна, оттого субъективирована, в то время как исторический опыт соединяет настоящее с нашим прошлым только на объективной основе наработанного опыта. Тем не менее в этом аспекте конструкция культуролога не безупречна, поскольку в ней замечается и субъективная сторона – сам же Анкерсмит подчёркивает эмоциональную составляющую феномена: «исторический опыт – дар мгновения. Он приходит, не возвещая о себе, и не повторяется по нашему желанию» [15, с. 23–29, 189]. В этом смысле такое мгновение – действительно дар времени и

пространства. Отчего прибавим к данному определению географический компонент – так называемое «территориальное заземление» памяти [16, с. 129], которое особенно уместно для России с её просторами.

Подобные «заземления», казалось бы, решительно во всём опираются на представляемую каждым из нас материальную действительность, но и эта действительность всё же приходит к человеку из медиа – из «среды текучести контуров и нелинейности точек самоидентификации» [17, с. 225–229]. Текучесть медийности будто бы ослабляет силу рожденного образа события или факта, но на деле, как отмечают культурологи, образ удваивает реальность. Поэтому эффективность воздействия медиапамяти на сознание общества всякий раз приходится оценивать заново, потому что «медиаобразы заменяют индивиду его собственные воспоминания... становятся частью воспоминаний индивида в силу принятия им их очевидности, выраженной через медиа. Медиа играют решающую роль в стабилизации памяти об исторических событиях... История создаётся и пересоздаётся в ходе реализации коммуникативных практик» [12, с. 43–44, 48]. Последнее замечание можно понимать в качестве своеобразного ключа к нашему исследованию.

В научном сообществе нескончаем спор по поводу определения исторической памяти – то ли это формируемый идеологами и пропагандистами конструкт, то ли неременная и не исчезающая составляющая общественного сознания, связанная с исконными традициями и ценностями социума. Мы придерживаемся третьей точки зрения – о правомерности того и другого подхода. Мы полагаем, во-первых, что формирование исторической памяти представляет собой непрерывный, заметно выраженный в динамике процесс. Во-вторых, никакие усилия извне не могут сконструировать в обществе ментально чуждую ему историческую память, так как не может быть игнорирован объективный закон эффективной пропаганды – использовать в общественном сознании имеющиеся в нём интенции, а не противостоять им. В-третьих, традиционные ценности, присущие данному обществу, если их не подавлять репрессивными мерами, сами способствуют обнаружению и укреплению актуализируемой в медиапамяти. Необходимо учитывать состояние медийной сре-

ды – если ранее пропаганда действовала по принципу «один-ко-многим», то сегодня работает на принципе «многие-ко-многим» [18]. Плюс к тому отмечаем тотальную цифровизацию общественной жизни – одним из её следствий для индивида становится медийная определённость его оценок исторического прошлого. Очертить модель формирования такой определённости – важная задача нашего исследования.

#### **Методы и материалы исследования.**

Данное исследование включает в себя повседневный мониторинг федеральных каналов телевидения, контент-анализ программы «Время» (1-й канал) – 106 репортажей в 43 выпусках передачи, а также проведение фокус-группы студентов (17 участников) для анализа использования в традиционных СМИ феномена исторической памяти. Полученные данные по времени соотносятся с десятью месяцами с начала Специальной военной операции. За счёт введения данных в контекст соответствующих исследований ВЦИОМ повышается их репрезентативность (аналитика социологов берётся из открытых источников).

**Результаты исследования и их об-суждение.** С началом Специальной военной операции (СВО-2022) в российском обществе усилилось внимание не только к ежедневным сообщениям СМИ из зоны военного конфликта, что не требует особых пояснений, но и к феномену войны как явлению. Такое состояние общественного сознания во многом отражается в публичном диалоге, динамично расширяющемся в медийном пространстве. Медиadiaлог отмечается присутствием в двух группах публичных коммуникаций:

1) в традиционных СМИ (телевидение, газеты), которые в современной России представляют главным образом официальные и полуофициальные источники сообщений;

2) в сетевом медийном пространстве, образуемом, прежде всего, неофициальными субъектами информационных отношений в обществе, среди которых писатели, философы, журналисты-блогеры.

В последнем случае нельзя не упомянуть медиадилетантов – охочих до пересудов роящихся над актуальной проблематикой представителей массового общества. В общем, картина пестрая. Тем не менее выделим существенное.

Проведённый нами мониторинг федеральных телеканалов (1-й, Россия, НТВ,

Звезда) за период с февраля по декабрь 2022 г. показал, что в традиционных СМИ превалирует новостная составляющая; аналитически война как социально-политическое явление не рассматривается. Обращение к фактам исторической памяти в виде актуальных аналогий с периодом Великой Отечественной войны усечено до исторической хроники по памятным датам и материалов о праздновании Победы. Частично это можно объяснить тем, что по статусу проведения СВО Россия и Украина не находятся в состоянии войны, проводится территориально ограниченная военная операция, поэтому нет и не может быть официально поддерживаемого дискурса о войне, в осмыслении которого должны присутствовать такие концепты, как «народное бедствие», «испытание стойкости», «напряжение сил нации», «всеобщая мобилизация» и т. д.

Тем не менее из этого ряда концепт «народное единство» всё же нашёл преломление в СМИ, поддерживающих проведение СВО на Украине: в новостных сюжетах по телевидению сообщается об инициативах организации «Народный фронт», результативности этих инициатив (сбор средств в пользу участников СВО – на некоторые виды военного снаряжения, автомобильную технику, дроны, средства санитарии и гигиены). Это один из постоянно возникающих в медиа концептов, связанных с общенациональным переживанием войны, потенциально заключающий в себе условия к перерастанию в концепт исторической травмы. Возможно, в медийной среде он проявится в будущем, как это было с переживанием в советском обществе последствий введения войск СССР в Афганистан (1980–1989): тогда острота реакции на полученную травму пришлась на период с 1987 по 1991 г.

За первый год проведения СВО сообщения о ней в новостных программах телевидения в основном отмечались по следующим сюжетным линиям:

1. Новости об освобождении больших и малых населённых пунктов Донбасса.

2. Информация о налаживании в освобождённых городах и сёлах мирной жизни по российским законам.

3. Новости об успешном отражении атак украинских националистов.

4. Сообщения (текст + видео) об уничтоженной военной технике ВСУ, потерях в живой силе противника.



5. Портреты отличившихся солдат и офицеров, дополняемые кратким рассказом об их героических действиях.

6. Проведение аналогий между подвигами солдат и командиров Красной армии и участников Специальной военной операции.

7. Сообщения (текст + видео) о поддержке Российской армии патриотическими организациями и политическими силами России – передача находящимся на передовой линии фронта военного снаряжения, технических устройств и пр.

8. Критика распространяемых в массмедиа зарубежных оценок задач проведения СВО (контрпропаганда).

Полученная по итогам повседневного мониторинга картина сообщений СМИ о СВО легла в основу контент-анализа программы «Время», проведённого для интерпретации фактов официального пропагандистского дискурса. Была сделана выборка передач (март – декабрь 2022 г.) с шагом в одну неделю – каждую среду, 21.00, мск.: 43 информационные программы, собирающие у экранов наибольшее число телезрителей.

Итоги анализа позволяют понять, что официальная / полуофициальная часть традиционных медиа, которая, по данным социологов, является референтной, прежде всего, для граждан страны старше 45 лет<sup>1</sup>, обеспечивает выполнение идеологического заказа со стороны государства по укреплению поддержки обществом целей военной операции на Украине. Результаты анализа также дают понять, что военная тематика в традиционных медиа переводится на событийный уровень, тогда как проблемный уровень восприятия и переживания войны обществом в них не затрагивается.

Отмеченная тенденция зародилась ранее 2022 года. Чтобы убедиться в этом, обратимся к архивам ВЦИОМ, который вот уже четверть века изучает динамику отношения общества к Дню Победы советского народа в Великой Отечественной войне. Выделим результаты исследования, соответствующего началу Специальной военной операции (май, 2022), и на следующий год после начала СВО (май, 2023). Концепцией исследований утверждается День Победы в качестве

<sup>1</sup> См.: Результаты мониторингового опроса россиян о СМИ «Новости, достойные доверия. Доверие россиян к информации из соцсетей и блогов постепенно растёт». ВЦИОМ, 23 декабря 2023 г. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/novosti-dostoinye-doverija> (дата обращения: 15.08.2024). – Текст: электронный.

главного общенародного праздника – как наиболее важный праздник для россиян в череде ежегодных торжеств (05.05.2022 – 67 %)². Большая часть россиян называет День Победы самым важным праздником (04.05.2023 – 65 %)³. Таким образом, и в сложившейся новейшей военно-политической истории России, в условиях проведения СВО, День Победы остаётся фактом памяти – общепризнанным в народе, официально поддерживаемым, не утрачивающим актуального политического значения.

Однако актуальность военной проблематики обуславливает не столько задачу сосредоточить внимание общества на праздничном эпилоге – всенародном торжестве победителей, сколько на самой войне, понимаемой как тяжелейшее социальное испытание. На этот счёт в комментарии ВЦИОМ говорится: «Формирование исторической памяти о Великой Отечественной войне базируется на двух взаимодополняющих контекстах. Первый – социально-культурный... В нём есть место переживанию как социальной драмы, так и коллективного триумфа... Второй – персональный, связанный с семейными историями»⁴.

И всё же публикуемые социологами материалы не касаются оценок войны как глубокого социального потрясения. Даже ранее проведённая ВЦИОМ экспертная дискуссия не была нацелена на подобное, её участников в большей степени интересовала актуализация памяти о войне, в какой мере она является для общества «объединительным мотивом», как действует «межпоколенческий аспект» памяти, насколько память о войне может использоваться для патриотического воспитания молодёжи⁵. Таким обра-

<sup>2</sup> День Победы – главный праздник страны. Аналитический обзор ВЦИОМ, 05.05.2022. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/den-pobedy-glavnyi-prazdnik-strany> (дата обращения: 15.08.2024). – Текст: электронный.

<sup>3</sup> Военный парад, георгиевская ленточка и «Бессмертный полк» – главные элементы праздника 9 мая. Аналитический обзор ВЦИОМ, 04.05.2023. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/den-pobedy-2023> (дата обращения: 15.08.2024). – Текст: электронный.

<sup>4</sup> 22 июня: знаем, помним, скорбим. Комментарий ВЦИОМ [Степан Львов], 22.06.2022. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/22-ijunja-znaem-pomnim-skorbim> (дата обращения: 15.08.2024). – Текст: электронный.

<sup>5</sup> Память о войне или война с памятью? Поколенческие аспекты исторической памяти. Экспертная онлайн-дискуссия. ВЦИОМ, 23.06.2020. – URL: <https://profi.wciom.ru/index.php?id=2306> (дата обращения: 15.08.2024). – Текст: электронный.

зом, война как драма, как переживание каждого, кто был к ней причастен, – на фронте или в тылу, – остаётся за скобками официального дискурса, что и было подтверждено нашим анализом содержания передач программы «Время» с 24.02.2022 – дата начала Специальной военной операции на Донбассе – по 27.12.2022, день, когда ВЦИОМ провёл в масштабе страны опрос россиян старше 18 лет об их оценке результатов СВО спустя 10 месяцев после начала военной операции.

Именно этот опрос показал, что индекс значимости в обществе по всем тестируемым событиям СВО колеблется в диапазоне 72–83 пунктов. 85 % респондентов наиболее весомым событием посчитали снятие водной блокады Крыма; 79 % – отметили консолидацию российского общества на фоне поддержки гражданами российских солдат и офицеров, а также на фоне помощи фронту, жителям новых регионов, переселенцам (78 %); столько же – удовлетворены изменением статуса Азовского моря (стало внутренним водоёмом России), что исключило возможность создания баз ВМФ странами НАТО на азовском побережье. Также следует отметить выделяемое респондентами повышение чувства ответственности у россиян за своё дело, будущее страны (77 %)<sup>1</sup>.

По результатам проведённого нами контент-анализа сюжетов о СВО в программе «Время» можно понять, в какой мере данные социологов соответствуют создаваемой традиционными СМИ медийной картине события. Безусловно, непосредственной корреляции полученных данных с результатами социологического опроса ВЦИОМ нет. Для сближения полученной из разных источников социологической информации в наше исследование были введены дополнительные сведения. Ими стали данные социологов о фактах доверия к медиа со стороны российских граждан. Дата проведения этого опроса ВЦИОМ – 13 февраля 2023 г., т. е. почти через год с начала СВО. В аналитической записке социологов отмечается, что «события минувшего года стали серьёзным вызовом как для отечественных СМИ, так и для их аудитории. В условиях насыщенной информационной повестки потребите-

лям контента особенно важно оперативно получать объективные новости о текущей ситуации в стране и мире. Как показал январский опрос, уровень доверия россиян к различным видам СМИ серьёзно разнится, но приоритет по-прежнему за традиционным медиа – телевидением. Наибольшим общественным доверием в России пользуется центральное телевидение (53 %). Неформальные источники информации, а это «мессенджеры (WhatsApp, Viber) и социальные сети, блоги в интернете серьёзно проигрывают телевидению, не доверяют им 43 % опрошенных»<sup>2</sup>.

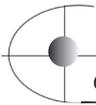
Анализ работы программы «Время» за первые десять месяцев проведения СВО позволил выделить, на первый взгляд, кажущуюся противоречивой особенностью показа в репортажах символики этого события. В большинстве выпусков программы «Время» непременно присутствуют кадры видеосюжетов, где на участниках Специальной военной операции – бойцах и командирах, на военной технике – замечается не предусмотренная уставами современной Российской армии символика СССР (заметим, что и жители освобождённых районов ДНР и ЛНР встречают российских воинов флагами России и Советского Союза). Подчеркнём, это особенность фактов видеоряда в официально поддерживаемом медиадискурсе, в чём усматривается его два уровня, поощряемых со стороны государства:

1) отражение медиасредствами присутствующего в обществе желания воссоединить незабываемое прошлое с конфликтным настоящим, в котором ещё вчера присутствовала ментально чуждая социуму символика украинского государства;

2) встраивание официальной идеологической доктрины в интенции народной исторической памяти. Ряд исследователей указал на их наличие и до начала СВО. Например, по результатам контент-анализа сетевой среды 2010–2015 гг. отмечалось, что в исторической памяти о Великой Отечественной войне особое место занимает «доминирование советских идеологических клише», и в указании на доминанту выделялась «взаимосвязь обсуждения с современ-

<sup>1</sup> Десять месяцев СВО: оценка результатов. ВЦИОМ, 29.12.2022. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/desjat-mesjacev-svo-ocenka-rezultatov> (дата обращения: 15.08.2024). – Текст: электронный.

<sup>2</sup> Доверие СМИ в России: рейтинг общественного доверия возглавляет телевидение, на последнем месте – социальные сети, блоги в интернете. ВЦИОМ, 10.02.2023. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/doverie-smi-v-rossii> (дата обращения: 11.06.2024). – Текст: электронный.



ными внешне- и внутривосточными проблемами» [19, с. 130]. Как раз тот самый эффект, который показали нам телевизионные кадры первых месяцев проведения СВО.

Итоги контент-анализа передачи (см. таблицу) также позволили установить, что в медиадискурсе возвращение из прошлого имён, событий, символики как попутно возникающих в телесюжетах образов углубляется в репортажах и сообщениях, специально нацеленных на раскрытие обширной темы исторической памяти, включая активную позицию авторов репортажей в их противодействии фальсификации истории. Проведение этой линии, конечно, зависимо от наличия или отсутствия соответствующих информационных поводов, но всё же равномерно распределилось по неделям изучаемого периода. Исключение в образовавшейся «очередности» составил, по вполне понятным причинам, выпуск программы за 22 июня 2022 г., полностью пронизанный памятью о трагедии и героике прошлого страны и актуализацией народной памяти. В названиях материалов подчёркнута эта интенция: «Свеча памяти», «Фильм “Начальник разведки” удостоен премии “За верность исторической правде”» и т. д.

Исходя из общего числа прошедших процедуру контент-анализа программ, можно заключить, что публикация новых имён героев СВО выступает обязательной составляющей пропагандистского дискурса – обновление пантеона героев страны. На это указывает практически стопроцентная частотность таких публикаций. В исследованной части программы «Время» также отмечается периодичность материалов, характеризующихся нами в качестве медиафактов контрпропаганды и всенародной поддержки вступивших в бой российских воинских

подразделений: частота обращений к этим сюжетам – в совокупности 40 % от общего числа репортажей и сообщений.

Приведённые данные имеют особое значение, если учесть, что контекст выделенных в исследовании медиафактов дозированно оттеняется обращёнными к истории сюжетами (14 из 107). Их не так много, но по равномерности распределения можно, во-первых, заключить, что в сознание аудитории время от времени вводится всё новое и новое напоминание о героическом прошлом отечества – в некотором роде активация исторической памяти. И это важно, когда в цифровой среде, по теории Л. Мановича и М. Кастельса, каждый интернет-пользователь – автор собственной коммуникативной среды, сам выбирает источники информации и находит единомышленников в едином интерактивном информационном пространстве [20; 21], сам настроен настраивать локус своей медиапамяти.

Следовательно, значимыми становятся любые элементы пропаганды в обращённых к истории телесюжетах. Во-вторых, по распределению этих материалов в выпусках программы «Время» можно прочертить генеральное направление в построении модели медиадискурса исторической памяти, формируемое интеграцией смыслов двух направлений, составляющих основу информационного костяка программы:

1) репортажи, сообщения, связанные с историей Великой Отечественной войны и возвращающие память аудитории к героическим страницам прошлого и победам страны (в исследуемый период тематика возникает планомерно, периодически);

2) репортажи, новости, официальная хроника текущих событий в ходе Специальной военной операции (повседневно).

**Программа «Время»: историческая память, героизм и общество  
(март – декабрь 2022 г., каждая среда, 21.00, мск)**

1	Новые имена героев Специальной военной операции – официальная хроника	42
2	Репортажи и сообщения журналистов о героях и героизме в ходе СВО	10
3	Репортажи и сообщения, содержащие факты укрепления исторической памяти и противодействия фальсификации исторического прошлого	14
4	Материалы о поддержке проведения Специальной военной операции патриотическими организациями, политическими партиями и обществом	20
5	Разоблачение современного нацизма, русофобии, практик западных СМИ по освещению СВО как элементы контрпропаганды	21

<sup>1</sup> Выпуск программы «Время», 22.06.2022. – URL: <https://www.1tv.ru/news/issue/2022-06-22/21:00> (дата обращения: 15.08.2024). – Текст: электронный.

Таким образом, актуальные события СВО воспринимаются через призму героического прошлого страны, приобретают черты сакральности, тем самым любая попытка критического отношения к ним становится чужеродной, выглядит как нарушение традиционного ценностного строя индивида. Не менее важно и то, что на сознание аудитории, формирующееся в данном случае под воздействием интеграции отмеченных линий пропаганды, накладывается оптимизм сюжетов (в каждом выпуске программы), в которых рассказывается об успешном преодолении Россией препятствий, возводимых политикой западных санкций в экономике и финансовой сфере, при этом утверждается, что санкции, вопреки замыслам организаторов, объективно пошли на пользу народному хозяйству страны: так было в прошлом, так повторяется в наши дни, поэтому общество нуждается в знании подлинной истории своей страны, отчего следует бороться с разного рода фальсификациями по отношению к истории Великой Отечественной войны.

Выводы по результатам контент-анализа программы «Время» надёжно коррелируют с данными опроса ВЦИОМ от 14 сентября 2022 г.: абсолютное большинство россиян (96 %) считает важным знание истории России, за 7 лет их убежденность в этом вопросе выросла (2015 г. – 92 %). Причём многие опрошенные (22 %) уверены, что цель фальсификаторов – ослабление России, разобщение российского общества и введение граждан в заблуждение<sup>1</sup>.

На создание / пересоздание исторической памяти влияют как объективно действующие факторы функционирования цифрового медиасоциума, так и субъективированные – направляемые акторами политики и медиа усилия на установление в общественном сознании определённой модели исторической памяти. Последнее выражается, прежде всего, в выборе локуса истории, на который направляется внимание аудитории медиа, и набора утверждаемых ценностных суждений о прошлом в связи с актуальным настоящим. Но не всё столь однозначно, так как наступает «исчезновение чувства времени, поскольку оно постоянно трансформируется и ускользает». На место

<sup>1</sup> Фальсификация истории – и как с ней бороться? ВЦИОМ, 14.09.2022. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/falsifikacija-istorii-i-kak-s-nei-borotsja> (дата обращения: 15.08.2024). – Текст: электронный.

«погружения» в прошлое приходит присвоение этого прошлого, в котором человек проживает своё «здесь-и-сейчас» [22]. Так что, как пишет Дж. Тош, «мало просто обращаться к прошлому; необходима убежденность в важности достоверного представления о нём» [23, с. 15].

Обычно максимально субъективированное пересоздание исторической памяти свойственно конфликтным политическим ситуациям, условиям гибридных войн, в которых «информационно-психологические операции армии “сильных мира сего” нацелены на то, чтобы “дать урок” превосходства своих ценностей, силы, appetitov всему остальному миру. Эти уроки, – пишет специалист по когнитивной безопасности, – буквально “вываливаются” на нас из всех СМИ» [24, с. 56]. Это значит, что ценности, закрепляемые в сознании индивида его исторической памятью, находятся в смысловом эпицентре информационной войны, являются целью оппозиционно настроенных сторон пропагандистской деятельности, а культурные рамки задают структуру мышления и позволяют необработанный опыт восприятия прошедшего превратить в готовые структурированные воспоминания [25].

На это обстоятельство обратили внимание студенты – участники фокус-группы (n = 17), созданной из числа слушателей спецкурса «Стратегии политической пропаганды в журналистике». Среди актуальных фактов медийной жизни обсуждались итоги информационного противостояния в мире в связи с проведением СВО (2022). Респонденты оценивали сетевые практики создания / пересоздания исторической памяти, указывали на средства и методы её формирования, её топологию. В качестве стимульного материала к дискуссии были предложены телевизионные репортажи (программа «Время») из произведённой исследователем выборки. Респонденты сосредоточили своё внимание на репортаже о восстановлении фигуры солдата-освободителя на мемориальном комплексе «Саур-могила», посвящённом героям Великой Отечественной войны<sup>2</sup>. Комплекс был разрушен прицельным огнём с украинской стороны, и вот теперь, когда снова оказался в безопасности, восстановлен. В репортаже сошлись новости СВО и факты

<sup>2</sup> В Донбассе на мемориале павшим «Саур-могила» устанавливают фигуру Солдата Победы. – URL: <https://www.1tv.ru/news/issue/2022-08-10/21:00#16> (дата обращения: 15.08.2024). – Текст: электронный.



исторической памяти, которую берегут нынешние защитники Донбасса.

Участники фокус-группы в ходе обсуждения высказали гипотезу о фундаментальном родстве обращения к исторической памяти с методологией пропаганды в периоды экстремальных политических процессов: «Стратегия пропаганды та же, как и в годы холодной войны, посмотрите на политические передачи федеральных каналов» (М. Бодрова). «Скорее всего, это связано с ценностными стратегиями государств» (Р. Боровский). «Есть приёмы пропаганды, которые актуальны и сегодня. Например, метод отсылки к истории; ввод в контекст публикаций концепта бессознательных фобий» (П. Тихонова). «Поэтому до сих пор действуют опора на страхи – красная / русская угроза; возвращение нацизма» (Н. Тренклер). «Стратегии пропаганды остаются, но осовремениваются и выглядят иначе – яростнее, ведь мы сейчас оказались в состоянии информационной войны, когда “все средства хороши”» (С. Файзиева). Своеобразный и очень интересный итог работы фокус-группы подвёл студент из Китая: «Инструменты пропаганды исторической памяти используются для укрепления идентичности общества, поддержания патриотизма и мобилизации населения вокруг общих ценностей. Они создают образ России – сильной и защищающей свои интересы страны» (Т. Чжао). В известном смысле эти слова резонируют с позднее выраженной позицией философа и публициста А. Г. Дугина, заявившего в своём блоге: «Должна быть мобилизация медийного патриотизма в целом»<sup>1</sup>.

**Заключение.** Исследование роли исторической памяти в медиадискурсе проводилось на основе анализа авторитетной в российской аудитории программы «Время» (1-й канал) за первые десять месяцев с начала на Донбассе Специальной военной операции (февраль – декабрь 2022 г.). В дополнение к контент-анализу программы в исследовательское поле введены соответствующие по времени и содержанию результаты опросов ВЦИОМ. Вторичный анализ этих данных позволил в едином смысловом пространстве интерпретировать итоги изучения программы «Время» как репрезентативные для понимания необходимости использования в этой передаче фактов медиапамяти с целью

<sup>1</sup> Дугин А. Г. У войны своя логика. 2024. 7 авг. – URL: [https://dzen.ru/b/ZrN6SvV\\_D37eYQ4q](https://dzen.ru/b/ZrN6SvV_D37eYQ4q) (дата обращения: 17.08.2024). – Текст: электронный.

повышения эффективности для решения задач пропаганды в телевидении. В данном случае такой задачей явилось обеспечение поддержки российским обществом проведения Специальной военной операции.

Достижение эффективности официального медиадискурса 1-го канала телевидения подтверждает ряд факторов:

– во-первых, по результатам исследований ВЦИОМ, именно телеканалы федерального значения пользуются устойчивым и высоким доверием со стороны граждан России;

– во-вторых, на этом фоне отмечается отрицательное значение индексов популярности мессенджеров, социальных сетей, блогов<sup>2</sup>, но так как внимание аудитории к событиям СВО не ослабевает, то оно переключается на другие источники новостей, в данном случае на традиционные официально значимые СМИ;

– в-третьих, в таком СМИ – программе «Время» 1-го канала – отмечается введённое в систему регулярное обращение к фактам исторической памяти о победах советского народа в годы Великой Отечественной войны;

– в-четвёртых, используемые в передачах факты медиапамяти в своём содержании непосредственно перекликаются с событиями и героями СВО.

Историческая память как составляющая медиадискурса о Специальной военной операции выступает многоаспектным компонентом медиапамяти в целом. Прежде всего, следует отметить прагматический аспект: введение в актуальный медиадискурс о СВО соответствующих фактов исторической памяти создаёт контекст для новостей о текущих событиях и героях военной операции, который формирует их сакрализацию, тем самым в особой мере воздействует на сознание аудитории. В такой интерпретации использование фактов медиапамяти следует считать органической частью пропагандистского дискурса; место и роль медиапамяти в этом дискурсе определяется задачей повышения его эффективности.

Вместе с тем наличие фактов исторической памяти в наиболее важном для соци-

<sup>2</sup> Доверие СМИ в России: рейтинг общественного доверия возглавляет телевидение... ВЦИОМ, 10.02.2023. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/doverie-smi-v-rossii> (дата обращения: 11.06.2024). – Текст: электронный.

ума медиадискурсе обладает духовно-нравственной значимостью – такая практика, повышая уровень просвещения общества в вопросах истории, решает актуальную задачу по противодействию попыткам фальсификации страниц истории.

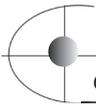
фикации страниц истории. Так что модель введения фактов исторической памяти в медиадискурс подразумевает применение методов пропаганды нравственных ценностей общества и подлинных знаний истории.

#### Список литературы

1. Артамонов Д. С., Тихонова С. В. Темпоральные структуры медиапамяти // Миф в истории, политике, культуре: сб. ст. Севастополь: Филиал МГУ им. М. В. Ломоносова в г. Севастополе, 2020. С. 188–191.
2. Артамонов Д. С. Медиапамять: теоретический аспект // *Galactica Media: Journal of Media Studies*. 2022. Т. 4, № 2. С. 65–83. DOI: 10.46539/gmd.v4i2.269.
3. Рикёр П. Память, история, забвение / пер. с фр. М.: Изд-во гуманит. лит., 2004. 725 с.
4. Ассман Ян. Культурная память: письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / пер. с нем. М.: Языки славянской культуры, 2004. 368 с.
5. Мегилл А. Историческая эпистемология / пер. с англ. М.: «Канон+» – РООИ «Реабилитация», 2007. 479 с.
6. Kubik J., Bernhard, M. A theory of the politics of memory. Текст: электронный // *Twenty Years after Communism: The Politics of Memory and Commemoration* / ed. M. Bernhard, J. Kubik. Oxford: Oxford University Press, 2014. P. 7–34. URL: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199375134.003.0002> (дата обращения: 10.09.2024).
7. Garde-Hansen J., Hoskins A., Reading A. Save as... Digital memories. L.: Palgrave Macmillan, 2009. DOI: 10.1057/9780230239418.
8. Hoskins A. 7/7 and connective memory: Interactional trajectories of remembering in post-scarcity culture // *Memory Studies*. 2011. Vol. 4. P. 269–280. DOI: 10.1177/1750698011402570.
9. Social Memory and History: Anthropological Perspectives / ed. by J. J. Climo, M. G. Gattell. Walnut Creek, 2002. 237 p.
10. Rüsen J. Was ist Geschichtskultur? Überlegungen zu einer neuen Art, über Geschichte nachzudenken // *Historische Faszination. Geschichtskultur heute* / eds. K. Fußmann, H. T. Grütter, J. Rüsen. Köln, 1994. S. 5–7.
11. Тюкина Л. А. Память и историческая память: соотношение понятий // *Верхневолжский филологический вестник*. 2020. № 1. С. 181–187. DOI: 10.20323/2499-9679-2020-1-20-181-187.
12. Артамонов Д. С. Медиапамять в эпоху цифры. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2023. 180 с.
13. Лотман Ю. М. Память культуры // *Семиосфера: культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. Статьи. Исследования. Заметки*. СПб.: Искусство-СПб, 2000. С. 614–621.
14. Артамонов Д. С., Тихонова С. В. Медиатизация истории и проблемы исторического образования в цифровом мире // *Современное культурно-образовательное пространство гуманитарных и социальных наук* / под общ. ред. Ю. Ю. Андреевой, И. Э. Рахимбаевой. Саратов, 2020. С. 357–365.
15. Анкерсмит Ф. Р. Возвышенный исторический опыт / пер. с нидерланд. М.: Изд-во «Европа», 2007. 609 с.
16. Вандышев М. Н. Индустриальная память: масштабы и множественность. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2022. 264 с.
17. Жижек С. Чума фантазий / пер. с англ. Харьков: Гуманитарный центр, 2014. 388 с.
18. Crosbie V. What is New Media? URL: [https://www.academia.edu/37596635/What\\_is\\_New\\_Media\\_April\\_27\\_2004\\_](https://www.academia.edu/37596635/What_is_New_Media_April_27_2004_) (дата обращения: 10.09.2024). Текст: электронный.
19. Головашина О. В., Линченко А. А., Аникин Д. А. Память о Великой Отечественной войне: день победы в историческом сознании россиян // *Социологические исследования*. 2017. № 3. С. 123–133.
20. Manovich L. The Language of New Media. Cambridge: MIT Press, 2001. 354 p.
21. Castells M. The Rise of the Network Society. The Information Age. Economy, Society, and Culture. 2nd Edition with a New Preface edition. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009. Vol. 1. 656 p.
22. Шапинская Е. Н. История в цифровом формате: будущее нашего прошлого // *Культура культуры*. 2020. № 1.
23. Tosh J. The Pursuit of History: Aims, Methods and New Directions in the Study of Modern History. Third edition. L.; N. Y., 2000. 357 p.
24. Кефели И. Ф. Глобальные риски современного мира // *Прологомены когнитивной безопасности* / под ред. И. Ф. Кефели. СПб.: ИД «Петрополис», 2023. С. 14–66.
25. Dijck J. Mediated Memories in the Digital Age. Stanford UP, 2007. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/1896878.pdf> (дата обращения: 10.09.2024). Текст: электронный.

#### Сведения об авторе

Сидоров Виктор Александрович, доктор философских наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет; 199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9; v.sidorov@spbu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8819-6815>.



**Для цитирования**

Сидоров В. А. Историческая память в медиадискурсе о Специальной военной операции // Гуманитарный вектор. 2024. Т. 19, № 4. С. 120–131. DOI: 10.21209/1996-7853-2024-19-4-120-131.

**Статья поступила в редакцию 15.09.2024; одобрена после рецензирования 20.10.2024; принята к публикации 22.10.2024.**

**References**

1. Artamonov, D. S., Tikhonova, S. V. Temporal structures of media memory. Myth in history, politics, culture. Sevastopol: Lomonosov MSU Branch in Sevastopol, 2020: 188–191. (In Rus.)
2. Artamonov, D. S. Media memory: theoretical aspect. In: Galactica Media: Journal of Media Studies, no. 2, pp. 65–83. 2022. DOI: 10.46539/gmd.v4i2.269. (In Rus.)
3. Riker, P. Memory, history, oblivion. Translation from French. M: Izdatel'stvo gumanitarnoi literatury, 2004. (In Rus.)
4. Assman, Ian. Cultural Memory: Writing, Memory of the Past, and Political Identity in the High Cultures of Antiquity. Translation from German. M: lazyki slavianskoi kul'tury, 2004. (In Rus.)
5. Megill, A. Historical Epistemology. Translation from English. M: "Kanon+" ROOI "Reabilitatsiia", 2007. (In Rus.)
6. Kubik, J., Bernhard, M. A theory of the politics of memory. M. Bernhard, J. Kubik (Ed.), Twenty Years after Communism: The Politics of Memory and Commemoration. Oxford: Oxford University Press, 2014. P. 7–34. Web. 10.09.2024. <http://10.1093/acprof:oso/9780199375134.003.0002>. (In Eng.)
7. Garde-Hansen, J., Hoskins, A., Reading, A. Save as... Digital memories. L: Palgrave Macmillan, 2009. DOI: 10.1057/9780230239418. (In Eng.)
8. Hoskins, A. 7/7 and connective memory: Interactional trajectories of remembering in post-scarcity culture. Memory Studies, no. 4, pp. 269–280, 2011. DOI: 10.1177/1750698011402570. (In Eng.)
9. Social Memory and History: Anthropological Perspectives. Ed. by J. J. Climo, M. G. Gattell. Walnut Creek, 2002. (In Eng.)
10. Rösen, J. Was ist Geschichtskultur? Überlegungen zu einer neuen Art, über Geschichte nachzudenken. Historische Faszination. Geschichtskultur heute / Eds. K. Fußmann, H. T. Grütter, J. Rösen. Köln, 1994. P. 5–7. (In German)
11. Tiukina, L. A. Memory and historical memory: the relationship between concepts. Upper Volga Philological Herald, no. 1, pp. 181–187, 2020. DOI: 10.20323/2499-9679-2020-1-20-181-187. (In Rus.)
12. Artamonov, D. S. Media Memory in the Digital Age. Saratov: Izdatel'stvo Saratovskogo universiteta, 2023. (In Rus.)
13. Lotman, Yu. M. Memory of Culture. Semiosphere: Culture and Explosion. Inside Thinking Worlds. Articles. Research. Notes. St. Petersburg: Iskusstvo-SPb, 2000. P. 614–621. (In Rus.)
14. Artamonov, D. S., Tikhonova, S. V. Mediatization of History and Problems of Historical Education in the Digital World. Andreeva Yu. Yu., Rakhimbaeva I. E. editors Modern cultural and educational space of humanities and social sciences. Saratov, 2020. P. 357–365. (In Rus.)
15. Ankersmit, F. R. Sublime Historical Experience. Translation from Dutch. Moscow: Izdatel'stvo Evropa, 2007. (In Rus.)
16. Vandyshev, M. N. Industrial Memory: Scale and Multiplicity. Ekaterinburg: Izdatel'stvo Ural'skogo universiteta, 2022. (In Rus.)
17. Zhizhek, S. Plague of Fantasy. Translation from English. Khar'kov: Gumanitarnyi Tsentri, 2014. (In Rus.)
18. Crosbie, V. What is New Media? Web. 10.09.2024. [https://www.academia.edu/37596635/What\\_is\\_New\\_Media\\_April\\_27\\_2004\\_](https://www.academia.edu/37596635/What_is_New_Media_April_27_2004_) (In Eng.)
19. Golovashina, O. V., Linchenko, A. A., Anikin, D. A. In Memory of the Great Technical War: Our Lives in Russian Historical Society. Sociological Research, no. 3, pp. 123–133, 2017. (In Rus.)
20. Manovich, L. The Language of New Media. Cambridge: MIT Press, 2001. (In Eng.)
21. Castells, M. The Rise of the Network Society. The Information Age. Economy, Society, and Culture. Vol. 1; 2nd Edition with a New Preface edition. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009. (In Eng.)
22. Shapinskaia, E. N. History in digital format: the future of our past. In: Culture of Culture, no. 1, 2020. (In Rus.)
23. Tosh, J. The Pursuit of History: Aims, Methods and New Directions in the Study of Modern History. Third edition. L.; N. Y., 2000. (In Eng.)
24. Kefeli, I. F. Global risks of the modern world. In: Prolegomena of cognitive security. Edited by I. F. Kefeli. St. Petersburg: ID "Petropolis", 2023: 14–66. (In Rus.)
25. Dijck, J. Mediated Memories in the Digital Age. Stanford UP, 2007. Web. 10.09.2024. <https://core.ac.uk/download/pdf/1896878.pdf>. (In Eng.)



**Information about the author**

Sidorov Viktor A., Doctoral Degree (Philosophy), Professor, Saint Petersburg State University; 7/9 Universitetskaya emb., Saint Petersburg, 199034, Russia; v.sidorov@spbu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8819-6815>.

**For citation**

Sidorov V. A. Historical Memory in the Media Discourse on the Special Military Operation // Humanitarian Vector. 2024. Vol. 19, no. 4. P. 120–131. DOI: 10.21209/1996-7853-2024-19-4-120-131.

**Received: September 15, 2024; approved after reviewing October 20, 2024;  
accepted for publication October 22, 2024.**