



Смерть телевизора

Политико-эсхатологические размышления о философии телевидения и о том, при каких условиях люди откажутся от него?

Роман Евстифеев,

политолог, кандидат
политических наук,
руководитель Владимирского
регионального отделения
Российской ассоциации
политической науки,
доцент Владимирского
филиала РАГС.
Владимир,
roman_66@list.ru
<http://evstifeev.livejournal.com/>

Родовая травма телевизора

Телевидение и телевизор прочно укоренились в нашей жизни. Однако осмысляют этот феномен только с социологостатистической точки зрения: кто смотрит, что смотрят, сколько смотрят. Исследования такого рода оплачивают рекламодатели. Но вот вопрос «Почему смотрят?» всё-таки должен быть поставлен.

Одна из первых моделей телевизора была представлена великим Платоном. В его знаменитой мифе про пещеру, пересказанном в диалоге «Государство», показаны практически все составляющие будущей технологии телевизора — экран,

на который проецируется изображение, зрители, которые не могут выглянуть в реальность и вынуждены иметь дело только с проекцией, сама реальность, непостижимая для зрителей, и механизм проецирования, в платоновском случае сведённый к игре теней и света на стенах пещеры. Конечно, Платон говорил скорее о метафорическом описании процессов познания, свойственных человеку, и не думал, что эта модель через две с половиной тысячи лет станет основой для технологии передачи изображения на расстоянии¹.

Более близок к пониманию сущности именно телевидения был ученик Платона, Аристотель. Самая первая фраза его главного произведения, «Метафизики», звучит так:

«Все люди от природы стремятся к знаниям. Доказательство тому — влечение к чувственным восприятиям: ведь независимо от того, есть от них польза или нет, их ценят ради них самих, и больше всех зрительные восприятия, ибо видение, можно сказать, мы предпочитаем всем остальным восприятиям, не только ради того, чтобы действовать, но и тогда, когда мы не собираемся что-либо делать»².

В этой фразе есть два удивительных момента.

Во-первых, вслед за аксиомой о неустранимой тяге человека к знаниям Аристотель тут же делает уточнение, что знания, получаемые через чувственные восприятия, могут быть как полезными, так и наоборот. Стагирит в этом фрагменте прямо об этом не пишет, но признание возможного вреда от знания (горе от ума!) явно просматривается.

Во-вторых, понимание того, что зрительное восприятие притягивает больше других, гениально развивается в идею, что это «видение» (пока без «теле»!) привлекает нас даже тогда, когда мы не собираемся ничего делать. А может быть и именно потому, что можно ничего и не делать!

В этих двух моментах, как в коконе, содержится вся суть философии телевидения

эпохи модерна, полностью развернувшаяся только во второй половине XX века:

1) Знания, воспринимаемые органами чувств, могут приносить вред.

2) Особая роль «теле - видения», дающая возможность получать знания и впечатления, ничего не делая, ничего не предпринимая ни во время самого просмотра, ни после него.

Именно греку непостижимым образом удалось в первой же фразе своей «Метафизики» раскрыть сущность телевизора и его родовые отметины, так что сказать что-то новое про телевидение долго не получалось. Во многом, конечно, и потому, что не было самого телевидения.

В середине 30-х годов XX века, когда уже вовсю шла работа по доводке и внедрению телевизора в нашу жизнь, голландский историк Хейзинга пишет и публикует свою книгу «В тени завтрашнего дня», имевшую подзаголовок «Диагноз духовного недуга нашей эпохи»³. В процессе выяснения этого диагноза, учёному, никогда не видевшему телевизора и даже ещё не знавшему о его существовании, удалось перечислить целый ряд черт, дополнивших родовые отметины телевизора, определённые Аристотелем. Но это были уже, так сказать, благоприобретённые черты, появившиеся на светлом челе телевизора благодаря особой эпохе в развитии человечества - эпохе массового индустриального общества.

Для дальнейшего изложения очень важно отметить, что эти черты телевизора находятся, скорее, в особенностях нашего восприятия, в изначальных установках нашего мира вообще. Это, так сказать, предыстория понимания сущности телевидения, но предыстория очень важная.

Кризис телевизора — кризис массового общества

Вот что когда-то выделял Хейзинга в качестве основных параметров современной ему эпохи:

- ослабление способности суждения,
- снижение критической потребности,
- профанация науки,
- отказ от идеала познания,

¹ См. Вебер Б, Роша Ф. Виртуальный апокалипсис или повторное посещение платоновской пещеры // Концепция виртуальных миров и научное познание. М., 2000., с. 213-225.

² Аристотель. Метафизика. Собр. сочинений, т.1. М., 1976. с.65.

³ См. Хейзинга Й. Homo Ludens. В тени завтрашнего дня. М., 2004. С. 339-517.

Смерть телевизора

Политико-эсхатологические размышления о философии телевидения и о том, при каких условиях люди откажутся от него?

- упадок моральных норм,
- героизм,
- пуерилизм⁴,
- суеверие,
- иррационализация.

Нетрудно заметить, что всё так и вышло. А телевизор это вобрал, кое-что даже приумножил и ярко демонстрировал последние 70 лет. Совпадение этих основных черт телевизора и параметров массового общества вряд ли случайно. В каком-то смысле можно сказать, что эпоха массового общества создала телевизор (не как технологию, а как социальный институт).

Аристотель указал на сущностные черты, присущие нашему миру и нашему восприятию, как бы «вшитые» в телевизор, определившие его и отразившиеся в телевизоре, а Хейзинга указал на черты массового общества, формировавшие конкретный телевизор нашей эпохи. При этом, если черты, выделенные Аристотелем, видимо, не исчезнут до полного реформатирования человечества, то черты Хейзинги уйдут вместе с массовым обществом. И этот процесс уже начался.

Занятые нынешним финансово-экономическим кризисом, мы не склонны обращать внимание на то, что живем в мире, где кризисы происходят зачастую не по одному одновременно. И это наложение иногда скрывает от нас истинные перемены общественного бытия.

На наших глазах происходит конец эпохи. Но не эпохи дешёвого газа, и не эпохи Вестфальской системы, не эпохи финансово-спекулятивного капитализма и пр. Это конец эпохи взаимодействия государства с массой, конец ориентации на усреднённого избирателя, потребителя.

Именно ориентация на массы, управление массами и создание товаров для масс создало современные политические и экономические системы в эпоху индустриализации. Некоторые называют такую форму взаимодействия «фордизмом»,

⁴ Как пишет Хейзинга, «пуерилизм — поведение общества, не отвечающее уровню разумности и зрелости, когда общество, вместо того, чтобы готовить подростка во вступление во взрослую жизнь, своё поведение приравнивает к отроческому».

когда производитель товаров, услуг и благ диктует потребителю параметры качества продукции. Другие противопоставляют «фордизму» «тоётизм», как идеологию, направленную на наиболее полный учёт и удовлетворение потребностей опять же относительно больших групп населения. Третьи считают, что все это маски и покровы, под которыми прячется звериный лик капитализма со своей извечной погоней за прибылью. Есть ещё и четвёртые, и пятые.

Лебон⁵, Ортега-и-Гассет⁶, Московичи⁷ много и справедливо писали о толпах и массах. Весь современный менеджмент построен на том, чтобы для упрощения управленческой ситуации классифицировать и объединять группы людей и воздействовать на них. Иначе говоря, политические и управленческие технологии сегодня сами создают массы и классы в удобной для себя форме. И резко протестуют, когда эти массы и классы создаются другими, или когда им кажется, что так происходит.

Но «век толп» завершается.

Сегодня есть уже все основания говорить о критическом влиянии немассовидного индивида на экономические и политические процессы, человека, не желающего быть включенным в толпу. По иронии судьбы, это происходит во многом из-за развития той же самой сферы, быстрое развитие которой генерировало существование массовидного общества. Речь идёт о средствах коммуникации, из массовых превращающихся в индивидуальные.

Новые средства связи, особенно Интернет, создают новое личное сугубо индивидуальное коммуникативное пространство, в котором можно выбирать источники информации и респондентов для общения. И одновременно дают воз-

можность оставаться публичным в контролируемых пределах. Таким образом, сегодня Интернет, новые средства коммуникации выталкивают человека из толпы, дают ему шанс всё меньше и меньше зависеть от массы.

Этот процесс, конечно, носит нелинейный характер и пока ещё очень прерывист и сложен.

Человек, ускользающий от толпы, тут же ей настигается в его профессиональной деятельности, сопряжённой с традиционной формой взаимодействия на рабочем месте. Человека, едва оторвавшегося от массы, тут же хватают привычные Средства массовой информации, затягивает в себя Телевизор и т.д. Такого человека, едва заглянувшего в просторы индивидуальности, государство «окучивает» и предлагает свой предельно упрощённый набор благ и удовольствий. Всё это, конечно, упрощает нашу жизнь, и одновременно не выпускает нас из толпы до конца.

Однако, конец телевизора, телевизора эпохи массового общества уже замаячил на горизонте.

Конец телевизора в России

Итак, конец индустриального массового общества, и построенного на этой основе государства — не за горами. Таких пророчеств, впрочем, было уже много. Начиная с Маркса, мечтавшего о человеке, вырвавшемся из царства необходимости, до З. Баумана, описывающего индивидуализированное общество в условиях «текучей современности».

Однако именно сегодня все эти теоретические изыскания находят своё практическое воплощение в проявлениях этого кризиса и в политических проблемах в России.

Дело в том, что все планы, стратегии и действия российской политической системы сегодня явно исходят из существования толпы, массы. В этой массе есть привилегированные группы, а есть ещё и воображаемые массовидные группы, вроде среднего класса. Всё это сильно искажает социальную перспективу и само функционирование политико-социальной системы, никак не сконцентрированной на интересах конкретного

⁵ Гюстав Лебон (1841-1931) — французский социальный психолог, социолог, антрополог.

⁶ Хосе Ортега-и-Гассет, (1883-1955) — испанский философ, публицист, социолог, общественный деятель. Впервые ввёл понятие «массового сознания» в работе «Восстание масс», 1929 год.

⁷ Серж Московичи (Moscovici) (р. 1925) — французский психолог и социолог, один из авторов теории социальных представлений. Профессор высшей школы социальных наук, директор Центра социально-технологических исследований (Париж). Автор книги «Век толп. Исторический трактат по психологии масс», 1981 год.

Смерть телевизора

Политико-эсхатологические размышления о философии телевидения и о том, при каких условиях люди откажутся от него?

человека и даже часто противоречащей им. Управленческие и политические абстракции рано или поздно станут препятствием на пути разветвляющейся траектории индивидуального развития человека. Восприятие мира через призму существования массы и сами специализированные методы воздействия на массу, включая, прежде всего, телевидение, начинают вызывать раздражение и неприятие у «хлебнувших» индивидуальной свободы людей.

Типичный пример реакции на проблеме — упрощение ситуации через генерацию несуществующих групп, апелляцию к несуществующим сообществам и полное отрицание нужд и потребностей реально существующего конкретного человека. Этого человека просто нет в этой картине мира.

Вряд ли это может продолжаться долго. Растущее самосознание индивидуальностей и частичное выпадение из массы (пока факультативное, но всё более и более активное) скоро станет резко контрастировать с сущностью сложившегося политического и управленческого мировоззрения элиты.

Один из великих российских ученых академик Н.Н.Моисеев назвал свою книгу, вышедшую в конце XX века, — «Расставание с простотой»⁸. Мир уже нельзя воспринимать так просто, как это было в прошлые века, и это осознание сложности мира должно привести и к усложнению методов взаимодействия с ним в сторону индивидуализации этих методов.

Но это долгое и очень непростое расставание. Непростое именно потому, что вся политическая реальность модерна построена на возможности упрощения проблемы за счёт укрупнения объектов управления. Но сегодня ясно — человека нельзя укрупнить без его разрушения, он не только «индивидуум», т.е. неделимый, но и «неукрупняемый» субъект.

Человек, конкретный человек, осознавший ценности и преимущества собственной

⁸ Моисеев Н.Н. Расставание с простотой. М.: Аграф, 1998.

индивидуальности, готов её защищать и противостоять затягиванию в массу. Именно он ждёт от мира, от власти, от телевизора, от других людей признания уникальности своей индивидуальности и ценности своей личности независимо от места, которое занимает человек в искусственных иерархиях политической системы, рыночной экономики и телевизионной картинки.

Отсутствие такого признания является главной причиной нестабильности существования многих интерсубъективных структур российского общества, таких как политическое господство, экономическое взаимодействие и т.д. И, более того, требования такого признания могут стать главным вызовом ныне существующему политическому порядку. Однако на пути к новому, дивному миру как страж стоит Телевизор — главный хранитель ценностей массового общества.

Так почему же телевизор в России не умирает?

Россияне удивительно спокойно относятся к наблюдаемому сегодня финансово-экономическому кризису. Почему так? Да, видимо, потому, что Россия в кризисе уже давно. Привыкли. И краткий миг начала XXI века был лишь лёгкой заморозкой кризисной ситуации, но не выходом из неё. (Когда-то, лет 100 назад один царский сановник, обращаясь к Победоносцеву, говорил: «Вы как свежий мороз. Гнить не даёте, но и развиваться не позволяете».)

Финансовый кризис насаивается (а) на описанный выше кризис массового общества, и (б) на специфический российский кризис, берущий своё начало с конца 80-х годов и связанный с распадом СССР.

Неоднозначная интерференция этих кризисов намного усложняет ситуацию, возможные реакции на неё со стороны государства и общества, да и саму судьбу телевизора, которая неожиданно оказывается связанной с весьма важными политико-социальными процессами.

По сути, и об этом много в своё время говорили, в начале XXI века Путин был призван правящей элитой в качестве антикризисного менеджера, и вроде бы со своей задачей успешно справился. Но ряд

На наших глазах
происходит конец
эпохи взаимодействия
государства с массой,
конец ориентации
на усреднённого
избирателя,
потребителя.

Смерть телевизора

Политико-эсхатологические размышления о философии телевидения и о том, при каких условиях люди откажутся от него?

условий, которые были перед Путиным поставлены и соблюдение которых лежало в основе его прихода к власти и продолжают быть основой его нынешней власти, не позволяют России выйти из кризиса полностью и начать развиваться.

Не все эти условия нам известны, но кое о чём можно догадаться:

Во-первых, сохранение сложившейся структуры распределения всенародной когда-то собственности.

Во-вторых, создание технологически более эффективной модели распределения доходов от продажи природных ресурсов при концентрации большей части этих доходов в руках доверенных лиц.

В-третьих, обеспечение и защита опережающего роста прибыли крупных предпринимателей, монополистов и пр.

В-четвертых, обеспечение при соблюдении первых трёх условий минимальных социальных стандартов жизни большинства населения.

В-пятых, и это одно из главных условий выполнения всего вышеперечисленного — максимальное ограничение активного организованного и неподконтрольного власти вмешательства граждан и населения в целом в борьбу за свои интересы как на личностном уровне, так и на уровне предприятий, места жительства, на политическом уровне.

Из соблюдения этих условий вытекает большинство принципов и конкретных направлений российской внутренней и внешней политики, обеспечивающих, кроме всего прочего, сохранение властного контроля у нынешней элиты. Из соблюдения этих условий вытекают и контуры созданной социально-экономической модели. Последнее — то, которое «в пятых» — объясняет нам и истинную роль телевизора в современном российском обществе. Эта роль хорошо определяет словосочетание «массовизация индивидуальностей» и придание этой массе нужного модуса.

Преодоление финансово-экономического кризиса и его последствий вполне может быть достигнуто и в рамках существующей модели. Безо всякой инно-

вационной экономики, диверсификации промышленности и пр. Всё это просто лишнее для возврата к докризисному состоянию. А вот преодоление более глубокого и более опасного специфического российского кризиса, не говоря уж о кризисе массового общества, уже потребует серьёзных изменений, то есть нарушения принятых условий. Представляется, что именно вокруг полного или частичного пересмотра этих условий и должна происходить настоящая политическая борьба. Пока же нам практически предлагается терпеть не очень свежие останки телевизора.

Вряд ли телевизор можно перенастроить так, чтобы он не занимался массовой информацией. Он для этого и создавался, он под это и заточен. Телевизор практически не поддаётся модернизации. То есть легче соскочить с него, подсев, например, на Интернет, который ориентирован не на национальное сообщество (массу), а на открытые сообщества «своих», близких по интересам, живущих в другом режиме времени, не привязанном ко времени суток, суточной программе.

По данным компании Microsoft уже к июню 2010 года европейцы будут тратить больше времени на веб-сёрфинг, чем на просмотр телепередач.

По мнению многих экспертов, телеиндустрия приближается к «моменту iPod», то есть необратимой точке бифуркации, после которой последует неминуемая эпоха масштабных изменений. Причём в будущем большинство телепередач будут распространяться именно по Интернету, и эта революция приведёт к смерти телевидения как широкоэвещательного сервиса⁹.

Сходные тенденции наблюдаются и в России. По данным Левада-Центра, доля граждан, смотрящих телевизор каждый день, в сравнении с началом 2000-х гг., снизилась. Особенно явно этот процесс происходил среди моло-

дых россиян¹⁰. Эта аудитория мигрирует на другие коммуникативные каналы.

Умрёт ли телевизор совсем, и будем ли мы присутствовать на его похоронах? Как присутствовали и участвовали в похоронах, например, проигрывателя для пластинок, катушечных магнитофонов и так далее?

Скорее всего, телевизор будет жить, или делать вид, что он жив. Всегда будут люди, которым свойства телевизора очень подходят. Однако само общественное развитие, само направление от массового общества к индивидуализированному не оставляет телевизору шансов вечно быть властителем дум и ловцом душ граждан. И приблизить это время, когда можно будет посмотреть на мир без монтажа, без спешки, когда можно будет непосредственно реагировать на любые мировые события — вполне в наших силах. Вопрос не в том, чтобы выбросить свой телевизор.

Надо победить телевизор в себе.

⁹ «Vint Cerf, aka the godfather of the net, predicts the end of TV as we know it» // The Guardian, Monday 27, August 2007, — <http://www.guardian.co.uk/technology/2007/aug/27/news.google>.

¹⁰ Дубин Б. Медиа: Телевидение для пожилых // ВЕДОМОСТИ, 08 сентября 2009 г. — <http://www.vedomosti.ru/newspaper/article/2009/09/08/213352>.