

Электрификация страны как медийный проект

В теоретической литературе проблема медиа освещается настолько по-разному, что зачастую даже сложно поместить в одно поле людей, которые занимаются этим предметом исследования. Общее понимание заключается в том, что медиа – это то, что возникло недавно. Некоторые пытаются начать историю медиа с античности. Но ни в античности, ни даже в XVIII веке не было медиа в том понимании, в каком оно сегодня складывается из разных фрагментов. Что же такое медиа?

Во-первых, медиа – это то, что существует только во множественном числе. Я имею в виду, что, говоря о медиа, мы всегда имеем в виду массмедиа. Если кто-то начинает теорию медиа с описания средств коммуникации одного человека с другим, то это о чем-то другом, это не теория медиа, даже если она концентрируется на средствах коммуникации между многими индивидами. Железная дорога или телефонная связь – все это медийные вещи. Но медиа в собственном смысле они становятся только тогда, когда проблема индивида перестает иметь значение, когда они становятся некоей сферой или областью существования общности. Вот как, например, электричество. Оно куда ближе к современным медиа, чем телефон или телеграф. Потому что наличие электричества в современном мире, если вспомнить Вальтера Беньямина, создает ситуацию «вечернего сообщества», которое начинает жить в городе. Электричество каким-то образом связывает людей в новые общности. И в этом смысле проект ленинской электрификации всей страны – это медийный проект. Революционный – в том смысле, что он делает людей соучастниками некоего глобального процесса. В этом же ряду стоит кинематограф – одно из первых таких пограничных технических средств, которое уже не является только средством: оно включает в себя все, что было до него – фотографию, электричество, связь между людьми и то, что реализуется в будущем – телевидение и интернет.

Мы говорили о том, что четкого определения медиа не существует. Но возможно разграничение с тем, что медиа не является. Например, часто говорят о революционной роли изобретения печатного станка, ссылаясь при этом на книгу Маршалла Маклюэна «Галактика Гутенберга». Если мы пытаемся выделить события, которые меняют систему отно-

шений между людьми и само пространство коммуникации, то нам важно понимать, что маклюэновская мифология печатного станка возникла спустя столетия после его изобретения. В отличие, кстати, от мифологии первого киносеанса, которая возникла моментально. Появление печатного станка воспринималось современниками вполне естественно, он просто позволял оснастить то, что было плохо оснащено. Это было важное техническое средство, позволявшее увеличить тиражи изданий, в которых в эпоху Реформации велась острая религиозная полемика. В этом смысле даже изобретение печатной машинки – при уже существующем печатном станке – более радикально, чем станок Гутенберга. Маклюэну было важно разглядеть в изобретении печатного станка метафору современности. Но это метафора.

Медиа – это хорошо или плохо?

Многим кажется, что массмедиа – это ужасно. И можно понять, почему. Сама эта система – деиндивидуализирующая. Прежде в культуре имелось четкое разграничение профессионалов и непрофессионалов: например, был художник и его средства живописи, был музыкант и его средства исполнения музыки, – и было понятно, что профессионал связан с определенной техникой, которой он владеет.

А средства массмедиа – не вполне техника. Конечно, они очень тесно связаны с разными техническими характеристиками и определенными технологиями, как тот же кинематограф или интернет. Но эти технологии порождают систему образов, которая становится для людей средой обитания, т.е. в большей степени «природой», чем «техникой». Никому из потребителей не важно, как устроены эти технологии. Хотя сегодня к этому причастны мы все. Ты можешь не смотреть телевизор, не слушать радио, не интересоваться тем, что пишут на интернет-форумах, но это все равно приходит к тебе окольным путем, потому что это часть среды, в которой мы обитаем. И надо быть радикальным отшельником, чтобы быть причастным к ней минимально. (Заметьте, я не говорю «непричастным».)

Естественно, возможности медиа первой начинает осваивать политика. Об этом пишут как о «политизации эстетики». Эстетика связана с индивидуальным восприятием. А медиа ориентированы на массовое восприятие, и сегодня мы очень



слабо понимаем, что собой представляет субъект восприятия массой. Ясно одно: массовое восприятие принципиально отлично от практик индивидуального восприятия. Мы это часто путаем и говорим: «я смотрю кино», «я смотрю телевизор». Но на самом деле это просто невозможно. Кино – это то средство, которое изменило наш способ смотрения на предмет. Для него общность восприятия важнее того, что мы воспринимаем. Индивидуальный перцептивный аппарат становится неважным, а важными оказываются образы памяти, аффекты, которые заполняют пространство нашего общего существования. Об этом пишет Жиль Делез.

Когда мы погружены в сферу медиа, в это пространство коммуникативных связей, мы никогда не знаем, с чем мы коммуницируем. Не потому, что все эти связи анонимны, а потому что сама коммуникация в этом пространстве важнее того, кто адресат и адресант посылаемого сообщения. «Тяжесть» коммуникация есть, а повод ее или смысл могут быть ничтожными.

Мы живем в мире образов, которые никому не принадлежат. И пространство интернета лучше всего это демонстрирует. Ближе всего к медиа то, что понималось раньше



как «мысль». Мысль не принадлежит мне, потому что она должна быть подарена другому. Если я ее не выскажу, она не выполнит своей функции. Медиа действуют по такому же принципу: с большой скоростью передают массу всякой ерунды, значение которой сводится к тому, что она передается в дар. Дар ерунды важнее сохранения ценностей. Можно сказать, что медиа – это дар образов. И я склонен интерпретировать эти образы как знаки, которые даны нам вне культуры. Ведь у животных есть знаки, хотя культура у них отсутствует? Метки, которые они оставляют, запахи, которые они чувствуют и с помощью которых обозначают границы своей территории. И этот «ареальный» (от биологического понятия «ареал обитания») способ существования оказывается ближе к нашему восприятию не только кино, но и мира, который вокруг нас становится кинематографическим, телевизионным, интернетовским (а Делез не проводит различия между ними и политикой). Все это – ареальные способы существования. И медийные образы отвечают за ареалы наших типов реакций, действий и отношений.

Мы воспринимаем медийные образы не так, как воспринимают знаки культурные существа, потому что эти образы не

являются культурными знаками. Они даны нам вне культуры. Медиа возникают в сфере культуры, но используют внекультурное внутри культуры.

С этой точки зрения трудно говорить о том, хорошо это или плохо, потому что все оппозиции становятся очень двухсмысленными. Я уже говорил об оппозициях культуры и природы, техники и природы. Но есть еще оппозиция «истина – ложь». И в сфере массмедиа истины не существует.

Попробую пояснить все это на примере. Почему вампир – один из самых популярных персонажей кинематографа? На мой взгляд, в этом образе воплощается то, как действует – сама про себя этого не понимая – медийная сфера. Она действует по тому же принципу, по которому вампир находит себе подобного.

Можно привычно рассматривать образ вампира в рамках логики передачи информации: вампир нарисован, изображен – и значит безопасен. А можно его рассматривать как воплощение некой иной логики взаимодействия. И тогда популярность вампира окажется симптомом нашей всеобщей причастности к тому способу взаимодействия, который мы с позиций культуры и ее ценностей считаем «плохим»: укус – заражение – смерть. Это ведь все очень плохо, негативно... А с другой стороны, крайне привлекательно. В психоанализе это называется «негативным удовольствием».

И этот момент свидетельствует о тайной близости нам другой, подспудной логики, с которой мы еще не совладали. Это не логика познания, представления, получения информации, а логика коммуникации. Почему коммуникации? Вампир осуществляет коммуникацию с другим через смертельный укус. Для него смерть – способ коммуникации. Такая смерть делает укушенного вампиром вечно живым. Ты умираешь, но возрождаешься в вечной маете вампирской жизни.

С рациональной точки зрения понять эту логику трудно. Но она становится понятна, когда мы начинаем говорить в «логике эпидемии». Страх перед эпидемией, страх оказаться зараженным означает, что мы связаны друг с другом, но не хотим этого признавать. Это модель общности, но – «угрожающей общности». Сообщество, которое возникает в логике эпидемии (а медиа – это всегда актуализация определенных сообществ), действует по модели коммуникации с тем, с кем я не хочу коммуницировать. Я обречен на заражение, укус

и, возможно, «вечную жизнь» вампира. Или на еще более неприятные вещи – дурной вкус, например (это когда мы смотрим телепередачи). Но в этом дурном, отторгаемом нами от себя, есть нечто притягательное, из-за чего мы и вступаем в коммуникацию. Массмедиа – это то, что актуализирует все эти связи. Когда я смотрю передачу Андрея Малахова, у меня возникает только отвращение: и сам он ужасен, и все остальные говорят какую-то ерунду... но оторваться от этого зрелища я не могу. Все говорят: да ты что! Переключи, ты же свободен, ты индивид! А я не могу, это зрелище меня заражает, как в биологической среде удав гипнотизирует кролика, и тот сам идет прямо ему в рот. Это почти такая же метафора, как вампир.

Сразу появляются оценки этого явления как чего-то плохого, негативного: мол, нами манипулируют. Но я далек от таких суждений. Мне кажется, это новый способ отношений, который надо осваивать, и если мы видим в нем угрозу, то мы просто находимся в другом историческом времени. Мы не должны видеть в этом угрозу, а должны понять, что так сегодня функционирует коммуникационная среда, и другой среды у нас нет. У нас больше нет среды естественного человеческого общения. Она вся опосредована массмедиа.

Поэтому, возвращаясь к началу, у нас нет возможности четко определить, что такое медиа, потому что медиа не могут быть определены в том языке рациональности, в котором определялся объект. Медиа – это не «что», а «нечто». Медиа – это то, как мы должны мыслить, но еще не можем. Наш аппарат коммуникации уже вовлечен в это, а мысль этому еще не соответствует.

Для понимания медиа нужны другие скорости мышления

Фигура «эксперта по медиа» сама по себе смешна. Если такие и появятся, то они будут консультировать бизнес. А то понимание, которое я пытаюсь здесь представить, находится за рамками профессиональной экспертизы. Гуманитарный ученый вынужден делать медиа предметом анализа, а я говорю о том, что мы от них не свободны. Это ближе к психоанализу, который не является наукой в позитивистском смысле. Это чистый вымысел, который навязывается больному, для того чтобы он исцелился от своего невроза.

Можно ли создать группу ученых, которая лгала бы миру о том, чем они занимаются? Если можно, то это и будет ситуация экспертов по медиа. В принципе они уже существуют – это работающие журналисты. Эксперты по медиа – это те, кто своими делами доказывает, что правды нет.

К сожалению, мы не можем понять массмедиа в рамках той картины мира, которая сложилась в эпоху модерна и которая продолжается в наших головах. Хотя есть уже другие практики анализа. Например, Делез пытается дать нам логику бессубъектного мышления. И я считаю, что логика бессубъектного мышления, мышления коллективностями, множественностями, которую пытались использовать Антонио Негри или Ролан Барт, приближает нас к медиа больше, нежели традиционные способы понимания. Потому что в этих способах мы всегда теряем саму суть медийности.

Когда мы пытаемся анализировать кино, телевидение или интернет, происходят вещи, которые мы не успеваем заметить. Для меня очевидно – и медиа это прекрасно показывают, – что в тот момент, когда мы думаем о медиа, мы уже «устареваем». Поэтому наши средства анализа и должны быть другими. Они должны быть максимально динамичными. Мы должны перестать быть профессионалами анализа. Мы должны совершать фантазийные действия – как Маклюэн с его метафорами. То есть мы должны действовать не в логике «поиска истинного», а в логиках «ложного». Логика «ложного» – это сложный инструмент, в работе которого есть свои принципы. Важно, что в этом «ложном» нет ничего дурного. Эти способы мышления не сейчас открыли, их постулировал Ницше, когда говорил, что мы должны быть честными, чтобы не умереть перед лицом истины. А быть



честным – значит признавать, что твои средства неадекватны. Надо отвечать на скорость, на вызовы времени. Нужно понять, в чем язык этих медиа, который мы не можем признавать языком, так как он радикально отличается от того, что мы понимаем под языком в лингвистическом смысле. Медиа несут в себе высказывания, которые устроены по другим законам (фасцинации, «заражения», коммуникации без коммуницирующих, сообщества без общности). Все эти странные логики требуют развития, и тогда у нас будет аппарат, который позволит что-то понять. Это аппарат потихоньку складывается из языка психоанализа, опытов Бергсона, деконструкции Делеза.

Наука и медиа

У нас нет науки о медиа. Скорее, есть медиа, которые меняют наши представления о науке. Наука сегодня медийна. И другой она уже быть не может. Когда возникает модель атома Резерфорда, которая эмпирически не установима, когда возникает «принцип неопределенности» Гейзенберга или модель атома Бора – тут уже трудно говорить о науке. Это своего рода удобная модель описания, но она не имеет никакого подтверждения. Самый простой пример: система Коперника доказана? Нет, конечно. Это просто удобно так объяснять. Но мы можем утверждать, что мир вращается вокруг нашей сахарницы, – и ничего не изменится, потому что это просто система отчета. Психоанализ хитрее, он говорит, что мы постоянно должны лгать, чтобы жить с нашими воспоминаниями. И для того чтобы избавляться от нашей лжи, которая прорывается во всех наших высказываниях и рассказах о самих себе, проявляется в наших снах, нам нужен психоаналитик – который помог бы нам скорректировать наши воспоминания и позволил бы наконец рассказать правильную непристойную историю о самих себе. В этом смысле медиа, конечно, всегда на стороне непристойности.

Эпоха медиа только начинается, и она еще не осознана. Мы можем говорить о том, что начиная с 70-х годов в работах Фредерика Джеймисона, Жана-Франсуа Лиотара, Жака Деррида и других мыслителей наметилось осознание новой среды, в которой мы живем. Но все они не являются учеными в привычном смысле слова. Они занимаются совершенно другими вещами.

Трудно реагировать на изменения. Тебя всю жизнь учили писать рукой, а теперь говорят, что нужно писать ухом. Не хочется, а надо, так как это единственный способ что-то написать. Аналитическая философия говорит: ведь есть же руки, есть язык? А его нет. Образы, которые породила медиа-сфера, находятся вне языка, и с ними нужно как-то иметь дело.



