

Н. А. Хренов¹

МЕДИА В СИТУАЦИИ РЕАБИЛИТАЦИИ МОНОЛОГИЧЕСКОГО ПРИНЦИПА СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Рубеж XX–XXI веков, как казалось, давал основания оптимистически смотреть на расширение принципа диалога в социальной коммуникации. Именно это обстоятельство определяло интерес к диалогу в его бахтинском смысле, хотя, как известно, сам М. Бахтин обратился к этому принципу социальной коммуникации, когда в самом социуме он был утрачен. Тоталитарные режимы возвращали мир к принципу монолога. Это соответствовало эпохе вождей и диктаторов. Но в последнее время оптимизм по поводу диалога заметно затухает. Попробуем понять начавшийся в социальной коммуникации регресс. Для этого рассмотрим те процессы, которые разворачиваются в такой сфере коммуникации, как медиа.

Среди разных определений медиа мы находим и такие, которые дают сами практики современных медиа. Основатель журнала «Афиша» И. Осколков-Ценципер формулирует: «Медиа — это способность рассказывать истории и через это давать нам новые линзы, инструменты для понимания действительности»². Но вот еще емкая формула предмета: «Медиа — это способность небольшого числа голосов быть услышанным большим количеством ушей»³.

Но проблема, конечно, заключается в том, что, внедряя новые линзы для видения действительности, медиа не должны относиться к ним как к единственно вер-

ным. В этой сфере должны иметь место и плюрализм, и обратная связь, без чего нет диалога. Нельзя также допускать, чтобы меньшее число голосов превращалось в один универсальный и исчерпывающий голос. Многоголкое и многоголосое, дифференцирующееся на множество социальных групп и субкультур современное общество должно представлять в процессах коммуникации множеством голосов — и голосами меньшинств, и голосами больших человеческих общностей. Но это постановка вопроса в идеальном виде. Что же можно наблюдать в реальной практике медиа?

Начнем с установления периодизации в деятельности медиа, и в частности с исходной точки, когда их действие начинает восприниматься как взрыв. Этой исходной точкой в нашем недавнем прошлом является начавшийся распад монологического монстра — большевистской империи, иначе говоря, приход к власти М. Горбачева. Правда, с тех пор прошло уже много времени, и мы сегодня находимся в другой ситуации. Пережитые последние десятилетия позволяют выделить два главных этапа в истории медиа: ренессанс в 1990-е годы, когда началась реабилитация диалога в социальной коммуникации, и кризис в 2000-е годы. Конечно, такое деление на два периода является условным.

Распад большевистской империи, упразднение государственного контроля, активизация либеральных идей, возникновение общественного мнения — все способствовало и возрождению диалогического принципа, и соответственно ренессансу медиа. А главное: общество ощутило себя самостоятельным по отношению к государству. Свобода медиа — следствие свободы общества. Но не только о следствии свободы общества в данном случае следует говорить. Медиа активно формулировали общественное мнение, от них многое зависело.

Прочитируем высказывание главного редактора газеты «Сегодня» Д. Остальского. (Эта газета является первым медиапроектом В. Гусинского.) Он говорит, что журналистское сообщество сыграло роль отсутствующего, как известно, в России среднего класса. В начале 1990-х были только первые олигархи и беднейшая

¹ Заместитель директора по научной работе, заведующий отделом теории искусства Государственного института искусствознания, профессор кафедры эстетики, истории и теории культуры Всероссийского государственного университета кинематографии им. С. А. Герасимова, доктор философских наук. Автор более 500 научных публикаций, в т. ч. книг: «Мифология досуга», «Человек играющий» в русской культуре», «Кино: реабилитация архетипической реальности», «Зрелища в эпоху восстания масс», «Воля к сакральному», «Культура в эпоху социального хаоса», «Русский Протей», «Образы великого разрыва. Кино в контексте смены культурных циклов», «Социально-психологические аспекты взаимодействия искусства и публики», «Публика в истории культуры. Феномен публики в ракурсе психологии масс», «Социальная психология искусства: переходная эпоха» и др. Председатель Комиссии междисциплинарного изучения художественной деятельности при Научном совете РАН «История мировой культуры», член Союза кинематографистов России, член Союза театральных деятелей России, член Общественного совета по гуманитарным наукам при Комитете по образованию и науке Государственной Думы РФ.

² История русских медиа. 1989–2011. М., 2011. С. 216.

³ Там же.

часть населения, которая пострадала от реформ, и ей трудно было разделять идеи реформаторов. «Единственная часть общества, — говорит Остальский, — которая поддерживала либеральное направление в политике, направление Ельцина–Гайдара, были журналисты... Реформаторское направление начала 90-х в значительной степени держалось при поддержке журналистского сообщества»¹.

Стоит ли доказывать, что в силу этого журналисты часто оказывались в опасности? Они и потом постоянно будут в опасности. Приведем еще один факт. Во время путча в 1990 году из Белого дома шла трансляция. Ее отключили. Репортерам пришлось выйти на площадь, заполненную людьми, и продолжать вещание. Это нужно было сделать, чтобы люди не покинули площадь. Если бы они ушли, немедленно были бы введены танки. Судьба самих репортеров была бы весьма драматической. Поэтому вещание продолжалось круглосуточно².

Обратим внимание на уникальный случай, когда в истории произошло совмещение медиа, или средств массовой коммуникации, для которых основополагающим признаком, согласно Н. Луману, является отсутствие интеракции (то есть непосредственного взаимодействия людей в одном пространстве, в котором они видят и слышат друг друга), со средствами массового воздействия, реальными лишь при наличии интеракции. В российской науке средства массовой коммуникации и средства массового воздействия разводятся³.

Когда М. Маклюэн говорит о медиа, то использует понятие «взрыв». Но он связывает это с появлением каждого нового средства медиа, будь то печатная книга или телевидение. Однако то, что происходило в 1990-е годы в России, тоже похоже на «взрыв». Но взрыв на этот раз происходил с помощью уже успевших стать традиционными медиа. Выяснилось, что в них существовал такой потенциал, который в Советском Союзе до этого не был востребован.

Сегодня от этой эпохи мало что сохранилось. Разве что бесконечно надоевшая вульгарная ругань Жириновского. Так мы оказываемся очевидцами того, что сами творцы медиа называют кризисом. Государство берет реванш, демонстрируя жесткую логику всей российской истории, связанную с раскачиванием маятника то в сторону «оттепели», то в сторону «заморожков», а следовательно, то в сторону диалога, то в сторону монолога. В начале 1990-х годов в России вышло интересное фундаментальное исследование философа А. Ахиезера, в котором под этим углом зрения была проанализирована вся история России⁴. То, что сегодня происходит в России, буквально иллюстрирует эту концепцию А. Ахиезера. В стране, в которой средний класс не сложился, еще долго будет реальным такое маятниковое раскачивание из крайности в крайность. Сегодня мы дрейфуем в обратном направлении и, кажется, отрезаемся от того, чего уже успели достичь.

¹ История русских медиа. С. 73.

² Там же. С. 32.

³ Волков А. Об актуальных проблемах средств массового воздействия (СМВ) и средств массовых коммуникаций // Предмет семиотики. Теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовых коммуникаций. М., 1975. С. 12.

⁴ Ахиезер А. С. Россия: критика исторического опыта. Новосибирск. 1997. Т. 1 : От прошлого к будущему. С. 71.

Ренессанс медиа в 1990-е годы совпал с очередной «оттепелью» и выражал ее настроения. Хотя мы обычно называем «оттепелью» хрущевскую эпоху, то есть период с середины 1950-х годов. Но этой «оттепели» предшествовал русский Серебряный век, или русский культурный ренессанс в начале XX века. Эту эпоху Д. Мережковский тоже называл «оттепелью». Можно идти и дальше, в XIX век. Один из ярких периодов в истории России — Александровский период (эпоха Александра I), который тоже обозначали как весну.

В 1990-е годы был проигран один из вариантов функционирования медиа, в контексте которого формируются особые структуры их языка. В ситуации ренессанса медиа действительно складывается новый язык, который давно возник на Западе. Вот признание одного из сотрудников выходившей в начале 1990-х годов «Независимой газеты», которую редактировал В. Третьяков. «Мы вырабатывали практически на пустом месте новый язык СМИ в России, — говорит он. — До этого газеты пользовались партийно-бюрократическим канцеляритом. А мы, вооружившись до зубов стайлбуками “Financial Times” и “Reuters”, пытались привнести западные критерии на отечественную почву. И, в общем-то, преуспели — хотя создали нечто свое. Мне кажется, это был очень интересный и очень адекватный своему времени язык»⁵.

Но время меняется, и этот адекватный своему времени язык оказывается в кризисе. Глава «Первого канала» К. Эрнст по этому поводу прямо говорит: «Телевидение и все остальные медиа съели тот язык, которым разговаривали»⁶. Обобщая сказанное, он констатирует: «Кризис медиа конца первого десятилетия нынешнего века может оказаться покруче пришествия Гутенберга. Все медиа — от почти уже античных до суперсовременных — мычат в попытке выплюнуть из себя слова уже наступившего тысячелетия. И для того, чтобы это преодолеть, нужны принципиально новые и не технические, а философские решения»⁷.

Но важна не только принципиально новая стратегия. Нужно хотя бы проанализировать накопленный медиаопыт. Что является определяющим: сами медиа или общество, в котором они функционируют? Отвечая на этот вопрос, избежим в данном случае ссылок на М. Маклюэна, прочертившего логику эволюции медиа, начиная с изобретения фонетического алфавита. Но было бы полезным вернуться в XVIII век, с которым наше время, как свидетельствует практика медиа периода ренессанса, многое связывает. Пожалуй, это время является настоящей исходной точкой тенденции, определившей взрыв медиа в 1990-е годы. Обращаясь к этой эпохе, Г. Тард начинает их историю с появления общественного мнения и его влияния на власть. По его мнению, вовсе не парламенты, а именно общественное мнение является «фабрикой власти». «Власть выходит отсюда, — пишет он, — как богатство из мануфактур и фабрик, как наука выходит из лабораторий, из музеев и библиотек, как вера выходит из изучения катехизиса и материнских наставлений, как военная сила выходит из пушечных заводов и казарменных учреждений»⁸.

⁵ История русских медиа. С. 35.

⁶ Там же. С. 46.

⁷ Там же.

⁸ Тард Г. Общественное мнение и толпа. М., 1902. С. 121.

Общество, освобождающееся от государства, входит в этап своего динамичного развития. История все более стремится стать историей не империй и государств, а историей обществ. С этого момента иначе воспринимается время. Прошлое уступает будущему. Культивируются инновации и модернизации. И так до сих пор. Сегодня в России тоже провозглашен курс на модернизацию. Что же является активным рычагом внедрения футуристического мировосприятия, которое породит все типы авангарда — от политического до художественного? Авангард стремится отрезать человечество от прошлого. Но, кроме того, уязвимость авангарда состоит в том, что он монологичен.

Но отречение от прошлого неизбежно приводит к процессам симуляции, к производству симулякров, и прежде всего с помощью медиа. Кризис языка медиа, который констатируют сами их творцы, означает осознание того, что используемый сегодня медиаязык — это язык симулякров. Не поэтому ли так постоянны на телевидении сюжеты об инопланетянах и о конце света. Кризис языка — это утрата реальности, а там, где утрачивается реальность, возникают симулякры. Н. Луман не использует понятие «симулякр», но вот что он говорит: «Мы не спрашиваем о том, что имеет место; что за мир и что за общество нас окружает. Напротив, мы спрашиваем о том, как возможно, что информация о мире и об обществе признается информацией о реальности, если известно, как она производится»¹.

Когда общество с помощью медиа освобождается от прошлого, возникает необходимость постоянного утверждения связи между настоящим и будущим. Общество, отрываясь от прошлого, перестает развиваться в соответствии с большими длительностями времени и начинает ощущать себя в пространстве кратких длительностей. Но большие исторические длительности — это время культуры. Разрывая с прошлым, авангард разрывает с культурой. Какое же средство оказывается наиболее соответствующим новой общественной динамике? Какое средство начинает воспроизводить жизнь в кратких длительностях? Конечно же, прежде всего пресса и медиа в целом. Прочитируем в связи с этим снова Н. Лумана. «Они (СМК. — Н. Х.), — утверждает он, — порождают время, которое сами себе и предпосылают, а общество к этому приспосабливается. Это красноречиво подтверждается прямо-таки невротической одержимостью инновациями в экономике, политике, науке и искусстве (хотя никто не знает, откуда протекает новизна нового и насколько велик его запас)»².

В соответствии со словами Н. Лумана получается, что эта невротическая одержимость инновациями идет от медиа. В этом высказывании мы узнаем позицию М. Маклюэна: мощные технологии способны конструировать новую реальность, которая сильнее самой реальности. Нет, еще не объясняет взрыв медиа ни сама технология, ни даже возникшее общественное мнение. В данном случае невротическая одержимость новым является следствием возникшего в XVIII веке мировосприятия, которое есть модерн. Корень монологизации социальной коммуникации связан именно с ним. Начало эскалации медиа действительно связа-

¹ Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005. С. 189.

² Там же. С. 38.

но с XVIII веком. Именно потому, что в этом веке начинается эпоха модерна. Во многом и вся наша история, и в том числе история медиа началась в эпоху раннего модерна, то есть в эпоху Канта и Гегеля, когда были сформулированы основополагающие философские принципы мировосприятия модерна.

Если представители медиа сегодня констатируют кризис их языка, то в реальности под этим следует понимать в том числе и кризис модерна как мировосприятия, причем мировосприятия во всем мире. Но в России в период ренессанса медиа модерн оказывался еще в зените. Получается так: в других странах модерн угасал, а российские медиа его возрождали, провоцировали и, точнее, выражали. Хотя в России 1990-х годов развернулись дискуссии о постмодерне, особенно в художественной среде, постмодерн здесь не имел значительного эффекта. Да и сам постмодерн очень напоминал авангардистские акции и, следовательно, продолжал оставаться все тем же модерном.

Между тем в самом обществе развертывался глубокий, подспудный процесс, который и привел к нынешнему состоянию — к кризису медиа. Медиа все еще пытаются пользоваться языком, сформировавшимся в 1990-е годы, а общество сильно трансформировалось. В нем активизировались консервативные элементы. Между медиа и обществом возникло противоречие. Этот глубокий, подспудный процесс идет бессознательно, и для того чтобы начать в нем разбираться, введем в логику рассуждений, кроме общества и государства, еще один «персонаж», об активности которого в нашей стране имеется весьма поверхностное представление, а именно — культуру. Именно этот «персонаж», а не постмодерн, является наиболее активным средством сопротивления модерну как мировосприятию, которое, как сегодня понятно, стало причиной многих трагедий в истории последнего столетия.

Но если мы вводим в структуру рассуждений о медиа понятие культуры, то вместе с этим приходится констатировать и особое время, которое М. Бахтин называет «большим временем», а Ф. Бродель — «временем больших длительностей». А это время для медиа, оказывающихся во власти невротической одержимости нового, удивительно неорганично. Медиа в этой парадигме просто не способны функционировать. Их роль в активизации культурной парадигмы, пожалуй, заключалась в том, что именно они это сопротивление активности культуры и спровоцировали. И то, что мы сегодня много рефлексируем о культуре, не случайно. Такая рефлексия свидетельствует о том, что активизируется спасительный комплекс, который позволит преодолеть все принятые модерном противоречия и разрушения. Медиа уводили общество в сторону от прошлого, а культура это перечеркнутое модерном прошлое реабилитирует.

То, что происходит с культурой, — стихийно и бессознательно, поскольку формируемое медиа сознание людей просто не способно выходить в пространство больших длительностей. И активность государства, и активность православной церкви, столь очевидная сегодня в России, — лишь надводная часть айсберга. В данном случае и государство, и церковь являются во все не инициаторами, не ведущей силой. Они только

оформляют то, что возникает в самом обществе. Они ощутили, что следует дать какой-то творческий ответ на вызов, возникший в связи с продолжающимся на протяжении вот уже почти трех десятилетий реформированием. Невозможно утверждать, что этот творческий ответ в виде давления государства на медиа и активного внедрения религиозной ортодоксии является удачным. Просто такой творческий ответ для России оказался традиционным и очень привычным. Легче всего не изобретать ничего нового, а воспользоваться тем, что в истории уже имело место. И далее в соответствии с концепцией А. Ахиезера.

Что все-таки произошло в самом обществе, что привело к осознанию кризиса языка медиа? Обратимся снова к маклюэновской идее взрыва. Он говорит, что с появлением каждого нового средства медиа в обществе происходит выброс энергии, подобно той, что возникает в результате расщепления атомного ядра. Была эпоха, когда медиа спровоцировали национализм и индивидуализм, но наступила эра, когда эти комплексы нейтрализуются, стираются. Все это имеет отношение к формированию и поддержанию индивидуальных, национальных и коллективных идентичностей. Этот вопрос сегодня в России активно обсуждается, в том числе и применительно к медиа. Тут, разумеется, существуют веские причины — и распад имперской идентичности, и стремление сохранить старую или обрести новую идентичность, что в ситуации глобализации действительно представляет серьезную проблему.

Медиа тоже являются мощным средством и поддержания, и формирования идентичности — и общенациональной, в чем заинтересовано государство, и в субкультурной, и в культурной, и в любой другой. Например, главный редактор русской версии журнала «Playboy» — первого профессионального мужского глянцевого журнала, задался целью транслировать с помощью своего издания новый образ русского мужчины. Он признается, что «хотел изменить традиционные русские представления о настоящем мужчине как о вечно пьяном, жирном, неухоженном, по-хамски относящимся к женщинам»¹. Он пишет: «Мне хотелось продемонстрировать нашим мужчинам, что возможны и другие — более привлекательные типажы. Джендльмен, плейбой, вообще ухоженный галантный мужчина, динамичный, следящий за собой, культурный и — что главное в контексте журнала — уважительно, восхищенно и в то же время играючи относящийся к женщинам»².

Другие, более серьезные журналы тоже ставили своей целью если не формировать такие идеальные образы, то, по крайней мере, отдавать отчет в том, для кого же они работают и кто их воспринимает. Это то, что на телевидении и в прессе называют форматом. Вот, например, представитель медийного проекта середины 1990-х годов «Сноб» М. Гессен уже пользуется понятием «идентичность». Он говорит, что его издание ставит своей целью обнаружить, выявить и сделать реальностью аудиторию «состоявшихся людей», занимающихся «частным обустройством и выстраиванием собственной идентичности»³. Так журналист выходит

¹ История русских медиа. С. 136.

² Там же.

³ Там же. С. 289.

на обсуждение вопроса о конструировании и создании с помощью медиа идентичности.

В какой мере можно утверждать, что это одна из функций медиа в любых ее формах и проявлениях? И отдельный вопрос: в какой мере можно утверждать, что в постсоветской России функционирование медиа привело к созданию новых идентичностей? Каков вообще потенциал медиа в формировании и утверждении идентичности? Не такой уж он и значительный, во всяком случае не единственный, по сравнению с культурой.

Если создавать такие идентичности медиа и способны, то не являются ли они, эти идентичности, лишь набором весьма поверхностных характеристик человека, которые не имеют отношения к другим способам конструирования идентичностей, и прежде всего к культуре? Наиболее мощным средством формирования идентичности является все-таки культура.

Но тут следует иметь в виду специфику русской культуры, способной разрушать то, что в какой-то период (в нашем случае в период ренессанса, то есть в 1990-е гг.) успевают создать медиа. Культура способна возвращать в свой контекст вырвавшиеся на свободу и опирающиеся на технологии медиа. При этом культуру не приходится отождествлять исключительно с чем-то идеальным, возвышенным и позитивным. Культура — то, что формировалось в больших исторических длительностях. Аксиология тут ни при чем. Это очень консервативный институт. И хотя сегодня в России повсюду говорят об упадке культуры, она продолжает оставаться предельно активной, в том числе и в сфере конструирования идентичностей.

Чтобы прояснить вопрос со спецификой русской культуры, процитируем суждение Н. Бердяева о морфологии русской культуры. Цитируя Н. Бердяева, мы возвращаемся к идее больших длительностей в истории, с помощью которых активно программируется сознание и поведение людей. «Россия, — пишет Н. Бердяев, — совмещает в себе несколько исторических и культурных возрастов, от раннего Средневековья до XX века, от самых первоначальных стадий, предшествующих культурному состоянию, до самых вершин мировой культуры»⁴. Ментальные формы и формулы, сложившиеся на разных этапах истории культуры, способны всплывать в коллективном сознании и быть активными в формировании каких-то установок и оценок.

Такие состояния культуры, возникшие в истории последовательно, могут в результате нарушения в силу каких-то причин их иерархии функционировать самостоятельно и одновременно. Это происходит в ситуации, которую Э. Дюркгейм назвал «социальной аномией», а в России называют смутой. Но эту смуту мы как раз и переживаем. Она никак не может закончиться. Такое совмещение объясняет и современные процессы, когда активность некоторых слоев общества, заинтересованных в последующих изменениях (а это проявилось в акциях и на проспекте Сахарова, и на Болотной площади в 2012 г.), наталкивается на противодействие других слоев общества. Средства массовой коммуникации уступают место средствам массового

⁴ Бердяев Н. Судьба России. Опыты по психологии войны и национальности. М., 1918. С. 71.

воздействия. Появление массы на площади — свидетельство опять же кризиса новейших технических медиа с характерным для них отсутствием интеракции. Площадь — отрицание медиа и возвращение к наиболее архаическим формам коммуникации, которые мы выше назвали средствами массового воздействия.

Существует много причин, способствующих активизации в современной жизни традиционных слоев сознания. Н. Бердяев не перечислил всех аргументов в пользу своего тезиса, но они есть. Чтобы в этом убедиться, обратимся еще к одному эксперту по морфологии русской культуры — русскому философу-эмигранту Г. Федотову, который позволит также разобратся в проблематике идентичности и в возможностях медиа конструировать идентичности.

Г. Федотов попытался разгадать общественный регресс, что развертывался в России с конца 1920-х — начала 1930-х годов в связи с реальностью сталинской вертикали. Он стремился обнаружить ту социально-психологическую основу, которая способствовала реализации этой вертикали¹. Вот и сегодня, чтобы разобратся в кризисе медиа, следует эту основу тоже обнаружить. Все начинается с социума, а не с медиа.

Г. Федотов обращает внимание на то, что социальная аномия, возникшая в результате распада царской империи и последовавшей за ней революции, привела к прорыву в новую действительность средневековых слоев сознания, которые оказались предельно активными. Г. Федотов показал, что сталинская эпоха в российской истории оказалась возможной в результате активизации того типа личности, который был сформирован в Средние века, в эпоху строительства «третьего Рима» и вновь вышел из исторического забвения после гражданской смуты (революции и Гражданской войны). Собственно, именно эта смута его активность и спровоцировала.

Такая смута оказалась возможной благодаря активности другого типа личности, для которого важно было соотносить реальность с идеалом, а точнее, с утопией. Поскольку же такой идеал реализовать сложно, то он находится всегда в движении, в постоянном поиске, в странствиях, в том числе духовного плана. Этот тип личности Г. Федотов назвал странником. Если москвитянин или средневековый тип личности ради стабильности (слово-то какое популярное в современной России!) государства готов пожертвовать свободой, то странник больше всего ценит свободу и ради этой свободы способен ассимилировать элементы других культур и пожертвовать государством, да, собственно, вообще культурой. И действительно, когда произошла революция, она и была принесена в жертву. Понятно, что взаимодействие этих двух типов личности могло бы происходить по принципу диалога. Но в реальности соответствующие им картины мира существуют, как правило, не одновременно, а последовательно, сменяя друг друга.

Г. Федотов свидетельствует о том, что русской культуре присуще отсутствие единого базового типа личности. Здесь он распадается на два определяющих типа, под воздействием которых развертывается маятниковая история в больших длительностях, которую и обнару-

¹ Федотов Г. Письма о русской культуре // Федотов Г. Судьба и грехи России. Избранные статьи по философии русской истории и культуры. СПб., 1992. Т. 2. С. 163.

живает А. Ахиезер. Те два периода в истории медиа (ренессанса и кризиса) следует рассматривать тоже в этих длительностях исторического времени. Период, который мы здесь обозначаем как период кризиса медиа, разворачивается под знаком актуализации картины мира типа личности, называемого Г. Федотовым москвитянином. И этой картине мира диалог не соответствовал.

В горбачевско-ельцинскую эпоху активность проявляет именно тип личности странника. Он начал активизироваться еще в период хрущевской «оттепели». Следствием активности его ментальности стали 1990-е годы. То, что сегодня происходит, вовсе не является подтверждением концепции Г. Лебона о том, что масса, взбудораженная революционными переменами и реформами, которые нельзя назвать удачными, рано или поздно устает от свободы, оказываясь способной подчиниться человеку с железной волей. Это скорее свидетельствует об очередном приходе средневекового типа — москвитянина, который в российской истории активизировался еще с рубежа 1920–1930-х годов. Но нечто подобное происходит и в 2000-е годы. Ясно, что эти процессы первоначально рождаются и развертываются в социуме, а потом уже к ним пристраивается и использует их власть.

Ментальность москвитянина — еще одно из проявлений российской ментальности, а следовательно, российской культуры, с которым следует считаться так же, как и с ментальностью странника. Ему нужна не столько информация, сколько миф. Причем к мифу как составляющей всякой культуры следует относиться серьезно, как и к самой культуре. Считаться, но не идти у него на поводу. Его активность спровоцирована, как это было и раньше, активностью модерна, которую и демонстрировали медиа в эпоху их ренессанса, то есть в 1990-е годы. Ведь не секрет, что все последние 20–25 лет значительные слои общества относились, например, к практике телевидения весьма критично.

Очевидно одно: в новой ситуации язык медиа действительно оказался в кризисе, а вместе с ним в кризисе оказались те медиа, которые давно стали традиционными. Сегодня Россия осваивает Интернет и пытается осмыслить последствия нового взрыва, возникающего в результате распространения Всемирной паутины. Этот процесс осмысления только начинается. На новой фазе функционирования медиа российское общество уходит в мировую паутину, как раньше уходило в катакомбы. Она позволяет получать информацию, минуя традиционные средства медиа, контролируемые государством.

Не случайно Г. Рейнгольд — автор книги «Умная толпа: новая социальная революция», пытающийся понять Интернет как новое средство медиа, утверждает, что Сеть открывает новую возможность объединения людей в «умную толпу», способную сопротивляться властным структурам. Правда, он не исключает того, что, предоставляя человечеству большую свободу, новое средство медиа способно трансформироваться в то, что может стать причиной ее утраты, превращаясь в орудие поголовной слежки, почище той, что описана Оруэллом². Поживем — увидим.

² Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. М., 2006. С. 16.