

Строительный материал для теории медиа

Перевод с немецкого
Анны Рябовой
по изданию: © *Enzensberger*
H. M. Baukasten zu einer
Theorie der Medien//
Idem. *Palaver. Politische*
Überlegungen (1967–1973).
Fr. a. M.: Suhrkamp,
1974. S. 91–128.
Публикуется с любезного
разрешения автора.

Ханс Магнус Энценсбергер

Немецкий поэт, писатель, переводчик и общественный деятель левого толка, инициатор и редактор ряда известных журнальных и издательских проектов.

Ключевые слова: индустрия сознания; электронные массмедиа; социалистическая теория медиа; обратная связь; интерактивность; манипуляция; сетевые способы публичности; самоорганизация.

Классический текст известного левого медиатеоретика, ярко выраженного медиа-оптимиста Ханса Магнуса Энценсбергера, давшего импульс знаменитой полемике с Жаном Бодрийяром о политическом измерении массмедиа, позволяет понять, насколько критика последним квази-

86ЕСЛИ0ЖЕ0ВЫ0СЧИТАЕТЕ0ЭТО
84УТОПИЕЙ,0ПРОШУ0ВАС0ЗАДУ-
539МАТЬСЯ0НАД0ТЕМ,0ПОЧЕМУ
6889865629527ЭТО0УТОПИЧНО.
6883652442142647568499418
89198970941БЕРТОЛЬТ0БРЕХТ.
5653276236420ТЕОРИЯ0РАДИО¹
4333596988866465345747197
1096009912428282082921534
4648941759525471262022071
3952273054299605653296027
3291987491294455678695368
5184136802975891933203513
9058443883061335679799431
9461367884079224841415304
1164891593883887931814732
1813558669494772119325368
8945629527446071214642623
5959388780685396452171726
0531906184882709744128817
9614261512796187047534547
0320680769372341732265313
6215872551172683854374584
2645840776709164616209889
2369911885911949897093920
9934164721821464242591813

1

Благодаря развитию электронных медиа индустрия сознания (*die Bewusstseinsindustrie*) становится движущей силой социально-экономического развития позднейиндустриальных обществ. Она проникает во все новые секторы производства, берет на себя все больше функций управления и контроля и определяет стандарт господствующей технологии.

1. *Брект Б. Теория радио*// Он же. О литературе. М.: Художественная литература, 1988. С. 98.

марксистской медиатеории зависима от центральных положений своего *vis-a-vis*. Именно Энциесбергер характеризовал классические массовые медиа (прежде всего кино и телевидение) как однонаправленные и закрытые, исключающие возможность обратной связи или сводящие связь с аудиторией к минимуму. Однако, по мнению Энциесбергера, сама медиатехника в этом не виновата. Он рассматривает становление универсальной капиталистической медиасистемы, сочетающей классические и новые электронные медиа, и называет ее индустрией сознания, подобно «культуриндустрии» Теодора Адорно и Макса Хоркхаймера. Автор критикует используемые в левой критике буржуазных медиа идеи тотального контроля, цензуры и манипуляции за односторонность, указывая на наличие в новых медиа имманентного эмансипаторного потенциала. В тексте ставится проблема открытой медиакommunikации в контексте изменения способов производства и форм собственности, развивая

соответствующие близкие идеи Бертольта Брехта и Вальтера Беньямина. Автор пишет о мобилизующей силе современных медиа и призывает социалистические движения обзаводиться собственными медиаресурсами. Именно за тезис о возможности эмансипации новых медиа за счет изменения субъекта их собственности текст Энциесбергера и был в основном подвергнут критике Жаном Бодрийяром. Энциесбергер видит проблему в «репрессивном использовании медиа» (централизованно управляемыми программами с одним отправителем и многими получателями, которые делают потребителей пассивными и деполитизированными). Специалисты производят контент, но он контролируется владельцем или бюрократией. «Освободительное использование средств массовой информации», напротив, делало бы каждого получателя отправителем. Благодаря устранению технических барьеров массы могли бы быть мобилизованы для участия в политической жизни.

Вместо нормативных определений приведем здесь неполный список изобретений, которые появились в течение последних двадцати лет: спутниковая связь, цветное, кабельное и кассетное телевидение, магнитная видеозапись, видеомэгнитофон, видеофон, стереофония, лазерная техника, электростатический метод копирования, высокоскоростной электронный принтер, верстальные станки и обучающие машины, микрофиша с электронным доступом, беспроводная печать, компьютер с интерактивным многопользовательским режимом работы (*time-sharing computer*), базы данных. Перечисленные медиа устанавливают между собой и с более ранними медиа, такими как печать, радио, кино, телевидение, телеграф, радар и т. д., все новые связи. Все они соединяются на наших глазах в универсальную систему.

Однако всеобщий конфликт между производительными силами и производственными отношениями обостряется именно там, где те оказываются наиболее развиты. Напротив, затяжные структурные кризисы по типу кризиса в угледобывающей

промышленности принципиально разрешимы в рамках системы путем простой ликвидации задолженности, в связи с чем опирающаяся на них революционная стратегия была бы недальновидной.

Монополистический капитализм развивает индустрию сознания стремительнее и глубже, чем другие отрасли производства; вместе с тем он должен ее обуздать. Социалистическая теория медиа должна будет поработать над этим противоречием. Нужно показать, что в рамках заданных производственных отношений возникает неразрешимое, быстро растущее расхождение потенциально взрывных сил. Такая теория должна «отвечать определенным прогностическим требованиям»².

«Критической» инвентаризации *status quo* недостаточно. Существует опасность недооценки, умаления конфликтов, нарастающих в сфере медиа, в их профсоюзной или либеральной интерпретации — например, в качестве обычных трудовых конфликтов или оппозиции интересов определенных групп (директоров/редакторов, издателей/авторов, монополии и «средних» предпринимателей, учреждений общественного сектора и частных капиталистических предприятий и т.д.). Такое понимание весьма ограничено и застревает в тактических дискуссиях.

Марксистской теории медиа пока что не существует. Поэтому нет и пригодной стратегии для этой области. Неуверенность, колебания между страхом и обреченностью — вот что характеризует отношение левых социалистов к новым производительным силам индустрии сознания. Двойственность этой позиции всего лишь отражает амбивалентность самих медиа, существующих без своего господина. Устранить эту неопределенность можно было бы, лишь высвободив скрытые в новой производительной силе эмансипационные возможности — возможности, которые капитализм, как и советский ревизионизм, должен саботировать, потому что они поставили бы под угрозу господство обеих этих систем.

2

Известной тайной электронных медиа, решающим политическим моментом, который до сих пор, будучи подавленным или искаженным, ждал своего часа, является их мобилизующая сила.

2. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М.: Медиум, 1996. С. 16.

Когда я говорю *мобилизовать*, я имею в виду *мобилизовать*. В стране, которая на собственной шкуре испытала фашизм (и сталинизм), до сих пор — или вновь — необходимо объяснять, что значит делать людей более подвижными, чем они есть: свободными, как танцоры; с присутствием духа, как у футболистов; ошеломляющими, как партизаны. Тот, кто видит в массах лишь объект политики, не сможет их мобилизовать. Он их лишь расфретирует. Посылка неподвижна, ее можно посылать туда-сюда. Демонстрации, колонны, парады мобилизуют людей. Пропаганда, которая не освобождает, а парализует самостоятельность, подчиняется той же схеме. Она приводит к деполитизации.

Медиа впервые в истории дают массам возможность участвовать в общественном и обобщественном производственном процессе, практические средства которого находятся в руках самих масс. Подобное их использование привело бы коммуникативные средства, до сих пор незаслуженно несшие это имя, к самим себе. В нынешнем виде такие системы, как телевидение или кинематография, не способствуют коммуникации, а препятствуют ей. Они не допускают ни малейшего взаимодействия между отправителем и приемником: выражаясь технически, они сводят обратную связь к возможному системно-теоретическому минимуму.

Это положение вещей, однако, не обосновано технически. Как раз наоборот: электронная техника не знает принципиального противоречия между отправителем и приемником. Любое транзисторное радио является по своему строению одновременно и потенциальным отправителем; через обратную связь оно может оказывать воздействие на другие приемники. Трансформация простого средства распределения в средство коммуникации — не техническая проблема. Этой трансформации сознательно препятствуют — по тем или иным политическим причинам. Техническое разделение отправителя и приемника отражает общественное разделение труда между производителями и потребителями, которое приобретает особенное политическое звучание в индустрии сознания. В конечном счете основа данного технического разделения — фундаментальное противоречие между господствующими и угнетаемыми классами (то есть между монополистическим капиталом или монополистической бюрократией, с одной стороны, и зависимыми массами — с другой).

Структурная аналогия прослеживается и в деталях. Предложению программы передач на радио соответствует политиче-

ское предложение авторитарных партий во власти. Маргинальные различия программы действий в обоих случаях создают видимость конкурентного отношения, не существующего в ключевых вопросах. Минимальная активность избирателя/зрителя: как и при парламентских выборах в двухпартийной системе, обратная связь сводится к индексным показателям. «Волеизъявление» сводится к ответу, полученному исключительно от трехзначного коммутационного процесса: 1) программа; 2) программа; 3) выключение питания (воздержание от голосования).

Радиовещание надо превратить из распределительного аппарата в аппарат коммуникативный. Радиовещание может стать великолепнейшим из всех мыслимых коммуникативных аппаратов общественной жизни, небывалой системой каналов, то есть оно может стать таким, если сумеет не только передавать, но и принимать, следовательно, если сумеет сделать слушателя не только слушающим, но и говорящим и не изолировать его, а завязать с ним отношения. <...> Неосуществимые при этом общественном порядке, осуществимые при другом, эти предложения, являющиеся лишь естественным выводом из технического развития, служат пропаганде и формированию этого *другого* порядка³.

3

Ужасающая картина монолитной индустрии сознания Джорджа Оруэлла свидетельствует о недialeктическом и устаревшем понимании медиа. Возможность тотального контроля над такими системами через центральную инстанцию — дело прошлого, а не будущего. Так, с помощью теории систем — дисциплины буржуазной науки (с имманентными системе категориями) — можно доказать, что если коммуникативное взаимодействие (или, выражаясь технологически, коммутационная сеть) превышает некоторый критический размер, то она более не поддается контролю из единого центра. Она может быть лишь статистически просчитана. Эта принципиальная «неплотность» стохастических систем позволяет, однако, проводить вероятностные расчеты, основанные на выборочных проверках и экстраполяциях; конечно, полная проверка потребовала бы экрана большего, чем сама система. Контроль над всеми телефонными разговорами, например, предполагает устройство, которое будет на порядок

3. Брехт Б. Указ. соч. С. 97, 101.

объемнее и сложнее, чем уже существующие телекоммуникационные устройства. Цензурная инстанция, которая широко развернула бы свою работу, с необходимостью стала бы самой значительной отраслью промышленности в обществе.

Однако контроль над системой, основанный на приблизительных величинах, предлагает с точки зрения тех, кто владеет этой системой, далеко не совершенное руководство по ее самоуправлению. Такой контроль предполагает высокую степень внутренней стабильности. Когда хрупкое равновесие нарушается, основанное на статистике кризисное управление перестает работать. Фактор помех может вмешиваться в проницаемые узлы сопряжения медиа и стремительно развиваться и усиливаться благодаря резонансу. Находящийся под угрозой режим прибегает в таких случаях (если он еще дееспособен) к насилию, полицейским или военным мерам.

Чрезвычайное положение служит, таким образом, единственной альтернативой проницаемости индустрии сознания. Но оно не может сохраняться в долгосрочной перспективе. Позднеиндустриальные общества завязаны на беспрепятственном обмене информацией: «объективные необходимости», на которые беспрерывно ссылаются контролеры, обращаются тем самым против них. Любая попытка подавить случайные факторы, любое сужение поперечного сечения потока и любая деформация информационной структуры приводят со временем к чему-то вроде эмболии.

Электронные медиа не только интенсивно уплотнили информационную сеть, но и экстенсивно ее расширили. Уже войны эфиров в 1950-е годы показали, что национальный суверенитет в коммуникационной сфере обречен на вымирание. Дальнейшее развитие спутников полностью положит ему конец. Информационные карантины, прописанные фашизмом и сталинизмом, возможны сегодня только ценой сознательного промышленного регресса.

Вот пример. Советской бюрократии, самой крупной и наиболее сложной во всем мире, пришлось почти повсеместно отказаться от элементарного средства организации работы — копировального аппарата, потому что он превращал каждого работника в потенциального печатника. Скрытый здесь политический риск, возможность проницаемых мест в информационной сети учитывались только на самом высоком уровне — на открытых узлах коммуникации между политической, военной и научной областями. Очевидно, что советское общество должно было за-

платить огромную цену за угнетение собственных производственных сил: громоздкостью, дезинформацией, непроизводительными расходами. Этот процесс, кстати, имеет соответствие на капиталистическом Западе, хотя и в меньшей степени. Технически наиболее передовой электростатический копировальный аппарат, который работает с обычной бумагой, вне зависимости или контроля со стороны поставщиков, принадлежит монополии (*Xerox*); он в основном сдается в аренду, а не продается. Уже в сами расходы заложена озабоченность тем, чтобы аппарат не попал не в те руки. Аппарат появляется как будто сам собой там, где сосредоточена экономическая и политическая власть. Политический контроль над ним идет рука об руку с максимизацией прибыли производителя аппарата. В отличие от советского способа и исходя из вышеизложенного, однако, этот контроль не является всеобъемлющим.

Таким образом, проблема цензуры переходит в новую историческую стадию. Борьба за свободу прессы и мнения была до сих пор в основном объектом обсуждений в рамках буржуазного класса. Для масс свобода выражения мнений была фикцией, так как массы с самого начала держали подальше от средств производства — прежде всего от прессы, а тем самым и от либеральной общественности. Сегодня цензура находится в опасности из-за производительных сил индустрии сознания, которые уже и сами отчасти выступают против господствующих производственных отношений. Противоречие между возможным и действительным обострится еще раньше, чем последние будут ниспровергнуты.

4

Новые левые 1960-х годов свели развитие медиа к одному-единственному понятию — понятию манипуляции. Изначально оно обладало большой эвристической силой и позволило осуществить ряд конкретных аналитических исследований, но сегодня оно рискует стать лишь модным лозунгом, который в себе больше скрывает, чем объясняет, и поэтому сам требует анализа.

Манипуляционный тезис левых является по сути оборонительным и в результате может привести к пораженчеству. В основе перехода к обороне лежит субъективное переживание бессилия. Объективно этому соответствует совершенно верное осознание того, что ключевые средства производства находятся в руках противника. Однако довольно-таки наивно было бы

относиться к этой ситуации с моральным возмущением. Как правило, разговор о манипуляции начинается с жалобных ноток сетования и завершается идеалистическими ожиданиями: как будто бы классовый враг когда-либо сам придерживался выдвигаемых им благородных лозунгов. Либеральная наивная вера в то, что в политических и общественных вопросах существует какая-то чистая неманипулируемая правда, похоже, оказывается особенно значимой для социалистических левых: она является главной невысказанной предпосылкой к тезису о манипуляции.

Этот тезис не приводит в движение никакие силы ускорения. Социалистическая перспектива, не подразумевающая посягательство на существующие отношения собственности, ограничена. Экспроприация издательства «Шпрингер» является желаемой целью, но было бы хорошо знать, в пользу кого должны отчуждаться медиа. Партии? После всех испытаний, к которым привело это решение, данная альтернатива не является жизнеспособной. Возможно, неслучайно и то, что левые до сих пор не провели анализ манипуляционных взаимоотношений в социалистических странах.

Тезис о манипуляции может также служить самоутверждению. Демонизация противника позволяет скрыть слабости и будущие недостатки собственной агитации. Если вместо мобилизации масс агитация ведет к самоизоляции, то ее осечка будет целиком приписана всевластию медиа.

Теория репрессивной толерантности также проникла в дискуссию о медиа у левых; с особым вниманием рассмотренная ее автором, она даже стала, будучи недиалектически сокращенной, средством распространения безразличия. Там, где концерн по изготовлению офисной техники зазывает на работу молодых менеджеров по продажам портретом Че Гевары и подписью *We would have hired him*⁴, соблазн отступить огромен. Но страх прикосновения к дерьму — это роскошь, которую, к примеру, может себе позволить не без последствий канализационный работник.

Электронные массмедиа кладут конец любой чистоте, они принципиально «грязны». Это относится к их производительной силе. По своей структуре они являются антисектантскими; вот еще одна причина того, почему левые, не желая пересмотреть свои традиции, не могут начать с ними работать. Стремление к отчетливо определяемой «линии» и подавлению «откло-

4. Мы бы его наняли (англ.). — Прим. пер.

нений» является анахронизмом и служит только обеспечению собственной безопасности. Оно ослабляет собственную позицию через иррациональные чистки, исключения и фракционирования вместо ее укрепления с помощью рациональной дискуссии.

Сопротивления и страхи усиливаются рядом культурных факторов, которые действуют по большей части бессознательно и объясняются социальной историей сегодняшних левых движений, а именно их буржуазной классовой подосновой. Часто медиа понимаются как представляющее опасность всевластие именно из-за их прогрессивных возможностей — из-за того, что они впервые ставят под вопрос буржуазную культуру и тем самым привилегии буржуазной интеллигенции, делая это гораздо радикальнее всякой самокритики, на которую способна буржуазия. Во враждебном отношении новых левых к медиа, похоже, в прогрессивном обличе возвращаются старые буржуазные страхи, такие как страх перед «массовым человеком» и ностальгия по доиндустриальным состояниям.

Уже в самом начале студенческих мятежей — «Движение за свободу слова» в Беркли — компьютер был главным объектом агрессии. Интерес к третьему миру не всегда свободен от враждебных цивилизации мотивов из запасов консервативной культурной критики. Для парижского мая 1968 года особенно характерным было обращение к древним формам производства. Вместо того чтобы агитировать работников современной офсетной печатью, студенты печатали свои плакаты на ручных прессах Школы изящных искусств. Поэтические лозунги рисовались от руки. Шаблоны способствовали бы их массовому распространению, но они оскорбили бы творческое воображение создателей. Стратегически верное нападение на самые передовые средства коммуникации не состоялось: повстанцами был занят не центр радиовещания, а богатый традициями театр «Одеон».

Оборотной стороной страха прикосновения к медиа служит их притягательность для левых движений в крупных городах-метрополиях. С одной стороны, вместо того чтобы обратиться к противоречию между современным состоянием медиа и их революционным потенциалом, товарищи склоняются к устаревшим формам коммуникации и эзотерической кустарщине. С другой стороны, они не могут избежать программы и эстетики индустрии сознания. Это приводит (с субъективной точки зрения) к разрыву между пуритански понятой политической практикой и частной сферой «свободы», а с объективной — к разделению на политически активные и субкультурные группы.

В Западной Европе социалистическое движение обращается к аудитории единомышленников в основном со страниц, эксклюзивных по языку, содержанию и форме журналов. Данная корреспонденция и бюллетени предполагают структуру подписчиков и единомышленников, которая соответствует историческому положению дел где-то в 1900-х годах; ее формирование по образцу «Искры» очевидно. Вероятно, ее создатели слушают *The Rolling Stones*, смотрят на вторжения и забастовки на экране и ходят в кино на вестерны или на Годара. Только в своем качестве создателей они не принимают этого во внимание, а в их анализе весь сектор медиа сжимается до размеров одного ключевого слова «манипуляция». Любое продвижение на данном поле заранее подозревается в намерении интеграции. Такое подозрение не безосновательно. Однако оно может скрывать собственную двойственность и неопределенность. Страх быть поглощенным системой является признаком слабости; он подразумевает то, что капитализм может справиться с любым противоречием — убеждение, легко опровержимое исторически, да и теоретически несостоятельное.

Когда социалистическое движение умаляет новые производительные силы индустрии сознания и отбрасывает работу над медиа в субкультуру, тогда возникает *circulus vitiosus*. Андеграунд воспринимает технические и эстетические возможности диска, магнитной записи, видеокамеры и т. д. все более ясно и систематически исследует эту местность. Однако он не располагает собственной политической перспективой и поэтому, как правило, без сопротивления сдается коммерции. Политически активные группы относятся к каждому такому случаю с самодовольным злорадством. Процесс забывания — это следствие, в котором обе стороны являются проигравшими. Из враждебного отношения левых к медиа, как и из деполитизации контркультуры, пользу извлекает единственно и исключительно капитал.

5

Манипуляция (в немецком языке — ручной или искусный прием) означает целенаправленное техническое вмешательство в наличный материал. Если речь идет об общественном непосредственно актуальном вмешательстве, то манипуляция является политическим актом. Именно это происходит в индустрии сознания.

Любое использование медиа, таким образом, предполагает манипуляцию. Самые элементарные процессы медиального про-

изводства — от выбора самого средства коммуникации через запись, нарезку, синхронизацию, дубляж, микширование до распространения — являются вмешательством в данный материал. Не существует неманипулируемого письма, съемки или отправки. Поэтому вопрос не в том, манипулируются ли медиа или нет, а в том, кто ими манипулирует. Революционный проект должен привести не к исчезновению манипуляторов, а, наоборот, к тому, чтобы сделать манипулятором каждого. Любой технический ручной прием потенциально опасен. Но манипуляция медиа должна сопровождаться не старыми или новыми формами цензуры, а лишь прямым общественным контролем, то есть осуществляться активизировавшимися массами.

Необходимым, но недостаточным условием этого является ликвидация капиталистических отношений собственности. По сей день не хватает исторических примеров самоуправляемого и массового процесса обучения, обеспечиваемого электронными медиа. Страх коммунистов перед освобождением этого потенциала, перед мобилизующими возможностями медиа, перед взаимодействием свободных производителей представляет собой одну из главных причин того, что даже в социалистических странах продолжает господствовать старая буржуазная культура, во многом производная и замаскированная, но структурно бесспорная.

Для исторического объяснения такого положения дел можно привести тот факт, что индустрия сознания в России периода Октябрьской революции чрезвычайно отставала. Производительные силы с тех пор невероятно выросли, но производственные отношения были искусственно и зачастую насильственно законсервированы. Как и прежде, примитивная управляемая пресса, книга и театр остаются центральными медиа в Советском Союзе. Радио, кино и телевидение в своих проявлениях политически сдержанны. Такие иностранные радиостанции, как «Би-би-си», «Голос Америки» и «Немецкая волна», находят в связи с этим не только аудиторию, но и почти не ограниченную веру. Важную роль играют такие архаичные медиа, как рукописный список и устно передаваемый стих.

6

Новые медиа по структуре эгалитарны. Через простой процесс переключения программ каждый может в них участвовать; сами программы являются нематериальными и могут воспроизво-

даться любым способом. Стало быть, электронные медиа противостоят таким более старым медиа, как книга или станковая живопись, эксклюзивный классовый характер которых очевиден. Телевизионные программы для привилегированных групп (*closed-circuit TV*) технически вряд ли возможны и структурно абсурдны. Новые медиа имеют тенденцию к устранению всех образовательных привилегий и тем самым культурной монополии буржуазной интеллигенции. Вот одна из причин недовольства мнимой элиты индустрией сознания. Это духовность, которую они защищают от «обезличивания» и «омассовления». Чем скорее они от нее откажутся — тем лучше.

7

Новые медиа ориентированы на действие, а не на созерцание, на мгновение, а не на традицию. Их отношение ко времени совершенно противоположно буржуазной культуре, которая хочет владеть длительностью, желательна вечностью. Медиа не производят объекты, которые сберегаются и продаются с аукциона. Они упраздняют «духовную собственность» и ликвидируют «наследие», то есть привязанную к определенному классу передачу нематериального капитала.

Однако это вовсе не значит, будто они лишены истории или ведут к исчезновению исторического сознания. Наоборот, они впервые позволяют зафиксировать исторический материал так, чтобы он всегда мог быть актуальным. Предоставляя этот исторический материал для актуальных целей, они дают понять каждому пользователю, что историография всегда есть манипуляция. Но память, которую они держат наготове, закрепляется не за кастой ученых. Она принадлежит обществу. Накопленная информация общедоступна, и этот доступ столь же мгновенен, как снимок. Достаточно сравнить модель частной библиотеки с моделью обобщественного устройства для хранения информации, чтобы увидеть структурное различие двух систем.

8

Медиаустройства нельзя рассматривать как простые средства потребления. Они по своему принципу одновременно являются средствами производства, а именно социализированными средствами производства, так как находятся в руках масс. Электронным медиа чужд конфликт между производителями и потреби-

телями; данный конфликт, скорее, утверждается искусственно с помощью экономических и административных механизмов.

Одним из ранних примеров такого положения дел может служить различие между телеграфом и телефоном. В то время как телеграф до сих пор находится в руках бюрократического аппарата, который может заархивировать и перепроверить каждый посланный текст, телефон напрямую доступен каждому пользователю. Благодаря конференц-связи телефон открывает коллективный доступ к разговору даже для территориально отдаленных групп. Беспроводные звуковые и визуальные средства коммуникации, напротив, подвергаются до сего дня государственной регламентации (закон о телекоммуникационном оборудовании). Принимая во внимание развитие техники, благодаря которому появился местный и международный радиотелефон, а к телевидению подключаются все новые диапазоны (даже в диапазоне гигагерц в одной местности возможна беспрепятственная передача большого количества программ, не говоря уже о возможностях кабельного и спутникового телевидения), действующие законы о контроле эфира являются анахронизмом. Они напоминают об эпохе, когда использование печатного станка ограничивалось привилегией императора. Социалистические движения должны включиться в борьбу за собственные частоты и в ближайшем будущем построить собственные передатчики и ретрансляционные станции.

9

Из вышеперечисленных структурных свойств новых медиа следует то, что ни один из господствующих сегодня режимов не может сдержать свои обещания. Только свободное социалистическое общество в силах активизировать новые медиа. Эту гипотезу подтверждает еще одна, пожалуй, ключевая черта передовых медиа — их коллективная структура.

Ибо точка зрения, согласно которой с помощью медиа каждый в будущем сможет стать производителем, так и останется аполитичной и ограниченной, если производство будет основано на индивидуальной кустарщине. Работа в области медиа может быть индивидуальной только в той степени, в которой она остается общественно и эстетически неактуальной. Примером здесь могут быть фотографии с последнего отпуска.

Именно на это, естественно, посягнули господствующие рыночные механизмы. Такие устройства, как мини- и узкопле-

ночная видеокамера, магнитофон, которые фактически уже давно находятся в руках масс, продемонстрировали, что одиночка, пока он остается изолированным, может стать с их помощью только любителем, но не производителем. Даже столь мощное средство производства, как коротковолновый передатчик, было таким способом усмирено и превратилось в руках рассредоточенных радиолюбителей в безобидную и бесследную «организацию досуга». Программа, которую создает изолированный от других любитель, всегда останется лишь некачественной и устаревшей копией того, что он и так получает. Частное медиапроизводство является не чем иным, как концессионной надомной работой. Оно остается лишь уступкой даже в случае публикации. Для этого владельцы медиа разработали собственные программы и рубрики, которые, как правило, называются «демократический форум» или как-то в этом роде. Там, в углу, читатель (слушатель, зритель) «берет слово», которое, естественно, при желании может быть вырезано. Как и в практике демоскопии, его опрашивают исключительно для того, чтобы он утвердил собственную независимость. Речь идет об управляемом цикле, при котором обратная связь уже включена в расчет. Термин «концессия» здесь также можно употребить в другом, а именно в экономическом смысле: система старается сделать каждого участника концессионером монополии, развивающим свои фильмы и крутящим свои ленты. Самодеятельность, которую позволяет реализовать, к примеру, видеоаппаратура, должна быть пресечена уже в зародыше. Конечно, эти тенденции структурно устойчивы, и новые производительные силы не столько позволяют, сколько требуют их изменения.

Профессиональные производители медиа, как правило, злобно комментируют жалкие, беспомощные, зачастую унижительные результаты этого концессионного производства. К вреду, причиняемому массам, также относится торжествующее презрение к тому факту, что массы якобы не понимают, как правильно использовать медиа. То, что разыгрывается в телевизионных шоу вроде шоу Куленкампа, должно послужить доказательством того, что медиа вообще не способны к собственной артикуляции.

Это не только противоречит результатам новейших психологических и педагогических исследований, но также легко объяснимо как оборонительная реакция: «одаренные» просто защищают свои привилегии. Речь идет о культурном аналоге тех

известных политических суждений, что якобы «слабоумный» рабочий класс не способен к какому-либо самоопределению.

Как ни странно, мнение о том, что массы никогда не могли управлять собой, можно также услышать из уст людей, считающих себя социалистами. В лучшем случае речь здесь идет о тех экономистах, которые под социализмом понимают лишь национализацию.

10

Напротив, каждая социалистическая медиастратегия должна стремиться устранить обособленность отдельных участников общественного процесса обучения и производства, что невозможно без самоорганизации участников. Это и есть политическое ядро вопроса о медиа. По данному вопросу расходятся взгляды социалистов, поздних либералов и технократов. Тот, кто говорит об освобождении благодаря одному хорошо структурированному технологическому устройству или системе устройств, обречен на сомнительную веру в прогресс. Тот, кто воображает, будто медиа обретут свободу естественным образом, если каждый из нас будет прилежно отсылать и принимать информацию, попадает в ловушку либерализма, который под современной маской рекламирует поблекшее представление о предустановленной гармонии социальных интересов.

Развеять эти иллюзии призвано утверждение о том, что правильное использование медиа требует и разрешает организацию. Любое производство, которое делает своим объектом интересы производителей, предполагает коллективный способ производства. Оно уже само по себе — форма самоорганизации общественных потребностей. Магнитофоны, видео- и узкоплечные камеры уже сегодня находятся в большом объеме в распоряжении наемных работников. Нужно задать вопрос о том, почему эти средства производства не появляются в массовом порядке на рабочих местах, в школах, в служебных кабинетах чиновников и вообще во всех общественных конфликтных ситуациях. Создавая агрессивные формы собственной публичности (*Öffentlichkeit*), массы могли бы завладеть своим повседневным опытом и извлечь из него более значимые уроки.

Гражданское общество, само собой, защищается от таких перспектив правовыми мерами. Оно опирается на внутреннее законодательство, деловую и служебную тайну. Когда тайные службы проникают в дома и вторгаются в самые интимные раз-

говоры, общество приводит в оправдание трогательные доверительные отношения и проявляет нежную заботу о защите частной жизни, в которой уже ничего не является частным, кроме интересов эксплуататоров. Только коллективные организованные действия могут разрушить эти бумажные стены.

Коммуникационные сети, построенные для этих целей, могут помимо своей основной функции представлять интересные политические организационные модели. В социалистических движениях диалектика дисциплины и спонтанности, централизма и децентрализации, авторитарного руководства и антиавторитарной дезинтеграции уже давно достигла мертвой точки. Указания по поводу того, как преодолеть это состояние, могут дать сетевые коммуникационные модели, основанные на принципе взаимодействия: массовая газета, написанная своими читателями и распределенная среди них, видеосеть политически активных групп и т. д.

Радикальнее любого хорошего плана, упорнее экзистенциального побега из собственного класса медиа, пришедшие к самим себе, разрушают частные способы производства буржуазной интеллигенции. Их индивидуализм можно ликвидировать посредством продуктивных обучающих и рабочих процессов так, чтобы он перерос из нравственно обоснованного (что, как и раньше, означает «индивидуального») отступничества в качественно новое политическое самосознание и поведение.

11

Широко распространенный тезис гласит, что сегодняшний капитализм живет эксплуатацией ложных потребностей. В лучшем случае это лишь часть правды. Результаты исследований популярных американских социологов типа Вэнса Паккарда⁵

5. Вэнс Паккард (1914–1996) — американский журналист, социальный критик и автор. Работал репортером и писателем в *Associated Press*, *The American Magazine*, *Collier's*. В 1957 году опубликовал книгу «Тайные манипуляторы» (*The Hidden Persuaders*), ставшую бестселлером и разошедшуюся в более чем 1 миллион экземпляров. В этой книге автор анализирует использование в рекламе мотивации потребителя и других психологических техник, в том числе долговую психологию и подсознательные тактики с целью манипуляции ожиданий и увеличения желания покупки товаров, в особенности в послевоенную эпоху в Америке. Он выделил восемь «насуточных потребностей», которые, как обещают рекламщики, могут осуществить эти продукты. Согласно Паккарду, эти нужды настолько сильны, что люди вынуждены покупать

небесполезны, но ограничены. Их тезисы об оживлении спроса за счет рекламы и искусственного выхода из употребления не могут адекватно объяснить гипнотическую тягу наемных рабочих к массовому потреблению. Гипотеза о «терроре потребления» сталкивается с предрассудками считающей себя просвещенной буржуазии об интегрированном, ставшем мелкобуржуазным и коррумпированным пролетариате. Притягательная сила массового потребления основана, однако, не на навязывании ложных потребностей, а на искажении и эксплуатации вполне реальных и законных потребностей, без которых паразитарный процесс рекламы потерпел бы крах. Социалистическое движение должно не разоблачать эти потребности, а воспринимать их всерьез, исследовать и использовать политически.

Это также верно в отношении индустрии сознания. Электронные медиа обязаны своей неуязвимостью не какой-то хитрости, а элементарной силе глубоких социальных потребностей, которые даже в извращенном состоянии пробиваются сквозь медиа.

Интересы масс остаются тем временем довольно-таки неизведанным полем хотя бы потому, что они никому не интересны, да и исторически новы. Конечно, они выходят далеко за пределы целей, которые преследует традиционное рабочее движение. Как и в сфере производства, где индустрия товаров и индустрия сознания все больше проникают друг в друга, материальные и нематериальные факторы субъективно, с точки зрения потребностей, тесно переплетены между собой. При этом за ними тянутся старые психосоциальные мотивы (социальный престиж, идентификационный образец), но появляются также и новые мощные, утопичные мотивы. С материалистической точки зрения ни те ни другие не должны быть скрыты.

Анри Лефевр предложил понятие «спектакль» (*spectacle*) для обозначения современной концепции массового потребления. Товары и витрины, дорожное движение и реклама, универмаг и мир сигналов, новости и упаковка, архитектура и медиапродукция образуют совокупность, постоянную инсценировку, которая господствует не только в публичных городских центрах, но и в частных интерьерах. Лозунг «Жить красивее!» делает даже обыденные предметы реквизитом этого общего фестиваля, где фетишный характер товаров абсолютно противополо-

товары, чтобы удостовериться в этом. Книга также исследует манипулятивные техники продвижения политиков на выборах и вопросы моральности использования таких техник.— *Прим. пер.*

жен их потребительской стоимости. Головокружение, возникающее от этих праздников, является и остается головокружением в пределах существующего общества.

Тем не менее в нем содержится и кое-что другое. Потребление как спектакль сулит исчезновение дефицита. Обманные, жестокие и непристойные шествия праздника происходят оттого, что о реальном выполнении этого обещания не может быть и речи. Пока господствует дефицит, потребительская стоимость остается ключевой категорией, которая может быть ликвидирована только мошенническим путем. Однако мошенничество в таких размерах мыслимо, лишь когда оно основано на массовой потребности. Эта утопичная потребность существует: стремление к новой экологии, к обособлению окружающей среды, к эстетике, не ограниченной сферой «художественной красоты». Данные желания не являются внутренними правилами игры капиталистической системы — по крайней мере, не в первую очередь. Они коренятся в физиологии и не могут быть подавлены. Экспозиция потребления — это пародийное предвосхищение утопической ситуации.

Обещания медиа показывают ту же амбивалентность. Они отвечают на массовую потребность в нематериальном разнообразии и мобильности (которая ищет своего материального осуществления во владении частным автомобилем и в туризме) и эксплуатируют ее. Такими же мощными и однозначно эмансипационными являются и другие коллективные желания, которые зачастую раньше распознаются и правильнее оцениваются капиталом, чем его противниками, — конечно, лишь для того, чтобы ими овладеть и лишиться взрывной силы: потребность участия в общественном процессе локального, национального и международного масштаба; потребность в новых формах взаимодействия, в избавлении от невежества и незрелости; потребность в самоопределении. «Присутствовать везде!» — один из наиболее успешных лозунгов индустрии сознания. «Читательский парламент» газеты «Бильд» — прямая демократия, направленная против интересов демоса (*demos*). «Свободное пространство» и «свободное время» — понятия, которые схватывают дополнительные потребности масс и одновременно нейтрализуют их.

Соответственно, медиа проницаемы для утопических историй. Пример: история того молодого итало-американца, который угнал пассажирский самолет в Калифорнии, чтобы добраться домой в Рим, была без сопротивления принята реакционной массовой прессой и, несомненно, правильно понята ее читателями. Идентификация основана на необходимости, которая стала

всеобщей: никто не понимает, почему такие путешествия предписаны лишь политикам, крупным чиновникам и бизнесменам. Под таким же углом можно проанализировать роль поп-звезды, где причудливо смешиваются авторитарные и освободительные моменты. Возможно, немаловажно то, что бит-музыка предлагается в качестве идентификационной модели не индивидуумам, а группам. В производстве *The Rolling Stones* (и в способе производства) часто выходит наружу утопичное содержание.

Такие мероприятия, как Вудсток, концерты в Гайд-парке, на острове Уайт и в Альтамонде (Калифорния), развивают мобилизующую силу, о которой политические левые могут только мечтать.

Совершенно ясно, что индустрия сознания при существующих общественных формах не может избавиться от потребностей, какими она живет и которые она должна возбуждать, — только в иллюзорных игровых формах. И дело здесь не в том, чтобы принять на слово их обещания, а в том, чтобы поймать их на слове и показать, что они могут осуществиться лишь в ходе культурной революции. Социалисты и социалистические правительства, удваивающие разочарование масс, неправильно объясняя их потребности, делают себя сообщниками системы, которую взялись побороть.

12. Резюме

Репрессивное
использование медиа

- Управляемая из центра программа
- Один отправитель, много приемников
- Иммобилизация изолированных индивидов
- Пассивное состояние потребителя
- Процесс деполитизации
- Производство с помощью специалистов
- Контроль через собственников или бюрократов

Эмансипационное
использование медиа

- Децентрализованная программа
- Каждый приемник является потенциальным отправителем
- Мобилизация масс
- Интерактивность участников
- Обратная связь
- Политический процесс обучения
- Коллективное производство
- Общественный контроль через самоорганизацию

Building Blocks for a Theory of the Media

Hans Magnus Enzensberger. German poet, writer, translator, and public figure. Initiated several well-known publishing and editorial projects.

Keywords: consciousness industry; electronic mass media; socialistic media theory; feedback; interactivity; manipulation; network forms of publicity; self-organization.

This classic text, by the well-known, left-wing media theorist and explicit media optimist Hans Magnus Enzensberger, which led to a famous debate with Jean Baudrillard on the political dimension of mass media, reveals the extent to which the author's critique of quasi-Marxist media theory depends on the key statements of his own vis-a-vis. Enzensberger characterized classical mass media, foremost cinema and television, as one-way and closed, without possibility of feedback, so that any contact with the audience is minimal. However, in his opinion, media technology itself is not to blame. He examines how the universal capitalist media system, which combines classical and new electronic media, has come into being, and terms it "the consciousness industry," similarly to the "culture industry" of Theodor Adorno and Max Horkheimer. The author considers

the ideas of total control, censorship, and manipulation used by left-wing critics of bourgeois media to be extremely narrow, and indicates that there is imminent emancipating potential in new media. The problem of open media communication is raised, in the context of changing modes of production and forms of ownership, with the author developing ideas close to those of Bertolt Brecht and Walter Benjamin. Enzensberger writes about the mobilizing power of modern media and urges the socialist movements to develop their own media resources. Thus, he states that that it is possible to emancipate new media by changing the subject who owns them. This is the point to which Jean Baudrillard is mainly opposed. Enzensberger discerns a problem in the repressive use of media (by centrally guided programs, with one addresser and many addressees, which makes users passive and depoliticized). Experts produce content; however, it is controlled by the owner or by the bureaucracy. "The liberating use of media," on the contrary, could make an addresser out of every addressee. Due to the elimination of technical barriers, masses could be mobilized toward political participation.

References

Benjamin W. *Proizvedenie iskusstva v epokhu ego tekhnicheskoi vosproizvodimosti* [Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit], Moscow, Medium, 1996.
Brecht B. *Teoriia radio* [Radiotheorie]. *O literature* [Schriften zur Literatur],

Moscow, Hudozhestvennaja literatura, 1988, pp. 91–101.
Enzensberger H. M. *Baukasten zu einer Theorie der Medien. Palaver. Politische Überlegungen (1967–1973)*, Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1974, pp. 91–128.