

**Борис ДУБИН**

## Медиа постсоветской эпохи: изменение установок, функций, оценок<sup>1</sup>

Предмет следующего ниже анализа — динамика оценок медиа их реципиентами. Вместе с тем я хотел бы обобщить и представить сдвиги в функциональной организации самих коммуникативных каналов. Основной проблемой для меня будет феномен усредняющей массовизации (гомогенизации) на обоих этих уровнях социума — и коммуникаторов, и коммуникантов, механизмы этого процесса, его социальная цена и последствия. Отдельные аспекты перечисленного уже рассматривались, нынешняя задача — систематизировать и осмыслить имеющийся, в немалой степени уже опубликованный эмпирический материал<sup>2</sup>.

### 1

Композиция оценок, характеризующих степень доверия/недоверия населения к массмедиа, так или иначе установилась к 1992–1993 гг. и в дальнейшем почти не менялась. Если в 1989 г., на пике "гласности", уровень полного доверия СМИ был достаточно высок, доли доверяющих полностью и не полностью практически сравнялись, в сумме составляя 80% всех респондентов, то к 1992 г. уровень полного доверия снизился примерно до 25% опрошенных. Подгруппа целиком не доверяющих приблизилась к 20%, а относительное большинство (превышающее, заметим, две названные группы в сумме) образовали те, кто колеблется в оценке СМИ и доверяет, и не доверяет их сообщениям (см. рис. 1). Некоторый сдвиг в это распределение позднее внесла лишь околовыборная мобилизация рубежа веков, связанная с аттестацией нового высшего лица и обозначаемаго им социаль-

но-политического порядка (отсюда — минимальная доля затруднившихся с ответом в 2001 г.).

Но еще существеннее другая перемена. За средними, относительно устойчивыми цифрами об отношении россиян к массмедиа в целом скрывается переход уже к середине 1990-х годов абсолютного большинства публики, включая ее образованные фракции, от *печатных средств межгрупповой коммуникации* (новых перестроенных газет, тонких журналов) к *массовым аудиовизуальным медиа*, прежде всего телевизионным. Аудитория, которая реально читала печатную периодику (издания, наиболее популярные в конце 1980 — начале 1990-х годов), сократилась ко второй половине 1990-х годов примерно в 20 раз: из каждого 1 млн человек остались примерно 50 тыс. человек. Иными словами, произошло радикальное "дробление" и "разрыхление" публики как социального целого, т.е. ослабление и разрыв связей между отдельными субъектами, между группами и слоями коммуникантов, уровнями коммуникации, прежними "лидерами мнений" и кругами "последователей".

При этом во второй половине 1990-х годов — точку в этом процессе поставило административное расформирование прежнего НТВ, прошедшее при фактическом молчании даже, казалось бы, заинтересованной публики, — телевидение в сознании и обиходе широкого зрителя все больше представляют два первых центральных целиком огосударствленных канала. По экспертным оценкам, к началу 2000-х годов государству вообще принадлежали уже 70% всех электронных СМИ, 80% — по другим данным, до 95-98% — региональной и 20% центральной прессы<sup>1</sup>. В структуре телепоказа и реального телесмотрения все большее место стали занимать игры-викторины с денежными призами, эстрадные концерты с обязательными юмористами (либо сольные концерты последних), художественные фильмы (особенно старое советское кино), телесериалы (и все больше — отечествен-

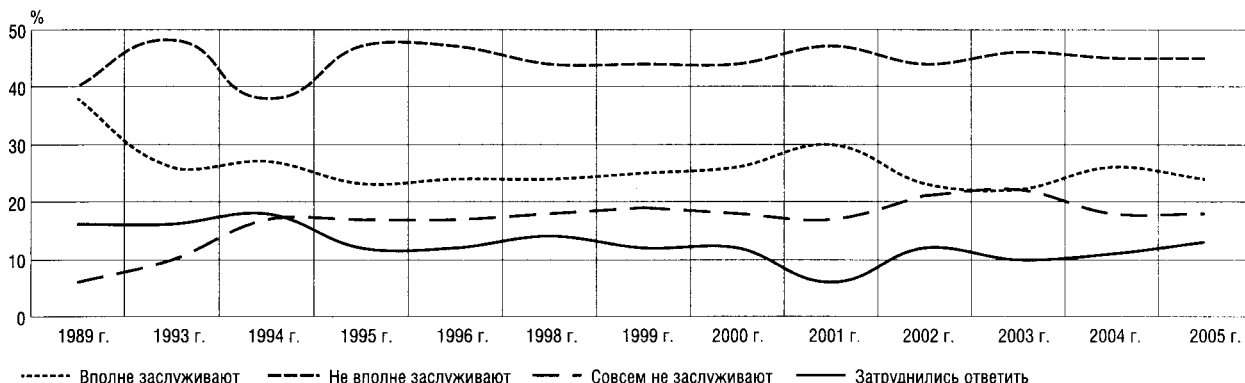
<sup>1</sup> В основе статьи — сообщение на ежегодном симпозиуме Интерцентра Московской высшей школы социальных и экономических наук "Пути России: двадцать лет перемен" (Москва, январь 2005 г.).

<sup>2</sup> См. работы автора и его коллег, Л.Гудкова, Н.Зоркой, на страницах журналов "Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены" и "Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии" 1994-2004 гг. (Вестник общественного мнения... 2005. № 1 (75), по указателю), а также: Гудков Л., Дубин Б. Издательское дело, литературная культура и печатные коммуникации в современной России // Либеральные реформы и культура. М., 2003. С. 13-89; Дубин Б., Рейтблат А. Государственная информация и массовая коммуникация // Отечественные записки. 2003. № 4 (13). С. 237-248.

<sup>1</sup> См.: Фоссато Ф. Медиаландшафт, 1991-2003 // Отечественные записки 2003. № 4. С. 85; Обермайер Г. Паралич российских медиа // Там же. 2003. № 6. С. 285.

Рисунок 1

**В КАКОЙ МЕРЕ ЗАСЛУЖИВАЮТ ДОВЕРИЯ СЕГОДНЯШНИЕ ПЕЧАТЬ, РАДИО, ТЕЛЕВИДЕНИЕ?** (1989 г., N=950 человек; 1993 г., N=1800; 1994 г., N=2000; 1995 г., N=2500; 1996-2000 гг., N=2400; 2001 г., N=1600; 2002-2005 гг., N=2100 человек)



ные). Так что со второй половины 1990-х годов можно все увереннее говорить о сосуществовании на телевидении двух чередующихся коммуникативных режимов: с одной стороны, рассеянная, слабая мобилизация<sup>1</sup>, которая вводится микродозами чрезвычайности, точечными напоминаниями о постоянной тотальной угрозе "международного терроризма", а также технических катастрофах и стихийных бедствиях; с другой — кулинарно-развлекательный, привычно успокаивающий массаж (точно по маклюэновскому рецепту "Medium is massage")<sup>2</sup>.

Для социолога этим фиксируется относительное изменение *способа массовизации* публики с помощью медиа — определенная трансформация типа "социальной массы". Если рассуждать в более общем плане, то каждому типу общества присущи свои варианты массовидных состояний. В самом схематичном виде: один тип массовости образцов (к нему тяготеют, например, развитые общества Запада, если рассматривать их обобщенно-типологически) предполагает, что любые из них в принципе доступны любой из разных групп максимально широкой аудитории и как бы конкурируют между собой за ее выбор на некоем общем рынке благ — товаров, услуг; их сравнительная значимость, выражается, упрощенно говоря, в универсальной денежной форме, а предпочтения потребителей — в готовности заплатить условленную цену. Другой тип (столь же обобщенно его можно считать, например, со-

ветским) характеризуется централизованной трансляцией централизованно же отобранных образцов и значений, их единого комплекта, на как бы гомогенную широкую аудиторию. Собственно, последняя и задается как производное от синхронизированной нивелирующей деятельности соответствующих больших подсистем и институтов — единообразных структур всеобщего воспитания (детский сад, школа, армия), производства (завод, фабрика), коммуникации (центральные газеты, радио, телевидение), культурного распределения (массовые библиотеки и т.п.).

По контрасту с этим последним типом массовости ситуацию ранней перестройки и гласности можно представить как сдвиг в сторону относительного разнообразия — обеспечения максимально широкого доступа к оттесненным и запрещенным прежде образцам, авторитетам, идеям и символам. В отношении к ним стал сам собой, еще до всяких рыночных реформ "сверху", складываться некий стихийный рынок в том смысле, как он был описан выше применительно к развитым обществам. Напротив, за вторую половину 1990-х годов произошло как бы частичное "возвращение" СМИ к прежней, советской модели массовости и теперь уже с опорой на государственно-централизованное телевидение. Напомню, что национальной газеты или нескольких таких изданий, тем более общественных по принадлежности и адресации, в России как не было, так и нет.

Характерны — и это третий важнейший аспект перемен в массмедиа и их публике за последнее 15-летие — различия в типе и масштабе связей солидарности, которые объединяли российскую масскоммуникативную аудиторию в конце 1980-х, в середине 1990-х годов и объединяют

<sup>1</sup> Медики говорят в таких случаях о "поддерживающей" терапии в противоположность "интенсивной".

<sup>2</sup> См. об этом статью автора: Дубин Б. О привычном и чрезвычайном // Неприкосновенный запас. 2000. № 5 (13). С. 4-10; перепечатана в кн.: Интеллектуальные группы и символические формы. М., 2004. С. 164-175.

ее сегодня. Лучшим журналом 1989 г. респонденты называли тогда "Огонек" (20%), лучшей телепередачей — "Взгляд" (32%). Но уже по итогам 1991 г. в лидеры телепрограмм вышло "Поле чудес" (18%), тогда как "Взгляд" превратился в "Вид" и явно отошел на второе место (7%). По итогам 1993 г. "Поле чудес" назвали лучшей передачей 28% опрошенных, на второе место вышло политическое ток-шоу "Тема" (его недолгое время вел снискавший популярность В.Листьев). Ко второй половине 1990-х годов сложилась принципиально иная композиция — вообще без явного лидера. Так, по итогам 1997 г. наиболее популярными телепередачами стали "Поле чудес" (11%), "Угадай мелодию" и "Моя семья" (по 5%). Столь же невысокий уровень согласия и похожее, усредненное распределение оценок — при всех различиях стоящих за ними социально-демографических контингентов — сохраняются на нынешний день. В 2004 г. лучшими журналами россияне назвали "За рулем" и "Лиза" (по 4%), лучшими телепередачами — "Жди меня" (9%), "Поле чудес" и "Пять вечеров" (по 4%); такой, на уровне нескольких процентов, была в 1989 г. популярность лучших фильмов или книг года.

Скажу по-другому. В структуре масскоммуникативной аудитории конца 1980-х годов как будто начинали выявляться лидерские группы. Они вместе с примыкающим к ним контингентом заинтересованных и сочувствующих надели престижем несколько новых по содержанию и типу печатных изданий, теле- и радиопередач, "местных" каналов (пятый, ленинградский канал с передачами "Пятое колесо" и "600 секунд"), придали социальную привлекательность, символическую репрезентативность фигурам их ведущих. Тем самым был сконструирован и поддержан авторитет самих этих лидерских групп — интеллигенции столиц и крупнейших городов в совокупности со слоями их ближайшего, ориентировавшегося на них, окружения. Данная ситуация, скрепленная поддержкой со стороны реформаторских фракций в руководстве страной, продержалась всего несколько лет и уже с 1991–1992 гг. стала меняться — вместе с композицией претендующих на власть групп и группировок, с отношениями между теряющей опоры властью и теряющей статус интеллигенцией, между властью и социумом, Россией и Западом, нынешней Россией и ее воображаемым "прошлым". В этих обстоятельствах появился правительственный заказ на "национальную идею" с созданием соответствующей комиссии и пр.

Со второй половины 1990-х годов наиболее широкие контингента российской публики

символически объединяются не передачами или фигурами ведущих (их набор дробится, а авторитет снижается), а *типами* телевизионного зрелища, его *жанрами* и транслируемыми через них образами мира. А это уже качественно иное состояние людской "массы". В схематической форме его можно представить так: не проявившее желания и готовности самоорганизоваться, отрезанное от социального и политического участия, атомизированное население выступает здесь как бы "порождением" и вместе с тем заложником массового телевидения. "Массовая" коммуникация обозначает при этом коммуникацию единообразную и безальтернативную, а массовизация равнозначна такой гомогенизации аудитории, которая в принципе обеспечивает ее наибольший одновременный охват и наибольшую "прозрачность" для коммуникатора. Масса здесь — как бы всего лишь способность принимать массовый сигнал (речь, понятно, об идеализированном проекте, не о реальном факте)<sup>1</sup>.

В этом процессе массовизации установок, вкусов и оценок — будем говорить сейчас об *уровне публики* — соединились несколько процессов разного типа и разного масштаба. Это привычная советская пассивность широких слоев, всегда, еще с 1960-х годов, составлявших основную часть зрителей первого и второго каналов государственного ТВ; отказ подавляющего большинства публики от других институциональных форм досугового поведения в силу их сильного удорожания после 1992 г., в результате собственного выхода из активной возрастной фазы (своего рода "вторичная неграмотность" полубразованного слоя служащих); "разочарование" в собственном участии и сочувствии на фазе общей протестной мобилизации конца 1980 — начала 1990-х годов ("обида на перестройку", на Б.Ельцина после распада СССР, неудовлетворенность от первых результатов рыночных реформ 1991–1992 гг., вооруженного подавления мятежа в Белом Доме в октябре

<sup>1</sup> В том же направлении, насколько можно судить, меняется книгоиздательская стратегия и структура книжного выпуска. Доля книг, выходящих в серийном издании, год от года растет и по итогам 2004 г. составила 52,5% всех экземпляров, имеющихся на рынке. Средние тиражи книг постепенно снижаются, но удельный вес крупнотиражных изданий увеличивается, и книги тиражом свыше 10 тыс. (а это около 13% книг по названиям) составляют сегодня 68,5% всего книжного массива, находящегося на прилавках книготоргующих точек России. При этом почти половина (свыше 44%) выпускаемых названий — это книги, изданные тиражом меньше 1 тыс. экземпляров, так что их удельный вес во всей массе экземпляров, выставленных на продажу, чуть превышает 2%. См.: Книжное обозрение. 2005. 11 марта. С. 15, 17.

Таблица 1

**ОДНИ СЧИТАЮТ, ЧТО ВЛАСТИ В РОССИИ СЕЙЧАС ВЕДУТ НАСТУПЛЕНИЕ НА СВОБОДУ СЛОВА, УЩЕМЛЯЮТ СМИ, ДРУГИЕ - ЧТО ВЛАСТИ СЕЙЧАС НИКОЛЬКО НЕ УГРОЖАЮТ СВОБОДЕ СЛОВА И НИКАК НЕ УЩЕМЛЯЮТ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НЕЗАВИСИМЫХ СМИ. КАКАЯ ИЗ ЭТИХ ТОЧЕК ЗРЕНИЯ ВАМ БЛИЖЕ?**

(в % от общего числа опрошенных в каждом замере; N=1600 человек)

Вариант ответа	2000 г.	2001 г.	2003 г.	2004 г.
Власти России ведут наступление на свободу слова и ущемляют независимые СМИ	30	39	28	38
Власти России нисколько не угрожают свободе слова и не ущемляют деятельность независимых СМИ	46	44	53	46
Затруднились ответить	24	17	19	16

1993 г.); общая массовая фрустрация и апатия как итог первой чеченской войны; полупринудительный характер парламентских и особенно президентских выборов 1995–1996 гг., нарастающее равнодушие и отстраненность как реакция на их вполне подготовленный и, в общем, заранее известный итог.

При этом преобладающая часть российского населения, как уже говорилось, не только "не вполне доверяют" СКМ, но и не слишком заинтересованы в их свободах и дальнейшей судьбе. Свобода слова и печати все чаще, особенно в группах россиян старше 40 лет, стала к концу 1990-х годов расцениваться как вредная: так, среди молодежи до 24 лет соотношение оценок пользы и вреда в 2003 г. выглядело как 69 к 14%, тогда как среди тех, кому свыше 55 лет, — как 31 к 50%. В целом заметно выросла группа тех, кто вообще не видит в усилении государственного контроля за массмедиа ни опасности для самих независимых телевизионных каналов, ни ущемления их, зрителей, гражданских прав (табл. 1).

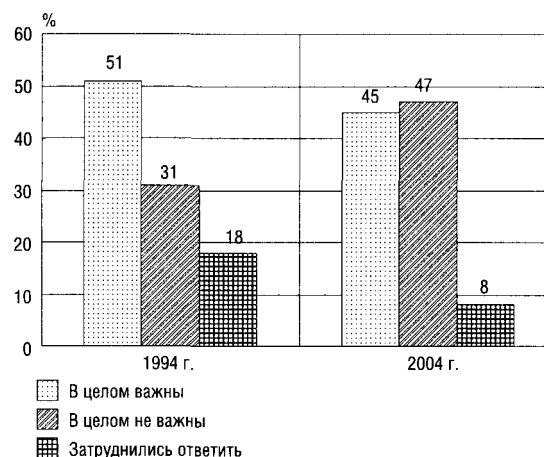
Впрочем, и эти свои права значительная часть россиян ценит не слишком высоко. Причем подобная точка зрения за последние десять лет стала в стране едва ли не преобладающей (рис. 2).

Характерно, что насчет возможного устроения контроля над СМИ среди сегодняшних россиян опять-таки преобладает позиция "ни — ни" — как бы неполной включенности, словно это их не слишком касается.

Больше того, как показывают совсем недавние данные, абсолютное большинство россиян приветствуют политическую цензуру на телевидении. Таков, как ни парадоксально, результат систематической лжи, недоговоренности и умолчаний официальных властей и медиа во всех общенациональных критических ситуациях последних лет — от гибели "Курска" до событий в Беслане: устрашающий жупел "международного терроризма", с одной стороны, и массовая усталость, апатия, бытовая ксенофобия —

**РИСУНОК 2  
ЛИЧНО ДЛЯ ВАС ПОЛИТИЧЕСКИЕ И ГРАЖДАНСКИЕ СВОБОДЫ (СВОБОДА СЛОВА, СВОБОДА СОВЕСТИ, СВОБОДА ПЕРЕДВИЖЕНИЯ, ВОЗМОЖНОСТЬ БЕЗ ОГРАНИЧЕНИЙ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ИНФОРМАЦИЕЙ)...**

(в % от общего числа опрошенных в каждом замере; N=1600 человек)

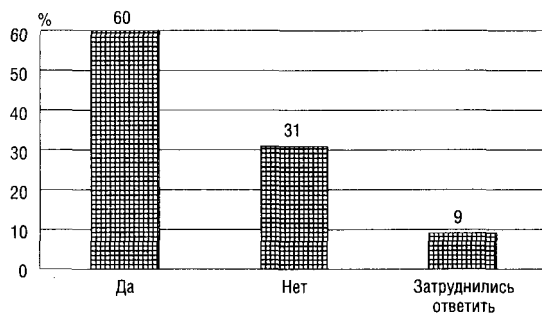


**ТАБЛИЦА 2  
УСИЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ ЗА СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ПОШЛО БЫ СЕЙЧАС В ЦЕЛОМ НА ПОЛЬЗУ ИЛИ ВО ВРЕД РОССИИ?**

(в % от общего числа опрошенных в каждом замере; N=1600 человек)

Вариант ответа	2000 г.	2003 г.	2004 г.
На пользу	31	36	29
Во вред	27	24	26
Ни особой пользы, ни особого вреда	29	24	35
Затруднились ответить	13	16	1

Рисунок 3  
**КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, НУЖНА ЛИ ПОЛИТИЧЕСКАЯ  
 ЦЕНЗУРА НА ТЕЛЕВИДЕНИИ?** (в % от общего числа  
 опрошенных; 2004 г., декабрь, N=1600 человек)



с другой, не просто соседствуют, но поддерживают здесь друг друга.

## 2

При всем отчуждении от происходящего на телеэкране и равнодушии к социальному достоинству независимого телевидения, абсолютное большинство россиян не могут обходиться без ежедневного просмотра телепередач в течение трех-четырех часов. Литературный критик Н.Иванова назвала эту зависимость "информационным диабетом"<sup>1</sup>; я бы говорил о зрелищной булимии. Таков еще один результат массовизации социума в современной России: ставшее привычным сознание безальтернативности. Обыденная, не продуманная и не сконцентрированная неудовлетворенность в данном случае, как и во множестве других, не ведет к формированию критической позиции, тем более к сознательной оппозиции. Нет в российском социуме и потенциальных фокусов кристаллизации подобных негативных общественных настроений или веяний (не путать с социальными движениями!).

Рассмотрим ту же проблему массовизации медиа в 1990-е годы на *уровне российской власти и околостатных группировок*. Здесь также соединились несколько факторов и траекторий действия:

- установки высшего политического руководства в форме "укрепления властной вертикали", вытесняющего с политического поля возможных оппонентов;

- экономические интересы крупнейших собственников, монополизирующих сферу массовых коммуникаций и устраняющих "неудобства разнообразия" — групповые, слоевые различия в требованиях и запросах населения;

— самоопределение новых прагматичных руководителей медиа<sup>1</sup>, отстраняющихся тем самым от реальной публики с полицентризмом ее потенциальных интересов через создание и укоренение фикции "большинства", "массы"<sup>2</sup>.

Массовизация медиа и их аудитории осуществляется в данном случае через *монополизацию* информационного пространства. Социолог видит в этом симптом исчерпания мобилизационных функций и ресурсов очередного набора, или призыва, "лидеров мнений" из состава образованного сообщества, а следовательно, завершение определенного исторического периода. Соответствующий комплект значений и образцов либо дошел "до дна", либо, напротив, — "до самого верха". Стратегию активной части образованного слоя в этих условиях можно описать как самоузаконение и претензию на признание значимыми другими через принятие точки зрения "воображаемого большинства" — фикции коллективного единства, ими же с помощью медиа и введенной. Свидетельствами этой стратегии для аналитика выступает инструментально-педалируемая риторика национального единения, безальтернативной солидарности и — в качестве негативной проекции — настойчиво вызываемые тени ее противников ("внешних врагов", "пятой колонны" и т.п.).

Занятие руководящих позиций в массмедиальной системе сопровождается в середине и второй половине 1990-х годов символической демаркацией своей непринадлежности или, по крайней мере, неполной причастности к "массе". В более широком плане можно сказать иначе: массовизация определений аудитории и

<sup>1</sup> Об обстоятельствах и формах появления этого слоя, начавшего публично обозначаться после 1996 г., и особенно с начала второй чеченской войны, см. статью автора: Дубин Б. Война, власть, новые распорядители // Неприкосновенный запас. 2001. № 5 (19). С. 22-29; позднее перепечатана в кн.: Интеллектуальные группы и символические формы. С. 176–184.

<sup>2</sup> Если "ядро", ведущую подгруппу в рамках поколения, по Мангейму, составляют те, кто воплощает его "энтелехию", реализует "внутренний потенциал" соответствующего социального положения, вырабатывает "новые созидательные принципы и коллективные импульсы" для других групп и слоев, давая начало новым структурам мировосприятия (см.: Мангейм К. Проблема поколений // Новое литературное обозрение 1998. № 30. С. 32-33), то в данном случае речь идет совсем о другом процессе, можно сказать, противоположном по направленности и смыслу. Речь о сознательном понижении ориентиров и самооценок через формирование фикции "большинства" и вполне расчетливом использовании этой эпигонской идеологической фикции "массы" для реализации собственных претензий на статус, для укрепления и улучшения своего общественного положения. Перед нами как раз демонстративный отказ от функции элиты при сохранении ориентации на элитное положение, статусные привилегии, образ жизни и т.п.

<sup>1</sup> Иванова Н. Ностальгическое. Собрание наблюдений. М., 2002. С. 73.

популистская риторика обращения к ней выступает в отечественной ситуации решающим условием возможности занять властные позиции, играет роль символического барьера или фильтра в процессах кадрового продвижения и подбора. Принятие этого условия более "практичной", скажем так, частью молодого, образованного и активного сообщества кандидатов в элиту выражается во внутреннем расколе поколения, чем демонстрируется неспособность сообщества (и "большого общества") к формированию и передаче значимых образцов, невозможность нормального символического воспроизводства<sup>1</sup>.

Если говорить о более молодых руководителях отечественного телевидения середины и второй половины 1990-х годов ("новых распорядителях"), то способом такой ценностной демаркации для них выступают риторические фигуры и интонации "стёба" конца 1980 — начала 1990-х годов, который, в свою очередь, наследовал мыслительные ходы отечественного соцарта и постмодернизма 1970 — начала 1980-х годов. Неполное совпадение с принятой ролью и взятой на себя риторикой "национальной идеи", "песен о главном" и пр. используется коммуникатором как символ сплочения "своих" (своего рода усмешка авгуров), но демонстрируется тем, от кого при этом дистанцируются — публике, зрителю, который "во все это верит" ("пипл хавает", по циничному выражению ньюс-мейкеров). Подобная легковверная позиция берется за основу коммуникации и разыгрывается новейшими техническими средствами, одновременно дезавуируясь, по логике известной лубочной картинки "Трое нас с тобой, смешных дураков", как идиотская.

Именно с этим принципиальным обстоятельством, на мой взгляд, связано заметное увеличение во второй половине 1990-х годов числа отечественных и импортных телепередач, главными и заглавными героями которых выступают дурни и придурки. Их коммуникативную формулу можно представить так: демонстрируя то-

<sup>1</sup> Более привычная для русской культуры метафора противостояния "отцов и детей" вытесняет, скрывает, символически трансформирует этот травмирующий момент внутриспоколенческого раскола, невозможность нормального воспроизводства неэкстраординарного существования. Напомню, что и в тургеневском романе барьер лежит не только между "молодыми" и "старыми" поколениями, но проходит внутри старших (между братьями Кирсановыми) и внутри самой молодежи — между Базаровым и младшим Кирсановым, Базаровым и Одинцовой, обоими молодыми героями и Фенечкой (в последнем случае он усугубляется сословным неравенством, наследием крепостного права). Еще и поэтому важно, что оба основных протагониста, старший и младший — Павел Петрович и Базаров — остаются бездетными.

тальный идиотизм, коммуникатор предлагает позицию ни вне и ни внутри показываемого — точку вневходимости, балансирования на границе, но вместе с тем невозможности оторваться от зрелища. Допустимо уподобить ее, например, взгляду через замочную скважину — в мир власти, политики, истории, секса и т.д., а знаком подобного последовательного ускользания от любой включенности, соучастия, ответственности считать мысленные "кавычки".

Тем самым, в саму структуру демонстрируемого образца включен, символически транскрибирован момент ценностного раздвоения в образованном сообществе, с одной стороны, и промежуточности, переходности, ценностной неопределенности всего социального целого — с другой. Транслируемый образец капсулируется в акте его коммуникации, и капсуляция здесь — одна из фаз или форм трансляции, гарантия передачи образца. Он удерживается (поддерживается) в текущем взаимодействии коммуникатора и коммуниканта, но и только, поскольку он, повторяю еще раз, не воспроизводим. Позиция непринадлежности делает невозможным ни усвоение образца, ни рефлексии над ним. Передаваемое в подобной ситуации и такими средствами недоступно осмыслению, анализу, тем более преодолению. И это понятно: в описываемые коммуникативные образцы не вводятся иные ценностные перспективы понимания, иные смысловые образцы, транслируется лишь пустая (в смысловом отношении), интегративная (по функции) фигура неприсутствия. Идентичность участников коммуникации тут задана исключительно извне и в негативном залоге, бессодержательно. Поэтому все поиски общего "мы", духовного "ядра", национального "субстрата" и т.п. остаются заведомо безрезультатными. Применительно, например, к коллективно конструируемому прошлому "страх боли" замещает в таких случаях "работу траура" и вытесняется сам, переозначиваясь как эстетизация и героизация истории, ее мемориальная монументализация.

Подытоживая эту часть анализа, наметим основные фазы трансформации отечественных СМИ на протяжении последних полутора десятилетий:

*1987–1990 гг.* — "возвращение" вытесненных имен, образцов, точек зрения. Мобилизация "от противного" (советского, коммунистического).

*1991–1993 гг.* — демонстративный разрыв с прошлым (пик дистанцирования от советского), с одной стороны, коммерциализация — с другой ("Поле чудес"; раскол в самой команде "Взгляда", смена его "Видом").

*1994–1995 гг.* — нарастающее состояние смысловой и организационной неопределенности.

1995-1997 гг. — "принудительная нормализация" и завершение раскола активного поколения. Становление идеологии массово-развлекательного телевидения и "дистанцированного" самоопределения его руководителей и идеологов.

Далее — работа на любой заказ: "Русский проект" Дениса Евстигнеева (1996 г.), "Старые песни о главном" К.Эрнста и Л.Парфенова (1996 г., начало работы — 1993 г.).

1999 г. и далее — борьба за представление "единства", "всех". Устранение неудобств разнообразия (помех для нескольких игроков, монополизирующих источники основных ресурсов). Эпигонство как отказ от выбора и знак господства над безальтернативной ситуацией: снижение уровня оценок и соединение любых содержательных значений.

### 3

Если описывать итоговое состояние российского общества к 2005 г. через систему массовых коммуникаций внутри этого общества, то данное состояние можно обозначить формулой "массовизация без модернизации". Из того не очень богатого реестра готовых, но малознакомых большинству идей, которые были внесены в публичное пространство на волне перестройки и гласности, как будто удержалась лишь "национальная". Точнее, удержалась символическая значимость самоопределения по национальному или национально-государственному признаку — то ли "русские", то ли "россияне", а может быть, и "православные", тогда как собственно идея коллективного "мы" — советско-державная. Ее достаточно адекватное выражение — недавняя, но уже не раз продемонстрированная по Центральному телевидению песня Олега Газманова "Сделан в СССР". Демонстрация причастности к целому, включающему в себя "всё" и "всех", осуществляется здесь через последовательное невыбирание, простое перечисление: "Рюрик, Романовы, Ленин и Сталин [...] Разоренные церкви и новые храмы [...] КГБ, МВД и большая наука" и т.д., — все это "моя страна".

Примирение с советским как державным и фактически наднациональным было осуществлено за вторую половину 1990-х годов ценой, во-первых, *декоммунизации* этого образа (что существенно ослабило оппозиционную роль КПРФ), а во-вторых, удаления из него всех значений, которые могли бы напоминать о *репрессивном* характере тоталитарного режима, — массовом уничтожении, ГУЛАГе, депортации целых народов, не говоря о Холокосте, который вообще едва ли не полностью отсутствует в кол-

лективном сознании россиян<sup>1</sup>. Защитно-компенсаторный, ностальгический комплекс представлений об оставшейся в прошлом "великой державе" представляет собой сегодня *внешний* контур предельно общего российского "мы". На *внутреннем* уровне действуют такие механизмы сплочения и демаркации, как идеологическая и бытовая ксенофобия, дистанцирование, неприязнь к "другому" и "чужаку" ("Россия для русских" — принцип, который с теми или иными оговорками поддерживают сегодня более чем 50% опрошенных россиян, четко против — 25%, остальные 20% затрудняются, не задумывались, не считают важным)<sup>2</sup>.

Автору и его коллегам уже не раз приходилось подчеркивать исключительно медиальный характер сложившегося в России второй половины 1990-х годов "политического сообщества". Такую государственную политику и таких воплощающих ее политиков, начиная с первого лица, россияне видят только по телевизору в специально разыгранных актах солидарности с символическим целым. Понятно, что при этом важен не столько смысл показываемого, сколько ситуация показа, ее безальтернативность: любой зритель понимает и знает, кто здесь главный, тем более, что никакой другой позиции ни рядом с "главным", ни для самого зрителя не предусмотрено. Можно сказать, что капсулируется и консервируется здесь не только, даже не столько транслируемый образец, сколько коммуникативная ситуация в целом — медиальный (виртуальный) характер как бы гомогенного сообщества.

Однако зритель отвечает на эту принудительную и безальтернативную модальность показа политической сцены отнюдь не дружным рапортом или голосованием в поддержку, а рассеянностью и безучастием. Он смотрит, но извне и равнодушно. По расчету или помимо желания коммуникаторов, но СМИ в России, начинавшие с демонстрации ценностей разнообразия и выбора, все больше превращаются в систему

<sup>1</sup> Сам описываемый здесь механизм, конечно же, куда более давнего происхождения и более глубокого действия. Так, среди прочего, с его помощью за 1965–1980 гг. был сформирован массовый образ Отечественной войны и героической победы, дошедший до нынешних дней. Подробнее об этом важном моменте построения коллективной идентичности см. статью автора: Дубин Б. "Кровавая" война и "великая" победа. О конструировании и передаче коллективных представлений в России 1970–2000-х годов // Отечественные записки. 2005 (в печати).

<sup>2</sup> О новейших "московских" вариантах великодержавного шовинизма, включая молодежный, см.: Вендина О. Могут ли в Москве возникнуть этнические кварталы? // Вестник общественного мнения... 2004. № 3 (71). С. 52-64; Борусяк Л. Патриотизм как ксенофобия // Там же. 2004. № 6 (74). С. 58-70.

централизованно-массового производства отчужденности и незаинтересованности. Иными словами, после всех социально-экономических и политических перипетий 1990-х годов в системе медиа оказался воспроизведен привычный для СССР, а в определенном смысле и для досоветской России централизованно-иерархический характер монопольного управления целым при столь же архаичном разделении центра и периферии, верха и низов социума, организаторов социально-политического зрелища и его публики. Этот процесс, сознательно планировавшийся и управлявшийся лишь отчасти, сопровождался ослаблением не только горизонтальных коммуникаций, исключая, может быть, самые ближайшие сети неформальной поддержки, но и распадом реальных (не командных по содержанию и не прокламируемых официальными медиаканалами) двусторонних коммуникаций по вертикали — распадом, который, как показывает время, не компенсируется одиночной сверхфигурой "вождя и спасителя". Вокруг массовых коммуникаций и с их же помощью образуется своего рода информационный туннель, но закрытый, запечатанный с обеих сторон.

Социум консервируется как сообщество зрителей, а не развивается как демократия участников. В других социально-исторических обстоятельствах, речь о которых шла выше, массовизация *завершила* процесс формирования современных элит и институтов, современной культуры. В отечественной ситуации на ее нынешнем этапе (но и не только) массовизация разворачивается *вместо* модерности. В этом выражается неспособность образованных слоев, кандидатов в элиты конституироваться в качестве самостоятельных групп вне сферы иерархической власти, неспособность выработать критико-аналитические функции по отношению к ней в универсальном публичном пространстве, т.е. неспособность к институционализации собственных ценностей, а значит, и неспособность их воспроизводства, кроме как через адаптивную трансформацию, снижение и упрощение, приспособление к архаичной, консервативной по устройству и функциям базовой структуре господства. Массовизация выступает здесь в форме эпигонства, которое, видимо, и является ведущей характеристикой образованного слоя в России, ключевым феноменом русской, советской и постсоветской российской культуры.

Эпигонство в данном случае понимается как упразднение смысловых, а в конечном счете и институциональных, рамок, задающих семантическую определенность тех или иных значений, демонстративное, в расчете на внешний глаз, соединение любых потерявших валентность

элементов с любыми другими вне проблемы и структур субъективности — ценностного озарения или, напротив, замешательства, даже шока, вне прокладывания новых перспектив, вне сознания неотменимости личного выбора и ответственности за этот выбор. И здесь обнаруживается неожиданная близость позиции вменяемости у отечественных "постмодернистов"-соцартовцев к базовой социальной тактике ускользания (привычке "сачковать", "косить под дурачка" или "под больного") у "классического совка", от которого, казалось бы, соцарт дистанцировался. Но стоит, кроме того, отметить, что ровно такова же публичная стратегия первого лица в России: глава государства как бы никогда не предстает включенным в ситуацию участником, а всегда находится на границе происходящего, отделен от него социальной дистанцией и соответствующим временным интервалом. Невозможно представить его во главе многомиллионной демонстрации сограждан, как это было, например, с Жаком Шираком после актов агрессивной ксенофобии во Франции или с королем Испании после недавних террористических актов на железной дороге. Иными словами, подобную социальную стратегию вменяемости и соответствующую фигуру коллективного воображения в нашей стране приходится характеризовать не как маргинальную и периферийную, а напротив, как ядерную, структурообразующую, матричную.

Ценой подобной стратегии невключенности выступает хроническая неэффективность власти, порождение и умножение ею неразрешимых ситуаций, своего рода цепная реакция неуправляемости. Раз за разом воспроизводится положение некомпетентности, своего рода хроническая деменция. Если иметь в виду лишь самое последнее время, то власти попадали в подобное положение и в связи с событиями в Чечне (Беслан), и в процессе выборов на Украине, и в сфере социальных реформ (монетизация льгот), и в случаях публичных вспышек ксенофобии и агрессивного национализма в различных точках России. Видимо, вопреки усилиям политтехнологов и менеджеров огосударственного телевидения, социальную действительность не удается "заговорить", загнать на экран и выстроить по удобному для власти ранжиру. Ни стабильности, ни благополучия, ни безопасности россияне в большинстве своем по-прежнему не ощущают. А потому не выходит праздник послушания. Выходит лишь очередной номенклатурный пшик, головотяпство и беспомощность властей, на которые массы отвечают либо привычным равнодушием, либо — и за последний год все чаще — недовольным брожением.