DOI: 10.17976/jpps/2014.03.02

БУДУЩИЙ ВИРТУАЛЬНЫЙ КОММУНИЗМ И ГИПНОВИДЕНИЕ: О МАССОВОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ И МАССОВОЙ ПОЛИТИКЕ

В.Т. Третьяков

ТРЕТЬЯКОВ Виталий Товиевич, журналист-политолог, декан Высшей школы (факультета) телевидения МГУ им. М.В. Ломоносова. Для связи с автором: hstv@bk.ru

Статья поступила в редакцию: 05.04.2014. Принята к печати: 05.06.2014

Статья является журнальным вариантом одной из глав монографии: В. Третьяков. "Теория телевидения. ТВ как неоязычество и как карнавал", выход которой в свет планируется в конце 2014 г.

Аннотация. Современное телевидение – это телевидение для масс, или массовое телевидение. Оно вписано в систему массовой культуры; оно – главный ее ретранслятор и один из главных создателей (даже можно сказать – творцов). В массовом обществе царит телевера (медиавера) – масштабный, фактически глобальный, квазирелигиозный языческий культ. То есть мы имеем дело с массовой верой, одно из главнейших свойств которой – фантомобразующая функция телевидения. Массовая виртуализация жизни – следствие реализации этой функции в круглосуточной и повседневной деятельности телевидения, одна из самых массовых (тотальных) систем (и сетей) мира. Массовое общество есть общество массового потребления, идеал и нереализуемая цель которого – всеобщий (массовый) гедонизм. Телевидение есть СМИ эпохи массового потребления и гедонизма, которые не сводятся к вещному потреблению, но предполагают и культурный гедонизм, т.е. общество массового развлечения как развлечений для масс и в формате массовых развлечений. Массовая культура, получившая возможность непрерывного циркулирования по информационным и прежде всего телевизионным каналам, с неизбежностью приходит к формату карнавала – самого массового из всех известных и возможных видов развлечений. Возникла и развивается посттелевизионная, или сетевая, демократия. Естественно, она складывается как тотальная, но уже не авторитарная, а тоталитарная.

Ключевые слова: виртуальная политика, телевидение, виртуальный коммунизм, гипновидение, карнавал, массовая культура, медиавера, общество спектакля, социомедиаполис.

...Из комплиментарных взглядов на телевидение более всего телевизионщики любят концепцию телевидения как творчества или даже искусства. Но не отвергают они и более критичную по отношению к ним концепцию телевидения как института управления обществом. Тем более что приносит эта теория в своем воплощенном виде им высокий общественный статус и самоуважение, переходящее иногда в гордыню.

Политическая трактовка телевидения настолько понравилась телевизионщикам, что они, до того, казалось бы, полностью утвердившиеся в своем могуществе (или даже всемогуществе), несколько испугались, когда в Интернете появились сетевые СМИ и социальные сети.

Впрочем, испуг был недолгим. Мощнейшие телеканалы стали стремительно осваивать Интернет, оставляя за собой фактически монопольное право на владение национальным телеэфиром.

Трактовка телевидения как искусства позволяет телевизионщикам быть максимально свободными – когда общество предъявляет им счет за безобразия, творящиеся в телеэфире. Политическая трактовка позволяет фактическим владельцам телеэфира быть максимально мощными и влиятельными не только в управлении массами, но и в воздействии по крайней мере на собственно политический слой властвующей и управляющей элиты. Нет сегодня политики и политиков вне телевидения. И этим многое, а, возможно, и все сказано.

В последнее время не стесняются телевизионщики и того, о чем пытались не говорить много, – трактовки телевидения как прежде всего (или не в последнюю очередь) бизнеса. И правда, телевидение – дорогая игрушка. Эта реальность есть очень хороший способ воздействия на власть. Но, как я пытался доказать, ни творчеством, ни политикой, ни бизнесом телевидение не исчерпывается. Беспристрастный и честный анализ это с очевидностью доказывает.

Кадры ли решают все?

Еще более основательный анализ обязывает меня вписать современное телевидение во всю систему современной цивилизации, а не только в отдельные (приятные или неприятные для телебоссов – не важно) – ее составляющие. И это важно. Ибо вопрос звучит так: а может ли наша цивилизация быть тем, чем она сегодня является, без телевидения? Второе: а может ли сегодняшний человек жить без телевидения?

Анализируя телевидение на основе законов его внутреннего функционирования, мы получили знания фактически обо всех механизмах его функционирования и всех функционально главных узлах этого механизма. Механизма, напомню, самодовлеющего, т.е. действующего вне зависимости от попыток внешнего на него воздействия. Смени президента и правительство – политика страны с большой вероятностью изменится. Смени владельца и управляющих мощного (национального) телеканала – изменится ли его вещательная политика? Однозначно на этот вопрос не ответишь.

Когда все вокруг стало массовым

Современное телевидение как феномен (явление и институт) – это *телевидение для масс,* или *массовое телевидение.* Оно вписано в систему *массовой культуры*; оно – главный ее ретранслятор и один из главных создателей (даже можно сказать – творцов). В *массовом обществе* (его доминирование мне, надеюсь, не надо доказывать) царит *телевера (медиавера)* – масштабный, фактически глобальный, квазирелигиозный языческий культ. То есть мы имеем дело с *массовой верой*, одно из главнейших свойств которой – *фантомобразующая* функция (и/или качество) телевидения. *Массовая (глобальная) виртуализация жизни* – следствие реализации этой функции в круглосуточной и повседневной деятельности телевидения, одна из самых *массовых (тотальных) систем (и сетей)* мира.

Массовое общество есть *общество массового потребления,* идеал и нереализуемая цель которого – *всеобщий (массовый) гедонизм.* Телевидение есть СМИ эпохи массового потребления и гедонизма, которые не сводятся к вещному потреблению, но предполагают и *культурный гедонизм*, т.е. *общество массового развлечения* как развлечений для масс и в формате массовых развлечений. Массовая культура, получившая возможность непрерывного циркулирования по информационным и прежде всего телевизионным каналам, с неизбежно-

стью приходит к формату *карнавала* – самого массового из всех известных и возможных видов развлечений.

Парадигма массового общества

Таким образом, мы имеем следующую структуру массового общества:

– *массовое общество;*
– *массовое потребление;*
– *массовая культура;*
– *массовое телевидение;*
– *массовая виртуализация;*
– *массовое развлечение;*
– *массовая политика;*
– *массовое образование;*
– *массовая наука.* (О трех последних феноменах я расскажу ниже.)

Массовая "медиавера" скрепляет собой всю эту структуру и не позволяет ставить под сомнение ни одну из ее составляющих.

Элиты – интеллектуальное гетто или властвующий центр?

А что же политика и политики? Что образование, включая высшее? Что науки, прежде всего естественные? Как они сживаются с обществом, живущим в парадигме всего массового? Или не сживаются? Или противостоят этой парадигме?

Однако чтобы восполнить лапидарность и для кого-то недоказанность моих утверждений, проиллюстрирую их, на мой взгляд, вполне убедительными и яркими примерами.

Массовая политика. Общество спектакля: всюду и во всем

Увы, сегодня политика, что уже показано и доказано, мало чем отличается от массовой культуры. Конечно, главные и настоящие политические решения принимаются там, где нет ни видеокамер, ни микрофонов (разве что есть шпионские жучки конкурентов), но для того и существует институт медиаверы, поддерживающий виртуальную политику для масс как реальность и скрывающий от глаз непосвященных настоящую политику. Приведу несколько, на мой взгляд, бесспорных тезисов.

1) То, что на политическом языке называется *демократией*, давно уже стало *элитократией, или властью элит*, оформленной посредством публичных демократических процедур. Иное (*самопрезентационное*) название элитократии – *меритократия*, т.е. власть достойнейших.

2) Эта система работает (в странах классического Запада) почти без сбоев – пока в правящей элите наблюдается единство относительно национальных интересов (самой элиты и соответствующей страны) и основ стратегии и политики проведения этих интересов в жизнь. Как правило, эта элита оформляет политические декорации страны в виде двух противоборствующих партий, смена у власти которых не приводит к изменению стратегического курса. Вновь возникающие партии, после того как они набирают определенный политический вес, либо поглощаются традиционными (для данной страны) партиями, либо включаются в коалиции с ними. В некоторых странах (наибо-

лее яркий пример – Италия) эта де-факто двухпартийная система существует в виде большего разнообразия регулярно возникающих *квазиновых партий* или партий, время от времени меняющих свои названия.

3) Интеллектуальные качества правящей элиты превышают средний интеллектуальный уровень общества. Ее моральные качества либо равны среднему уровню остального общества, либо даже ниже его (что и позволяет оставаться у власти). Во всяком случае, нет никаких оснований считать, что мораль элиты выше морали остального общества, а тем более нет ни одного доказательства этого.

4) Вообще-то демократия практически всегда, за редкими и, как правило, лежащими далеко в истории, исключениями, существовала и существует в виде элитократии. Но *во второй половине XX в. элитократия (как правило, финансовая элитократия) соединилась с медиакратией.* Последняя, с одной стороны, обеспечивает максимум *внешней публичности политики* (тем самым эффективно маскируя элитократию под демократию), а с другой, позволяет осуществлять управление обществом со стороны элит наиболее незаметным для большинства образом – через *манипуляцию общественным сознанием* при сохранении свободы общественного действия, каковое, естественно, регулируется не приказами и ограничениями, а границами манипуляций.

5) Три ключевых понятия данного политического механизма в свете интересующей нас темы – *"демократия", "публичность" и "медиакратия".* Общество должно считать, что оно само принимает решение, само выбирает себе тех, кто находится у власти, и способно каждодневно контролировать (или хотя бы видеть) все их действия.

Именно это и обеспечивает такое классическое проявление публичной активности, как *театральный спектакль.* Все действующие лица на сцене. Все действие от начала и до конца происходит на глазах публики. Публика имеет возможность проявлять свое отношение как к происходящему на сцене, так и к игре каждого из актеров – аплодировать или освистывать. Особо любимыми публикой театральными действиями являются *комедии* (легкое осмеяние пороков самой публики, самого общества) и *сатиры* – порой очень жесткое обличение пороков власти или властвующих.

При этом *массовая публика никогда не задумывается о том, что любой спектакль ставится по написанной кем-то пьесе, имеет режиссера (самими актерами более всего ценятся режиссеры-диктаторы), распределяющего роли и задающего не только идеологию представления, но и рисунок каждой роли, а также все ключевые повороты действия и реплики.* Хороший режиссер режиссирует (или, по меньшей мере, прогнозирует) и поведение публики (бывает, что и через подсадных уток в рядах зрителей или через профессиональную клаку).

Наконец, массовая публика никогда не задумывается о том, кто и почему выделил деньги на постановку того или иного спектакля, на работу того или иного театра, на заработки и гонорары тем или иным актерам и режиссерам.

Вот политические и культурологические предпосылки возникновения рядом (а точнее – в симбиозе) с обществом массового потребления *общества спектакля* (Ги Дебор).

6) Массовая культура, соединившись с технологическими возможностями телевидения (самого мощного и массового, т.е. тотального, СМИ), создала естественную базу для применения законов театрального действия в современной политике в ее внешних проявлениях *(публичность, массовость, развлекательность).*

7) Ну и, конечно, апофеоз этого – абсолютная *массовизация и виртуализация (телевизионизация) современной политики, т.е. – ее карнавализация.*

Итак, массовая политика сегодня это *театрализованная политика*, *виртуальная политика*, *карнавальная политика*, а *современная демократия есть меняющиеся по законам карнавала политические действа (спектакли), главным из которых являются выборы.*

Но, между прочим, самым радикальным политическим карнавалом является что?

Правильно, *революция.* Что стихийная, что срежиссированная – из разряда так наз. *цветных революций*, в которых, кстати (что хорошо известно) СМИ вообще и телевидение в особенности – тут наиболее ценна как раз та самая картинка, которая *фиксирует и транслирует якобы достоверное*, – играют едва ли не определяющую роль. Между прочим, напомню, что классики марксизма называли революцию *праздником народных масс.*

Все (историческое, провидческое, политическое, культурологическое) сходится в одной точке. Точнее – в одной линзе: в телевидении.

То, что показывают сегодня по телевидению, то и есть современная политика для масс.

Законы современной политики

Ограничусь, дополняя изложенное в предыдущем параграфе и то, что нам хорошо известно о связи современной политики с медиа вообще и с телевидением в частности, изложением следующих характеристик современной политики на фоне политики вообще.

1. Начиная с конца XX в., мы должны фиксировать и констатировать два исторически последовательных типа демократии: *дотелевизионная демократия и телевизионная демократия.* В телевизионной демократии мы пребываем ныне – на современном этапе человеческой истории.

1.1. Телевизионная демократия является бесспорно тотальной и очевидно авторитарной.

1.2. Возникла и развивается *посттелевизионная, или сетевая, демократия.* Естественно, она складывается как тотальная, но уже не авторитарная, а тоталитарная.

2. Поскольку через телевидение как технологию (собственно коммуникацию) и как институт медиаверы и политического управления массами массовая культура смыкается с массовой политикой, т.е. *общество спектакля превращается в общество и политического спектакля тоже*, завоевание власти теперь будет осуществляться, а отчасти уже и осуществляется (пример: от гей-парадов к гей-власти) следующим образом.

Сначала активные (пассионарные и тоталитарные внутри себя) меньшинства завоевывают 1) театральную сцену и выставочные залы, затем 2) киноэкраны, после чего 3) улицы и площади, потом 4) телеэкраны и Сеть, одновременно проникая в 5) образование. И в конечном итоге 6) берут власть, устанавливая свою диктатуру, ибо они меньшинство.

Таковы шесть этапов захвата (приобретения) власти в современном телевизионно-карнавальном обществе. И 4-й этап (захват телевидения) – судя по всему, ключевой, решающий.

Массовое образование

Массовое общество и массовая политика требуют *массовой аудитории*, причем такой, которая, с одной стороны, уверена в своих знаниях, а с другой, имеет этих знаний ровно столько, чтобы, *будучи образованной, таковой не быть*. Важна *самоуверенность*, как показал Ортега-и-Гассет, а не собственно знания. Это с успехом обеспечивает нынешняя система *массового высшего образования*.

Конечно, всякое массовое образование в потенциале своем позитивно. Но проблема в том, что массовость всюду и всегда достигается за счет снижения среднего уровня – в культуре, в политике, всюду. И иного – по определению – быть не может. Кроме того не стоит забывать, что массовое высшее образование на Западе возникло (помимо необходимости обеспечивать кадрами растущую экономику) еще и как система временной (на период максимальной физической активности) резервации для городской молодежи. Фактически тем же занимается ныне и вся гигантская система молодежного шоу-бизнеса. В любом случае *массовое образование воспитывает в нужных параметрах действующего по шкале "свобода–порядок" массового образованного (невежественного) человека*.

Массовая наука

Массовое образование с неизбежностью создает и массовую науку. Ведь молодых людей с дипломами о высшем образовании так много, что часть из них неизбежно желает заниматься наукой. Но научных проблем для всех уже не хватает, равно как и знаний и интеллекта у всех, кто теперь наукой желает заниматься. Не буду далее развивать эту мысль, имеющую косвенное отношение к теме, но главное, что для целей этого исследования важно зафиксировать, сводится к трем пунктам.

1) Массовая наука создает необходимый потенциал людей, которые могут *все научно обосновать и все научно оправдать*. В том числе, например, и необходимость размещения экрана телевизора (*гипновидение*) внутри мозга человека.

2) Массовая наука поставляет телевидению множество героев и экспертов. По крайней мере для того, чтобы изображение на телеэкране не полностью слилось с фотографиями звезд шоу-бизнеса.

3) Массовая наука поставляет кадры непосредственно для обслуживания телепроектов (и вообще проектов массовой культуры) – все более и более объемных и громоздких: тут и психологи, и сексологи, и врачи, и инженеры, не говоря уже о политологах и социологах.

Специалист средних способностей, работающий в науке, не имеет ни серьезного заработка, ни каких-либо карьерных перспектив. Попадая на телевидение или в шоу-бизнес, он сразу получает гораздо большие (а иногда – и очень большие) деньги и карьерные перспективы, которые даже сравнить нельзя с тем, что он имел в стенах лаборатории, в которой обретался после окончания университета.

Так телевидение и массовая культура подчиняют себе науку.

Круг замкнулся: опять медиавера

Все это скрепляется медиаверой – уже не только как верой в то, что показывают медиа (т.е. верой для большинства), но и верой в то, какие возможности (от финансовых до властных) открываются перед тем, кто окажется сначала в числе служителей, а затем – в случае удачи – и в числе жрецов этой религии-церкви.

Кроме того, посредством подчинения науки телевидению медиавера рационализируется: под нее подводится *научное* обоснование, что важно для тех, кто время от времени хочет проверить веру (извините за неизбежную тавтологию) разумом. Хотя бы для того, чтобы успокоить себя или чем-то выделиться из миллионов бездумно и безвольно телеверующих.

По законам карнавала

Поскольку медиавера проявляет себя в виде постоянно длящегося карнавала (теледействия), то и фактически слившаяся с телевидением современная политика живет по законам карнавала – массового и постоянно длящегося действа. А это – как минимум – означает, что данная статья очерчивает не только теорию телевидения, но и теорию современной политической жизни. И вот теперь все сходится – и политическое, и культурологическое, и современное технологическое.

Приведу два достаточно пространных отрывка из работ других авторов.

Политика "до телевидения". Революционная Россия (начало XX в.)

В 1920 г., т.е. почти сто лет назад (и до появления телевидения), министр просвещения большевистского правительства А. Луначарский написал в преддверии праздника 1 Мая статью, которая заслуживает того, чтобы быть процитированной:

> "Является совершенно бесспорным, что главным художественным порождением революции всегда были и будут **народные празднества**. Вообще всякая подлинная **демократия** устремляется естественно к **народному празднеству**. Демократия предполагает **свободную жизнь масс**.
>
> Для того чтобы почувствовать себя, массы должны внешне проявить себя, а это возможно только, когда, по слову Робеспьера, **они сами являются для себя зрелищем**.
>
> Если **организованные массы** проходят **шествием** под музыку, поют хором, исполняют какие-нибудь большие гимнастические маневры или танцы, словом, устраивают своего рода **парад**, но **парад** не военный, а по возможности насыщенный таким содержанием, которое выражало бы идейную сущность, надежды, проклятия и всякие другие **эмоции народа**, – то те, остальные, **неорганизованные массы**, обступающие со всех сторон улицы и площади, где происходит **праздник**, сливаются с этой, организованной, целиком, и, таким образом, можно сказать: весь **народ демонстрирует сам перед собой свою душу**. <...>
>
> Настоящий **праздник должен быть организован**, как все на свете, что имеет тенденцию произвести высокоэстетическое впечатление. <...>
>
> Но необходимо, чтобы всякая такая импровизированная эстрада во всех номерах своих носила **тенденциозный характер**. Хорошо, если в это влит будет просто **безудержный** непосредственный **смех** и т.п."

Кстати, не видится ли в этой статье Луначарского еще и сценарий всех современных массовых действий – демонстраций, праздников, шоу? От эстрадных и спортивных до политических. По-моему, не увидеть этого нельзя.

Тотальное телевидение. Виртуальная политика

А теперь посмотрим, что есть реальная политика для масс (а на выборах голосуют именно массы избирателей) сегодня. Прямо ложится (в качестве примера, хотя там есть и обобщения) в тему публикация в еженедельнике "Коммерсантъ-

Власть" отрывка из книги Эрнеста Султанова. Книга посвящена послевоенной (вплоть до наших дней) Италии. С какого-то момента в описании автора появляются слово *телевидение* и термин *эмтивизация политики*. Предлагаю читателям ознакомиться с выдержками из публикации, памятуя, естественно, о том, что *всякая новая теория может противоречить любым прежним теориям, но не должна противоречить фактам*. Сравните факты, которые обобщил в своем описании политической реальности современной Италии Султанов, с тем, что я предлагаю в качестве *современной теории телевидения*.

"Падение Берлинской стены вызвало кризис локальных брендов не только проигравшей, но и победившей корпорации. Дело в том, что инвестировать в самостоятельные местные проекты в условиях всемирно победившего MTV больше не требовалось. Идеология как выстроенная система принципов стала исчезать из партийной жизни, подменяясь набором пиар-лозунгов. <...> В свою очередь, процесс "эмтивизации" политики отразился на процессе модернизации партий: идеология резко уступила свое место логике "электоральной доходности".

Наконец, самым ярким явлением нового политического периода стал партийно-маркетинговый проект принадлежащей Сильвио Берлускони рекламной компании "Публиталия" (*Publitalia*). Благодаря ей Берлускони еще до своего появления в политике стал самым богатым человеком в Италии. Дело в том, что компания "Медиасет", за которой не было никакого реального имущества, – его телевизионные активы – стала самым квотируемым биржевым лейблом с выросшей в десятки раз стоимостью акций. Этот успех "Публиталия" повторила и в политике. После объявления Берлускони о начале политической карьеры партийный проект "Вперед, Италия!" (*Forza Italia!*) всего за несколько месяцев был раскручен до первого места на выборах. <...>

Другим важным явлением, определившим изменение маркетинговых стратегий партийных корпораций, стала модернизация телевидения: из культурно-образовательного оно превратилось в коммерческо-развлекательное. Экран телевизора стал конкурентом реальной жизни, а избиратель из активного участника политических процессов трансформировался в пассивного потребителя. <...>

Берлускони – это субъект шоу в разных его формах. В одном он выступает как античный герой, который прорвался через полчища злых духов, представлявших систему. Победив, он одновременно навлек на себя их гнев и мщение. Забытые и потерявшие свои привычные капища политики, бизнесмены, священники и активисты от искусства начали устраивать различные козни против него. Эти приключения-испытания и стали сюжетом романтической саги о Сильвио Берлускони. <...>

Рассказы желтой прессы о похождениях Берлускони являются своеобразным обращением к мифу об Одиссее, который откликается на зов сирен, но ускользает из их плена. В этом плане он представляет *альтер эго* итальянских мужчин, внутренне мечтающих вырваться из плена амазонок, жены и матери. А в войне компроматов и записей прослушки вопрос его сексуальной энергии является ключевым. <...>

Реклама конкурентов Берлускони на порядок хуже – в ней нет магии, волшебства принадлежащих Берлускони телепередач. Они пытаются продать что-то реальное, а соответственно, не вызывающее никакого доверия у обыкновенного потребителя политики. Все остальные обещают, но их пропаганда живет в мире 2D, тогда как Берлускони давно уже предлагает формат 3D".

СОЦИОМЕДИАПОЛИС (СМП)

Я бы осмелился предположить, что мы имеем совершенно новую общественно-медийно-политическую систему, где медиа есть и посредник между

обществом и политикой, властью, и информационная система, охватывающая и пронизывающая весь организм, а именно – тотальный *Социально-Медиа-Политический механизм* (или даже уже организм) – *Социомедиаполис (СМП)*.

И телевидение – ключевой орган этого механизма-организма. Если и не его душа, то как раз тот самый третий глаз, которым теперь человек и человечество активнее смотрят на мир в целом (может быть, кроме окрестных пейзажей, где люди все еще ориентируются с помощью двух природных, биологических глаз).

Где мозг этого организма – отдельная тема и важнейшая (для будущего человечества) проблема. Но я говорю лишь о глазе. Ибо даже его значение чрезвычайно велико. Если он сам не является мозгом, что нельзя исключить.

Каким это третье око будет? От этого, во-первых, зависят и сигналы, которые оно передает в мозг, во-вторых, думаю, и работа самого мозга.

Виртуальный коммунизм

Вот что мы видим на базе не только того, что я пытался показать и доказать, но и на основе показаний двух независимых друг от друга и от меня авторов. Один из них (Анатолий Луначарский), еще не подозревая о феномене телевидения, ставил *цель развития демократии для масс*, а другой (Эрнест Султанов) спустя сто лет, в наше время, подробно описал функционирование общества, *уже построенного* (и отнюдь не русскими большевиками) *как демократия для масс (массовая демократия) на основе телевидения*. Он называет это *эмтивизацией* – от названия "глобального" (но, конечно же, американского) молодежного телеканала MTV.

Мы видим, что *проект (мечта) совпадает с выстроенной реальностью*. Если вдуматься – в деталях. И это, конечно, не случайно. И изложенный Луначарским план, и описанная Султановым реальность есть точки траектории развития одной цивилизации – европейской. И если взглянуть на эту траекторию в одной из ее более ранних точек, то мы увидим Маркса и Энгельса с их описанием коммунизма как общества, в котором каждый будет получать по потребностям, отдавая ему то, на что способен.

Эта формула ставила в тупик не только обычных людей (в частности, советских), не могущих уразуметь, как можно установить баланс того, что все хотят получать, и тем, что все же без насилия и принуждения будут производить. Ведь здравый смысл и житейский опыт всех человеческих поколений указывает: получать почти все захотят много, а производить – только столько, сколько будет можно производить без особого труда, скуки и вообще при наличии желания что-то делать. Над этой *главной*, на мой взгляд, *загадкой марксизма* бились некоторые лучшие умы послемарксовой эпохи. Не знаю, кому удалось найти отгадку до сего момента, но, кажется, я ее нашел. И именно работая над теорией телевидения.

Итак, коммунизм – это действительно то общество, в котором (далее цитирую программу построения коммунизма, принятую на XXII съезде КПСС) *все источники общественного богатства польются полным потоком и осуществится великий принцип "от каждого – по способностям, каждому – по потребностям"*. Но только *польются эти источники в той третьей с половиной реальности, в том виртуальном мире, который уже создается, а когда-то будет доведен до совершенства телевидением*.

Реальных богатств на всех, конечно, не хватит, как не хватало всегда. Но зато раньше человечество не умело создавать *богатства виртуальные*, *неотличимые – в сознании массового общества и массового человека – от богатств настоящих, реальных, осязаемых*. А теперь уже почти умеет.

Мечта о коммунизме, о "каждому по потребностям", исчезнуть не может.

Часть этих потребностей, *необходимая для поддержания физического здоровья организма*, будет удовлетворяться реальными продуктами и товарами – для большинства населения нашей цивилизации, если она и дальше будет развиваться так же, как развивается – экономически, политически, культурно (масс-культурно).

А все остальное (сверх нормы физиологического потребления) в натуральном виде будет выдаваться узкому слою управляющей элиты и ее клиентеле, включая интеллектуальную и, естественно, медийную. Только им.

А *всем другим – в виртуальном виде. Каждый сможет иметь у себя дома бесценные ювелирные изделия, шедевры живописи и скульптуры, мебель любой эпохи и любой стоимости. Каждый сможет развлекаться в обществе самых красивых женщин – хоть кинозвезд, хоть героинь с полотен Боттичелли или Рембрандта. Купаться в голубых лагунах и охотиться на самых редких животных, включая и уже исчезнувших. Словом, каждый сможет потреблять по потребностям. Но только это будет виртуальное потребление.*

То же самое, естественно, будет относиться и к демократии, выдаваемой массам из того же рога изобилия. И, соответственно, **коммунизм этот будет виртуальным. Но построен он будет реально.**

Вот к чему ведет нас развитие по его нынешней технологической и политической траектории современного общества. Как видим, телевидение здесь – ключевой элемент системы. Может быть, даже системообразующий.

Вопросов в связи с этим утверждением, собственно, только два. Неизбежен ли такой коммунизм? Понравится ли он нам (всем нам)?

Моя теория телевидения не призвана отвечать на эти вопросы, хотя работа над ней позволила мне открыть приближение виртуального коммунизма (тем самым, разгадав *главную загадку марксизма*) и поставить эти два вопроса.

Моральный выбор, стоящий перед работниками телевидения

Но перед работниками телевидения – творческими и техническими, рядовыми и руководителями, перед всеми – естественным и неизбежным образом встает вопрос, который до сих пор большинство из них игнорирует или просто не замечает: а что им, работникам телевидения, делать перед лицом такой перспективы?

Уверяю всех, что рано или поздно, причем довольно скоро, этот выбор придется делать. Просто *Система социомедиаполиса* начнет функционировать не как неоформленная сумма отдельных импульсов и разнонаправленных передач, часть из которых (но только часть) очевидно, обманывают и заставляют обманывать аудиторию, держат ее в узде виртуального невежества. Система начнет работать как Система – жестко, дисциплинированно, тотально.

Выбор моральный и лично-профессиональный

Тот выбор, о котором я говорю, не имеет никакого отношения к рутинному моральному профессиональному выбору, который каждый, работающий в сфере СМИ (а на телевидении – тем более, ибо это самая жесткая, фактически военизированная система), делает при подготовке почти любого более или менее значимого сюжета или участвуя в создании почти любого телепродукта.

Тут все ясно: еще в своем учебнике журналистики я сформулировал, что есть профессиональная журналистская мораль и чем она отличается от общечеловеческой (приведу эту формулировку дословно):

Всякая профессиональная мораль, в том числе и журналистская, есть отступление от идеальной морали ровно на ту дистанцию, которая требуется для профессионального выполнения своей работы. Именно это создает реальную, а не мифическую аморальность любой профессии. Журналистика в целом аморальна ровно в той мере, в какой она профессиональна. Тот, кто в этой максиме видит особо циничное признание, пусть вспомнит палача (если законодательно такая профессия сохраняется в обществе). Задайтесь вопросом: аморален ли он сам или общество (закон), востребовавшее эту профессию?

Я считаю, что в целом сегодняшнее телевидение, как западное, так и российское, уже давно постоянно преступает границу, отделяющую моральное от аморального. И тенденция тут однозначна – выход на поле аморальности становится для телевидения правилом, а не исключением.

Системный моральный выбор

Как ответить на системный моральный выбор, перед которым современное телевидение ставит не только отдельно взятого телеработника, а общество в целом?

По-моему, прежде всего нужно *осознать и честно признать, что телевидение – это чужая свобода, выдаваемая за твою.* Далее – индивидуальная и общественная (через публичную дискуссию) оценка опасности.

Следующее, естественно, решение: что делать, а чего не делать?

Я считаю, что опасность велика, что эта опасность экзистенциальная, то есть вопрос стоит не так: делать или не делать что-либо? Конечно, ради выживания (не только физического) человечества – делать! А вот что делать, это уже вопрос не для статьи и, возможно, даже не для книги.

Бахтин М.М. 1990. *Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса.* М.: Худ.лит.

Луначарский А.В. 1965. *О народных празднествах. Сборник: Луначарский А. В., Почему нельзя верить в Бога?* М. С. 359-362.

Ортега-и-Гассет Х. 2005. *Восстание масс.* М.: АСТ. 272 с.

Султанов Э. Италия: история корпоративных войн. – *Коммерсантъ-Власть*, 13.01. 2014, № 1.

Третьяков В.Т. 2010. *Как стать знаменитым журналистом. Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики.* М.: Алгоритм.

Третьяков В.Т. 2011. *Современные проблемы российской журналистики.* СПб.: Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов. 46 с.

DOI: 10.17976/jpps/2014.03.02

FUTURE VIRTUAL COMMUNISM AND HYPNOVISION: ON MASS TELEVISION AND MASS POLITICS

V.T. Tretyakov[1]

[1] *M.V. Lomonosov Moscow State University. Moscow, Russia*

TRETYAKOV Vitaly Tovievich, journalist, political scientist; Dean, Higher School of Television. Email: hstv@bk.ru

Acknowledgements. The article is a journal version of a chapter in the author's monograph "Television Theory: TV as a Neo-Paganisim and as Carnival," that is to be out in late 2014.

Received: 05.04.2014. Accepted: 05.06.2014

Abstract. Modern television is television for the masses, or mass television. It is inscribed in the system of mass culture; it is the main means of its relay and one of its sources (it might be even said – creators). Mass society is consumed with telebelief (media-belief) – a large-scale, in fact global quasi-religious pagan cult. So, we deal with mass belief, and the manifestation of one of its most important properties is the phantom-forming function of TV. The mass virtualization of life is consequence of the realization of this function in the round-the-clock and everyday activity of TV – one of the most mass-scale (total) systems (and networks) of the world. Mass society is inevitably a mass consumption society, whose ideal and unrealized purpose may be presented as universal (mass-scale) hedonism. TV is the mass media which is inherent in the epoch of mass communication and hedonism, and these are not reducible to consumption of things, but suggest also cultural hedonism, i.e. society of mass entertainment meant as entertainment for the masses and in the format of mass entertainment. Mass culture, being able to continuously circulate in the information channels, and first of all in the TV channels, inevitably comes to the format of carnival – the most mass-scale of all known and of all possible forms of entertainment. Post-television form, or network form, of democracy has appeared and is developing. Naturally, it is shaping as a total one, but this time not as authoritarian, but as totalitarian one.

Keywords: virtual politics, television, virtual communism, hypnovision, carnival, mass culture, media-belief, spectacular society, socio-media-polis.

References

Bahtin M.M. *Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaja kul'tura srednevekov'ja i Renessansa (1930, 1970 gg.)* [Works of Fransua Rable and Popular Culture of Middle Age and Renaissance (1930, 1970)]. Moscow. 1965.

Lunacharskij A.V. O narodnyh prazdnestvah [About Popular Feasts]. – *Pochemu nel'zja verit' v Boga?* [Why God should not be Believed in?]. Moscow. 1965. P. 359-362.

Ortega y Gasset H. The Revolt of the Masses (Russ. ed.: Ortega y Gasset H. *Vosstanie mass.* Moscow: AST. 2005. 272 p.).

Sultanov E. Italy: History of Corporate Wars. – *Commersant-Vlast'*. 2014. No. 1. 13.01 (In Russ.)

Tretjakov V.T. *Kak stat' znamenitym zhurnalistom. Kurs lekcij po teorii i praktike sovremennoj russkoj zhurnalistiki* [How to Become a Famous Journalist. Lectures on Theory and Practice of Modern Russian Journalism]. Moscow: Ladomir. 2004; Algorythm. 2010. 289 p.

Tretjakov V.T. Sovremennye problemy rossijskoj zhurnalistiki [Actual Problems of Russian Journalism]. Saint-Petersburg: Saint-Petersburg Humanitarian University of Labor Unions. 2011. 46 p.