

«Ватикан» западнизма

Выражением «массмедиа» или просто «медиа» принято обозначать совокупность таких явлений современного западного мира, как радио, телевидение, газеты, журналы, различные пе-

риодические, спорадические и одноразовые издания типа газет и журналов, а также другие средства, выполняющие аналогичные функции.

После Второй мировой войны в эволюции западной медиа произошел грандиозный качественный «скачок» — она оформилась в одну из важнейших сфер общества. Так что ее теперь следует рассматривать не просто как множество разрозненных явлений со сходными свойствами, а как единое целое со сложной структурой, с разнообразными частями и функциями. Исторические условия этого «скачка» суть следующие: 1) колоссальный количественный рост составных элементов медиа; 2) их техническое усовершенствование; 3) изобретение новых средств; 4) усовершенствование их работы; 5) возникновение разнообразных связей между ними; 6) расширение сферы их деятельности и усиление их роли в общественной жизни.

Конечно, медиа есть одна из сфер приложения и активности капиталов и интересов государства. Но сводить ее к этому ошибочно. Она есть нечто большее, выходящее за рамки бизнеса и политики. Это, можно сказать, есть «третья сила» западнизма. Это — и информация, и дезинформация, и апологетика, и критика, и услуги властям и бизнесу, и оппозиция власти и бизнесу, и проповедь морали, и проповедь разврата, и просвещение, и оглушение, и борьба идей и интересов, и отражение жизни, и искажение реальности, и делание жизни, короче говоря, квинтэссенция общественной жизни во всех проявлениях ее субъективного фактора. Медиа есть арена общественной жизни, ставшая сама одним из важнейших факторов этой жизни. Она состоит из десятков тысяч учреждений, организаций, предприятий. В ее работу вовлечены в качестве сотрудников сотни тысяч людей. Она привлекает для участия в своей работе миллионы людей всех социальных категорий. Медиа — это могущественный инструмент формирования сознания, чувств и вкусов огромных масс людей и инструмент воздействия на них в желаемом для кого-то духе. Но это такой инструмент, который сам осознает себя в качестве силы, использующей всех прочих и все остальное в качестве инструмента своей власти над обществом.

Формально не существует единый центр управления медиа. Но фактически она функционирует так, как будто получает инструкции из некоего руководящего центра наподобие ЦК КПСС. Тут есть своя «невидимая рука». Она почти совсем не изучена научно. Данные о ней редко попадают в печать. Ее образует сравнительно небольшое число лиц, которые санкционируют рекомендации, выработанные более широким кругом политиков, бизнесменов, политологов, журналистов, советников и т.д., и подают сигнал к согласованной деятельности медиа по определенным проблемам. Имеется большое число опытных сотрудников учреждений медиа, которые сразу угадывают новую установку и даже опережают «высшую инстанцию». И в дело немедленно вступает огромная армия исполнителей, готовых выполнить любые задания в духе новой установки. Между людьми, образующими этот механизм, имеют место бесчисленные личные контакты.

Медиа стала не орудием сбора и распространения информации, производимой кем-то другим, а производителем, контролем и властителем информации. Она имеет свои мощные и профессионально обученные кадры для этого. В ее распоряжении фактически все силы общества, как-то связанные с информацией. Она формирует информацию по своим правилам, придает информации вид, отвечающий ее интересам. Информационный поток, минующий ее, ничтожен сравнительно с тем, какой проходит через нее, а роль его еще ничтожнее. Она сконцентрировала в себе основные и наиболее влиятельные информационные потоки и силы общества.

Медиа вторгается во все сферы общества — в политику, экономику, культуру, науку, спорт, бытовую жизнь. Ей до всего есть дело. Она не просто влияет на умы и чувства людей. Она проявляет власть над ними, причем власть диктаторскую. Эта власть осуществляется по многим каналам. Назову основные из них.

Медиа буквально приковывает к себе внимание подавляющего большинства населения западных стран, снабжая людей в изобилии практически любой нужной им информацией, сплетнями, развлечениями, сенсациями. Она обладает для этого неограниченными средствами, самой совершенной техно-

логией и отработанными приемами. Невозможно подсчитать, сколько времени и сил тратят люди, просиживая перед телевизорами, читая газеты и журналы, слушая радио. Никакая церковь не может с этой точки зрения сравниться с «церковью» западнизма. Она удобна и с точки зрения способа вовлечения людей в ее деятельность. Человек может потреблять продукцию медиа в одиночку, сидя дома, находясь в транспорте, даже во время работы.

Вторым важнейшим каналом всевластия медиа является то, что она контролирует и направляет всю интеллектуальную и творческую деятельность общества, создавая публицити творцам произведений культуры, давая им оценку, отбирая их, показывая их. Медиа присвоила себе функции публичного судьи того, что производит культура, предопределяя само это производство с точки зрения тематики, идейной ориентации и эстетических вкусов. Она определяет то, какой круг людей выпускается на арену культуры, какие произведения, какие идеи, какие моды. Не гений и ум творцов произведений культуры определяют их судьбу, а отношение к ним массмедиа. Она в состоянии возвеличить ничтожное и бездарное, если оно соответствует ее интересам и конъюнктуре, и не допустить к жизни великое и талантливое, если такого соответствия нет.

Третьим важнейшим каналом всевластия медиа является то, что она дает трибуну политикам и арену для политических спектаклей. Она раздувает и использует непомерное тщеславие политиков. Она влияет на их успехи и неудачи, порою роковым образом. Без нее немыслимы никакие выборные кампании, парламентские баталии, встречи, визиты, выступления, демонстрации, массовые движения, партийные мероприятия и вообще все важнейшие явления общественно-политической жизни западных стран.

Наконец, медиа сконцентрировала в себе общественное мнение и гражданское общество, став их рупором и одновременно лишив их самостоятельности. Они нашли в медиа свою организующую силу, отчуждая ей свою собственную независимость и власть. Медиа стала чем-то вроде «государства» для внегосударственной жизни общества.

Средства медиа могут принадлежать частным лицам, государству, общественным организациям, корпорациям, банкам. Ее могут использовать крупный капитал, правительство, какие-то клики и группы. Но все это не лишает ее той роли, какую она играет в обществе, и ее положения в системе прочих социальных феноменов. Она занимает такое положение и играет такую роль в обществе, которые позволяют ей со своей стороны диктовать свою волю всем тем, кто в какой-то мере манипулирует ею, и своим формальным хозяевам. Все те, кто считается ее хозяевами и манипуляторами, вынуждены сами подчиняться тем условиям, благодаря которым они хозяйничают и манипулируют медиа. Тут скорее имеют место сговор и дележ власти между более или менее равными по силе сообщниками, чем отношение господства и подчинения. Хозяин газеты, например, влияет на политическую линию газеты. Но одновременно он сам подвластен своей газете как феномену, играющему особую роль в обществе.

Медиа есть безликое божество западного общества, которому поклоняются и все те, кто считается или воображает себя ее хозяевами и начальниками. Самое большое, что на самом деле эти люди делают, — это прислуживание своему божеству в качестве его жрецов, разумеется, за хорошую плату и за прибыли. Медиа есть социальный феномен, концентрирующий и фокусирующий в себе силу безликих единичек общественного целого — зрителей, читателей, ученых, артистов, идеологов, политиков, спортсменов и прочих граждан. Это их коллективная власть, выступающая по отношению к каждому из них по отдельности как власть абсолютная. Это есть превосходно организованный и функционирующий механизм сверхидеологии западнизма.