

С Е Р И Я

П О Л И Т И Ч Е С К А Я

Т Е О Р И Я

DEMOCRACY
and MEDIA
DECADENCE

JOHN KEANE

ДЕМОКРАТИЯ И ДЕКАДАНС МЕДИА

ДЖОН КИН

Перевод с английского
ДМИТРИЯ КРАЛЕЧКИНА



*Издательский дом
Высшей школы экономики*
МОСКВА, 2015

УДК 321.7:659

ББК 66.0

К41

Составитель серии

ВАЛЕРИЙ АНАШВИЛИ

Научный редактор

АРТЕМ СМИРНОВ

Дизайн серии

ВАЛЕРИЙ КОРШУНОВ

Кин, Дж.

- К41 Демократия и декаданс медиа [Текст] / пер. с англ. Д. Кра-
лечкина; под науч. ред. А. Смирнова; Нац. исслед. ун-т
«Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей шко-
лы экономики, 2015. — 312 с. — (Политическая теория). —
1000 экз. — ISBN 978-5-7598-1202-9 (в пер.).

Мы живем в революционную эпоху коммуникационного изобилия, ког-
да многие инновации в области медиа, начиная со спутникового вещания
и заканчивая умными очками или электронными книгами, вызывают не-
малое восхищение. В политической сфере большие надежды возлагаются на
цифровую демократию, киберграждан и электронное правительство. Автор
считает, что во многих весьма важных отношениях коммуникационное изо-
билие радикально меняет очертания нашей жизни и нашей политики, как
правило, в лучшую сторону. Однако он поднимает вопрос, почему так мало
внимания уделяется тревожным противоположным тенденциям, декадент-
ским процессам в области медиа, которые поощряют общественное молча-
ние и концентрацию неограниченной власти, ослабляя тем самым дух и силы
демократии. Исследуя примеры сложного государственного надзора, рыноч-
ной цензуры, тактик раскручивания и теневого пиара, Кин пытается понять
эти тенденции, выяснить, как лучше всего работать с ними, и утверждает,
что «декаданс медиа» наносит значительный вред общественной жизни.

УДК 321.7:659

ББК 66.0

В оформлении обложки использован фрагмент картины Константина
Батынкова «Цирк».

Published in the United States of America by Cambridge University Press,
New York.

ISBN 978-1-107-04177-6 (англ.)

ISBN 978-5-7598-1202-9 (рус.)

© John Keane 2013

© Перевод на рус. яз., оформление.
Издательский дом
Высшей школы экономики, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

БЛАГОДАРНОСТИ.....	7
I. КОММУНИКАЦИОННОЕ ИЗОБИЛИЕ.....	8
НОВШЕСТВА.....	17
ДИКИЕ ИДЕИ.....	27
ДЕМОКРАТИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИИ.....	37
GOOGLE.....	42
НОВАЯ ПУБЛИЧНОСТЬ.....	46
НОВОЕ МАКРЕКЕРСТВО.....	56
WIKILEAKS.....	70
НЕИЗБРАННЫЕ ПРЕДСТАВИТЕЛИ.....	74
ТРАНСГРАНИЧНАЯ ПУБЛИКА.....	86
II. МОНИТОРНАЯ ДЕМОКРАТИЯ.....	101
МОНИТОРНЫЕ МЕХАНИЗМЫ.....	106
ОДИН ЧЕЛОВЕК, МНОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ.....	111
ВОЗМОЖНЫЕ НЕДОРАЗУМЕНЕНИЯ.....	116
КАКОВЫ ПРИЧИНЫ МОНИТОРНОЙ ДЕМОКРАТИИ?.....	125
КОММУНИКАЦИОННОЕ ИЗОБИЛИЕ.....	132
III. ДЕКАДАНС МЕДИА.....	141
ПОБЕДИТЕЛИ И ПРОИГРАВШИЕ.....	144
ДЕКАДАНС МЕДИА.....	152
ПОВСЕДНЕВНАЯ ЖИЗНЬ: УЛЫИ И ЭХО-КАМЕРЫ... ..	156
БЕССМЫСЛЕННЫЙ ФЛЕЙМ.....	161
ДЕТСТВО.....	167
НОСТАЛЬГИЯ.....	170

ХАКЕРСТВО	180
ЗАКРЫТЫЕ СООБЩЕСТВА	189
НИЖНИЙ МИР ГИПЕРССЫЛОК	193
ПРИНЦИП МАЙНОТА	205
МЕДИАМАГНАТЫ	208
АБУ-ДАБИ	214
МЕДИАКРАТИЯ	219
КУРАТОРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ	230
ОТНОШЕНИЯ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	234
... И ЛОББИРОВАНИЕ	236
IV. ПРОТИВНИКИ ДЕМОКРАТИИ	243
ГЛЯДЯ НАЗАД, ГЛЯДЯ ВПЕРЕД	244
КИТАЙСКИЙ ЛАБИРИНТ	249
ЛОШАДКА ИЗ ТРАВЫ И ГРЯЗИ	257
БАЛАНСИРОВАНИЕ НА СКОЛЬЗКОМ ЯЙЦЕ	264
V. ЗАЧЕМ НУЖНА	
СВОБОДА ПУБЛИЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ?	269
ВОСПОМИНАНИЯ О ПРОШЛОМ?	270
СВОЕВОЛЬНАЯ ВЛАСТЬ	277
СКРЫТАЯ ВЛАСТЬ	279
ВЛАСТЬ МОЛЧАНИЯ	284
МОЛЧАНИЕ	288
КАТАСТРОФЫ	291
ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ	297
СВОБОДА КОММУНИКАЦИИ:	
НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ	301

БЛАГОДАРНОСТИ

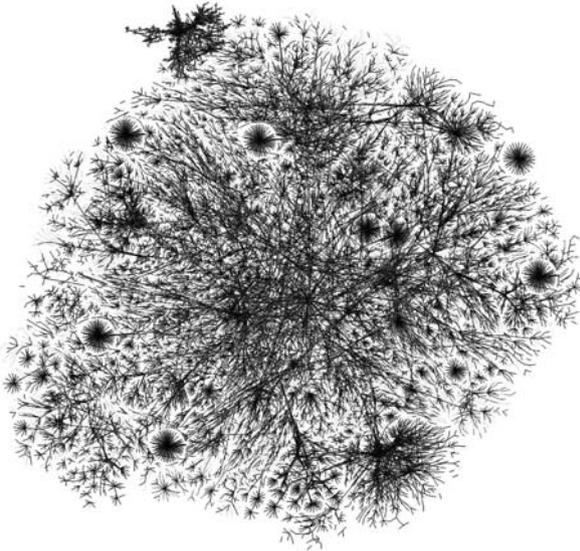
Я выражаю искреннюю признательность за общую поддержку исследования, оказанную Университетом Сиднея, Берлинским научным центром социологических исследований (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, WZB), Европейским советом по научным исследованиям (ERC Project), центром «Медиа и демократия в Центральной и Восточной Европе» Оксфордского университета.

I. Коммуникационное изобилие

В начале была первая в истории всемирная спутниковая трансляция — с Beatles, Марией Каллас, Маршаллом Маклюэном, Пабло Пикассо, — которую посмотрели в прямом эфире до 400 млн человек. Выглядело это так: высоченные мэйнфреймы и централизованные системы обмена сообщениями, которые многочисленные пользователи отправляли со своих удаленных коммутируемых терминалов, уже существовавших в те времена. Затем появились сервисы электронной почты, факсы, фотокопировальные машины, видеомагнитофоны и персональные компьютеры. Сегодня у нас есть электронные книги, облачные вычисления, сканеры, умные часы и умные очки, твиты, сотовые телефоны, превратившиеся в спутниковые навигаторы, музыкальные инструменты и многопользовательские видеочаты. Даже изобретателям неясно, что будет дальше, однако эти и другие изобретения в сфере медиа, вышедшие на рынок только в последние десятилетия, убедили многих в том, что мы живем в революционную эпоху коммуникационного изобилия.

В соответствии с духом революции и историей всех прежних переворотов в способах коммуникации увлеченность, смешанная с возбуждением, подогревает смелые разговоры о преодолении телевидения, исчезновении печатных газет, вымирании бумажных книг и даже о конце грамотности в том виде, в каком она нам известна. В эпицентре этой революции — почти всеобщая уверенность в том, что время дефицита эфирных частот, массового широкого вещания, предсказуемых национальных аудиторий прайм-тайма прошло и что всему этому идет на смену изобилие частот, фрагментированное узкое вещание и менее предсказуемые аудитории «длинного хвоста»¹. Революционная эпоха коммуникационного изобилия, символизируемая Интернетом, изображения которого сильно напоминают снежинки (илл. 1), структурируется новой мировой системой перекрывающихся и взаимосвязанных медиаустройств. Впервые в истории

¹ Наиболее известной работой является книга Криса Андерсона: *Anderson C. The Long Tail, or Why the Future of Business Is Selling Less of More.* N.Y.: Hyperion, 2006 (рус. пер.: *Андерсон К. Длинный хвост. Новая модель ведения бизнеса.* М.: Вершина, 2008).



Илл. 1. Компьютерное изображение (splat map) глобального интернет-трафика; закрашено по адресам интернет-провайдеров. Автор — Джованни Наварриа (Giovanni Navarria)

эти устройства, созданные на базе дешевых микропроцессоров, объединяют тексты, звуки и образы в цифровой, компактной, легко хранимой, воспроизводимой и транспортабельной форме. Коммуникационное изобилие позволяет отправлять и получать сообщения через многопользовательские интерфейсы в заданное время (как реальное, так и с отсрочкой) в рамках модульных, но в конечном счете глобальных сетей, которые доступны и в финансовом отношении, и физически нескольким миллиардам людей, рассеянным по всему земному шару.

Потенциал этого нового способа коммуникации впечатляет, однако нельзя слепо переоценивать его разрушительную силу и его положительные последствия. Коммуникационное изобилие не приведет к раю на Земле. Большинство людей «участвует» в этой глобальной коммуникационной революции лишь косвенно. Неумолимые факты коммуникационной бедности нельзя игнорировать: большая часть мирового населения (сегодня приближающегося к 7 млрд человек) все еще слишком бедна, чтобы купить книгу; по крайней мере треть никогда не звонила по те-

лефону, и только у трети есть доступ к Интернету, картина распределения которого отличается крайней неравномерностью и значительным разрывом между теми, у кого есть доступ к его инструментам и техникам, и «интернет-спецами»². В средах, наиболее насыщенных медиа, например, в обществах Исландии, Южной Кореи и Сингапура, цифровые границы, определяемые возрастными, половыми, классовыми, национальными и физическими различиями, видны невооруженным глазом. Даже среди молодежи, которая в богатых обществах считается наиболее грамотной в цифровом отношении стратой населения, социальное неравенство в доступе и способах применения цифровых медиа просто поражает³.

Все эти моменты должны отрезвлять нас. Тем не менее происходящая ныне революция в области коммуникаций — это всемирный феномен, который ставит под вопрос обычные разговоры о разделении между бедными и богатыми, между Севером и Югом. В самых разных регионах наблюдается взрывной рост информационных потоков. В глобальном масштабе сегодня, по общим оценкам, каждый день возникает 2,5 квинтлн байтов новых данных; примерно 90% существующих сегодня данных были созданы за последние два года; ожидается, что в период до 2020 г. благодаря все более расширяющемуся использованию смартфонов, планшетов, социальных сетей, электронной почты и других форм цифровой коммуникации глобальный объем цифровой информации будет удваиваться каждые два года. Под влиянием подобной динамики некоторые локальные тренды приводят к весьма странным результатам: например, мобильные телефоны сегодня для африканцев доступнее, чем чистая питьевая вода; в Южной Африке, отличающейся наиболее энергичной на континенте, хотя все еще страдающей от сильного социального неравенства экономикой со значительной долей (примерно 40%) людей, живущих в бедности, агрегированное использование мобильных телефонов резко выросло в последнее десятилетие.

² См. различные подборки данных и иллюстраций на сайте: <www.internetworldstats.com/stats.htm>. Время доступа — 10 января 2012 г.

³ *Witte J.C., Mannon S.E.* The Internet and Social Inequalities. N.Y.: Routledge, 2010; *Nakamura L.* Digitizing Race: Visual Cultures of the Internet. Minneapolis: University of Minneapolis Press, 2008; *Livingstone S., Helsper E.* Gradations in Digital Inclusion: Children, Young People and the Digital Divide // *New Media & Society*. 2007. Vol. 9. P. 671–696.

тие — более чем в четыре раза (примерно с 17% в 2000 г. до 76% в 2010 г.), так что теперь значительная часть южноафриканских граждан отдает мобильным телефонам (если они им по карману) приоритет перед радио, телевидением или персональным компьютером⁴. В других странах, даже столь разных, как Индия, США, Южная Корея и страны Европейского Союза, все больше данных, указывающих на то, что многие люди постоянно ощущают сдвиг и в то же время прогресс в способах коммуникации, влияющий и на бытовые мелочи. Нравится это людям или нет, старые привычки, связанные с широкоэшелательными средствами информации, отмирают, а кое-где они уже умерли и похоронены. Показательным примером является Индия: до 1991 г. в стране был только один государственный телеканал, однако последующее быстрое распространение независимых спутниковых каналов привело не только к умножению числа новостных каналов, но и к появлению иных жанров, среди которых — регулярные ток-шоу на политические темы, мультфильмы и кукольные постановки с элементами политической сатиры, ежедневные опросы общественного мнения через СМС-сообщения. И все это сопровождается распространением «гражданских журналистов», которые отсылают свои видеоклипы через компьютеры и мобильные телефоны⁵. В Индии, как и в других демократических странах, радио, телевидение и обычная болтовня все еще остаются главными источниками новостей и развлечений для многих граждан; в разных частях света это единственные доступные средства информации. Однако в эпицентре коммуникационного изобилия массовая аудитория, постоянно следящая за широкоэшелательными радио- и телепередачами, стала исключением. Вместо нее развиваются многочисленные аудитории разных форм и размеров, которым помогают распределенные коммуникации, радикально увеличивающие возможности выбора: теперь люди

⁴ Оценки роста информационных потоков основаны на недавних исследованиях IBM и International Data Corporation. См. данные, представленные в: *Technology Revolution Moves Mountains of Data // International Herald Tribune*. 2013. 10 June. P. 1, 8; данные по Южной Африке взяты из: *Hutton J. Mobile Phones Dominate in South Africa*. 2011. <<http://blog.nielsen.com/nielsenwire/global/mobile-phonesdominate-in-south-africa>>. Время доступа — 22 сентября 2011 г.

⁵ *Mehta N. Television in India: Satellites, Politics and Cultural Change*. L.; N.Y.: Routledge, 2008.

могут выбирать, когда, каким образом и на каком расстоянии общаться друг с другом.

Революция коммуникаций, которая дала миру телеграф и телефон, вызвала небывалое оживление. На тематических панно в Бостонской библиотеке, выполненных знаменитым художником XIX в. Пюви де Шаванном, телеграф и телефон изображены в виде двух женских фигур, которые витают над электрическими проводами; подпись гласит: «При чудесном содействии электричества речь мчится через пространство и с быстротой молнии доносит до нас волны хороших и плохих новостей». Коммуникационное изобилие вызывает схожее с переданным на этой картине горячее ощущение брожения и жара. Кажется, что настоящее отягощено радикальной неопределенностью, не позволяющей предугадать будущие тренды.

Рассмотрим несколько небольших примеров, среди которых процессы в секторе коммерческой музыки, где (как утверждают представители индустрии) авторское право на какое-то время было аннулировано простыми технологиями воспроизведения и бесплатными методами электронной загрузки, которые грозят свести на нет доходы звукозаписывающих компаний. Кассета видеомэгафона пришла на смену грампластинке, но вскоре ее заменил компакт-диск, которому сегодня тоже нашлась замена — mp3-плееры. Или посмотрите на то, что происходит в области электронных книг. Несмотря на заверения тех, кто считал, что «книга — это как ложка, молоток, колесо или ножницы: после того, как они были изобретены, ничего лучшего уже не придумаешь»⁶, производители планшетных устройств для чтения и сетевые продавцы бумажных и электронных книг оказывают значительное давление на ценообразование и методы распространения традиционных для книгоиздания бизнес-моделей. Как и в случае бесплатной или дешевой музыки, загружаемой из сети, книги, поставляемые в цифровой форме, вызывают серьезные вопросы — но уже не о том, какую роль в будущем будут играть традиционные книгоиздатели, а о том, останутся ли книги в той или иной форме и избирательное

⁶ Умберто Эко в разговоре с Жаном-Клодом Карьером: *Eco U., Carrière J.-C. This is Not the End of the Book: A Conversation about the Past, Present and Future.* L.: Harvill Secker, 2011. P. 4 (рус. пер.: Эко У., Карьер Ж.-К. Не надейтесь избавиться от книг! СПб.: Симпозиум, 2010).

«чтение ради чтения» важным средством извлечения смысла из жизненных впечатлений, лучшим и наиболее приятным противоядием от бесчувственности скучной и пустой жизни в эпоху мультимедийных развлечений⁷. Потрясения и сдвиги заметны и в мире газет, где ряд факторов — падение рекламных доходов, слияния и поглощения, независимая гражданская журналистика, конкуренция со стороны электронных устройств и меняющиеся общественные представления о новостях и развлечениях — вызвали глубокую обеспокоенность будущим массовых бумажных газет. Некоторые комментаторы даже предсказывают, что со временем они полностью исчезнут с уличных развалов, из кафе и с кухонных столов.

Беспокойную возбужденность, вызванную наступлением коммуникационного изобилия, часто сложно истолковать; предсказания экспертов оценить также достаточно трудно. С определенной долей уверенности можно сказать, что мириады изменений в сфере коммуникаций предвещают исторический сдвиг, которым завершится эпоха широкого теле- и радиовещания на ограниченном числе эфирных частот. Ушли те времена, когда, как, например, в 1950-х, транслировавшийся по американскому телевидению ситком «Я люблю Люси» смотрели более чем 70% семей, имевших телевизоры, или когда еще больше семей (примерно 83%) смотрели выступление Элвиса Пресли в «Шоу Эда Салливана». Остались в прошлом дни (которые я помню), когда дети играли с самодельными телефонами из консервных банок, соединенных проволокой; больше не бывает вечеров, когда детей сначала загоняли бы в ванную комнату, чистили им уши, а затем, одев в халатики и усадив на диван, заставляли бы в полном молчании слушать радио. Порой прямые телевизионные трансляции (спортивных состязаний, политических событий, катастроф и конкурсов певцов) еще соединяют разрозненные аудитории, однако воспоминания об эпохе массового широкого вещания и его различных средствах коммуникации быстро выветриваются.

В гуще современной революции у людей больше нет телефонных справочников, и они не запоминают номера телефонов

⁷ См.: *Jacobs A. The Pleasures of Reading in an Age of Distraction. Oxford: Oxford University Press, 2011*; преемственность между бумажными книгами и электронными подчеркивается в работе: *Piper A. Book Was There: Reading in Electronic Times. Chicago: University of Chicago Press, 2012.*

наизусть. У большинства людей уже не бывает случаев, когда бы их волновал заранее заказанный телефонный звонок в другой город. В старых документальных фильмах можно увидеть интервью с людьми, которые смотрят в камеру с нервной враждебностью, но теперь такого не бывает; камеры, раньше считавшиеся инструментом вторжения в личную жизнь, сегодня стали своеобразными усилителями значимости каждого. При упоминании о радио можно ожидать лишь смешков; и никто не думает о том, что бакелитовое ламповое радио является источником ретронима, используемого для описания беспроводных соединений различных стационарных и переносных устройств связи, как больших, так и малых. Печатные машинки встречаются только в магазинчиках сувениров. Пейджеры почти забыты. Старые шутки о телевидении, которое называли жевательной резинкой для глаз и «средним» (*medium*), поскольку оно не является ни редким, ни высококачественным, сегодня кажутся плоскими. Даже «диванный овощ» представляется фигурой из далекого прошлого. Немногие люди задумываются о превращении слова «text» в глагол*. Написание и получение рукописных писем и почтовых открыток стали редким ностальгическим удовольствием, а такие формальные прощания, как «Искренне Ваш» или «С совершенным почтением», давно уступили место выражениям вроде «всего наилучшего», «спасибо», «мои поздравления» или просто пробелу.

У многих занятых, хорошо образованных людей почти не бывает свободного времени; быстро приходит в упадок искусство ничегонеделания или созерцания видов из окна; та же судьба постигла еще одно древнее удовольствие, по крайней мере если говорить о людях, которые могут его себе позволить, — чтение хорошей книги, с которой можно забраться под одеяло. То же самое можно сказать об одиноких прогулках по парку без самсунга в руке или айпода, вставленного в ухо. Вскоре после публикации этой книги приводимые в ней примеры будут казаться устаревшими, на смену им придут (к примеру) мобильные телефоны с лазерными клавиатурами и голографическими дисплеями или миниатюрные компьютеры, которые будут носить как ручные часы, но все это лишь подтвердит общий тренд. В крайне разных условиях Сеула, Лондона и Мумбаи на-

* to text — отправлять СМС-сообщения, «эсэмэсить». — *Примеч. пер.*

блюдается одна и та же картина: многие офисные работники подтверждают то, что обеденное время они тратят на быстрый перекус, совмещаемый с просмотром электронной почты или Интернета, а не на физический отдых от рабочего места; члены семей говорят, что совместный просмотр телевизора, если не брать спортивных программ и реалити-шоу, больше не способен соперничать с магнетическим притяжением мобильных телефонов, планшетов и настольных компьютеров; а подрастающее поколение, встраивающееся в общее движение, не вынимая айпода из ушей, ежедневно и еженощно проводит по несколько часов в Интернете, обычно связываясь друг с другом с помощью мобильных приложений, охватывающих все закоулки так называемого виртуального мира.

Ключевым маркером общего тренда мультимедийного насыщения выступают заметные изменения в содержании и доставке новостей⁸. Коммуникационное изобилие вызывает в обществе споры о будущем газет в их печатном виде. Защищая их, некоторые комментаторы настаивают на том, что хотя газеты теряют свои доходы, отбираемые у них сетевыми ресурсами, газетные журналисты, работающие в хорошо оборудованных новостных редакциях с налаженными связями, остаются «моторами контента» (как говорят американские журналисты) для радио с участием слушателей, телевизионных новостных шоу, блогов и твитов. Аргумент неплох, поскольку такие газеты, как «New York Times», «El País» и «Yomiuri Shimbun» (японский ежедневник, который считается наиболее массовой газетой во всем мире), скорее всего, не уподобятся вымирающим динозаврам. Несомненно, остается пространство для их перестройки и подгонки под сетевые форматы — например, за счет комбинации подписной системы и рекламы, позволяющей доставлять новости на планшеты.

Однако в эпоху коммуникационного изобилия экология производства новостей и их оборота претерпевает быстрые изменения⁹. Новостные источники и потоки диверсифицируются и

⁸ См., например: *Downie L., Jr., Schudson M. The Reconstruction of American Journalism // Columbia Journalism Review. 2009. 19 October.*

⁹ *Schudson M. On Journalism and Democracy: Tocqueville's Interesting Error. Публичная лекция, прочитанная в Центре исследований демократии (Centre for the Study of Democracy) в Лондоне 3 февраля 2010 г.*

множатся. Симптоматичным представляется то, что многие хорошо разбирающиеся в медиа молодые люди в столь различных странах, как Южная Корея, Сингапур и Япония, более не обращают внимания на «пакетные» источники новостей; они не слушают сводки новостей по радио и не смотрят новостные передачи по телевидению. Гегель однажды записал в своем дневнике мысль, ставшую впоследствии знаменитой: «Чтение утренней газеты — это утренняя молитва реалиста. В ней мы ориентируем себя по отношению ко всему миру *в целом*»¹⁰. Цифровое поколение, как его иногда называют, делает все иначе. Оно отказывается от старой привычки извлекать из утренней газеты самую свежую информацию, хотя раньше (в начале 1960-х) такая привычка была у четырех из пяти американских граждан. Теперь любимыми источниками новостей стали интернет-порталы. Дело не в том, что молодое поколение не интересуется новостями — напротив, ему нужны горы новостей, по первому требованию, в моментальной, но «не пакетной» форме, новости, которые доставляются иначе, т.е. не только по утрам, но весь день и всю ночь.

Неудивительно, что под давлением столь значительного количества перемен многие наблюдатели, даже из самой газетной индустрии, стали предупреждать о грядущем исчезновении газет. Они указывают на постоянно растущее число данных, подтверждающих то, что традиционные модели газетного бизнеса приближаются к критической отметке, поскольку их тянут вниз сетевые конкуренты (такие как YouTube, позволяющий делиться видеоматериалами в реальном времени, и Twitter) и значительное падение доходов от частных объявлений и иллюстративно-изобразительной рекламы¹¹. Другие наблюдатели специально дают бредовые комментарии, призванные шокировать, — например, о том, что за два года до 2009 г. аудитория газет в США упала на 30%, исчезло более 160 крупных изданий и было уни-

¹⁰ Miscellaneous Writings of G.W.F. Hegel / J.B. Stewart (ed.). Chicago: Northwestern University Press, 2002. P. 247; об исходе молодежи из традиционной газетной культуры см.: The State of the News Media: An Annual Report on American Journalism // Pew Project for Excellence in Journalism. Washington, DC, 2008.

¹¹ Fallows J. How to Save the News // Atlantic Magazine. June 2010; Varian H. A Google-Eye View of the Newspaper Business // The Atlantic. 2011. 10 May.

чтожено 35 тыс. рабочих мест; они же предсказывают, что при сохранении актуального тренда в США после 2043 г. газеты вообще не будут печататься¹². Более умеренные наблюдатели указывают на то, что, хотя заметны определенные тревожные процессы (например, менее 20% американцев в возрасте от 18 до 34 лет читают ежедневную прессу), общие тренды намного сложнее; тем не менее они согласны с тем, что в сравнении с канувшей в прошлое эпохой представительной демократии, когда печатная культура и аудио-визуальные медиа ограниченного частотного диапазона выступали в тесной связке с политическими партиями, выборами и правительствами, а потоки коммуникации имели форму широкого вещания, замкнутого в государственных границах, в наши времена всё иначе. Сдвиг к мультимедийным платформам и порождаемой пользователями коммуникации привлекает намного больше людей к выслушиванию других, наблюдению за ними и прямому разговору с ними, чем к традиционным медиаисточникам. По крайней мере так считает большинство комментаторов.

НОВШЕСТВА

Как и в каждой предшествующей коммуникационной революции (вспомним о потрясениях, вызванных внедрением печатного станка, радио, фильма или телевидения), эпоха коммуникационного изобилия порождает преувеличения, ложные надежды и иллюзии. Томас Карлейль надеялся на то, что печатный станок низвергнет все традиционные иерархии, включая монархии и церкви. «Благодаря шрифту из подвижных литер он первым облегчил работу переписчиков, — писал он, — распустил наемные армии и разжаловал большинство королей и сенатов, создав совершенно новый демократический мир». Или взять другой пример: Д.У. Гриффит предсказывал, что изобретение кинематогра-

¹² См., например: *Meyer P. The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age.* Columbia, MO: University of Missouri, 2009; *The Collapse of the Great American Newspaper / C.M. Madigan (ed.).* Lanham, MD: Ivan R. Dee, 2007; *Life in the Clickstream: The Future of Journalism // Media, Entertainment and Arts Alliance.* 2008. <http://www.alliance.org.au/documents/foj_report_final.pdf>; *Life in the Clickstream II: The Future of Journalism // Media, Entertainment and Arts Alliance.* 2010. <http://www.thefutureofjournalism.org.au/foj_report_vii.pdf>.

фа приведет к тому, что школьников «будут практически всему учить посредством кинокартин», и им «уже никогда не понадобится читать историю»¹³. Революции всегда порождают странные фантазии и преувеличенные ожидания. Наша революция — не исключение, по крайней мере так думают умные люди. Однако, если оценивать по скорости, размаху и сложности, новая галактика коммуникационного изобилия не имеет precedентов. Цифровая интеграция текста, звука и изображения — совершенно новое для истории явление. И то же самое можно сказать о компактности, портативности и доступности широкого спектра коммуникационных устройств, способных обрабатывать, отправлять и получать информацию в легко воспроизводимой форме, в больших количествах, через огромное географическое расстояние, за крайне небольшое время, а иногда и мгновенно.

Технические факторы играют ключевую роль в этих сейсмических преобразованиях, происходящих в настоящее время. С самого начала этой революции вычислительная техника постоянно менялась, что привело к драматическим последствиям, изменившим повседневную жизнь пользователей во всемирном масштабе. Количество транзисторов, которые можно без особых затрат разместить на одной интегрированной микросхеме, увеличивается в два раза примерно каждые два года (в соответствии с так называемым законом Мура¹⁴). Емкость памяти, скорость обработки данных, сенсоры и даже число пикселей в смартфонах и цифровых камерах — все это также росло по экспоненте. Постоянные революционные изменения увеличили полезность и распространенность цифровой электроники едва ли не во всех сегментах обыденной жизни, а также на рынках и в правительственных организациях в целом, так что сжатие пространства-времени в глобальном масштабе становится реаль-

¹³ *Carlyle T. Sartor Resartus*. L., 1833; цит. из Д.У. Гриффита приводится по: *MacCann R.D. The First Film Makers*. Metuchen, NJ: Scarecrow, 1989. P. 5.

¹⁴ Закон назван по имени одного из основателей компании Intel, Гордона Э. Мура, в чьей классической работе по этой теме отмечалось, что число компонентов в интегрированных микросхемах удваивалось каждый год с изобретения такой микросхемы в 1958 г. и до 1965 г. Мур (в 1965 г.) предсказал, что этот тренд сохранится по крайней мере еще одно десятилетие. См.: *Moore G.E.. Cramming More Components onto Integrated Circuits // Electronics*. 1965. Vol. 38. No 8. P. 4–7.

Научное издание
Серия «Политическая теория»

ДЖОН КИН

ДЕМОКРАТИЯ И ДЕКАДАНС МЕДИА

Главный редактор
ВАЛЕРИЙ АНАШВИЛИ

Заведующая книжной редакцией
ЕЛЕНА БЕРЕЖНОВА

Редактор
АНАСТАСИЯ АРХИПОВА

Художник
ВАЛЕРИЙ КОРШУНОВ

Компьютерная верстка
ОЛЬГА БЫСТРОВА

Корректор
ВАЛЕРИЯ КАМЕНЕВА

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»
101000, Москва, ул. Мясницкая, 20
Тел./факс: (499) 611-15-52

Подписано в печать 12.12.2014. Формат 60×90/16. Гарнитура Minion Pro
Усл. печ. л. 19,5. Уч.-изд. л. 17,1. Печать офсетная. Тираж 1000 экз.
Изд. № 1793. Заказ №

Отпечатано в ОАО «Первая Образцовая типография»
Филиал «Чеховский Печатный Двор»
142300, Московская обл., г. Чехов, ул. Полиграфистов, д. 1
www.chpd.ru, e-mail: sales@chpd.ru,
тел.: 8 (495) 988-63-76, тел./факс: 8 (496) 726-54-10

ISBN 978-5-7598-1202-9



9 785759 812029

Всё о наших изданиях

id.hse.ru/books
id.hse.ru/catalogue

Отдел реализации

тел.: (499) 611-24-16
факс: (499) 611-13-03
e-mail: bookmarket@hse.ru

Интернет-магазин

<http://id.hse.ru/shop>

**Университетский
книжный магазин
«БукВышка»**

Москва, ул. Мясницкая, 20,
тел.: (495) 628-29-60
id.hse.ru/bookshop
e-mail: books@hse.ru