



Поваренная книга медиа-активиста  
Олег Киреев  
издательство "Ультра.Культура" 2006

## ЧАСТЬ 1

### Информационная парадигма

---

Информация – это данные, которые важны для понимания и действия в окружающей нас реальности. Чтобы сделать нечто, бывает необходимо или полезно иметь некоторый набор сведений, касающийся предмета. Важно не только что сообщается, но и когда сообщается: получать сведения надо в нужный момент, чтобы они могли повлиять на принятие решения. Социалист-кибернетик Стаффорд Бир говорил: "Информация – это данные, которые меняют нас".

Научные открытия XX века, приведшие к изобретению компьютеров, также пролили для нас свет на то, каким образом человек получает, обрабатывает и передает информацию. То, что раньше воспринималось как комплекс малоопределенных явлений, стоящих за словами "память", "разум" и т.п., предстало в качестве механизмов – следовательно, мы могли начать понимать, "как это действует", а также откуда берутся ошибки. Эти открытия привели к поискам в направлении "искусственного интеллекта".

Одним из центральных открытий в рамках информационной парадигмы стало то, что количество человеческих ресурсов, расходуемых на процессы обработки, хранения, передачи информации, ограничено – как ограничены определенным объемом битов винчестер и оперативная память компьютера. Человеческое внимание возможно измерить – отсюда возникла идея "экономики внимания". Например, важным откровением было то, что человеческая память в состоянии работать одновременно с семью плюс-минус двумя темами.

Отсюда появилось новое отношение к взаимодействию людей. Следует относиться с уважением к когнитивным возможностям человека, не перегружать его внимание излишним объемом информации. Но главное – следует максимально четко и достоверно передавать информацию. Как это делать? Легко ли это? Для этого необходимо ничего не добавлять от себя, быть максимально

прозрачным. Быть посредником, быть медиумом, или же быть тем, кто передает новости, вестником.

"Сделай свой ум совершенно пустым" – так долгое время говорили дзенские наставники. Вот это и требуется от передающего информацию, поскольку все неточности, все шумы, забивающие информационные каналы, как правило происходят от самоуверенных вольностей в передаче информации, от личных интерпретаций. Вместе с ними в информационное поле приходят все предрассудки и идиосинкразии передающего. Но в условиях информационной парадигмы эта опасность исчезает. Даже если передающий не свободен от каких-то идиосинкразий, все равно при соблюдении приоритета важности информации его ресурсы принимаются во внимание, его данные могут оказаться полезными.

Одна из работ замечательного теоретика новых медиа, польского художника Рышарда Клушинского заканчивается тем, что автор пристально смотрит в камеру и говорит: "Пожалуйста, поймите, что в современном мире информационные и коммуникационные технологии имеют очень большое значение". Мы хотим показать, насколько велико это значение, и как можно работать с инструментами коммуникации и информации, обращая их на пользу нового, лучшего общества.

## Краткая история новых медиа

---

Если говорить о злоупотреблениях со стороны власти, то большая часть из тех, которые мы можем непосредственно наблюдать, происходит в информационной сфере. Ежедневно происходит множество хищений, имеет место много насилия, но граждане любой демократической страны знают лишь то, что им показывают по телевизору. А показывают чрезвычайно суженную и *предзаданную* картину реальности. Это касается не только телевизионных новостей, в которых односторонне, с точки зрения собственников вещания, освещаются события политической, экономической, общественной и культурной жизни. Вся совокупность всего представляемого на ТВ служит задаче: лишить зрителя способности самостоятельно воспринимать и оценивать происходящее, погрузить его в разноцветную мешанину слов и образов. В отличие от классического демократического государства, как оно рассматривалось начиная с эпохи Просвещения, сейчас демократическое государство преследует цель не развить возможности, повысить уровень знаний своих граждан, а, напротив, лишить их разума и самостоятельности. Поэтому мы избегаем употреблять слово "информация" в отношении ТВ, и предпочитаем в данном случае говорить: "дезинформация", "дезинформационное общество". Также в ходу слово "Спектакль".

Появление и массовое внедрение телевидения, начавшееся с середины 1950-х годов, дало повод самым проникательным

аналитикам говорить о начале эры Спектакля. Именно это понятие употребил французский философ-революционер Ги Дебор в своей книге "Общество Спектакля", которое также иногда переводят на русский как "Общество Зрелища". В этом понятии Дебор отрефлектировал то, что индустрия Спектакля, превышающее все мыслимые масштабы количество Зрелища, становится центральным образующим явлением современного общества. *"Все, что раньше существовало непосредственно, теперь переходит в область репрезентации"*, - с такого утверждения начинается книга Дебора. В обществе Спектакля люди утрачивают способность воспринимать реальность так, как они воспринимали ее раньше - исходя из общественных и личных отношений, знания и опыта - и начинают воспринимать ее исключительно исходя из "картинок", из способов репрезентации предмета на телевидении. Фильм Ги Дебора "Общество спектакля" наглядно представляет это, демонстрируя бесконечный ряд картинок: новых машин, голых женщин, журнальных обложек, кинокадров, кадров папарацци, знаменитостей, - чередуемых с однообразной утомительностью; это производит поистине гнетущее впечатление. Мы видим нарушение того принципа, о котором сказали чуть раньше, - уважения к когнитивным возможностям человека, его мыслительным ресурсам, которые позволяют перерабатывать ограниченное количество информации. Интерес власти в создании Спектакля, по Дебору, заключается в том, чтобы погрузить людей в управляемое состояние, лишить возможности самостоятельно принимать решения: *"Индустрия отчужденного труда сменяется не менее отчужденной индустрией досуга"*.

Потребитель информации воспитывается таким образом, что его трудно заставить обдумывать что-либо самостоятельно. Он готов только к принятию готовых оценок и сведений. После этого он хочет развлечений, поэтому средство массовой информации, не уделяющее достаточно внимания индустрии развлечений, автоматически теряет рейтинги. Уникальный пример единственно стопроцентно успешного кабельного телевидения в России - STS, на котором новостей нет вообще. Вот почему коммерциализация медиа и ТВ, происходящая сейчас во всем мире по американскому образцу, является не побочным эффектом, а основным фактором формирования медиа-системы.

Господство Спектакля позволяет власти создавать свои искусственные картины событий, придавать событиям не историческую, а выдуманную интерпретацию. Многие ли из американских школьников знают, как закончилась война во Вьетнаме? - едва ли, но все они смотрели голливудские боевики, в которых храбрые американские солдаты побеждают вьетконговцев-коммунистов. Также, это позволяет утаивать те или иные события: "это ведь не показали по телевизору". Поэтому тележурналисты являются столь высокооплачиваемой профессиональной группой, а борьба за управление телеканалами приобретает историческое значение.

И также поэтому время, когда в массовое употребление стали входить персональные компьютеры (середина 1990-х), и особенно когда они оказались подключены к интернету – стало началом противоположного движения, временем, когда каждый смог получить доступ к разносторонней информации, а не только к той, которая предоставляется ему с телеэкрана. Одновременно с этим в общем употреблении появились также и другие технологичные девайсы – мобильники, также открывающие возможность для каждого расширить свои представления о коммуникации с людьми во времени и пространстве. Все это имело, как мы сейчас понимаем, решающее значение на фоне общего упадка левых в начале 90-х, повсеместного наступления неолиберализма и его главного достижения – приватизации. Улицы и эфир оказались заполнены дезинформацией и рекламой, зато люди получили возможность свободно серфить по интернету.

Интернет имеет в себе нечто фундаментально противоположное индустрии Спектакля. Интернет нельзя запрограммировать. Через интернет невозможно навязать однобокую интерпретацию – любой пользователь сможет сравнить информацию из разных источников или даже сообщить свою (инфо-сайты с открытой публикацией, форумы и т.п.). Наконец, возможно не только выбирать, но и самому создавать инфо-ресурсы. Конечно, приходится платить за свободу – обилием малоосмысленных или непрофессиональных ресурсов. Многие тратят весь свой интернет-доступ на чаты и порнографию. Но, в отличие от ТВ, в интернете любой человек может выбрать для себя те сайты, которыми он пользуется, а кроме того, обилие разносторонних и противоречивых точек зрения, с которыми иногда приходится сталкиваться, само по себе успешно создает представление о масштабах ситуации и сложности рассматриваемых проблем. Этому и учат современные коммуникационные и информационные технологии – сложности, многосторонности, разнообразию нашего мира, в котором точку зрения и понимание ситуаций приходится вырабатывать самому, – в отличие от заранее изготовленных, предзаданных оценок телевидения, обыкновенно представляющих мир в разрезе "свои-чужие".

Государства, строго следящие за послушностью своих граждан, такие, как Китай и Северная Корея, сразу ограничили доступ к интернету. Многие другие государства были бы рады сделать так же, но не имели этой возможности. В экономиках, в которых телекоммуникации принадлежат частному капиталу, предпринять ограничительно-запретительные меры было невозможно – какая обида с точки зрения американского военно-промышленного комплекса, особенно если учесть, что интернет появился непосредственно из его разработок! Значит, требовалось изобрести другие способы непрямого контроля над распространением информации. Такие способы контроля и управления появились. Для их подробного рассмотрения требуется отдельное пространство – смотрите главу "[Инфовойны и политтехнологии](#)".

Однако, если посмотреть в исторической ретроспективе на эпоху 90-х, то она предстанет перед нами, исполненной действительно эпохального, миллиennialного значения. Ведь в тот момент Корпорациям и Правительствам беспокоиться-то было особенно не о чем! Только что ушел в небытие Советский Союз – единственная в мировой истории сила, в течение десятилетий противостоявшая мировому капитализму. Западные державы, а, следовательно, и их хозяйственные субъекты получили в полное неограниченное владение сырьевые рынки и рынки рабочей силы "второго" и "третьего" мира. Именно на это время приходится самый глобальный и ничем не ограниченный рост корпораций – в течение предшествующего десятилетия, на первом этапе неолиберальной политики, проводившейся под флагами рейганизма и тэтчеризма, государства решительно снизили налоги на концентрацию крупного капитала, переложив бремя платежей на средних и мелких предпринимателей. Также это время характеризуется ужесточением режимов интеллектуальной собственности и изобретательских патентов – эффективных инструментов в деле подавления конкуренции и монополизации рынка. Революция в потребительской электронике, которая имела место в середине 90-х годов, воспринималась как еще один головокружительный успех коммерции, и в сравнении с его плюсами возможности некоторых маргинальных групп создавать собственные сайты и учиться независимому вещанию – не казались такими уж опасными. Но именно это и положило начало новой волне мирового сопротивления. Именно независимые каналы Коммуникации & Информации сообщили новые рабочие модели теоретикам автономии и дали вдохновение активистам. Нам требуется еще много теоретических усилий – для построения целостной картины мира начала XXI века не хватает убедительных исследований в области новейшей истории, социальной теории и некоторых других дисциплин. Мы еще не достигли полного понимания наследия Октябрьской революции, а также связи между информационной парадигмой и главными социальными учениями XX века, в первую очередь марксизмом. Но мы безусловно уже имеем ясные очертания нового мировоззрения, и того, как и к чему оно должно быть приложено.

В самом конце десятилетия, уже на пороге нового миллениума, был создан первый фильм "Матрица" – лучшая кибер-анти-утопия, сфокусировавшая внимание на революционных аспектах мировой сети и коммуникационных технологий. Фильм показывает, как в результате крайне тяжелой борьбы в совершенно отчаянных, невыносимых условиях герой Нео получает новые возможности – он оказывается способен приложить нечеловеческие усилия, превзойти Матрицу, он учится летать, двигать объекты на расстоянии, он поражает агента Смита – программный модуль Матрицы. Это потому, что ему больше некуда бежать, и чтобы выжить, остается только научиться летать!

В то же время, "Матрица" научила нас еще кое-чему. Истинным, неподкупным пониманием ситуации в фильме обладают лишь немногие – приложившие для этого достаточные усилия, в то время как остальные погружены в гипнотический сон, который означает, что свою жизненную энергию и ресурсы они отдают машинам. Далекие от нас, прежние поколения революционеров призывали ко всеобщему восстанию, к организации массового движения угнетенных – но в условиях всеобщей зомбированности и гипнотического сна эта возможность представляется маловероятной. Более того. Согласно условиям фильма, программный модуль Матрицы агент Смит может напасть на партизана, используя для этого оболочку любого непробудившегося, спящего в Матрице – то есть, любой не отключившийся от Матрицы может оказаться орудием Системы, используемым против пробужденных. Это очень важный вывод из "Матрицы".

Возникновение тактических медиа совпало с движением за автономию. В 1970-80-е года Нидерланды были охвачены новым контркультурным движением – которое, конечно, в том или ином виде развивалось по всей Европе, но там получило самое неожиданное и оригинальное развитие. Грубо говоря, движение за автономию подразумевало: революции 1910-х и 1960-х, ставившие целью построение нового мира на руинах капиталистического порядка, провалились, власть Спектакля расширяется, отчуждение растет. В то время, как ситуация остается такой печальной, нам необходимо хотя бы отвоевать у Системы отдельные пространства, создать "Временные Автономные Зоны". Так назывался программный текст американского поэта-философа Хаким Бей. *"По всему миру люди покидают Сеть Отчуждения или "исчезают" себя из нее"*. На Европу накатывалась волна сквоттерства – молодые люди захватывали пустующие дома, пользовались лазейками в законодательстве, чтобы отстоять свое право жить в этих временных помещениях. В сквоттерской культуре возникают новые типы общественных отношений, вырабатывается своя полусемейная экономика – экономика обмена.

Голландия открыла миру новые модели автономии не потому, что в ней капиталистический строй был как-то особенно жесток – напротив, законодательство было самым либеральным, а общественные проблемы голландцы предпочитали решать не полицейским, а прагматически-коммерческим путем. Например, легализация марихуаны и культура кофешопов обязаны своим происхождением прагматическому решению в духе "чем запретить, лучше извлечь выгоду". Также, Голландия ныне является одной из наиболее пестрых в этническом отношении стран, в силу того, что в ней была предоставлена возможность облегченной эмиграции для людей из стран третьего мира и режим свободного въезда – для представителей бывших голландских колоний Малайзии и Суринама. Это доказывает, что жестокий режим капитализма, конечно, стимулирует революцию. Но либеральное и относительно гуманное общество стимулирует не столько безжалостное восстание, сколько

возможности независимого мышления и разработки в направлении нового, лучшего общества. А условия высокой грамотности населения и общественной толерантности делают фундамент для гражданского общества еще более крепким. Это одно из исторических оснований "тактических медиа" – они возникли из условий не угнетения, а процветания.

Развитая экономика и прогрессивная телекоммуникационная инфраструктура Голландии позволяли гражданам свободно экспериментировать с новыми технологиями получения и производства информации. Начиная с 1970-х, в стране был проложен универсальный кабель. С середины 1980-х, действовали кабельные сети. В стране было достаточно либеральное законодательство, по крайней мере в отношении свободы слова и прав человека. Все это воспитало несколько поколений людей, свободно и неотчужденно относящихся к новейшим технологиям, любящих экспериментировать с электронными сетями, коммуникационными девайсами, компьютерами, программным обеспечением. Хаким Бей писал: *"Используйте только камерные средства информации (самиздат, телефонные списки, BBS, бесплатное радио и мини-FM, каналы публичного доступа по кабельному телевидению и т.п.)"*. В Советском Союзе в свое время отдаленную аналогию им представляли "радиолюбители". Однако, именно в Голландии экспериментаторы такого рода получили общее наименование "cyberfreaks" ("киберфрики"), именно там были разработаны основные принципы и концепции "тактических медиа".

Когда в 1998-м году, постигая основы тактических медиа, я делал первое электронное [интервью](#) с Гертом Ловинком, то он дал им определение, которое до сих пор представляется мне самым удачным: *"Здесь, в Амстердаме, мы сделали выбор в пользу широкой и разнообразной медиа-инфраструктуры, состоящей из множества самостоятельных единиц, в пользу свободных радио, широкого и открытого видео, кабельных групп, в пользу всевозможных видов деятельности помешанных на технике людей, которые явно заинтересованы в собственном медиа-присутствии"*. То есть, большинство групп, оказавшихся вовлечёнными в медиа-андеграунд свободолюбивого Амстердама, не ставило задачу разрекламировать и обеспечить успех только для самих себя, но отдавала должное общим интересами медиа-сцены, возможностям развития равного для всех доступа, что означало также: заботу о развитии богатой и разнообразной медиа-инфраструктуры. Об этом говорит главное из свершений, достигнутых "сетевым Амстердамом": создание в 1995 году бесплатного интернет-хостинга и провайдера [xs4all.nl](http://xs4all.nl) (что означает "Access for all", т.е. "доступ для всех").

Вводя в первый раз это понятие, центральное для всей книги, я хочу акцентировать именно то, что медиа-сцена была развита именно благодаря изначальному "альтруизму" голландских активистов. Провайдер xs 4 all в течение десятка лет – до его коммерциализации – обеспечивал бесплатный хостинг для множества цифровых "домов", домашних интернет-страниц пользователей независимо от их взглядов, гражданской принадлежности и пр., то

есть буквально реализовывал метафору "цифрового города" (Digital city - [dds.nl](http://dds.nl)). Отсюда же возникло понятие "цифровая публичная сфера" ("digital public sphere", "digital public domain") - свободное сетевое пространство, предназначенное для обмена информацией и открытых дискуссий, которое надо охранять (в частности, от приватизации). Как этот подход - замечу в скобках - отличается от методов работы большей части российских активистов 90-х, которые готовы были кинуть и предать интересы солидарности и сотрудничества ради краткосрочных выгод, западных грантов, поездок за границу на конференции или рычагов иллюзорного "влияния" на каком-то ограниченном сегменте анархо-сцены!

В начале 90-х понятие "тактические" в применении к медиа появилось как признание слабости маленьких медиа-групп и моментальных коалиций. Но с развитием медиа-движения постепенно начали возникать проекты "стратегического" свойства. Конференция next5minutes ("следующие пять минут"), прошедшая в Амстердаме четыре раза за 10 лет (1993-2003), к концу этого срока все больше и больше демонстрировала тенденцию к долгосрочному развитию, да и сама была построена на определенном накоплении опыта. Опыт Вены, в конце 1990-х перенявшей у Амстердама сетевую эстафету, показал эволюцию первоначальных концептов на новом уровне: в австрийской столице была развита практика медиа-институции как "культурного провайдера", а конференции и дискуссии, проводившиеся в опорном пункте этого движения [Public Netbase/t0](http://PublicNetbase/t0), уже назывались не "тактическими", а "стратегическими".

В программном документе движения тактических медиа, манифесте Дэвида Гарсиа и Герта Ловинка "ABC тактических медиа", написанном в 1996 году к открытию второй конференции "next5minutes" (см. Приложение), термин "тактика" объяснялся как заимствование из военной лексики: *"Преследуемый должен найти способы, чтобы стать преследователем"*. Также делался акцент на их интердисциплинарности, на том, что они имеют свойство каждый раз уходить от закрепляющего определения, поскольку капиталистической системе было бы просто сначала определить их, дать им лейбл, и таким образом локализовать и победить (как это случилось с большинством протестных движений второй половины XX века, включая рок-н-ролл, панк и протесты 1968-го года). Они избегали статических, монолитных форм общества спектакля и были способны реагировать, маскироваться и отвечать на новые обстоятельства: *"Тактические медиа основываются на принципах изменчивости и обратной связи, работы в разнообразных и каждый раз новых коалициях, на способности лавировать между различными объектами безграничного медиаландшафта, не теряя при этом из виду свои изначальные ориентиры. Здесь и сейчас - а не какие-то туманные обещания на будущее"*.

Однако, дело в том, что в своем представлении о "здесь и сейчас" тактические медиа-активисты временами были конкретно

подвержены иллюзиям своего исторического периода. Именно в этом признавался Дэвид Гарсиа уже через несколько лет, во втором манифесте "DEF тактических медиа" (написанном к третьему фестивалю "next5minutes"): он утверждал, что, если участники первых конференций, приехавшие с Востока (из бывшего СССР и Восточной Европы) и разделявшие со своей стороны границы опыт самиздата, имели слишком много иллюзий относительно будущего рыночного капитализма, то и их западные коллеги, и в том числе организаторы конференций, слишком смело надеялись, что перевороты, изменения к лучшему будут теперь в мире так же легки, как крушение "железного занавеса".

В связи с этим особый интерес представляют тактические медиа бывших стран социалистического лагеря. Например, Венгрия на настоящий момент заняла достаточно прочное положение в европейской экономике потому, что в самом начале 90-х ее правительство серьезно озаботилось развитием телекоммуникационной инфраструктуры. Но эта страна никогда не была зоной особенно острых межкультурных противоречий. Большой интерес представляют бывшие страны Югославии. К середине 90-х там были развиты гражданские организации, Центры современного искусства Сороса, и созданы условия высокой сетевой подключённости. Благодаря этому в 1998-м году, когда начались НАТОвские бомбардировки Сербии, активисты оперативно вели репортажи и организовывали информацию. Международный лист рассылки Syndicate временно превратился в лист репортажей с мест военных действий. В Югославии было создано уникальное тактическое радио В92 (подробный рассказ о нем читайте в главе "[Радио](#)"). Но особенно интересно то, что его главный редактор Веран Матич сообщал чуть позже: это радио, как независимое гражданское средство массовой информации получило лицензии и средства на вещание на обломках титовской империи, в неразберихе периода межсезонья (вспомним аналогичный период в России!). Именно в те времена он лично активно выступал, убеждая власти и граждан в том, что мощности прежнего военно-промышленного комплекса, бывшие необходимыми во времена гонки вооружений и железного занавеса, - теперь не требуется использовать с этой целью, и они могут быть переданы в распоряжение гражданского сектора, с тем, чтобы повышать общий культурный уровень, развивать гражданскую коммуникацию, улучшать общественное пространство. То есть, речь шла о конверсии медийных мощностей холодной войны в гражданские. Все эти предложения не были приняты во внимание, и все мощности были оставлены в собственности засекреченного военно-промышленного комплекса - потому, что западные правительства не были заинтересованы в развитии гражданского сектора и мирной коммуникации, а хотели только новой эскалации вражды и вооружения.

Вот причина, по которой много позже, в 2002 году, в тексте под знаковым названием "Что делать?" Герт Ловинк и Флориан Шнайдер ответили на этот классический вопрос неожиданно:

"изучать историю технологий". Поэтому, в частности, тактическими медиа был открыт подход к революционному действию, позволяющий находить в капиталистической системе "временно автономные" зоны неопределенности – это зоны на острие развития технологии, в которых еще не упорядочены отношения, не выработаны подходы, и появляющиеся проблемы каждый раз не имеют прецедентов: *"Желание и возможность комбинировать, или менять один медиа-жанр на другой, создает постоянный приток энергии для нас, мутантов и гибридов. Энергии к тому, чтобы пересекать границы, связывать и скрещивать множество дисциплин, всегда получая полное преимущество обитания в свободных медиа-пространствах, которые постоянно возникают и будут возникать как результат стремительных технологических изменений и неизбежного отставания упорядочивающих кодексов"*.

Отдаленно родственные "тактическим" модели разрабатывали и подпольные активисты Советского Союза. Когда в 1990-е они встретятся со своими европейскими коллегами на конференциях next5minutes, то, в основном, не найдут взаимопонимания, однако, на Западе позаимствуют у русских термин "samizdat", и даже сейчас в мировой сети возможно без труда отыскать, набрав в [Google](#), несколько десятков употреблений этого термина.

Когда представители российского и восточноевропейского общественного движения против коммунизма – производители самиздата, защитники прав человека, диссиденты, подпольные музыканты и художники – праздновали победу над Советской империей, они ещё не знали, какое будущее при капитализме им предстоит. Мы далеки от того, чтобы однозначно осуждать наивный про-капиталистический оптимизм эпохи перестройки, еще менее мы хотели бы посылать проклятия диссидентскому движению позднесоветского периода. Безусловно, СССР, особенно в брежневский период, был отягощен множественными чертами исторической усталости и упадка, безусловно также, что позднесоветская бюрократия, может быть, не имела разработанного в точности сценария приватизации в духе Егора Гайдара и рекомендации Мирового Валютного Банка, но получила обильные дивиденды от разграбления наследия Союза, произошедшего в 90-е годы. Тем не менее герои сопротивления советскому бюрократическому режиму – узники лагерей и психушек, борцы за свободу совести и права человека, "дворники и сторожа", – заслуживают памяти и уважения за личное мужество. Их опыт оказался трагическим, так как объективно содействовал мировому триумфу американского империализма, однако он может быть востребован на новом витке мирового исторического развития.

Как бы то ни было, героическая деятельность советских диссидентов имела в качестве основания по крайней мере одну ложную идею – представление о прекрасном, сияющем царстве капитализма, и о том, что Россия остается вне его, как вне исторической столбовой дороги. В эпоху перестройки распространилось выражение "во всем цивилизованном мире" (то

есть, не "как у нас"). Диссиденты и подпольщики купились на пропаганду "Сникерсов", джинсов и музыки "Битлз" – и получили их в количестве, превзошедшем ожидания. Однако периоды "мягкой" поздне-брежневской диктатуры, а также фаза усиленных "флуктуаций", начавшаяся с 1985 года, демонстрируют широкие возможности низовой самоорганизации на просторах бывшего Советского Союза, связанные с гражданским использованием технологий.

Например, как известно (и об этом речь еще пойдёт позже), бюрократия в Советском Союзе блокировала развитие информационных технологий, в связи с чем для граждан были фактически закрыты возможности доступа к компьютерам. Плохо, но не катастрофично: в Союз с Запада "просочились" модели микросхем для малопрофильной западной марки "Спектрум", – одно железо без программного обеспечения – и народные умельцы "паяли на коленке" эти микросхемы, совершенствовали оборудование, сами писали программы и использовали в качестве мониторов телевизоры. Истории советских "радиолюбителей" еще более примечательны. Этому посвящен целый фольклор, включающий рассказы о том, как с помощью самодельных тарелок, установленных на крышу, "радиолюбители" подключались к интернету и проникали на секретные серверы Пентагона. При появлении же в начале 90-х персональных компьютеров серийного производства и стихийном развитии рынка нелегального программного обеспечения, память о котором до сих пор хранят некоторые ветераны компьютерных рынков "на Горбушке" и в Митино – русской народной изобретательности был дан еще больший стимул. И до сих пор любители техники, или, используя выражение Герта Ловинка, *"помешанные на технике люди, которые явно заинтересованы в собственном медиа-присутствии"*, – являются авангардом и надеждой нашего гражданского общества. Эта книга посвящена тому, чтобы сообщить им некоторые модели, удобные в использовании.

Манифест "ABC тактических медиа" определяет их как "медиа кризиса, критики и оппозиции". Одной из главных черт тактических медиа Гарсиа и Ловинк считали то, что они "всегда субъективны". Имелось ввиду, что в условиях отсутствия бюджетов, штата журналистов, заведомой "самодеятельности" при изготовлении тактических медиа, они всегда представляют одну, личную точку зрения их создателя или медиа-группы. При таком подходе, автор сайта или мэйлинг-листа, обсуждавший вопросы общественной значимости, становился медиа и, конечно, от него не следовало требовать объективности. В ту эпоху, когда создавался манифест – в 1996 году – эпоху всеобщего кризиса левого движения, предательства социал-демократических правительств (недолго оставалось до "Декларации новой социал-демократии" Блэра и Шредера), коммерческого расцвета на медиа-рынке – не приходилось ожидать никакой "объективности" от масс-медиа Спектакля, и понимание ситуации неминуемо выстраивалось вокруг оппозиции "объективное-субъективное". Возможность выразиться "субъективно"

оказывалась шансом для множества непризнанных, крошечных медиа-инициатив. Ни о каком концептуальном подходе к широкомасштабному наблюдению и обобщению данных не приходилось и думать, речь шла о том, чтобы дать шанс появлению "голосов с мест", живых свидетелей и участников драматического исторического процесса. Однако с течением времени мы получили возможность ориентироваться на более широкие горизонты. С ростом новых медиа "тактический" подход стал проникать во все более широкие и глубокие пласты информационного сознания, тактические медиа первого поколения выросли, набрали опыт, и появилась возможность говорить о разработке новых подходов и концептов, касающихся производства информации. Но для постмодернистского сознания, господствовавшего в мире в 1990-е и сохраняющегося - в виде локальных рецидивов - до сих пор, слова "объективность" не существует. Любая "объективность" для него ассоциируется с "тоталитаризмом", отдает угрозой "больших нарративов", а значение придается только "различиям". Поэтому вопрос о выработке новых подходов к информации стал вопросом о смене парадигмы. Тактические медиа и есть тот новый орган восприятия, который в старых условиях постмодернизма подготавливал возникновение новой, информационной парадигмы.

Обыкновенно медиа, принадлежащие радикальной общественной оппозиции, представляют собой своего рода агитационные материалы. Например, известный фильм калифорнийской независимой студии "[Big Noise](#)" "четвертая мировая война началась" демонстрирует кадры из антиглобалистских демонстраций, столкновений с милицией, уличных протестов в третьем мире, в сопровождении энергичной протестной музыки и идеологических лозунгов. На четвертом фестивале next5minutes в сентябре 2003 года после демонстрации этого фильма один из участников дискуссии сказал режиссеру студии "Big Noise", что он сделал "агитпроп", и тот ответил: "Да, конечно". Это напоминает долгие споры из истории кино, начавшиеся с его появлением и вышедшие на новый раунд в политизированные 1960-е. В частности, признанный гуру леворадикального кино, великий Жан-Люк Годар сказал по поводу Коста-Гавраса - левого режиссера, снимавшего обличительные антиамериканские фильмы: "Надо не снимать политическое кино, надо снимать кино политически". То есть, политический смысл должен быть заложен в самом способе подачи кино-информации, а не только в идеях, которые транслируются. А если кино выражает левые идеи, но прибегает к приемам, которые манипулируют сознанием зрителя, заставляют его принять ту или иную точку зрения помимо его осведомленного решения, - то оно точно так же служит интересам Спектакля, как любой коммерческий фильм. С другой стороны, это означает, что истинно политическое кино не обязательно должно быть на политические темы, важно, чтобы оно апеллировало к сознанию зрителя, учило его критически мыслить, обрабатывать информацию.

Поэтому, в частности, в 2003–2004 годах жесткой критике с левой стороны часто подвергался американский режиссер Майкл Мур, снявший фильмы "Боулинг для Колумбины" и "Фаренгейт 9/11", в которых, с целью критики американского образа жизни и политики президента Буша, он злоупотреблял чувствительностью зрителя: например, снимал семью погибшего американского солдата, плачущую над его последним письмом. Однако сами левые активисты часто оказывались ничуть не лучше!

Существует определенная этика журналистов, которая ёмко сформулирована Фридрихом Тьетеном и Томом Бассом в описании белградского радио В92: *"Никогда не отказываясь от своего изначального статуса пиратского, или независимого, радио, В92 держалась в русле общих принципов либерального журнализма: новости должны представлять события сбалансированно, настолько глубоко, насколько это возможно, людей следует представлять как индивидов, а не как членов определенных этносов или групп, направление развития важнее, чем отдельные события"*. Естественно, что придерживаться хотя бы этих принципов – уже неплохо, поскольку государственные медиа обычно нарушают все возможные принципы. Но все же есть ли специфика, отличающая революционный журнализм от либерального?

Вопрос о новом левом подходе к критической, мыслящей обработке и подаче информации стоит перед современными медиа-активистами как никогда жестко. Если левые критикуют Спектакль, но сами не в состоянии предложить ничего принципиально лучшего, то чего стоит их критика? На четвертом фестивале next5minutes, на панельной дискуссии по правам человека, [проект "гетто"](#) поднял вопрос о необходимости выработки Хартии информационных прав человека, которая предусматривала бы права потребителя информации (то есть те нормы, соответствия которым потребитель имеет право требовать от производителей информации), и декларировал основные принципы, которые, по его мнению, следует положить в основу Хартии информационных прав человека. Они включают семь пунктов:

1. При создании информации, информатор передает с максимальной точностью все фактические данные, имеющиеся в наличии.
2. При передаче информации, полученной от других, информатор ничего не изменяет и не дополняет. При наличии ряда противоречивых источников, информатор сообщает все имеющиеся данные с указанием источника.
3. Информатор сам не создает информационных поводов. Если информацию создает участник акции или события, то ему следует "забыть" о собственном участии на время создания информации.
4. Информация должна сообщаться с минимальным количеством обобщений, точности соответствует конкретность информации.

5. Информация о событии должна быть четко привязана ко времени события.

6. Любая информация, не соответствующая действительности, должна быть опровергнута, при этом приоритет – за опровержением неверной фактической информации, а не мнений.

7. Любая избыточная, ненужная и несвоевременная информация должна быть квалифицирована как информационный шум. Производитель информационного шума заслуживает такого же отношения, как и производитель сфабрикованной информации.

Концептам, идеям и другим объектам информационного пространства соответствует не обозначение, не интерпретация, а модель, лучшей же моделью предмета, по выражению Стаффорда Бира, является сам предмет. Здесь в полной мере вступает в свои права известная с детства поговорка "лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать". Исходя из идеи экономии внимания, ясно, что сообщить человеку нечто лучше, не рассказав об этом чем-то, а показав его. Слово как одномерный, исторически ограниченный инструмент передачи информации не способно выразить всю совокупность связей, пропорций, которыми наделен предмет, оно неизбежно суживает понимание. Между тем, связи, пропорции, отношение в системе, взаимодействие различных частей, – есть именно та совокупность факторов, относящихся к объекту, с которыми предстоит работать.

Поэтому лучшим инструментом передачи информации становятся карты. Карты вмещают пропорции и систему отношений, в которые включен объект. Также прекрасным инструментом являются модели. Поэтому, например, пророки и святые всех времен пользовались притчами, что притчи являются такими моделями, которые высвечивают важные аспекты отношений или процессов. Слово же может быть использовано, но как вторичный инструмент, со всем пониманием его ограниченности. Из философии, из всех важных направлений нашего знания стремительно улетучивается всякий призрак лингвистическо-семиотической парадигмы, с недоверием относившейся к возможностям знания и коммуникации только из-за того, что она обнаружила ограниченность знаковых систем. При пользовании словом следует понимать всю его ограниченность, поэтому и словесные описания должны стать иными, чем они были прежде: не одномерные метафоры и названия, а подробные описания систем, включающие все подробности, все внутренние связи и всю сложность относящейся к делу информации.

Интернет важен для нас тем, что он непосредственно демонстрирует именно эту модельную, наглядную сторону знания. В условиях сети не приходится пересказывать идеи или события, достаточно дать ссылку. Быстрый взгляд на сайт, даже без особенного углубления в содержание, способен дать представление о, скажем так, пропорциях и отношениях данного ресурса, о месте, которое он занимает в инфосистеме. Мы способны измерить глубину

и проработанность информации, увидев способ ее изложения. Когнитивной психологии известно, что человек приобретает лишь небольшую часть своего знания о мире через словесные описания, подавляющее большинство знания он получает из того, как он видит. Модели и карты позволяют соприкоснуться с объектами инфосистемы – нематериальными объектами.

Эта сторона информационной парадигмы особенно убедительна в силу связей, которые она обнаруживает со знаниевыми парадигмами самых отдаленных времен и народов. Через глубину веков она протягивает руку к представлениям архаичных обществ, древних народов. Этнография началась с "Золотой ветви" Дж.Дж.Фрэзера, в которой описываются гомеопатический и контагиозный виды магии: *"из первого принципа, а именно из закона подобия, маг делает вывод, что он может произвести любое желаемое действие путем простого подражания ему. На основании второго принципа он делает вывод, что все то, что он проделывает с предметом, окажет действие и на личность, которая однажды была с этим предметом в соприкосновении (как часть его тела или иначе)"*. Обладание моделями открывало древнему человеку доступ непосредственно в мир вещей, позволяло ему обладать вещами через обладание их моделями. Мирча Элиаде описывает обряды и ритуалы древнего мира как воспроизведение первоначальных действий, как они были совершены при сотворении мира богами: действуя так же, как боги, мы каждый раз создаем мир заново (например, Новый год – это каждый раз творение мира заново). Описания древних обществ этнографами XX века вошли в плоть и кровь современной культуры, они сами воспроизводятся и разрабатываются в искусстве и литературе (см., например, Урсула Ле Гуин: "День рождения мира").

Именно этот принцип был взят за практическую основу активистами первого в нашей стране тактического [медиа-проекта IndyVideo.ru](http://IndyVideo.ru) – онлайн-архива социальных акций, которые оперативно монтируются и появляются на свет через час-два после акции. В основу работы видеоактивистов легли три принципа: не нарушать последовательность показываемых событий; не комментировать; помнить о зрителе, не злоупотреблять его вниманием, делать ролик так, чтобы смотреть было интересно. Фактически, смысл сводится к тому, чтобы показать событие "как есть" и позволить зрителю самому выработать отношение к событию, то есть, создать модель события и предоставить зрителю возможность свободно взаимодействовать с этой моделью. Еще более интересной представляется новая концепция, к разработке которой коллектив только приступает. *"Если ты хочешь, чтобы любой человек понял, о чем идет речь, нужно показывать ситуацию со стороны, – говорит редактор проекта IndyVideo . ru Дмитрий Модель в [интервью](#) журналу "Компьютерра", – Надо воспроизводить ход и направление внимания человека, который идет по улице, подходит к месту проведения акции... Что ему может показаться важным, что второстепенным? Конечно, ты должен быть знаком со*

сценарием акции, чтобы не упустить важные моменты, но главное – это соотнесение точки зрения камеры с наблюдением постороннего прохожего". Это, конечно, диаметрально противоречит всем spectacularным концепциям современного телевидения, построенным на управлении вниманием зрителя и на сообщении ему предзаданных мнений. Журналисты на ТВ работают так, что материалы снятого события перемонтируются в соответствии с написанным заранее текстом репортера, а в видеоряд может быть включено любое количество кадров из хроники. Поэтому, конечно, видеоактивизм – это революционное средство создания информации, ноу-хау тактических медиа. Учебник "Video Activist Handbook", изданный британской группой "[Undercurrents](#)", имеет обложку: активист с видеокамерой стоит, возвышаясь над головами полицейского оцепления, полицейские сосредоточенно, напряженно смотрят вдаль, очевидно, ожидая опасности не от одинокого человека с камерой, а со стороны его товарищей-демонстрантов, которых они окружают. Дмитрий Модель говорит: "зачастую сами активисты не понимают, что это такое – даже не только видео, но и интернет. Они не понимают, что это, фактически, бесцензурный эфир".

В этой книге мы объясняем уже утвердившийся круг понятий информационной эры, которые мы хотим включить в круг понятий, которыми оперирует современное сопротивление. Наша книга заимствует название у другой знаменитой книги левых – "Поваренной книги анархиста", содержащей рецепты приготовления "коктейлей Молотова" и прочих конкретных диверсий. "Поваренная книга анархиста", как и другие книги того же рода, типа "учебника городской герильи" Карлоса Маригеллы, имела популярность в то время, как представители левого сопротивления считали достаточным вести городскую герилью, устраивать диверсионные акты с целью саботажа и подрыва системы. Однако городская герилья оказалась неэффективна. Как показывает опыт "борьбы с террором", в то время как отчаянное меньшинство рискует жизнью, депрессивное большинство продолжает меланхолически жевать гамбургеры и смотреть телевизор. В Информационную эру требуется вести информационную герилью. Кроме того, нам, анархам, надо отказываться от упрощенного, узколобого понимания реальности на уровне одноклеточных существ, способных везде видеть только "авторитаризм", "патриархальность" и прочее. Коль скоро реальность, с которой мы имеем дело, отличается высокой сложностью, нам, чтобы строить планы ее изменения и преобразования, необходимо тоже подниматься на высокие уровни сложности, нам необходимо включить в свои объяснения и в свое понимание эту реальность во всей ее сложности.

Коль скоро невозможно стало управлять всеми потоками информации, коль скоро ее распространение стало бесконтрольным – требуется наладить более изысканные, утонченные методики, чтобы все же взять этот процесс под управление. Так решили Правительства и Корпорации. Отсюда возникли PR, реклама, инфовойны как средство решения спорных вопросов между властвующими группировками, и политтехнологии как орудие информационных войн.

В своей работе "После капитализма" Игорь Герасимов дает определение современного этапа развития капитализма как "элитаризма", что означает этап, на котором, во-первых, в капиталистической миросистеме выделяется господствующая элита, во-вторых, эта элита для сохранения своего господства прибегает к использованию методов, позволяющих некоторым образом управлять развитием событий, а именно прогнозировать и предотвращать капиталистические кризисы, то есть получает в свои руки "мета-орудие". Управление восприятием, политтехнологии и являются таким мета-орудием.

Редактор американского активистского проекта [PRWatch.org](http://PRWatch.org) Шелдон Рамптон говорит: *"Интересная вещь касательно PR-индустрии – это то, что она имела задачу контролировать и манипулировать мнениями людей, но с самого начала она делала это, потому что корпорации, интересы которых она представляла, сами оказались под огнем публичной критики. В США дотошные журналисты расследовали темные секреты железнодорожных и нефтяных компаний. Рост PR-индустрии был защитной реакцией на это... Индустрия PR присвоила многие техники, использовавшиеся активистами, такие, как заступничество и убеждение. Там активно изучали техники общественных организаций, развивавшихся с начала 1960-годов. Она использовала много демократических техник, чаще всего с целью подрыва демократических движений"*.

Через двадцать два года после "Общества спектакля" и за несколько лет до самоубийства, в 1989 году, Ги Дебор выпустил в свет "Комментарии к "Обществу спектакля"". Здесь он констатировал, что за прошедшее время его прогнозы относительно торжества Спектакля подтвердились самым жестоким образом. Но что случилось нового – это, в частности, что он назвал "распространением Спектакля на всю реальность". *"Спектакль стал составной частью любой действительности, проникая в нее подобно радиоактивному излучению... Под владычеством Спектакля успело вырасти поколение, подвластное его законам"*, – пишет Ги Дебор. Проникновение осуществилось постепенно: от конструирования картинок до конструирования самой реальности, управления событиями. "Режиссирование истории" – вот лозунг нового тренда политтехнологий.

С середины 1990-х, когда инфовойна как средство решения вопросов стала утверждаться в российской реальности, приходилось постоянно испытывать ощущение, что именно политический PR, политтехнологии – есть тот центральный инструмент, тот нерв управления, который требуется исследовать. Поскольку большинство анархических и леворадикальных выступлений и в России, и на Западе произносило более или менее самоочевидные лозунги – против войн, нищеты и т.д. – создавалось впечатление, что они не затрагивают центральных проблем управления, то есть, бьют мимо цели. Но именно это, кажется, чувствовал известный писатель Виктор Пелевин, посвятивший проблемам рекламного манипулирования и политтехнологий два из трех своих больших романов – "Generation П" и "числа".

Книга канадской журналистки Наоми Кляйн "[No logo](#)" была издана в 2000 году. Фактически, она положила начало литературе антиглобалистского движения. Именно в ней впервые была широко поднята тема рекламной политики корпораций, обозначаемой словом "брендинг". После долгих лет постмодернизма, Наоми Клейн поразила всех совершенно простым морально-этическим подходом: она говорила, что нехорошо занимать рекламами все публичное пространство, нехорошо рекламировать в свете неонов продукты, которые производят в нищенских условиях рабочие стран третьего мира, и тому подобное.

Работа по критическому исследованию пиара велась уже некоторое время, но только в свете этих новых идей она получила широкое признание. Уже в 1994 году в США был основан Центр медиа и демократии, учредивший журнал [PRwatch.org](#), посвященный мониторингу работы агентств и недобросовестной корпоративной информации; тогда же в Вене появился медиа-центр [Public Netbase/t0](#), ориентированный на многопрофильное и мультидисциплинарное исследование корпоративных технологий, масс-медиа и техник "промывки мозгов", и создавший свое структурное подразделение – Институт новых культурных технологий, специализирующийся на разработке контр-тактик для "культурной интеллигенции" ("counter - intelligence"). В 2001 году под патронажем ЮНЕСКО был учрежден другой подпроект медиа-центра [Public Netbase/t0](#) – портал [world-Information.org](#), возглавленный директором [Public Netbase](#) Конрадом Беккером. В 2002 году Конрад Беккер выпустил "[Словарь тактической реальности](#)" – "учебник для культурной интеллигенции ("counter - intelligence")", вскоре переведенный на русский и изданный в 2004 году в Москве издательством "[Ультра.Культура](#)". Конрад Беккер называет тактики, направленные против политтехнологий, "культурными технологиями". В 2003 году американский [PRwatch.org](#) создал онлайн-проект "энциклопедия обманов" – [Disinfopedia](#) (теперь переименован в [Sourcewatch](#)), построенный по технологии wiki и включающий, на сегодня, 7082 статьи. Названные ресурсы достигли более высокой систематичности и утонченности в анализе пиар-технологий, чем Наоми Клейн. Для обозначения PR они выбрали

меткое название - "оружие массового обмана" ("weapons of mass deception").

Проектами в духе "культурных технологий" являются также американские Mediawatch и [FAIR](#) (Fair and Accuracy in Reporting) и итальянский [Megachip.info](#) - крупный портал по мониторингу телевидения и "присмотру" за рейтинговыми агентствами, часто выполняющими роль рекламных фирм. На настоящий момент, это основные источники, имеющиеся у нас по разысканиям в области PR, маркетинга и подобного тонкого бизнеса - интеллектуального оружия, мобилизуемого на службу корпоративных разведок. Однако тема представляется настолько обширной, что браться за нее нужно с большой ответственностью, - например, четвертый фестиваль next5minutes, проходивший в сентябре 2003 года, не стал включать какие-либо секции, посвященные обсуждению корпоративного PR, в свою программу.

Нам требуются исследования и тактики противодействия "тонкому" манипулированию. Все больше сигналов поступает о том, что конструирование начинает применяться на уровне высоких и тонких уровней человеческого сознания. Компьютеры учатся по энцефаллограммам распознавать и моделировать движения аксонов и нейронов в человеческом мозге. Вырабатываются дисциплины из области "high - hume" - т.е. нечто, высокотехнологично работающее с тем, что составляет особенность собственно человеческого ("hume") - памятью, сознанием, убеждениями, способностью принятия решений, воображением. И, хотя основным способом противодействия такому манипулированию является непосредственно воспитание человека (не истеричного, не маниакально-депрессивного, не шизоидного, а высокоразвитого и разумного человека с доброй волей) - нужны также техники культурной интеллигенции, методы против управления восприятием, гипноза и зомбирования. Первым шагом к созданию таких техник будет информация о том, как все это действует.

Общество Спектакля стремится поддерживать своих граждан в таком состоянии, в котором они остаются управляемыми посредством определенных технологий, а это состояние характеризуется несамостоятельностью и неудовлетворенностью. Потребитель полагает, что объективная, независимо от него существующая Истина - есть, и что ее знает кто-то другой, стоящий более высоко в иерархии, или более успешный, и что этот кто-то действует в соответствии с Истиной и имеет последовательную и разумную мотивацию всех своих поступков. *"Люди нуждаются в том, чтобы их жизнь и объяснение их мира были последовательны, и Теория Непротиворечивости показывает, что существует также тенденция ожидать последовательности. Оказываясь перед лицом непоследовательности/нелогичности, человек переживает состояние разлада, и пережитый опыт приводит к усилию восстановить последовательность"* (Конрад Беккер, "Словарь тактической реальности"). Поэтому потребитель старается следовать советам того, кто стоит на более высокой общественной ступени или более

авторитетен. "Авторитетные" и "привлекательные" лица можно увидеть в рекламе и политике.

"Брэнд" - так называется имя производителя, которое в результате целенаправленной рекламной кампании становится обозначением некоей общности, возглавляемой знающими, авторитетными людьми. Это мифологизированная система координат, а также нематериальная прибавка к товару, позволяющая увеличить его стоимость. Контуры и характер явления намеренно оставляются туманными, притупляя критичность потребителя и заставляя его ориентироваться не на трезвые оценки разума, а на некие приятные полубессознательные намеки, рассыпанные в рекламе. И в самом деле, как может обосновать свою уникальную и единственную ценность для потребителя компания, продающая кроссовки или джинсы? Однако - говорит Наоми Кляйн - Nike была первой компанией, которая в своей рекламе взяла курс на уничтожение границ между брэндом и повседневной жизнью. "<Продукция этой фирмы> всегда с тобой, везде с тобой" - примерно так, без ложной скромности, представляют свое место в жизни потребителя различные бранды, продают ли они памперсы или мыло. Брэнд является *"маяком в море морального хаоса и обломков привычных ценностей"* - определяют российские специалисты по PR Е.Егорова и Г.Гамбашидзе.

Ситуации информационной перегрузки - в англоязычном тексте на этом месте были бы применены слова "jam" или "overload" - создает постоянный дефицит внимания у тех, кто некритически относится к Спектаклю и послушно воспринимает все поступающие сообщения. По общим статистическим оценкам, средний европеец проводит перед телевизором около четырех часов в день. Для среднего американца среднее время потребления ТВ в день составляет 4,5 часа, а различных СМИ, включая также радио и газеты, - 6 часов 43 минуты. В то же время, на общение с себе подобными у себя дома отводится в среднем 14 минут. Европеец или американец, ведущие такой образ жизни, несомненно склонны доверять обильным сыплющимся на них посланиям. Но это доверие не совсем того же рода, которые испытываем мы, слушая сообщения друг от друга. Телезритель не только не обрабатывает поступающие сведения, но обычно даже не запоминает их. Мануэль Кастельс даже утверждает, что сама идея, что реклама как-то влияет на выбор товара, высоко проблематична, а компании стремятся инвестировать в рекламу, прежде всего, потому, что наличие их рекламы на улицах позволяет им хорошо выглядеть в глазах своих партнеров. Действительно, есть ощущение, что реклама, несмотря на все социологические опросы о ее эффективности - это результат какой-то неправильно примененной теории или наивно понятого представления о человеческой психологии. Но, в то же время, консультанты по PR решили, что если прямое воздействие рекламы неочевидно, то желательно оказывать воздействие на подсознательном уровне - так, чтобы послания откладывались в неосознаваемой памяти реципиента и оттуда влияли на его принятие

решений, в виде приятных образов, соблазнительных форм, туманных напоминаний, направляющих намеков. Речь идет о том, чтобы повлиять на принятие покупателем/избирателем решений в местах, ключевых с точки зрения создателей рекламы – в супермаркете и возле избирательной урны. *"Пока люди, делающие рекламу, не поймут, что им нужно разработать способы проверки бессознательного отклика, рекламный бизнес будет пребывать в зачаточной стадии"* – пишет российский специалист по рекламе Алина Дударева. Отсюда – непрекращающиеся сообщения о всевозможных "25-х кадрах", "НЛП", "мемах", "медиавирусах", "черном пиаре" и "вирусном маркетинге". Насчет этих приемов говорят, что они страшны. Они действительно страшны для тех, кто держит широко раскрытыми свои двери восприятия. И они их не заметят.

Высокие скорости, внутренне присущие современной информационной экономике, создают условия для нового типа менеджмента – управления вниманием. В пространстве коммуникационных потоков идет непрерывная борьба за внимание целевых аудиторий, и для того, чтобы послания были восприняты, от них требуются ясность и прямолинейность. Вместо того, чтобы напрягать внимание, потребитель информации скорее всего переключит канал. Поэтому для победы в конкурентной борьбе за внимание нужна ясная артикуляция позиций.

Рынок и представление себя на рынке требует четкости в выражении и конструировании того образа, который ты несешь. В интересах успеха политической и медиальной деятельности имидж должен быть четко разработан, транслируемые послания должны ясно восприниматься. Требуется иметь четкую интерпретацию ситуации, формулировать ее и передавать эту интерпретацию другим. Собственно, это и является открытием PR. Из мира, отмеченного работой с PR, устраняются понятия многозначительности и сложности. Реклама заведомо неспособна сообщить ничего, кроме собственного послания. Ее задача – проявлять не проявленное. Не проявленное останется невоспринятым. Поэтому от рекламы требуется сделать интересную вещь – это позиционироваться. Позиционирование относительно контекста – это важнейшая составная часть как экономического, так и политического пиара. Посредством рекламы компания передает сведения не только о себе, но и о своем положении в системе. С целью правильно позиционироваться предпринимаются предварительные исследования конъюнктуры рынка, вкладываются деньги в заказы на социологические технологии. Посредством непрекращающихся исследований об объемах продаж и текущей конъюнктуре рынка компания вырабатывает обратную связь с рынком, для того чтобы подлаживать свой образ и свое позиционирование к тому, что представляется выгодным и пользующимся спросом в данный момент.

В течение второй половины XX века открытия капиталистической экономики, связанные с пиаром и рекламой, непрерывно росли, и к концу последнего десятилетия вложения в

бренд уже составляли около трети всего бюджета большинства корпораций. Наоми Клейн прекрасно описывает свое детство, прошедшее в детском очаровании невероятными синтетическими цветами неона, силикона и других рекламных материй, что было удивительно и обидно для ее родителей-хиппи, в конце 1960-х эмигрировавших из капиталистической Америки в тихую идиллическую Канаду, и пытавшихся воспитывать ее в естественном окружении природы. Реклама заполнила собой публичное пространство. Она также постаралась внедрить себя в самые неожиданные и потаенные места, чтобы увязать с собой в сознании людей любую область жизни: она проникла на кухню, в спальню, в здоровье и гинекологию, в диарею, перхоть и менструации. Исчезновение границ между рекламой и повседневностью привело к новым широкоохватным направлениям маркетинга со стороны корпораций, таким, как создание моды и стилей жизни. Соответственно, реклама стала и тем инструментом, который создает и трансформирует отношение людей к жизненным явлениям. Но рекламные стратегии обладают способностью меняться в зависимости от рыночной конъюнктуры, что означает для простого потребителя дезориентацию и создает еще одну серию "обломков привычных ценностей". Чего стоит хотя бы история того, как после многолетнего утверждения своего бренда через образ сурового мужчины, искателя приключений, компания Camel приняла решение расширить круг потребителей засчет утверждения ориентации на делового и сосредоточенного мужчину, носителя ценностей среднего класса. Что могли подумать те, кто годами курил Camel, считая себя суровыми искателями приключений в тропических джунглях? Наверное, они почувствовали себя преданными и покинутыми. Реклама вырабатывает обратную связь, чтобы отслеживать собственные успехи, но есть ли у нее инструменты, чтобы проверить, как она разрушает ценности, расшатывает ориентации, лишает людей жизненных ориентиров, отнимает у них способность обрабатывать информацию и доверять сообщениям? А эти явления требовалось бы исследовать с помощью инструментов гораздо более высокого порядка.

Также, противоречия и различия между неявно сообщаемыми установками разных реклам открывают возможность одновременного оперирования разными установками в зависимости от ситуации. В первую очередь это относится к тому, что называется "эротика", или "секс". Эти материи находятся среди центральных тем рекламы, потому что являются самым безотказным приемом привлечения внимания к рекламному плакату или ролику. Женщина преподносится в качестве объекта желания & потребления. Особенно если она предстает в окружении других привычных конsumerических аксессуаров - дорогих машин, мехов, яхт, драгоценностей. В то же время, другие рекламные ролики транслируют образы независимых, эмансипированных женщин-менеджеров, женщин-политиков, - что по факту негласно резервирует за женщинами и те, и другие роли, и также позволяет одним и тем же женщинам в повседневной жизни

апеллировать то к одним, то к другим ценностям общества потребления, в зависимости от интересов, которые они преследуют в данный момент. Однако это противоречит действительности. В действительности, женщины, которых катают на яхтах, с весьма низкой вероятностью окажутся теми, кто в другое время двигает свой собственный бизнес.

Новая эра рекламного бизнеса может наступить очень скоро и непосредственно связана с ведущимися сейчас разговорами о персональных чипах идентификации и базах данных. Планируется оцифровать и ввести в употребление карточки или подкожные чипы, хранящие информацию о различных предпочтениях и вкусах человека (которые нетрудно определить, следя за его посещением сайтов в интернете, покупкам, которые он делает с помощью кредитной карточки, и т.д.), - так же, как уже введены в употребление паспорта, хранящие данные об отпечатках пальцев и роговице глаза, и в некоторых местах - подкожные чипы-идентификаторы. Наиболее очевидным применением такого новшества в рекламном бизнесе будет считывание подобных данных посредством беспроводной сети на расстоянии, в результате чего, проходя, например, мимо супермаркета, вы будете получать персонально ориентированную рекламу, обращающуюся лично к вам по имени. Кому-то из несчастных обывателей общества спектакля даже польстит такое впервые проявление "внимания" со стороны машин!

Установка на нескритичность в отношении принимаемой информации и на размывание рациональных оснований своей деятельности - вот что внушает Спектакль своему потребителю. Последний может догадываться примерно так: "Все это подчиняется неким правилам, которые не озвучиваются; скрывать их является одним из условий игры". Поэтому в общении между людьми приобретают все больший вес фигуры умолчания, многозначительные, но лишённые конкретного содержания намеки, демонстративные жесты, немотивированные действия. Это и есть мир симулякров, провозглашенный постмодернистской идеологией. Нет оснований не доверять идеологам и адептам постмодернизма, которые объявили, что начинают производить симулякры, и вот действительно, они производят не что иное, как симулякры. Им не стоит доверять только в том отношении, что "в наше время" невозможно производить что-либо другое, кроме симулякров.

Такое общество с наибольшей вероятностью оказывается подвержено социальным болезням - эпидемиям паники и массовым истериям. Вирусное распространение спонтанно возникающей, возможно недостоверной информации вызывает стремительные инфоволны массовых эмоций, аналогичных коллективным поветриям безумия в Средневековье: страх внешних и внутренних врагов, колдунов, стихийных бедствий. Как известно, в моменты массовой паники коммуникации перегружаются: все звонят друг другу. В статье об 11 сентября 2001 года Дэвид Гарсиа замечает, что в первые часы после взрывов все, с кем он общался, звонили или получали звонки по телефонам. 14 августа 2003 года в Нью-Йорке в

результате технического сбоя в течение часа от сети отключилось более сотни электростанций, включая двадцать два атомных реактора. Темнота охватила от 30 до 60 млн человек в крупнейших городах региона, включая Нью-Йорк, Торонто и Оттаву. Через несколько часов после обесточивания прекратили работу сети мобильных операторов, резервных источников питания тоже хватило ненадолго. Нагрузка пришлось на стационарные телефоны: голосовой трафик в нью-йоркской городской сети вырос вчетверо. Вся Америка повисла на телефонных линиях. Кто чувствует себя небезопасно, желает с кем-то поделиться своей незащищенностью. Сеть незащищенных. Все держатся друг за друга. Держащиеся друг за друга заражают друг друга медиа-вирусами.

Реклама стала наиболее постоянным, неизменным элементом любого публичного и медиального пространства. Она не только выражает основные подходы к коммуникации с обществом, имеющиеся у господствующей элиты, но и задает параметры для их дальнейшего воспроизведения, пронизывая ими все пространство Спектакля. Общее ослабление критичности в отношении получаемой информации позволяет различным ответственным лицам Спектакля озвучивать каждый раз новые и противоречивые подходы к одним и тем же проблемам. Постепенно и политическое пространство начинает строиться по принципу медиального, выражая явление, которое в современной критической теории озаглавлено как "медиатизация политики".

Если пространство потребления подчиняется диктату интересов, касающихся прибылей, то политическое пространство пронизано погоней за дивидендами в собственной области политики, а именно за голосами на выборах и высокими рейтингами. В силу этого актеры политического Спектакля преподносят свой товар по принципу рекламы: не заботясь о смысловой связности своего послания, рекламируя свой товар как имеющий отношение ко всем разносторонним областям жизни, и по модели брэнда. Политические консультанты и масс-медиа осуществляют "брэндинг" лидеров и партий. *"Это коммуникация в жанре мягкой ненавязчивой "вербовки", когда избирателю или будущему члену партии предлагают то, что побудит его влиться в ряды..."* (Е.Егорова, Г.Гамбашидзе).

В свободное от выборов время генеральная линия политического спектакля строится как внедрение идей, важных для данного правительства, и воспитание послушания этим идеям. Социологические опросы и рейтинги служат в качестве способа непрямо и постоянно подтверждать легитимность власти, имитируя непрекращающийся референдум и ссылаясь, таким образом, на "голос народа". В канун выборов владельцы информационных каналов посвящают все силы обработке аудитории в расчете на получение голосов в заданный ограниченный промежуток времени. Создаются медиа-фантомы – темы-мемы, приковывающие внимание к запоминающимся образам, пропагандистские иллюзии – социологические опросы, имитирующие заинтересованность общества

в разрешении дутых проблем, нагнетаются истерия опасности и эйфория солидарности. В книге "Это "Родина" моя" Ольга Сагарёва приводит выразительный разговор с одним политтехнологом:

*"Мне казалось, что выборы - выборами, а идея-то эта действительно людям нужна. "Знаешь, - ответил мне тогда Катеев, - Я участвовал в десятках кампаний, и в каждый кампании идет этот разговор - что, мол, есть жизнь после выборов. Я за эти годы выучил одно - жизни после выборов нет."*

Сиюминутный характер погони за рейтингами приводит к краткосрочности инвестиций доверия, которыми масса избирателей может наградить политика. Приемы информационной войны действуют в краткосрочной перспективе, в долгосрочной же перспективе их использование приводит ко все дальнейшей дезориентации масс, снижению общественной информационной критичности и экологии, потере интереса к политике, общественной дезинтеграции. Чтобы выиграть в войне к следующим выборам, Спектакль должен будет представить еще более шокирующие темы-мемы, спровоцировать еще больше истерии и эйфории, таким образом, он вынужден постоянно воспроизводить в растущих масштабах самого себя.

Конрад Беккер следующим образом классифицирует приёмы управления массами - как он называет их, "стратегемы контроля": *"Манипулятивные информационные техники можно классифицировать посредством различных систем и категорий, но стратегемы психологического воздействия не заменяют ПСИОП-процедуры планирования, развития и распространения ("ПСИОП" - "психологические операции", О.К.) . "Самоочевидные" техники касаются обращения к властям, лозунгов, "называния по имени" и тому подобного, в то время как другие стратегемы строятся на дефиците информации, находящейся в распоряжении объекта воздействия либо аналитика ("обманывать", либо избирательно опускать факты, упрощать или выбирать лишь те примеры, которые подтверждают заданный тезис). Одни техники используют своего рода драматургию (к этой категории относятся: смена ритма, "затор", или намеренная задержка в подаче информации, перенос внимания с одной ситуации на другую, более отвечающую интересам манипулятора), другие используют последовательность аргументов, когда аргумент, выраженный прямо или косвенно, становится причиной, или рядом причин, по которой (которым) объект воздействия должен вести себя, считать, или думать определенным образом, - так, как было задано намерением источника воздействия."*

Еще в 1920-х годах Эдвард Бернейс, родоначальник современной науки public relations, племянник и ученик Зигмунда Фрейда, писал о "тайной власти", которой будут обладать эти профессиональные "инженеры душ". Появление PR было одним из первых сигналов о грядущем наступлении Информационной эры. В настоящее время мечты Бернейса отчасти достигнуты, но сколь многообразны методики подчинения, столь же изощрённым должно быть и сопротивление. В последнее время один из корпоративных

пиар-журналов России "Со-Общение" (главный редактор - бывший участник левого движения, член "Студзащиты", впоследствии руководитель избирательной кампании Сергея Мавроди в Госдуму Дмитрий Петров) решил перевести на русский язык выражение "public relations" и стал продвигать получившуюся аббревиатуру "РОС" ("развитие общественных связей"). "Со-Общение" заявляет, что пиарщики "развивают связность", "выстраивают язык", на котором будет разговаривать общество, конструируют действительность. Здесь журнал вторит одному из своих учредителей, известному пиарщику и тоже в прошлом леваку Ефиму Островскому, который ещё в 1998-м году написал статью под названием "Наша миссия - оформление новой цивилизации". В чем же заключается эта миссия? Островский сообщает, что есть разница между "грубыми" и "тонкими" материями, и что в наше время происходит соревнование в области тонких материй. Он называет миссией политтехнологов покорение тонких материй, конструирование пространства смыслов, что является, ни много ни мало, "победой добра над злом". Потому что "добро - это тонкие материи". Свое рассуждение Островский заключает цитатой из Бориса Гребенщикова: "В инфракрасный прицел мы видны, как небесный ОМОН".

Позиция Островского есть манипуляция еще более грубая, чем некоторые из материй, про которые он толкует. Из различения тонкой и грубой материй совершенно не следует, что одна из них является добром, а другая злом. В области тонких материй возможны манипуляции и обман, имеющие более далекие последствия, чем любые действия в грубой области. Более того, как пишет Конрад Беккер, *"разум в Информационном Обществе виртуально выполняет роль, принадлежавшую раньше прямому насилию"*.

Политтехнологи часто задаются вопросами об этических аспектах их работы. При общении с политтехнологами не раз приходилось слышать вздохи по этому поводу. Виктор Пелевин отразил нравственные муки политтехнологов в словах героя "чисел" рекламщика Малюты: "Я из политики давно ушел. И не переживаю - денег меньше, зато черти не снятся". Им всем было наверняка отрадно слушать утверждения Островского, поскольку они означали индульгенцию, выданную за все дезинформационные кампании наперед и разом. "Обман? Манипуляция? - Нет, это протраивание смыслов, покорение тонкой сферы".

В России в последнее время PR испытывает плохие времена. С первых лет президентства Путина, рынок политтехнологий сокращается в связи с тем, что уменьшается число заказчиков. Уже в 2001 году политтехнологи жаловались на то, что из политики исчезает конфликтная ситуация, "острота", и заказчик остается один - Кремль. В конце 2003 года политтехнолог и галерист Марат Гельман, посвятивший большую часть времени в 90-х весьма изобретательному синтезу методов PR и радикального искусства - уходя с поста заместителя гендиректора ОРТ, сказал в интервью: *"Умение мыслить, прогнозировать теперь не будет иметь особого*

значения. Аналитиками станут те, кому будет доступна банальная информация: кто, с кем, когда. А это добывается в первую очередь прослушкой". Однако, во-первых, после испытанного опыта и разведка не откажется покорять "тонкие сферы", во-вторых, разве бывшие PR-работники не окажутся теперь на службе не частного капитала, а той самой власти? Тем более что в свое время индустрия пиар в России расцвела на волне общественных движений и получила много питательных импульсов от бывших советских диссидентов и художников (Гельман, как уже сказано, - куратор-галерист, а, например, директор фонда эффективной политики и непосредственно консультант Кремля Глеб Павловский - некогда социалист-диссидент), так что ей хорошо известны контркультурные и андеграундные потенциалы.

Одним из главных достижений рекламы последних десятилетий стала политика присвоения протестной фразеологии и символов. Поистине виртуозные трюки - употребление слова "революция" для обозначения незначительных технических усовершенствований, и использование лица Че Гевары в рекламе мобильных телефонов, или красного цвета и госсимволики СССР - в рекламе радио. Таким же образом реклама постоянно заимствует приемы и свойства низовых общественных кампаний и тактических медиа - например, "грязный" стиль и съёмка с плеча, характерные для волны активистской DIY ("Do It Yourself")-культуры, стали фирменным знаком MTV и разных рекламных кампаний. То же используется в "медиазированной" политике. Марат Гельман был и остается тем, кто преуспевает на этом поприще. Начиная с парламентских выборов на Украине в 2002 году, когда он делал предвыборную кампанию социал-демократической партии, до создания блока "Родина" под российские выборы 2003 года - спецификой его проектов была именно манипуляция с левой риторикой, предназначенная смягчить её революционный потенциал, использовать как можно больше леворадикальных символов, выхолащивая их содержание, и направить обсуждение вопросов в русло официальной парламентской политики. В книге об истории блока "Родина", впервые принявшего участие в выборах и сразу получившего 13% голосов, Ольга Сагарёва, бывший пресс-секретарь Дмитрия Рогозина, описывает, что даже сотрудникам штаба было не совсем ясно происхождение партии, пока Рогозин не заявил: *"Я недавно разговаривал с Президентом, и Президент еще раз подтвердил мне, что считает этот проект своим личным проектом"*. Но 13% голосов было отдано умеренно-левой, социал-демократической риторике в сочетании с популярным национализмом, также традиционно характерным для коммунистической оппозиции! В этой ретроспективе ясно, что блок "Родина" с очередной раз использовал тактику раскола коммунистической оппозиции. История повторяла типологически сходные ситуации, разыгрывавшиеся перед выборами 1999 года с отколом от КПРФ группировки Сергея Бабурина, потом - групп Семигина, Селезнева и т.п.

Важное место среди политических технологий занимает культура. "В книгах "Культурная холодная война" и "Как Америка украла авангард" Фрэнсис Стопор Сандерс и Серж Гильбо открывают закулисную работу машины культурной пропаганды и сообщают оттенок экстравагантности, с которым она выполняла свою миссию. Любопытно, что в интересах противодействия "коммунистической угрозе" предпринимались попытки поддержать отдельные прогрессивные и либеральные позиции. Если верить современным аналитическим расследованиям историков, кажется, что среди крупных прогрессивных культурных журналов на Западе едва ли был хоть один, не основанный или не поддерживавшийся спецслужбами, или свободный от агентов спецслужб", - пишет Конрад Беккер во Введении к "Словарю тактической реальности". Только что изданная книга британского исследователя Ричарда Барбрука "Воображаемое будущее" (" Imaginary futures ") рассказывает о том, как американские культуртехнологии времен Холодной войны конструировали образ капиталистического будущего, потому что "у американцев было неплохое настоящее, но будущее у русских было лучше, вот в чем дело!". Согласно Барбруку, основные кадры для кузницы культуртехнологий поставляли бывшие и разочаровавшиеся марксисты-антисталинисты, в частности, троцкисты. Они были убеждены, что их задача - создать некую футурологическую альтернативу марксизму, не прибегая к его терминологии (которая и в политических, и академических исследованиях США того времени была строго табуирована), также их убеждения и труды щедро спонсировались ЦРУ. В течение 1940-1950-х гг. эта школа получила название "левые Холодной войны" (" Cold War Left "), в 1960-м ее представители заняли места в правительственных кабинетах вместе с приходом к власти президента от демократической партии Джона Кеннеди. Они оказались среди самых яростных поборников вьетнамской войны. "Поразительно, - говорит Барбрук в [беседе](#) для российского журнала "Компьютерра", - *начать с левых идей, с антисталинизма, а закончить истреблением людей в третьем мире и при этом серьезно (прямо как наши новые лейбористы) бороться за социальные гарантии для трудящихся!*" Для этих идеологов очень кстати пришелся знаменитый канадский идеолог информационного общества и интеллектуальный провокатор Маршалл Маклюэн. Фактически, действуя по прямому заказу ЦРУ, Дэниел Белл переписал маклюэновский бестселлер "Понимая медиа" без ссылок на первоисточник, но по-иному расставляя акценты: утопия "мировой деревни", с ее свободным обменом информацией и освобождающей ролью медиа, стала непосредственным будущим американской модели капитализма; было указано, что именно эта модель, а не какая-либо другая, ведет к преодолению общественного отчуждения и конфликтов между собственниками средств производства и наёмными рабочими, так как в пост-индустриальном обществе основные трудовые ресурсы перемещаются из сферы производства в сферу обслуживания. Из капиталистического отчуждения прошлого (которое все же трудно было отрицать) человечество, действительно, должно

было перейти в более гуманную эру пост-индустриализма, но совершенно безболезненно, без всяких революций, только лишь с помощью технологического преобразования через введение компьютеров. В общем идейном представлении "левых холодной войны", именно этот процесс и оценивался как "модернизация", а коммунизм – как болезненные издержки процесса модернизации, которым подвержены малоразвитые страны третьего мира. *"Они сделали ремикс того, что когда-то изучали в большевистских кружках, добавили хайтека, американизировали в духе Джетсонов, – вот и все"*, – говорит Барбрук. "Левые холодной войны" были изгнаны из высокопоставленных кабинетов с поражением демократов и неожиданной развязкой войны во Вьетнаме. Но показательно, что впоследствии одним из центральных идеологов американской империалистической политики стали молодой тогда участник футурологической "Комиссии Белла" Збигнев Бжезинский.

Оказывается, для многих интеллектуалов западного мира "информация" и "информационное общество" вовсе не представляют собой то, что имеем ввиду под этими словами мы – то есть, главную ценность общения, заключающуюся в точной передаче данных, и общество, построенное на таком общении, – а означают только лишь сомнительную и ненадежную теорию, одну из многих теорий, к тому же придуманную не без участия ученых-наймитов империалистических разведок!

Итак, существуют способы и методики управления восприятием. Есть массовые, безотказно действующие в массовом масштабе, а есть индивидуализированные, предназначенные для конкретных социальных групп. В случаях, когда методики непрямого воздействия не оказывают нужного эффекта, применяются меры прямого воздействия. В условиях понижающейся социальной критичности создается возможность комбинировать методы зомбирования и убеждения с методами контроля: вводятся в употребление уличные камеры наблюдения, полицейские базы данных, право на прослушивание телефонных разговоров и отслеживание электронной почты без ордера. Поступают сведения о разработках совершенно загадочного свойства, таких, как НААРР (база исследований и воздействия на ионосферу, расположенная на Аляске) или нано-роботы. Впрочем, было бы странно, если бы не существовало разработок такого рода, хотя бы потому, что к услугам правительств и разведок работает огромное число высокотехнологичных лабораторий и специалистов, которые, конечно, неминуемо предусматривают военно-разведывательные применения в любой области, которыми они занимаются, если вообще не посвящают все свое время только таким применениям. Ввиду происходящей приватизации научных исследований рискованные опыты переносятся в частный сектор, в которых они оказываются уже не подотчетны никому ни в какой форме. Надо думать, так же продуктивно, в целях, выгодных мировым элитам, разрабатываются различные технологии улучшения для жизни немногих. Можно только представить себе, каким смелым фантазиям, каким запрещенным

удовольствиям в свободное от работы время предаются потомственные аристократы, олигархи, политконсультанты, диктаторы банановых республик, члены Римского клуба, – полагая, что эти развлечения будут открыты им вечно, какие бы там катастрофы ни поражали планету и остальное населяющее ее "быдло". В свете всего этого выглядит гораздо более удивительным то, что мы все еще не управляемся через Wi – Fi посредством дистанционных пультов, не получаем регулярные амнезийные удары через ионосферу, а имеем возможность задумываться о происходящем, тренировать свое сознание в целях противодействия, и даже создавать ограниченный во времени коммунизм в отдельно взятых автономных зонах. Именно поэтому нам так важно создавать свои медиа, распространять свою информацию, а также посредством их использования находить собственные подходы к новейшим исследованиям и к высокоспециализированной науке. Также, именно поэтому нам требуется все смелее думать о "тактических медиа второго поколения" – стратегических информационных сетях и структурах, способных оказывать сопротивление на более тонком уровне поля информации, об институтах и тактиках общественного мониторинга дезинформации, органах общественного надзора за PR, о био- и наномедиа, и, конечно, о воспитании разумного и уверенного человека, способного противостоять тонким манипуляциям.

## Революция в условиях инновационной экономики

---

Информационное общество – это общество, в котором главной ценностью является информация. Для биржевых брокеров, банкиров, инвесторов ключевыми факторами в работе являются осведомленность и скорость принятия решений. Понимают они это или нет, но и здесь точные данные, достоверные сведения, – составляют главную валюту системы, которая позволяет ей функционировать. Коль скоро биржи – это финансовые рынки, посредством которых в течение считанных секунд миллиардные суммы долларов перекачиваются из одного в другой край планеты, то что еще может мотивировать дельцов сильнее, чем поиск новой, относящейся к делу информации?

Темпы роста и развития информационной экономики таковы, что они требуют использования всех мощностей средств информации и коммуникации, поскольку именно благодаря им современный капитализм приобрел свою современную "нематериальную" форму. Один из признанных лидеров антиглобалистского движения Сьюзан Джордж также говорит по этому поводу: *"Капитализм похож на велосипед, который должен постоянно ехать вперед или упасть, а фирмы конкурируют, чтобы выяснить, кому удастся быстрее надавить на педаль перед тем, как врезаться в стену"*. Что же это такое

за информационная экономика, которая так настойчиво диктует государствам, что им делать?

Информационное общество характеризуется тем, что решающую роль в его образовании сыграли, и играют, новые технологии. А для развития технологий требуется специфическая, скажем так, установка, общая для изобретателей, предпринимателей и потребителей: это установка на инновации. Компания проиграет рыночную гонку, если не будет вовремя вводить инновации в производственный процесс, оптимизировать коммуникацию и менеджмент, перехватывать изобретения у конкурентов, если мобильные телефоны новых марок не будут включать в себя SMS – технологии, новые наборы мелодий, опции Wi – Fi и GPS , сервисы VAS , чтение с голоса и тому подобное. В первую очередь, это и является причиной того, почему, несмотря на свои очевидные тоталитарные и запретительные тенденции, современные государства не запрещают и не ограничивают интернет. Наоборот, динамика инноваций становится основным образующим фактором новой экономики. Входит в употребление термин "инновационная экономика". Это есть тот "велосипед", о котором говорит Сьюзан Джордж.

В свою очередь, инновационная экономика развилась благодаря специальному виду инвестиций, сопутствовавших новейшему технологическому прогрессу. Будучи инвестициями в ненадёжный, рискованный сектор промышленности, они получили название высокорисковых, или венчурных (от "venture" – риск) инвестиций. В отличие от обычных инвестиций, традиционных для индустриального производства и приносящих прибыль в размере 2–3% процентов в год, венчурные способны приносить невероятно высокие прибыли от 20–30% до 200%. Естественно, возрастает и возможность потерь. Именно такие инвестиции положили начало коммерческому буму высоких технологий, сопровождали его развитие, приводили к массовым банкротствам и новому возрождению. Венчурные инвестиции лежат теперь в основе развития каждого нового поколения высокотехнологичного производства, включая био- и нанотехнологии.

Герман Хаузер, австрийско-британский предприниматель, один из пионеров-менеджеров венчурного инвестирования, называет пять условий успешного развития венчурного капитала. Это: наличие в стране высококвалифицированного образования для менеджеров и изобретателей; предпринимательский дух; наличие венчурного капитала; наличие правительства, создающего благоприятные условия как для образования, так и для венчурного инвестирования; готовность крупных компаний сотрудничать с малыми, развивать сектор, например, в рамках т.н. "корпоративного венчурина". Ключевая роль в этих процессах отводится, как видно, правительству, тому, какие условия оно создает в стране для инновационного бизнеса – посредством налогообложения, развития образования и т.д. Инновации развиваются наилучшим образом в условиях, когда образовательные

учреждения, офисы компаний-производителей, исследовательские лаборатории – все вместе сосредоточено на небольшом участке пространства. Такие "высокотехнологичные зоны" называются "кластерами", а в России с 2004 года они получили также название "технопарки".

Именно эта ситуация создает условия, в которых благополучие страны, будь она капиталистической или социалистической, страной "первого мира" или "третьего мира", зависит от развитости в ней инновационной экономики. В мире уже общепринятым является термин "цифровое неравенство" ("digital divide"; другой вариант перевода – "цифровой барьер"), обозначающий неравенство между людьми, группами, нациями, по признаку подключённости к интернету. Например, в Финляндии доступ к интернету имеет более 50% населения, а в Индии – 0,05%. Согласно общепринятым воззрениям на информационное общество, его специфика такова, что свободный обмен информацией способствует преодолению нищеты и неравенства, но те, кто отключен от такого обмена, практически теряют свои шансы. В одних странах "пять условий" Германа Хаузера работают и соблюдаются – так, например, засчет льготного налогообложения Великобритания начинает в последнее время оспаривать пальму первенства, принадлежавшую ранее калифорнийскому кластеру Силиконовой долине. В других странах существуют образовательные центры и исследовательские ресурсы, но нет экономического благоприятствования инновационной экономике со стороны правительства – это пример России. Где-то интернет существует, отдельные представители населения имеют возможность пользоваться интернет-кафе или даже протянуть оптоволоконный кабель к дому, но работа посредством интернета совершенно не рассматривается на уровне экономических планов правительства и никак не видоизменяет способ бытования национальной экономики, целиком ориентированной, скажем, на экспорт сырья – как, например, Зимбабве. А где-то доступ в интернет вообще запрещен под страхом уголовного преследования – как в Бирме.

Возникновение информационной парадигмы положило начало разговорам о "новой экономике". Основным пафосом "новой экономики" было то, что с наступлением новых условий труда исчезает необходимость в тяжелой физической работе, основные производственные процессы, присущие индустриальному обществу, теперь могут быть автоматизированы, а основная ценность – и ключевая технология – с этого момента заключается в производстве знания. Естественно, для некоторых идеалистов это послужило поводом надеяться, что новая экономика создаст условия для преодоления отчуждения и эгалитаризма, свободы информации и знания для всех – поскольку казалось, что теперь основные производственные процессы могут быть автоматизированы, а людские ресурсы освобождены от отупляющей работы на предприятиях индустриального типа. Та самая наивная, а кое-где (как было описано в предыдущей главе) хитроумно инспирированная иллюзия

века НТР, что новая технология может изменить общество сама, без изменения его устройства! Но, как пишут артисты-активисты из Critical Art Ensemble, *"классовая структура общества воспроизводится любой технологией"*. Одно из первых упоминаний термина "новая экономика" мы обнаруживаем в выступлении Рональда Рейгана в Московском Государственном университете в 1988 году: *"в наступающем мире изменятся условия производства, и новому поколению не придется тяжело трудиться, подчиняясь экономической необходимости, поскольку экономика переходит к производству не товара, а знания"*. Глашатаем "новой экономики" стал американский журнал [wired](#), защищавший, вкратце, ту идею, что с изменением условий труда в мире рынок стал, наконец, нашим "естественным окружением", информационные технологии поставили все идеалы свободного рынка на свои места, и таким образом обладатели знания теперь будут богатыми, как обладатели информационных ноу-хау. Стоит ли говорить, что эта идеология, как классический пример корпоративного самообмана, встретила решительный отпор со стороны более критически мыслящих европейских аналитиков, в частности, со стороны круга "цифрового Амстердама". Носители "калифорнийской идеологии" получили ироническое прозвище "the wired generation". Это была очередная рыночная утопия, наивно полагавшая, будто одно только развитие технологий способно внести изменения в жизнь человечества, без капитального переустройства общественных отношений.

Со стороны европейских теоретиков "новая экономика" была отрефлексирована в трудах итальянского философа Тони Негри, обозначившего ее как "пост-фордистскую экономику" (поскольку "фордизм" обозначает высшее выражение индустриальной экономики) и экономику "нематериального производства".

Она набирала темпы. Персональные компьютеры поступают в серийное производство уже с 1975 года. По мере разработки пользовательских приложений и появления сетей их притягательность распространяется за пределы университетов, научных центров и коммерческих учреждений. К концу 1980-х созданы электронная почта, онлайн-конференции, а в 1990-м британский программист Тимоти Бернарс-Ли создает приложение world wide web - программное обеспечение, позволяющее считывание информации и интерактивный обмен данными между подключенными друг к другу компьютерами. Середину 1990-х можно считать эпохой телекоммуникационной лихорадки, охватившей мир. Опережающими темпами создаются и проектируются новые компьютеры, по миру распространяются мобильные телефоны, огромное значение приобретает применение компьютеров в промышленности и управлении, внедрение в производство, а вскоре - и перевод различных управленческих и производственных процессов на электронные рельсы. Стоит ли долго объяснять, как важно было появление мобильных для бизнесменов, ранее вынужденных дежурить в ожидании важного звонка в офисах, появление электронных конференций для децентрализованных предприятий,

электронной оплаты - для банков и интернет-торговли, а электронной почты - например, для издательского дела? Венчурные инвестиции приносят миллионные прибыли; м поколение молодых предпринимателей осваивают образ жизни, который характеризуется "тремя С: шампанское, икра и Кадиллак ( champagne , caviar and Cadillac )" - нечто радикально противоположное классическому для западной культуры типу капиталиста как носителя "протестантской этики". Все это получает название, в русском варианте, "бума доткомов", а в словаре саркастической слогономики амстердамских медиа-активистов - "dotcommania" (от доменных имен большинства электронных коммерческих компаний - .com ).

Следствием развития высоких технологий стало образование финансовых рынков - электронных бирж, которые характеризуются чрезвычайно быстрым реагированием на конъюнктуру рынка, поскольку их деятельность обеспечена не золотом или твердой валютой, а строится исключительно на интуициях брокеров по поводу того, какие акции в данный момент более или менее выгодны для вложения, - то есть, на человеческих страхах, иллюзиях и надеждах. Невероятная чувствительность финансовых рынков породила увеличение рисков современной экономики, представление о том, что "бабочка, машущая крыльями над Китаем, может вызвать бурю в Нью-Йорке" - что и было доказано, в частности, на примере азиатского финансового кризиса лета 1998 года. Но собственно "новая экономика" в тот момент все еще казалась осуществившейся утопией, электронным Эльдорадо.

В марте 2000 года в амстердамском медиа-центре [De Balie](#) проходит конференция "Tulipomania. A critique of the new economy". Выступающие говорят о завышенных рыночных ожиданиях игроков онлайн-рынка, о том, что реальная отдача от инвестиций едва ли в действительности может соответствовать надеждам большинства игроков, что иллюзии подогреваются рыночной эйфорией. В эти дни на крупнейшей электронной бирже NASDAQ биржевые котировки предприятий, специализирующихся на электронной коммерции, обрушиваются. Начинаются массовые банкротства. Выпуская через несколько недель каталог "Тулипомании", активисты De Balie включают в него "электронное кладбище" коммерческих компаний, потерпевших крах в это короткое время. Один из участников конференции, Томас Сквилл, пишет текст под названием "NowI.com" (отсылка к классической поэме битников "NowI" Аллена Гинсберга): *"Я видел лучшие умы моей профессии, сокрушенные венчурным капиталом, сожженные, параноидальные, влачащиеся по улицам Капучино в Пало-Альто за дозой фондовых котировок..."*

Франко Берарди Бифо, итальянский философ и один из первых в итальянской истории медиа-активистов, основавший в 1976 году в Болонье пиратское "Radio Alice", а также многолетний сотрудник французского психиатра Феликса Гваттари, выдвинул понятие "когнитариат". У него есть два значения. Одно, наиболее очевидное - это "нематериальные работники", "работники знания"

как современный пролетариат. Можно считать его ответом критической и осторожной Европы на рыночные иллюзии "поколения wired". Другое - менее очевидное, его следует понимать по аналогии с болезнями типа "гепатит": это "совершенно материальный (физический, психологический, неврологический) род болезней, испытываемых людьми, включенными в сетевую экономику. Современный капитализм привел к кризису перепроизводства, но это перепроизводство товаров, потребляющих внимание. Поскольку сетевое пространство бесконечно, конечным является сетевое время - оно имеет предел. Оно не может загружаться до бесконечности, в противном случае оно терпит крушение. И оно терпит крушение - в наших нервных системах. По коллективной нервной системе, по социальному мозгу распространяется эпидемия паники, за ней следует эпидемия депрессии". Вероятно, продолжая шизоаналитическое учение, развитое его другом Феликсом Гваттари в сотрудничестве с Жилем Делезом, Бифо анализирует психику и сексуальность человека информационного общества, или, по крайней мере, такого драматического времени, как "эпоха доткомов":

Работники виртуального мира имеют все меньше и меньше времени для внимания, они вовлечены в выполнение растущего числа интеллектуальных заданий, и у них не остается времени, чтобы посвятить своей собственной жизни, любви, нежности и чувствам. Они глотают Виагру, потому что у них нет времени на сексуальные прелюдии. Атомизация и распределение по специальностям произвели своего рода оккупацию жизни. Ее эффектом стала психопатологизация общественных отношений. Симптомы весьма очевидны: миллионы упаковок "Прозака", распродаваемые каждый месяц, эпидемии нарушений, вызванных неспособностью сконцентрировать внимание среди молодых, распространение таких наркотиков, как "Риталин", среди детей в школе, и растущая эпидемия паники...

Как это переключается с печальными описаниями психопатии людей западного мира, которые мы находим, например, в книгах модных ныне писателей Федерика Бегбедера и Мишеля Уэльбека! Идеи Бифо также объясняют широкое распространение эпидемий паник среди интеллектуалов 90-х, например, таких респектабельных, как Артур и Мари-Луиз Крокеры, Поль Вирилио, которые часто распространяли по инфо-пространству разного рода панические сигналы: "энциклопедия паники" (Артур и Мари-Луиз Крокеры), "Наше будущее - информационные Чернобыли" (Вирилио).

В "[Галактике Интернет](#)" Мануэль Кастельс осторожно оценивает последствия и уроки "кризиса доткомов", говоря о том, что, конечно, не всех можно было удержать от заведомо авантюрного вложения денег, но наиболее проницательные аналитики четко видели опасности электронной "пирамиды". Также, что наиболее отчаянные инвесторы, конечно, потеряли деньги, но более крупные компании, располагавшие резервным капиталом, не слишком сильно пострадали и даже смогли (как, например, Nokia) вскоре возобновить свой рост. Действительно, по прошествии нескольких

лет после событий – ясно, что денег в области "новой экономики" стало меньше, однако рост рынка и развитие технологий продолжается, и это позволяет увидеть их новый "структурный" уровень. Для нас же, тактических медиа-активистов, эта ситуация полезна тем, что мы можем извлечь из нее уроки того, как работать и действовать в условиях информационной экономики.

Революция не может быть "отключенной". Электронные девайсы и элементарная компьютерная грамотность за последние годы открыли путь для множества гражданских акций молодежи, которая казалась совершенно отрешенной от политики – флэшмоб, страницы Живого Журнала (активно использовавшиеся, например, для организации акций во время украинской "оранжевой революции" 2004 года). Нужно еще больше овладевать технологиями. Есть формула: "Любая технология могла бы быть иной". Она не является нейтральным, функциональным орудием. Любая технология подразумевает определенный "интерфейс пользователя", за любой технологией стоит определенное представление о человеке. Ведущий интерфейс в современной технологической гонке – это интерфейс пользователя-потребителя. Но возможно сделать его иным.

Ситуация с "цифровым неравенством" также заставляет нас задуматься о роли информационной экономики в революции. Общеизвестны споры большевиков о том, уместна ли революция в промышленно неразвитой стране, где пролетариат еще не выработал свое классовое сознание, а экономика еще не полностью прошла формацию, предшествующую социализму, – споры, не утихавшие и после 1917 года. Как известно, Ленин предложил по этому вопросу диалектическое решение, сказав, что революция в любом случае нужна, а пролетариат "дозревает" в ходе революции. В нашем случае решающие технологические изменения в средствах производства уже произошли, "когнитариат" уже стал обладателем своего оружия, но его классовое сознание все еще затуманено, и его обширная часть, будучи подкупленной, находится на службе у мировой элиты – так же, как в истории рабочего движения были подкуплены привилегированные трейд-юнионы. Без сознания, адекватного условиям Информационного общества, и без соответствующего технологического базиса революции никогда не будет. Телекоммуникации – это нервы современного общества, серверы и эфир – это "почта, телеграф, телефон" сегодня. Посмотрим на то, каким образом преодолевается "цифровой разрыв" в других странах не-западного мира.

Индия увидела перспективы ИТ-сектора одной из первых – государственный Департамент электронной промышленности был образован уже в 1970 году. Большинство руководителей молодого индийского государства видели в информационном развитии большой исторический шанс для страны, и страна не упустила его. Уже в 1990-х, в ходе "электронного бума", Индия стала крупнейшим производителем программного обеспечения. На 2003-й год экспорт программного обеспечения из Индии составил 10 млрд долларов, то есть чуть меньше 10% мирового экспорта, и 16% национального ВВП.

Это одна из центральных статей национального дохода. Знаменитый кластер информационной экономики Бангалор – центр, сравнимый с Силиконовой долиной.

Проблема индийского информационного развития состоит в том, что в стране были созданы достаточные условия для труда, занятости и образования специалистов, а следовательно – и для развития местной ИТ-инфраструктуры, но программирование по-прежнему является оффшорным, то есть, трудящиеся выполняют подряды иностранных фирм, являясь для них дешевой (по сравнению с Европой или США) рабочей силой. Основные доходы все равно получает не национальная экономика, а транснациональные корпорации, в то время как развитие национального ИТ-рынка и ИТ-инфраструктуры остается побочным эффектом. Но Индия приобретает информационное сознание. В 2000-м году в Дели, в сотрудничестве с амстердамским медиа-центром De Waag, был открыт центр новых медиа [Sarai](#), осуществляющий интенсивную работу по критическому осмыслению информационного развития в Индии, внедрению и развитию концепций тактических медиа.

Латинская Америка так же активно борется за развитие собственной информационной индустрии, и в авангарде этой борьбы стоит Бразилия – страна самого левого правительства и социалистического президента Лулы. Порту-Алегри, город первых Социальных форумов, является чуть ли не первым в Бразилии в смысле перехода городской инфраструктуры на свободное программное обеспечение. На окраинах больших городов – Сан-Пауло, Рио-де-Жанейро – вырастают favelas, бесплатные интернет-кафе для бедноты, являющиеся также образовательными центрами и работающими, естественно, под Linux. В Бразилии в 2003-м была организована одна из наиболее успешных секций конференции next 5 minutes под названием "midiatatica", которую посетили гуру левого интернета Ричард Барбрук и Джон Перри Барлоу, которая сопровождалась многотысячными рэйвами и массовыми акциями, и теперь ее последствия ощущаются все более внушительно. Также в Порту-Алегри регулярно проходит форум свободного программного обеспечения. Интересно, что в 2004 году, приветствуя на этом форуме президента [Фонда Свободного программного обеспечения](#) Ричарда Столлмана, министр культуры Бразилии, известный рок-певец и герой бразильской контркультуры Гильберто Гиль превзошел его в революционном радикализме, сказав: *"Конечно, мы все за свободный софт, но дело в том, что компьютеров бы вообще никогда не было, если бы контркультурщики в 1960-е годы не ели так много ЛСД"*.

Другие страны Латинской Америки тоже демонстрируют единство между социальными выступлениями протеста и технологическими активизмом: в Аргентине параллельно с "ассамблеями соседей" (что-то наподобие Советов) растет движение тактических ТВ (см. об этом в главе "Видео и ТВ"). Перу тоже показало пример бунта против диктатуры Microsoft: известна частная кампания сенатора Виллануэвы, потребовавшего от своего правительства перехода на

свободное ПО и отказа от навязчивых услуг Билла Гейтса, поскольку государство должно выбирать программное обеспечение для своей страны и граждан на основе качеств самого ПО, а не условий лицензирования, которые предлагает фирма-производитель. На данный момент, Виллануэва не выиграл эту борьбу, поскольку большинство вопросов о контрактах на свою продукцию Билл Гейтс решает с главами государств "в личном порядке", и также решил его с президентом Перу, - но случай получил известность в качестве прецедента.

В декабре 2003 года в Женеве происходил саммит ООН по проблемам информационного общества ( World Summit on the Information Society - WSIS ), к которому был приурочен антиглобалистский контр-саммит под вызывающим названием "WSIS ? - we seize !". Это был первый случай, когда антиглобалисты выступили с платформой, касающейся не индустриально-финансово-политических, а информационных аспектов глобализации. Итальянский критик-активист Алан Тонер назвал WSIS "конференцией без содержания", поскольку ее возможные решения все равно никогда не будут выполняться: например, США с середины 1980-х годов демонстрирует полное равнодушие к правовым решениям ЮНЕСКО и ООН, а бюджет самой ООН в этом году достиг самой низкой отметки в истории. Как бы то ни было, на саммите представители "третьего мира" пролоббировали и приняли декларацию с требованием создать фонд, направленный на преодоление "цифрового неравенства" к 2015 году, в то время как правительства стран ЕС и Японии даже не прислали туда официальных представителей.

Возникает вопрос, какое отношение Россия имеет ко всем этим развитиям, какое место она занимает и будет занимать в мировой информационной экономике? Чтобы ответить на него, нельзя отделаться несколькими абзацами. Для этого требуется окинуть взглядом события в широкой ретроспективе.

Начнем с того, что интернет был изобретен у нас. Общепринятым стало мнение, что интернет возник из разработок американского военного Агентства перспективных исследований ( DARPA ). "В начале ARPA создало ARPANET" - так звучит история в хрестоматийном пересказе программиста Денни Коэна. Мало кто знает, что первая локальная сеть была сконструирована советскими инженерами С.Лебедевым и В.Бурцевым для управления противоракетной баллистической станцией в 1956-62 гг. и в 1958-м году успешно прошла испытания на полигоне Сары-Шаган в Казахстане. Начальные этапы развития вычислительной техники в СССР были поистине вдохновляющими. Задача разработки и овладения новейшей вычислительной техникой была поставлена вскоре после войны, и поначалу решалась в суровых послевоенных условиях разрухи: ученые работали по общему трудовому графику, имея право на один за день выход за пределы лаборатории, на продовольственных карточках, и т.д. Б.Н.Малиновский прекрасно описывает все это в своей классической "Истории вычислительной техники в лицах". В 1950-60-е годы были построены первые в

континентальной Европе, содержащие уникальные технические решения компьютеры – или, как их стали называть позже, ЭВМ: МЭСМ и БЭСМ ((Малая и Большая электронная счетная машина) под руководством С.А.Лебедева, универсальные ЭВМ общего назначения "Урал" под руководством Б.И.Рамеева; разработана теория цифровых автоматов В.М. Глушкова и ряд других теорий, совершенно оригинальных и до сих пор не востребованных в мире. Ветераны тех времен утверждают, что для советских инженеров и программистов вовсе не были безусловными авторитетами классики западной компьютерной науки фон Нейман и Винер, более того, когда их книги появились в переводе на русский, они не были чем-то совершенно новым и неожиданным.

С установлением и развитием командно-административной системы, с прогрессом "брежневского застоя" все изменилось. "Началом конца" историк технологий Юрий Ревич называет 18 декабря 1969 года, когда на совещании у министра радиопромышленности СССР В.Д.Калмыкова было принято, а потом на заседании коллегии Минрадиопрома утверждено решение об ориентации ЕС ЭВМ на архитектуру IBM /360. Оптимизм правительственных чиновников был подогрет тем, что после войны во Вьетнаме советские конструкторы имели возможность разобрать на микросхемы большое количество сбитых над Вьетнамом американских истребителей. Но это означало отказ от разработки собственных, отечественных стандартов компьютеров, принятие ориентации на американский стандарт, в расчете на то, что и дальше можно будет "воровать" по максимуму железа и программ вместо того, чтобы разрабатывать собственные. Это также означало объединение под одним начальством ранее диверсифицированных исследовательских лабораторий. Теоретик программного обеспечения Эдсгер Дейкстра назвал решение советского правительства "величайшей победой Запада в холодной войне".

Однако нельзя сказать, что развитие вычислительной техники заглохло. Программисты, как и, например, инженеры-физики были одной из самых прогрессивных по роду интересов групп в Советском Союзе, и породили как увлекательнейшие разработки, так и замечательные памятники культуры, например, сборники "Физики шутят" и романы братьев Стругацких. Были предложены уникальные решения, которые, кажется, были слишком хороши для своего времени. Такова, например, вычислительная машина "Сетунь", в основу которой была положена не двоичная, а троичная система – не биты, а триты:

*Мне, конечно, было горько от того, что нас не поняли, но затем я увидел, что это нормальное положение в человеческом обществе, и что я еще легко отделался, – писал изобретатель "Сетуни" П.П.Брусенцов, – А вот Уильям Оккам, проповедовавший трехзначную логику в XIII веке, с большим трудом избежал костра и всю жизнь прожил изгоем. Другой пример – Льюис Кэррол, которому только под личиной детской сказки удалось внедрить его замечательные находки в логике, а ведь эта наука до сих пор их*

*замалчивает и делает вид, что никакого Кэррола не было и нет. Последний пример, показывающий, что и в наши дни дело обстоит так же (если не хуже), - Э. Дейкстра, открывший (в который раз!) идеи структурирования. Сколько было шума - конференция НАТО, сотни статей и десятки монографий, "структурированная революция" бушевала едва ли не 20 лет, а теперь опять все так, будто ничего и не было".*

Однако все это, как и множество других творческих ресурсов того периода, было не нужно государственной системе. Если Мануэль Кастельс определяет Информационную эру как "способ развития, в котором главным источником производительности является качественная способность оптимизировать сочетание и использование факторов производства на основе знания и информации", то экономика и способ управления в Советском Союзе 1960-70-х годов вступали в структурное противоречие с этим способом, поскольку однонаправленно действующее государственное планирование не оставляло возможности для обратной связи, а организованная вертикально экономика делала каждую отдельную область непрозрачной для других областей. Обоснованным представляется и другое утверждение Кастельса, что Советы в конце своего существования были настолько мало заинтересованы в развитии научно-технологического потенциала, что все прогнозы касательно войны с Америкой свелись к безумному сценарию обмена ядерными ударами. Иногда высказывается мнение, что брежневская бюрократия уже тогда начала готовиться к тому, чтобы в 1980-90-е осуществить приватизацию. Как бы то ни было, отечественные интеллектуальные ресурсы не остались невостребованными: легендарный советский разработчик Б.Бабаян с его командой профессионалов теперь трудится в компании Intel, а ядро ОС Windows писали программисты из новосибирского Академгородка.

Как бы мы теперь ни анализировали современное развитие ИТ-индустрии в Российской Федерации, мы не можем ее видеть в отрыве от исторического контекста развития, и наше понимание перспектив российской информационной экономики неизменно зависит от того, как мы отвечаем на вопрос: для чего это? Наша страна, преодолевая более чем десятилетнюю слепоту, пытается понять свою историю, определить место в ней нынешнего момента, - историю, которая была так сильно замутнена в 1990-е годы либеральной пропагандой относительно "тоталитарного прошлого" и "остальных цивилизованных стран". Между тем, Россия, не успевшая к технологическому буму 1990-х, связанному с телекоммуникациями, теперь имеет все возможности войти на равных правах в будущее, которое обещают два новых готовящихся технологических поколения: биотехнологии и нанотехнологии. Но вопрос в том, кто будет это делать - русские наёмные работники, по сценарию аутсорсинга, или сознательные, понимающие свои интересы "когнитарики", трудящиеся Информационной эры? А если мы задумываемся о революции - то другой вопрос касается того, будет ли революция в условиях инновационной экономики означать новый захват власти,

национализацию предприятий, конфликт с капиталистическим окружением, гражданскую войну, "военный коммунизм"?

Одним из крупнейших инвесторов в технологическое образование до 2003 года оставалась компания ЮКОС, создавшая, в частности, "Фонд интернет-образования", профинансировавшая открытие и массовые поставки компьютерного оборудования в 43 учебных центра по России, и ставившая своей целью (цитирую газету "НГ-наука") "формирование в России государственной общественной системы бесплатного массового обучения работников общего образования интернет-технологиям". После того, как компания ЮКОС разгромлена, перестал существовать фонд интернет-образования, а Министерство образования в 2004 году взяло займ в 300 млн долларов у МВФ на программу интернетизации российского образования. Я буду подробнее обсуждать в главе "Программное обеспечение, интернет-сервисы, публичная сфера", какие недостатки и преимущества несет такая модель, здесь же только скажу, что, очевидно, было принято решение, аналогичное описанному выше перуанскому прецеденту: в результате закулисных соглашений национальный ИТ-сектор отдается на откуп корпоративному бизнесу с его закрытым программным обеспечением. В отношении инфраструктуры государственного управления, это означает долгосрочную зависимость от политики корпоративного монополиста, в отношении национального образования - создание целого поколения программистов, проходящих обучение на основе закрытого ПО, которое несет с собой обучение пользовательским навыкам, но ни в коем случае не глубокое понимание науки программирования. И это не может способствовать появлению в России богатой и разнообразной культуры высококвалифицированных программистов.

Представляется, что события последнего отрезка времени российской истории могут быть описаны в терминах модернизации. Как убедительно показывает Борис Кагарлицкий в своей книге "Периферийная империя", с самых давних времен существует известная рассинхронизация между темпами развития России и ее западных политико-экономических партнеров. Каким бы - оптимальным или неоптимальным - считать собственно исторический путь России, она никогда не могла навязать его остальному миру, а ввиду вовлеченности в общую мировую систему экономики, наоборот, была вынуждена совершать "догоняющие" скачки развития. Общий мировой путь развития, навязанный Западом, определен прогрессом в технологиях. В перестроечной либеральной мысли "догоняющие скачки", которые вынуждены совершать не-западные страны, были названы "модернизациями".

Согласно наблюдениям Бориса Кагарлицкого, Россия стремится к образованию "собственной" миросистемы, независимой от Запада. Однако, даже если это так, трудно представить себе, что такая миросистема может быть построена на пути отказа от вовлеченности в мировое развитие - скорее, по этой логике, Россия должна совершить не "догоняющий", а "обгоняющий" скачок, наподобие

того, какой в 1980-е годы сделала Япония. Более того, нам уже известен опыт такого рода, и он касается первой индустриальной модернизации, проведенной в России в 1930-х годах под управлением И.В.Сталина. Возможно, этот опыт был проделан ценой неоправданно больших жертв, и возможно также, что молодая Советская Россия располагала возможностями совершенно гуманной, бескровной, нетоталитарной модернизации - нам трудно об этом судить в наших условиях относительно статического существования, в то время как в те времена Россия, безусловно, переживала ситуацию повышенной структурной сложности. Но сейчас перед нами стоит необходимость осуществить новую, информационную модернизацию, которая по самой своей специфике должна быть совершенно открытой и бескровной.

В последние годы невероятными темпами растет число российских пользователей интернета. Если в 1998 году мировой сетью более или менее регулярно пользовалось 1,2 млн россиян, то в 2000-м их число превысило 9 млн, а в 2003 число составило более 11,5 млн, т.е. перевалило за порог в 10% населения (статистика компании Rambler ). Растет информационное оснащение научных и образовательных учреждений. Институты, в особенности физические, протягивают километры оптоволоконка. Курчатовский институт возглавляет сеть российских научно-образовательных учреждений, которые в партнерстве с аналогичными учреждениями США и Китая участвуют в создании мировой суперкомпьютерной системы второго поколения GRID , основанной на новых способностях компьютеров и с пропускной способностью от 155 Мбит/с. Собственно, такое развитие оказывается возможно лишь благодаря наследию Советского Союза с его государственными бюджетами исследовательских организаций, образовательной традиции и структуре "наукоградов". В особенности последнее имеет значение в свете идеи создания информационных кластеров/технопарков. Открытие кластеров такого рода подготавливается в городах Дубне, Пущино и Троицке. На первой волне энергичных разговоров о "российских Бангалорах" в 2004 году министр информационных технологий и связи Леонид Рейман заявил, что российский экспорт программного обеспечения в ближайшее время должен удвоиться и достигнуть 1 млрд долларов, а *"в ближайшие десять лет индустрия программного обеспечения в России может сравниться с нефтедобычей"* . Однако, последовавшие почти одновременно с развенчанием надежд на путинское "удвоение ВВП" к 2010-му году, эти слова теперь тоже не могут вызвать более чем усмешку. Современная власть никогда не проведет в России информационную модернизацию.

Мануэль Кастельс, имевший возможность начиная с 1984-го года часто посещать Россию и исследовать политику и экономику в стране от Москвы до Камчатки, убедительно [показал](#), что последние годы существования Советского Союза и его распад были обусловлены неспособностью советской командно-административной системы - предельно тяжеловесной, закрытой и централизованной -

адаптироваться к условиям новой информационной экономики. Российское государство, выросшее на руинах Советского Союза и находящееся до сих пор под управлением советских "аппаратчиков", - остается настолько же тяжеловесным, коррумпированным и неуправляемым. Так же, как позднесоветские экономические бюрократы, присевшие сами и подсадившие страну на "нефтяную иглу" - легкий доход от выкачивания "нефтедолларов" за счет опустошения природных недр - современные российские правители и близкие к ним нефтяные кланы ведут страну к положению нефтяной "банановой республики", которое будет многократно усилено ввиду скорого вступления в ВТО. Внешняя политика банановых республик определяется сговорами с международными корпорациями правительствами других стран, внутренняя опирается на "хунту", то есть "силовики".

Историк эпохи Просвещения и Французской революции пишет: *"Не бывает настоящей революции без питающих ее идей - в противном случае, это не революция, а мятеж или государственный переворот, поэтому интеллектуальные и идеологические основания для недовольства существующим строем очень важны"*. То, что мы делаем, это создаем культурные истоки для будущей информационной революции. Авторитарное государство, закрытые выборы, непрозрачная система власти, отсутствие общественного пространства и обратной связи с обществом противоречат природе открытого, находящегося в постоянном движении и обмене информационного, сетевого общества. Возможности, открытые перед человечеством новыми технологиями и интернетом, вступают в противоречие с устаревшей системой управления и кастовыми интересами управляющих; "Но правители, - как говорит Бертольд Брехт устами Галилея, - стремятся погрузить народ в искрящийся мрак невежества". Все это ставит вопрос о возможностях революции в условиях информационной экономики. С одной стороны, эскалация новизны, паника венчурных предприятий подгоняют и усиливают движение к капиталистическому инфокалипсису, с другой стороны, без подключённости, находясь "с той стороны" цифрового барьера, революционеры едва ли смогут успешно осуществить какие-либо изменения. Мы полагаем, что революция в условиях инновационной экономики должна снова "вырасти из лона капитализма", чтобы перерастить его ограничительные барьеры, репрессивные системы, военные порядки и общественные разделения. Мы считаем, что информационализм - как образ жизни и мышления - должен стать настолько сильным, что с него упадут условия прежней жизни, как клетка должна упасть с переросшего ее размеры большого животного. Потому что мы убеждены, что информационное общество не развязано корпорациями и не стоит на службе власти. Информация - это новый эволюционный виток в развитии человечества, это новые способности и возможности, которые нам предстоит получить как представителям рода человеческого. Эволюционное развитие достигло ступени сложности, необходимой для перехода в следующий период истории - период, в котором

действительно именно знание будет определять возможности и меру ответственности каждой человеческой особи, – так, как когда-то это решала адаптация к окружающим условиям и мускульная сила, а потом наличие собственности на средства производства. Информационное развитие осуществляется не насильственно, а путем самоорганизации. Илья Пригожин в таких книгах, как "Порядок из хаоса", показал, что самоорганизуется сама материя, что именно самоорганизация есть путь образования более сложных структур, чем классические механические структуры, и что они образуются в условиях неравновесия, выхода из статического состояния, на путях диссипации. Ошибочно думать, будто корпорации и правительства способны направить туда путь человечества или каким-то образом стать хозяевами на этом пути. Капитализм делает так, что развитие технологий оказывается сужено узкими рамками прибыльных, сиюминутных, коммерчески недальновидных разработок, ученые и инженеры ставятся на службу военных ведомств и разведок, новейшие и потенциально полезнейшие открытия кладутся под сукно. Потому что в его условиях – возможности понимания мира ограничены, их технологические разработки подчинены соображениям сиюминутной выгоды, их способность управлять событиями ограничивается денежными бюджетами и применением насилия в более или менее грубой форме. А путем выживания в условиях наступающего общества являются взаимопомощь, открытость и самоорганизация – то, чему учит нас программирование на основе открытых кодов, кампании гражданской солидарности, сетевые общества, тактические медиа.



Поваренная книга медиа-активиста  
Олег Киреев  
издательство "Ультра.Культура" 2006

## ЧАСТЬ 2: ПИРАТСКОЕ РАДИО

### Введение

---

*...сегодня в Госсвязьнадзоре один серьезный чиновник показывал мне распечатку страниц того самого сайта, который теперь не открывается, - гляди, мол, до чего народ оборзел. И пример привел: в деревнях старухи с ума сходят, т.к. в радиосети вместо Маяка какая-то жуткая музыка, мат и свист...*

*(с одного из радиолобительских форумов)*

Радио – удобное, низкотехнологичное средство вещания, легко конструируемое собственными руками. Радио не требует от слушателя пассивного внимания, как телевидение, а заставляет его напрягать свой ум, следить за мыслью, и делает его таким образом соучастником процесса. Оно также есть самое дешевое из электронных медиа, что позволяет избегать строгой цензуры со стороны заказчиков (большие деньги = большой контроль). Ввиду этих качеств свободное радио расшатывает монополию государств на информацию и все сопутствующие прибыльные технологические приложения, и поэтому оно подвергается жестокой цензуре со стороны государства. Термин "пиратское" был впервые применен в Британии к нелицензированным радио именно по причине, что они "похищали" аудиторию у государственной корпорации BBC.

Исторически, радио – первое средство вещания информационной эры, открывшее эпоху новых, не-бумажных медиа, поэтому с ним связан наибольший исторический опыт экспериментов с информацией и запретов на такие эксперименты. Но ошибочно будет думать, что с появлением телевидения, интернета, видеокамер оно отошло в прошлое. Его значимость возросла для тех регионов, которые по-прежнему лишены информационной инфраструктуры. Это уникальное средство, способное оказать неоценимую помощь в преодолении цифрового неравенства. Как утверждает ветеран независимого

радиовещания в Индии Арун Мета, "Радио на сегодня является единственным электронным средством коммуникации, которое могут себе позволить бедные". Оно способно обращаться даже к неграмотным. В то же время, на противоположном краю демографического спектра, радио оказывается единственным средством информации, которое человек может воспринимать, когда едет в машине.

Другой аспект радио – то, что оно обладает возможностью более быстрого и прямого отклика на аудиторию, чем телевидение. Оно также более заинтересовано в таком отклике (звонки в радиоэфир являются гораздо более занимательным и важным элементом содержания, чем звонки в телеэфир или "письма в редакцию").

В некотором смысле, радио является более тонким инструментом, чем печатное слово. Поскольку мы здесь вступаем в опасную область догадок, скажем только, что радио загадочно так же, как его сфера – эфир. Остаётся под вопросом, обоснованно ли право вообще запускать радио, т.е. подвергать людей таким тонким колебаниям, которые не рефлектируются, тем не менее, возможно, обладают воздействием. Ограничимся здесь замечательной цитатой из Хаким Бея:

*Компьютеры, видео, радио, печатные станки, синтезаторы, факсы, магнитофоны, ксероксы, – все это хорошие игрушки, но они страшны тем, что к ним привыкаешь. В конце концов, мы понимаем, что не может "протянуть руку и потрогать" того, кто не присутствует здесь во плоти. Эти средства могут быть полезны нашему искусству – но они не должны завладевать нами, так же как не должны становиться между нами, посредничать или отделять нас от нашего животного/живого "я". Мы хотим управлять нашими средствами коммуникации, а не быть управляемыми ими. И нам хочется вспомнить некое духовное боевое искусство, в котором упор делается на сознании того, что наше тело – наименее опосредованное из всех средств коммуникации.*

## Государства против радио

---

Вероятно, ни в какой другой области медиа-активизм не встречается с такой откровенно запретительной политикой государств, как в области радио. В момент, когда пиратские радио достигли высшего пика своего влияния на культуру и общество – в середине 1960-х годов в Британии, когда они стали основным средством распространения культуры рок-н-ролла, и Radio London за пару недель стало слушать семь миллионов человек – государства Северной Европы, заключив многосторонний договор, запретили пиратское радиовещание и лицензирование новых радио, а на тучи возмущенных писем регулирующие органы отвечали, что лицензирование невозможно, так как "нет свободных частот". В

Индии исторический Telegraph Act был принят в 1885 году, и он гласил:

*"Телеграф" означает: любое приспособление, материал, инструмент или аппарат, используемый или могущий быть использованным для передачи или получения знаков, сигналов, надписей, образов, звуков или сведений любого свойства посредством кабельных, зрительных или электромагнитных сигналов, радиоволн или герцевских волн, гальванических, электрических или магнетических способов;*

*В Индии исключительным правом учреждения, развития и использования телеграфа обладает Центральное правительство.*

После достижения Индией независимости и прихода к власти в высшей степени либерального и демократического правительства Неру в 1951 году действие Telegraph Act было продлено, что, возможно, и послужило одной из причин его последовавшего за временем кризиса. Даже когда в стране появились первые частные телеканалы, частное радио продолжало оставаться под запретом – вероятно, потому, что у телевидения могут быть только богатые спонсоры, с которыми правительству легче договориться.

Если в Британии радио запрещено в любом его виде, то в США радио можно слушать, но не передавать, благодаря Первой поправке к Конституции, позволяющей гражданину страны пользоваться любым источником вещания, откуда бы он ни происходил. Тем не менее, и за вещание в Штатах можно получить год тюрьмы. Британия и США первыми в истории столкнулись с организованным радиопиратством. В 1933 году на Британию с континента начало вещать частное радио "Люксембург", предназначенное для рекламы. После оккупации Люксембурга в начале второй мировой войны оно начало использоваться фашистами как пропагандистское радио. Вернув своего частного владельца после войны, оно подготовило почву для подъема пиратских радио в Британии 1960-х, так как передавало рок-н-ролл, но не выдержало с ними конкуренции и постепенно растеряло аудиторию. Радио XERF, расположенное в Мексике недалеко от границы с Соединенными Штатами, появилось в 1947 году и использовалось с другими целями – для проповеди благочестивых евангелистов. Эти проповеди потребовали мощностей, превосходящих разрешенные американским законодательством – 250 тысяч ватт вместо разрешенных 50, что, вероятно, и послужило причиной для решения о миграции. Но в 1959-м оно перешло в руки корпорации, специализировавшейся на радиорекламе, и стало тоже использоваться с этой целью. Ввиду американского климата, более благоприятствовавшего радио, чем британский, вместо названия "пиратское" оно получило более уважительный титул – "border blaster", что-то вроде "пробиватель границы".

В России, на родине радио, пиратское радиовещание было и остается запрещено, но подпадает только под административную ответственность: *"Проектирование, строительство, изготовление, приобретение, установка или эксплуатация радиоэлектронных средств и (или) высокочастотных устройств без специального*

*разрешения (лицензии), влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от пяти до десяти минимальных размеров оплаты труда с конфискацией радиоэлектронных средств и (или) высокочастотных устройств или без таковой". За соблюдением правил внимательно следят пеленгующие бригады, распределенные по районам городов. Однако уже с 1950-х годов к пиратскому радио в СССР возникает интерес, словами автора интересных воспоминаний Михаила Кожевникова, "по массовости соизмеримый разве что с таким же всенародным увлечением самодеятельной (авторской, гитарной) песней!" Частоты в то время были практически не заняты, также по стране было мало телефонов. В европейской части России желающие могли перехватывать сигнал "подмосковной станции, на которой медленно диктовали - для редакций районных газет - короткие тексты сообщений ТАСС: через секундные паузы проговаривались слова, а числа и аббревиатуры расшифровались побуквенно или цифрами - "Ольга", "Олег", "Николай" - обозначало "ООН"". Городские радиотехники (в основном, молодежь 18-25 лет) и деревенские умельцы с увлечением конструировали свои девайсы, хотя следовало быть осторожным: "В первый раз, кроме штрафа 50 рублей - месячный оклад уборщицы, ночного сторожа - увозили из квартиры всю радиоаппаратуру, даже телевизор, кроме трансляционного динамика! Во второй раз штраф больше в 3-4 раза. В третий раз отдавали под суд - обычно 206 статья уголовного кодекса ("Злостное хулиганство")". Содержание вещания было не слишком разнообразным, однако главную культурную программу составляла - как и в Британии 1960-х - музыка. Вообще распространение музыки, даже советской эстрады, в СССР было весьма затрудненным, песни из фильмов поступали в продажу на грампластинках с большим опозданием, поэтому их передавали с большим удовольствием. Из всенародно любимого Высоцкого по центральному радио крутили только "Если друг оказался вдруг", и то лишь "по заявкам слушателей", поэтому его распространение с помощью пиратского радио, вкуче с магнитофонными записями - прямая заслуга отечественных тактических медиа. Вместе с ним передавали других "бардов" и, конечно, "Битлов". В небольших городах типа Саратова (о котором пишет Михаил Кожевников) шиком среди радиолюбительского сообщества было передать в эфир какую-нибудь новую запись, только что попавшую в город. В остальном, по большей части, программа оригинальностью не блистала, также и речь: "Изобиловала штампами и жаргонами: "Ништяк", "Это самое", "Со страшной силой", "Что к чему и почему", "Всю дорогу" (т.е. калька с английского "always"), и "в натуре" - типичный говорок подростков, кучкой стоявших у ворот или в подъезде большого дома - с бедным словарным запасом, с паузами: "Э-э-э...", "М-м-мэ-м...", "Да-а-а...". Разговоры старых знакомых (по жизни, а не только по эфиру) живее и содержательнее - иногда с кличками и именами общих друзей, но никогда с адресами и фамилиями - конспирация в эфире - святое дело!"*

Интерес к использованию низкотехнологичных девайсов в России всегда был очень силен, в отношении радио так же, как и, например, "народного компьютера Спектрум" (см. часть I, главу "[Краткая история новых медиа](#)"), но обыкновенно не шел дальше технических экспериментов с возможностями оборудования и коммуникации. Он не выходил на уровень общественного движения, вдохновляющегося идеями социального переустройства и, вероятно, поэтому не оставил о себе истории. Основные запрещенные эксперименты в СССР времен застоя касались "вражеских "голосов"", а не родного пиратского радио. Нельзя также удержаться, чтобы не привести краткое описание работы радио в социалистической Чехословакии периода "пражской весны", задавленной советскими танками (несмотря на то, что государственное радио очень трудно назвать "пиратским"). "Пражская весна" была попыткой разработать форму социализма, которая совсем не собиралась сливаться с капитализмом (как произошло в Чехии через 20 лет), наоборот, могла стать новаторским шагом к трансформации социализма в более децентрализованную и демократичную модель, чем советская. Последние часы его существования, в описании Вадима Белоцерковского, были такими:

*Десантники в Праге окружили здание Центрального радио и телевидения. Но там все двери были заперты и забаррикадированы, и десантники начали стрелять по окнам. Чехи, показывая потом приезжим здание радио со следами от пуль на стенах, шутили: "Это фрески Эль Гречко!". (Союзными войсками командовал маршал Гречко.)*

*Когда пули стали влетать через окна в студию, все работавшие там сотрудники легли на пол. Лежа на полу, Ездинский (ведущий радио) продолжал репортаж, и в эфире был слышен свист влетающих в студию пуль, а затем и удары прикладов в дверь, когда советские десантники начали ее выламывать.*

*- Вы слышите удары? - вел репортаж Ездинский, - Это советские солдаты ломают нашу дверь!*

*Потом раздался треск, грохот, и Ездинский успел прокричать в микрофон: "Они свалили дверь! Прощайте!"*

## **Пиратские радио в 1960-80-х**

---

В 1926-м году Бертольт Брехт написал статью, которая революционным образом формулировала возможности радио:

*Радио односторонне, в то время как ему следует быть двусторонним. Это в чистом виде аппарат для распространения. Поэтому следует позитивное предложение: смените его назначение с распространения на коммуникацию. Радио может стать наилучшим коммуникационным аппаратом из тех, которые можно себе вообразить, огромной сетью передатчиков. Это может случиться,*

*если оно будет знать, как получать, а не только передавать, как слушатель может говорить, а не только слушать, как приводить его к общению, вместо того, чтобы отчуждать. Исходя из этого принципа, радио должно отказаться от поддерживающего его бизнеса и ре-организоваться на основе поддержки собственных слушателей.*

Эти революционные требования противоречили всей логике развития капиталистического медиа-рынка: ведь, начиная с XERF и "Люксембург", радио изначально использовалось с целью односторонней пропаганды, а не двусторонней коммуникации. Поэтому левые и революционные движения всегда тяготели к горизонтальной организации коммуникаций и придумывали каждый раз новые механизмы обратной связи. Новацией движения пиратских радио 1960-х было введение аудитории в эфир как действующего лица - от песен по заявкам слушателей, введенных британскими радиостанциями, до прямого вещания каждого слушателя, как на итальянском радио "Alice". К сожалению, большинство из этих достижений быстро оказывались усвоены мейнстримной культурой. Так первые пиратские радио 60-х, возникнув в Британии, Голландии и Дании, стали новаторами в области массового вещания и открыли эпоху современных коммерческих радио. Это один из ставших вскоре привычными случаев, когда технические нововведения создаются активистами, а потом берутся под контроль государствами и корпорациями.

Они появились как реакция на консерватизм официальных масс-медиа и прессы, не желавших передавать музыку The Beatles и рок-н-ролл. Рыболовецкое судно, стоявшее у берегов Дании, в 1958 году открыло радио Mercur, а в апреле 1960-го из вод у берегов Голландии начал поступать сигнал Radio Veronica. Уже к ноябрю его аудитория составляла 5 млн человек. Очень скоро открылись Radio Nord, расположенное прямо в центре стокгольмской гавани, и Radio Lyon, постоянно менявшее частоту трансляций. Наступила очередь колыбели рок-музыки - Британии. Открытием самой популярной из радиостанций - Radio Caroline - история обязана ирландскому предпринимателю Ронану О'Рохили, который был также менеджером нескольких музыкальных групп. Caroline открылась на пароме судна, которое отошло от берегов Британии на несколько десятков километров в нейтральные воды и начало вещание с песни The Beatles "Can't buy me love". Оно набрало аудиторию в 7 млн слушателей уже за три недели. Вскоре следом за ним стало вещать Radio London, включив в передачи краткие сводки новостей и погоды - т.е. создав формат современного коммерческого радио. Затем последовали Radio Atlanta, созданное Алланом Кроуфордом, владельцем нескольких мелких лейблов, Radio Sutch, Radio Noordzee, созданное голландским судостроителем на искусственном островке, Radio Invicta, Radio Free Yorkshire, Radio Red Rose... 28 сентября 1964 года были опубликованы результаты опроса, показавшие, что Radio Caroline имеет больше слушателей, чем BBC.

Тогда государства вступили в борьбу с несанкционированным вещанием. В начале 1965 года правительства Швеции, Бельгии,

Франции, Греции, Швеции, Люксембурга, Дании и Британии подписали соглашение, согласно которому трансляции с судов или самолетов объявлялись вне закона, также запрещалась продажа оборудования оффшорным радиостанциям. Одним из радио владел музыкант Дэвид Сатч, называвший себя Screaming Lord Sutch в подражание американскому блюзмену Screamin' Jay Hawkins'у. В том же 1966-м году произошла разборка, когда его бывшие партнеры хотели отобрать у него за долги радиооборудование, но случилось так, что убили его менеджера. Это дало повод правительственным источникам применить еще более крутые меры в отношении пиратских радио, обвиняя их в причастности к криминалу. 2 июля 1966 года правительство лейбористов опубликовало постановление о нарушении правил радиовещания на море, и деятельность пиратов, равно как и сотрудничество с ними в любой форме, отныне представляла собой правонарушение, за которое полагалось до двух лет тюрьмы. Целый год пираты и их сторонники пытались сопротивляться, заваливая парламент письмами, но безуспешно. Зато другая часть успешно легализовалась, создав популярную область медиа-индустрии, в особенности потому, что с самого начала активно сотрудничала с индустрией звукозаписи. А также, в тот момент, когда андеграундную культуру решили включить в свои хит-парады на BBC, открывая молодежный канал Radio 247 (по предложению правительства и непосредственно вслед за запретом пиратов в 1966 году), то при наборе кадров медиа-магнаты отдавали неизменное предпочтение набившим уже руку, опытным радиопиратам.

В эти же годы взлет радио был достаточно силен во Франции на волне революции 1968-го. Например, в романе "1968" Патрик Рамбо упоминает, как среди митингов в захваченной Сорбонне обсуждался вопрос о том, чтобы запустить оффшорное радио в береговую зону Испании, чтобы поддержать революционное движение басков. После 1968-го радио если и остаются, то только в качестве частных автономистских инициатив. Пришедшее к власти в 1981 году социалистическое правительство Франсуа Миттерана не только распределило ответственные правительственные места между политическими радикалами прежних лет, но и нашло способ, чтобы финансово поддерживать и более молодые контркультурные инициативы. К середине 1980-х годов во Франции проблема заключалась не в том, что пиратские радио запрещали, а в том, что, напротив, в стране не оставалось ничего запрещенного. Один из ветеранов левого движения и активист организации за права беженцев "Droits devant!" рассказывал мне в 1998-м году в Париже, что *"однажды мы с друзьями решили создать неофициальное пиратское телевидение, которое работало две недели, а через две недели правительство нашло контакт, чтобы легализовать его. И для социал-демократов, и для либеральных правых все эти анархистские проекты являются лабораториями разных новых идей, которые они делают сначала легальными, а потом и коммерческими"*.

Другой была история тактических радио первого поколения в Италии. С концом 60-х культурная революция в Италии не

прекратилась, как в более западных странах, а перешла в стадию партизанской герильи, которую вели "красные бригады". Кроме того, Италия - вообще страна со давними революционными традициями. В начале 1970-х "красные бригады" в качестве своей первой публичной акции осуществили пиратскую трансляцию революционных теорий, перехватив частоты регионального телевидения в нескольких провинциях страны. В 1975 Федеральный суд Италии принимает решение о незаконности монополии государственной теле- и радиовещательной корпорации RAI на эксклюзивное право вещания в регионах. Результатом становится моментальный рост огромного количества локальных любительских радиостанций. Часть из них являются радио для сообществ и сообщают своей деревне или региону новости и погоду, другие социально ангажированы и вещают о политике. Они быстро становятся новым левым авангардом, эмансипируясь от консервативной итальянской коммунистической партии (ИКП). *"ИКП оказалась не в силах осознать потенциал использования новых технологий, - рассказывал* мне один из основателей "Radio Alice" Франко Берарди Бифо, философ и соавтор французского психиатра Феликса Гваттари, *- Она осталась за пределами понимания новой информационной парадигмы. Поэтому в середине 1970-х, когда у нее была возможность поддержать и использовать движение пиратских радио, - она отказалась это сделать, аргументируя свой выбор тем, что таким образом будет нанесен удар государственной монополии на теле-радиовещание, а государственное теле- и радиовещание - это "все же лучше", чем приватизированные средства массовой информации. И что же? Средства массовой информации в Италии были вскоре приватизированы, Коммунистическая партия осталась ни с чем, а молодые пиратские радио вынуждены были развиваться без всякой поддержки. Если бы Компартия тогда поддержала автономных активистов, возможно, теперь бы мы имели совершенно другой медиаландшафт в стране".* Когда "Radio Alice" возникает в 1976-м году в Болонье, то оно оказывается одним из многих тысяч (даже через десять лет пиратских радио по Италии насчитывалось как минимум 6 000), но быстро занимает уникальное место на медиа-сцене. Для истории оно стало одной из первых ласточек автономистского движения, но в реальности его называли самым отвязным из политических радио всех времен и народов, "маоистски-дадаистским" и много как еще; в память о "Radio Alice" создан итало-британский фильм "Working slowly (Radio Alice)" и ему посвящено много воспоминаний. Основным признаком Radio Alice считали "спонтанность и обценную лексику". У него не было ни программы вещания, ни постоянных ведущих, но вещало оно непрерывно. Оно первым догадалось использовать телефон как микрофон: кто бы ни позвонил, оказывался в эфире. Это позволило радио стать, по выражению исследователя Фридриха Тьетена, "безголовым": вместо того, чтобы вести целенаправленное вещание, оно становилось "перевалочным пунктом" общения, реле, - в полном соответствии с

требования Брехта. Одним из лозунгов было: "Давайте вещать друг другу". Истоки Radio Alice приходится искать, конечно же, в насыщенном автономистском движении Италии 1970-х, в котором идеи сильного в стране марксизма переплетались с ростом радикальной сквоттерской и панковской контркультуры. Оно находилось в непосредственной близости к организованной политической борьбе радикальных группировок против власти. Напряжение усиливалось еще более оттого, что власти стремились обвинить любых левых в близости к террористическим "Красным бригадам", а те, если не имели прямых связей с "Бригадами", то все равно не отказывались от насильственных методов борьбы. Так и получилось, что радио послужило участником и катализатором мощных беспорядков протеста весной 1977 года. Через год с небольшим после начала своего существования, в ходе уличных боев студентов с карабинерами и введения в город армейских подразделений, "Radio Alice" было закрыто карабинерами, штурмовавшими редакцию, и его обвинили в непосредственной координации уличных сражений.

В Голландии радио тоже получили распространение в 1970-х, вместе с волной сквоттерства, когда вещание велось из захваченных сквотов, и властям приходилось с этим мириться, поскольку чтобы закрыть радио, требовалось захватить весь сквот. Сквоты, кроме радио, имели также бары с концертами, так что их музыкальная программа было стопроцентно "своей". Это и было поколение медиа-активистов, которые позже придумали термин "тактические медиа" и создали "цифровой Амстердам". Здесь сцена в основном преследовала задачи построения "Временных Автономных Зон" и не имела склонностей к коммунизму, в отличие от итальянцев. Но радио тоже работали в артистическом измерении больше, чем в информационном. Частью их программы было, по словам Герта Ловинка, "экспериментировать с медиа как таковым", поэтому они становились тем, что еще до появления слова "тактические" было названо "суверенными медиа" - то есть теми, которые не нуждаются в аудитории. Специфическим жанром "суверенного" радио был бесконечный музыкальный микс в эфире, которому предавались одинокие диджеи. Если не для массовой аудитории, то для отдельных личностей он мог оказаться более притягательным - до прихода интернета можно было с интересом "сёрфить" по эфиру, где тебя встречали чьи-то вдохновенные вибрации.

Но в Австрии и Германии строгие законодательства лишали энтузиастов и такой возможности. Вследствие запретов радио-эксперименты были очень редким. Чтобы запеленговать сигнал, требовалось не более 15 минут. Если кто-то брался за это дело, то шанс, что тебя услышат, мог возникнуть только если об эфире заранее делалось объявление, - а это вело к еще большему риску. Поэтому немногие энтузиасты записывали программу вещания на аудиокассету, устанавливали передатчик и оставляли его вещать подсоединенным к дешевому магнитофону. Понятно, что такое вещание, даже не будучи запеленгованным, не могло продолжаться

долее, чем идет запись одной стороны аудиокассеты. Тем не менее, это занятие продолжает кого-то интересовать вплоть до последнего времени: Фридрих Тьетен приводит данные, что с 1991 по 1993 полицией было изъято 34 таких портативных передатчика. А в 1998-м венских радиопиратов ждал локальный успех: одна из местных групп [Radio Orange](#) смогло получить лицензию и частоту, на которой теперь гонит свои подрывные волны.

И, наконец, Япония. Здесь в 1982-м году произошел настоящий взрыв пиратского радиовещания, благодаря студенту Токийского университета и молодому артисту Тетсуо Когава, который нашел в насквозь запретительном национальном телекоммуникационном законодательстве разрешение использовать передатчики низкой мощности, зарезервированные для использования при переговорах на посадочных полосах аэропортов и для подобных технических нужд. Это положило начало волне увлечения радио на мини-FM-волнах. В течение нескольких месяцев столица Японии покрылась сетями мини-FM-щиков: поскольку передатчик не мог охватить радиуса более километра, большинство из активистов устанавливали цепи передатчиков, чтобы они продолжали сигнал. Тетсуо Когава говорит, что это был максимально артистический подход: поскольку художники рассматривают свойства нового средства вещания не функционально, а как его признак уникальности, - работа на мини-FM часто превращалась в перформанс с настройкой антенн и улавливанием чужого вещания.

К началу 90-х Информационная Эра уже стучалась, если еще не вошла в дверь, и в ее свете радио начали получать дополнительное теоретическое освещение. В 1992 году автономистским издательством Autonomedia в Нью-Йорке был издан сборник "Radiotext(e)" (редакторы Нейл Штраусс и Дэвид Мандль), который одним из первых, положил начало большому дискурсу о радио: здесь были собраны разнообразные эссе о радио, от заново прочитанного Брехта до современников Хаким Бея, Герта Ловинка, Тетсуо Когава, Марка Дери, и других.

В США развитие пиратских радио шло по нарастающей с 1960-х годов, когда было открыто множество станций, и американский эпитет "free radio" воспринимался всеми в одном ряду с другими открытиями десятилетия: "free culture", "free love" и т.д. К настоящему моменту в Америке действует около сотни таких радиостанций, и поэтому можно говорить об американской альтернативной медиа-сцене как одной из самых разветвленных в мире. Здесь есть музыкальные, культурные, экологические и анархические радио. Но я остановлюсь на самом интеллектуальном - "[Alternative Radio](#)", существующем с 1989 года.

Его основатель и редактор Дэвид Барсамиан начал с того, что запустил в эфир три с половиной часа лекции Ноама Хомского. На фоне того, что даже для интеллектуальных радио полчаса непрерывного вербального ряда считались пределом допустимого, это было смелостью, и смелость была вознаграждена: Alternative Radio сразу завоевало большую аудиторию. С тех пор оно уверенно

ставит акцент на лекциях и интервью, приглашая таких именитых интеллектуалов, как Хомский, Эдвард Саид, Арундати Рой, Наоми Клейн, побеседовать на острые социально-политические темы. Барсамиан рассказывает, что он встречается с ними, записывает интервью, потом редактирует, сокращает до необходимого времени, делает вступление, записывает на кассету, а потом передает на "птичку" – спутник. Спутник принадлежит национальной радиовещательной корпорации, но он предупреждает: не стоит беспокоиться, никакой цензуры, просто спутниковое время стоит \$100 за программу. Сигнал спутника принимается сотней станций по всей Америке, которые передают его своим местным слушателям. Существует общеамериканская сетка вещания, в которой, как в ленте новостей, сообщается, когда и на какой частоте можно поймать передачи Alternative Radio. Однако англоязычная аудитория в Канаде, Австралии и других странах не может получить сигнал спутника, поэтому до сих пор Барсамиану приходится посылать туда аудиокассеты с записями. Это было простительно до появления широкополосного интернета, но сегодня такой способ даже в России уже кажется старомодным.

Бюджет Alternative Radio складывается из денег, которые слушатели платят за тексты и записи передач. Для многих других пиратских радио и прочих общественных медиа (вплоть до блогов) в США распространенным видом заработка является также сбор пожертвований. Очень многие радио или существуют за счет пожертвований, или проводят сборы пожертвований на ту или иную общественную кампанию. Из этого можно заключить, что у американских левых медиа – большая и обеспеченная аудитория. Однако вопрос, смогут ли они такими темпами сделать революцию?

Последние годы во время контр-саммитов и крупных демонстраций, в сквотах европейских городов, в протестных лагерях [kein Mensch ist Illegal](#), во время медиаактивистских событий устанавливаются пиратские радио, чтобы вещать на территории ограниченного радиуса и устанавливать обратную связь с жителями района. Участники трансляций, как правило, избегают называть друг друга по фамилиям и сообщать какие-либо координаты – это меры предосторожности от попадания в очередную полицейскую базу данных. В силу продолжающейся интеграции с интернетом и музыкальной культурой все чаще станции оказываются также в центре мультимедиаальных акций и перформансов, для них даже появился термин: net.radio. Такие редко претендуют на массовое вещание, скорее сосредотачиваются на информации, занятой для немногих. Нельзя не упомянуть также описание большого анархистского сквота в Лондоне, которое в своем рассказе "Гонзолондон" дает Алексей Цветков: *"Да! Надо всем этим на третьем этаже "РамПАРТа" непрерывно вещает подрывное радио: вход только для знающих дверной код, но его достаточно просто спросить. Звонки в прямой эфир, анонсы акций, интервью рок-звезд, музыка"*.

Балканские страны в 1990-х породили одну из самых замечательных и внутренне напряженных культур в истории, бесконечно драматизированную войнами: долгой гражданской войной и интервенцией НАТО в 1998 году. Гулкое биение пульса Югославии отозвалось и в электронных сетях. Страны, на которые распалась бывшая титовская республика, занимают промежуточное положение между патриархальной Азией и эмансипированной Западной Европой. На родовой быт, нашедший отражение в фильмах Кустурицы, здесь налагалась близость к высокотехнологичной цивилизации: с одной стороны, шли войны с этническим и религиозным оттенком, с другой, форпосты авангардной культуры, типа Центров современного искусства Сороса и медиа-институций, обустроивали информационную инфраструктуру. Здесь впервые были применены новейшие технологии гражданского действия, получившие развитие в "бархатных революциях" 2002-2005 гг., такие, как театрализованные демонстрации, "смеховые" уличные акции (студентами в ходе протестов против Милошевича). В странах Югославии появились уникальные арт-медиа-институции, ставшие локомотивами информационного прогресса: группы [kuda.org](http://kuda.org) (Новый Сад), Центр современного искусства Сороса в Скопье под руководством Мелентия Пандиловского, N.S.K. (Любляна), и радио В92 (Белград).

На пике перемен, непосредственно после 1989 года, директор В92 Веран Матич неоднократно выступал за то, чтобы военные и медиальные мощности, использовавшиеся в ходе Холодной войны, были теперь репрофилированы и отданы в распоряжение институций гражданского общества. В частности, эти предложения касались передающих мощностей радио "Свободы" и "Голос Америки". Когда стало ясно, что национальное и иностранные правительства не заинтересованы в такой конверсии, он выступил с идеей развития параллельной вещательной инфраструктуры, соединяющей небольшие региональные средства вещания и позволяющей им действовать независимо, поддерживая друг друга. Эта идея отчасти была осуществлена в применении к радиовещанию на FM- и AM-частотах, а также спутниковому - что в будущем сослужило В92 хорошую службу.

У российских анархистов 90-х было в ходу слово "проходимческий": проходимческим способом можно было осуществить какой-то странный и вызывающий трюк, выдав себя за кого-то или сделав вид, что ты являешься очень ответственным лицом. Таким образом поступило В92, получив в мае 1989-го года разрешение у руководства государственной молодежной организации Белграда на 15-дневный эксперимент с радиовещанием, а также оборудование и крошечную комнату в качестве офиса. Заявка была приурочена к официозному празднованию годовщины дня рождения маршала Тито. Но, начав вещать, радио позиционировало себя крайне жестко в отношении и коммунистического, и капиталистического мейнстрима. Молодые журналисты настолько увлеклись своим занятием, что через

пятнадцать дней не захотели его прекращать, а государственным чиновникам тоже было не до него (вспоминая соответствующее время в России, тоже кажется, что неограниченная свобода граждан была вызвана в основном тем, что на государственных постах были слишком увлечены новым дележом собственности, чтобы уделять какое-то внимание надзору и наказанию). За два года В92 стало народным радио. Оно пропагандировало молодую альтернативную культуру, музыку техно, гражданскую активность. Когда в 1991 году имели место первые широкие общественные протесты, только предвещавшие будущие события, то журналисты В92 вели репортажи с мобильных телефонов, двигаясь в колоннах демонстрантов. После того, как в город были введены танки, было объявлено чрезвычайное положение, несколько протестующих погибли, а радио было закрыто, - последовали новые широкие массовые акции, и среди требований были, кроме свобод для граждан и прессы, конкретно возвращение в эфир В92. На этот раз участники вспоминают нетипичную, по сравнению с описанными ранее, ситуацию: полицейские явились в студию и потребовали: "включайтесь". Единственным условием было не говорить ничего о политике. Поэтому радио весь день играло песни "Boys are Back in Town", "Police on My Back", "Fight the Power"...

Но тяжелые времена только начинались. Распад прежней Югославии на несколько государств был вызван межнациональными противоречиями, и еще более обострил их. Вскоре именно там появилось выражение "ethnic cleansing", "этническая зачистка". Правительства новых государств тоже по полной разыгрывали националистические козыри. Но Белград был центром событий, а также - теперь - столицей Сербии, которой управлял Слободан Милошевич. Политика Милошевича в отношении прессы была бы чрезвычайно жесткой, если бы государство оставалось настолько сильным, чтобы сохранять управление над всеми изданиями. В отсутствие таких возможностей, серьезный контроль касался только наиболее крупных изданий. Однако "проходимческая" политика В92 заключалась, в частности, в том, что радио использовало кабель государственной теле- и радиовещательной корпорации RTS, что формально должно было означать полную зависимость от нее. Также, до 1997 года оно не имело лицензии. На самом деле, В92 добилось того, чтобы государство не могло его просто так закрыть, несмотря даже на то, что некоторым образом находилось на его иждивении. В92 развило свое проходимость до высокого уровня: с одной стороны, пользовалось мощностями правительства, с другой, финансовой поддержкой западных организаций, в частности, Фонда Сороса. *"С течением времени, - говорит один из сотрудников радио Гордан Паунович, - мы поняли, что в авторитарных государствах важность того, чтобы информация поступала свободно, выше, чем ценность наших персональных вкусов и пристрастий"*. Поэтому радио требовалось приобрести более статусное положение. В 1993 году В92 закрепило свой новый статус профессионального радио: сотрудники стали получать зарплаты, обеспеченные грантами,

программа передач стала выполняться четко, появилась реклама. По инициативе радио была учреждена Независимая Ассоциация Электронных Средств Информации (ANEM), объединившая несколько десятков региональных радиостанций. Позже к ним присоединились станции кабельного телевидения. Преимущество этой сети заключалось в том, что теперь, если власти закрывали одну из радиостанций, можно было передавать сигнал через другую; а благодаря скорому пришествию интернета станции смогли обмениваться аудио-файлами. Тем более что к тому времени телефонные линии между враждующими государствами были перерезаны, что сделало невозможным не только общение между семьями и друзьями, но и журналистские репортажи через границу. За несколько лет своего существования ANEM добилась результатов, которые шокировали правительство: имея 37 передатчиков низкой мощности, она завоевала аудиторию в 1,6 млн слушателей, в то время как государственная RTS с 250 передатчиками, существовавшая уже 50 лет, имела 2,3 млн.

Медиа-политика Милошевича полностью выразилась в отношении к интернету. Когда мировая сеть начала распространяться по Европе, то в Сербии было решено допустить к ее использованию только ученых и только с разрешения властей. Интернет-серверы устанавливались в лояльных правительству университетах, общественных провайдеров не было. Поэтому уникальная возможность предоставилась активистам. В92 к тому моменту имело большой круг контактов среди медиа-активистов в мире и, в частности, хороших друзей в Амстердаме. При поддержке Фонда Сороса и при прямом участии амстердамского xs4all был учрежден первый в стране общественный интернет-провайдер Opennet.org на первом в стране Сербском Независимом Информационном сервере. Часть интерактивных сервисов обеспечивалась им, часть - xs4all, с которым сервер был залинкован. Также Opennet начал действовать в Новом Саде, что стало шагом к созданию независимой сети электронных медиа в стране. Теперь передачи В92 делались на нескольких языках и дублировались региональными радиостанциями, а сеть ANEM поддерживала региональные издания, перепечатывала их новости, публиковала информацию тех газет, которые были запрещены. Возникли дочерние проекты: стрим-сервисы передачи и обмена mp3 и видео-файлов, журналы по медиа, феминизму и искусству Media, Femina и Res (часто выходившие онлайн), культурный центр Cinema Rex, его цифровой двойник Cyber Rex. Обсуждались проекты телевидения В92. Речь фактически шла о создании независимого, тактического медиа-холдинга.

В ноябре 1996 года протесты оппозиции против откровенного мошенничества на выборах участках совпали с акциями студентов Белградского университета против старорежимного ректора, что привело к уникальным дням мирного протеста, ставшим, как стало ясно впоследствии, лабораторией мирных революций. В течение 88 холодных дней, стихийно названных "Зимой Несогласия", город стал столицей непрекращающегося карнавала - с танцами и кострами на

улицах, салютами, непрерывными акциями, и даже конкурсами красоты. Вот как это описывает художник Деян Сретенович:

*..свистки, трубы, саксофоны, гитары, сирены, звонки, хлопушки, голоса, хлопки, барабаны, трещотки, колокольчики, кастрюли, сковородки, помойные ведра, пылесосы, мотоциклы, громкоговорители, радиоприемники... Народные волнения в Белграде зимой 1996/97 года запомнятся, в частности, благодаря переполнившему город чудовищному шуму. Возник он совершенно неожиданно, вырвавшись из городских техно-клубов; рейверы вышли на улицы со свистками - символом протеста. Затем к ним присоединились рок-барабанщики и футбольные болельщики. И вскоре все прочие участники политической манифестации подхватили этот шум, превратив его в основное средство сопротивления. Шум, синтезировав различные музыкальные и иные культурные коды, сплавив индивидуальную идентичность в неразличимую общую массу, превратился в Голос протеста.*

Конечно, корреспонденты В92 находились на улицах, а иногда в эфире передавали просто шум улиц. Провайдер Orpenet на это время сделал свои сервисы бесплатными, так чтобы люди могли пользоваться интернетом повсеместно. Люди ответили: в самых отдаленных уголках страны новостные бюллетени В92 распечатывались, читались вслух и развешивались на улицах, таким образом высокотехнологичная информация комбинировалась с традиционным народным самиздатом. Правительство ответило сначала закрытием нескольких независимых региональных станций из ANEM, потом радиосигнал В92 начал становиться все хуже и хуже: заработали глушилки. Тогда передачи радио стали записывать на магнитофон и передавать в городах через динамики; или же частные кафе стали выставлять динамики на улицу, чтобы их могли слушать посетители кафе и все желающие. 3 декабря руководство RTS с вызывающим цинизмом заявило, что вещание В92 прекращено, так как "дождевая вода подмочила коаксиальный кабель". Однако, удивительным образом, техник, которого станция вызвала еще полгода назад, появился в этот же день, чтобы установить прямую линию для сообщения с голландскими партнерами из xs4all. Также поддержать В92 вызвался "Голос Америки". В течение нескольких часов вещание было пере-организовано: по модему звук в формате ReadAudio передавался за границу, а оттуда поступал обратно уже на средних волнах. На следующий день редакция напечатала и распространила газеты в единственном номере, комментирующие закрытие радио. Начались новые демонстрации, их предметом были уже не фальсифицированные выборы, а собственно запрет В92. 5 декабря RTS отправила новое письмо, информируя, что проблемы с подмоченным кабелем решены, и можно продолжать вещание.

На примере событий декабря 1996 года журналисты показывают, как важно в случае насильственного закрытия в течение небольшого промежутка времени найти способ, чтобы вернуться обратно к аудитории - чем дольше этого не происходит, тем больше случившееся рассматривается как поражение. Напротив, эффективные

меры, принятые В92, помогли ему вернуться, укрепив свои позиции. Это стало возможно и потому, что, живя в авторитарной стране, они заранее готовили резервные варианты на случай репрессий. Но следующая катастрофа, случившаяся в 1999 году, была слишком велика, чтобы ей могли сопротивляться даже высококвалифицированные медиа-тактики.

В своей этнической политике Милошевич сочетал твердолобость поздне-советских аппаратчиков с brutальными методами воинствующих националистов (напомню, что балканские страны в свое время породили одни из самых страшных бригад, действовавших на националистической основе - "четников", а к 1999 году там были уже не новостью "зачистки", в ходе которых боевики тысячами вырезали мирное население). В самом начале своего президентского срока он лишил автономии южный район Сербии Косово, в котором компактно проживало албанское население. Достаточно сказать, что за время президентства Милошевича была закрыта единственная газета на албанском языке, безработица достигала 90%, и отношения между этническими меньшинством и большинством иностранных наблюдателей часто сравнивались с худшими временами апартеида в Южной Африке. Сербское правительство в начале 90-х было одним из первых, которые начали использовать ярлык "террористы" в применении к движениям за местное самоопределение. В 1992 году теневое Албанское собрание организовало референдум, который, несмотря на репрессии со стороны сербской власти, собрал 90% населения, из которых 98% высказались за образование независимой "Косовской республики". После того, как в ответ на все действия такого рода насилие со стороны сербов только усиливалось, самые радикальные сепаратистские группировки албанцев начали беспорядки и нападения на сербскую полицию, которые постепенно перешли в гражданскую войну. Попытки урегулировать ситуацию посредством многосторонних переговоров с участием представителей НАТО, албанских группировок, Сербии и России не увенчались успехом, поскольку Сербия и Россия отказалась принимать план, предложенный НАТО, по которому в регион должны были быть введены его (а не ООН) "миротворческие силы", на правах фактически оккупационной армии, - впрочем, многие считают, что такие условия были предложены намеренно, чтобы сербы их не могли принять.

Для западных стран, которые фактически привели к власти Милошевича и постоянно поддерживали его (в том числе и в 1996 году), его действия в отношении албанского конфликта показали превышением тех полномочий, которые предоставляла их поддержка, и они объявили Милошевича диктатором. Оставалась только возможность непосредственного приведения угроз оккупации в исполнение. В ответ начались ограничения свобод внутри страны. 24 марта 1999 года, через четыре часа после того, как генеральный секретарь НАТО объявил о решении военного альянса о начале бомбардировок Сербии, радио В92 было закрыто,

оборудование конфисковано, а Веран Матич временно арестован. Как впоследствии он говорил в одном из интервью, *"бомбы НАТО с корнем вырвали ростки демократии, только начавшие возрастать на почве Косово, Сербии и Черногории"*. У людей, которые создавали и воспринимали свободу информации как признак движения в направлении западных демократий, не укладывалось в голове, что теперь их страну бомбят военные этих самых демократий. Интернет-листы и вебсайты, в которых участвовали художники и медиа-активисты стран бывшей Югославии, стали на это время наилучшим источником сведений о том, что там происходит. Кроме бомб, натовские военные широко использовали "психологические операции": на страну сбрасывались пачки листовок, которые, однако, были составлены с грубыми ошибками и не вызвали никакого доверия. Пропаганда сообщала ложные новости, которые были направлены на дальнейшее разжигание национальной розни. "Психологические операции" обыкновенно используются в целях деморализации населения, однако в странах с достаточно высоким уровнем образованности и осведомленности они могут действовать противоположным образом. Но населению Сербии не было оставлено никаких возможностей, чтобы выразить сознательную позицию, как оно ее выражало в 1991 и 1996 годах. По приказу американского военного командования в апреле была отключена спутниковая связь, осуществлявшая поддержку одного из двух независимых интернет-провайдеров, а вскоре американское пропагандистское радио заняло частоту, недавно принадлежавшую В92.

По всей Югославии, между тем, возникали похожие на него разнообразные инициативы, вероятно, не без влияния В92. Косовский канал Open Channels задействовал автоматизированную телефонную систему, которая позволяла журналистам звонить из других регионов и оставлять на автоответчик репортажи, которые сразу же шли в эфир и в стрим-интернет-трансляцию. Так мир узнал о трагедии албанских беженцев из Косово, многим из которых предлагали звонить и рассказывать свои истории самим. Другое радио под названием Radio21, высланное сербскими властями из зоны конфликта, обосновалось в столице соседней Македонии Скопье и направляло оттуда mp3-репортажи в Голландию, откуда уже они ретранслировались на коротких волнах на Европу и, в частности, на зону конфликта. Оно было редким примером решения этнических проблем на практике, поскольку в его редакции сербы и косовские албанцы работали вместе. Кроме того, поскольку, как уже говорилось, военные перерезали телефонные линии между Сербией, Боснией и Герцеговиной, Хорватией, Черногорией, Македонией и Словенией, существовала целая сеть "народных" пиратских радио, позволявших общаться между собой родственникам, близким, друзьям, любовникам.

Что же впоследствии случилось с самим В92? Его название взяла себе команда, назначенная сербским правительством, которая начала вещание в тот же день, когда прежнее радио было закрыто, с конфискованного оборудования, и сохраняя прежний фирменный

стиль – логотипы и названия передач. Джинглы и заставки прежнего радио немного перемиксовали и оставили, вместе с голосами ведущих, не спросив их разрешения. Но вместо прежних новостей теперь здесь сообщались новости RTS. Все сотрудники прежнего радио были приглашены остаться и вести свои прежние передачи, при новом начальстве и немного изменив названия: например, назвать выпуск музыкальных новостей "Служите своей родине всем сердцем". Когда их вызывали к новому начальству, то один из сотрудников потом рассказал: "Я даже не мог себе представить, что такие люди до сих пор существуют – такие аппаратчики". Все отказались, вплоть до уборщицы. Компьютерные базы данных, обслуживавшие редакцию радио и провайдера Orpenet, были взломаны, доменное имя передано новым владельцам, и в сети начал действовать "новый" сайт V92. Однако, как рассказывает в интервью Хонор Харгер музыкальный редактор V92 Гордан Паунович, их аудитория была ничтожно мала, они вызывали ноль доверия, и мало кто рискнул бы признаться вслух, что он работает на "новом V92".

Потеряв работу, радиостанцию и оказавшись под бомбардировками, говорит Паунович, сотрудники радио могли бы полностью капитулировать перед обстоятельствами, если бы не немедленная поддержка международного медиа-сообщества, – *"и у меня не достаёт мужества представить, каким стал бы Белград, если бы V92 не взялось продолжать свою миссию"*. Единственным, хотя и тяжелым, выбором в этих обстоятельствах было начинать работу снова, чтобы дать понять, что кроме авторитаризма Милошевича и бомб НАТО есть "третий путь", заключающийся в спокойном и выдержанном информировании общественности. Сначала вещание возобновилось через интернет, на платформе сайта free92.net и под названием V2 92. Голландские коллеги открыли параллельный сайт поддержки helpb92.xs4all.nl. Десятилетний юбилей станции 15 мая было предложено отпраздновать международной музыкальной акцией солидарности под названием Net.Aid: на интернет-форуме появились международные музыкальные друзья V92, такие, как Sonic Youth, REM, диджеи Kruder & Dorfmeister, John Acquaviva и другие, и представили общую программу, которая была немедленно воспроизведена десятком музыкальных станций по всей Европе. Наконец, в июне, когда бомбардировки подходили к концу, официальная сербская оппозиция, возглавляемая бывшим премьер-министром Милошевича, предложила V92 базу и помощь. Редакция приняла предложение, оговорив в контракте, что это никак не повлияет на его политику. В августе оно заняло третье место по численности аудитории в Белграде, в то время как похитители его названия так и не поднялись выше 20-го. Программы V92 записывались в формате mp3 и пересылались в Лондон, откуда их транслировали на Европу через спутник радиостанции BBC, а станции сети ANEM подхватывали сигнал и передавали его на своих частотах.

Режим, оставшийся у власти, продолжал действовать в том же духе, что и прежде. Юбилей в следующем году пришлось снова отмечать миграцией в интернет: в мае полицейские опять ворвались в студию и прекратили вещание. Посещение сайта в эти дни достигло рекорда в 1 млн. Но приближались октябрьские президентские выборы, и мало у кого оставались сомнения, что, несмотря на жесткие репрессии в отношении медиа, режим Милошевича скоро закончит свое существование, одним из первых пост-коммунистических режимов в Европе. Несмотря на то, что в общем по стране 81% эфирного времени перед выборами был отдан Милошевичу, 5 октября 2000 года выиграл его противник – протезе вооруженных сил, бомбивших Сербию в прошлом году, Воислав Коштуница. Попытки власти скрыть результаты выборов привели в этот день к новым – последним на сегодня – массовым демонстрациям, которые не только вынудили Милошевича уйти в отставку, но и вернули законным хозяевам радио В2 92 их прежнее помещение.

В изменившихся условиях медиа-холдинг ANEM и провайдер Orpenet.org уже не играют той роли, что раньше. Противостояние диктатуре капитала требует иных навыков, чем честная журналистская деятельность в стране авторитаризма. Но славная история В92 оставила нам некоторые чрезвычайно важные уроки.

Одним из провозглашенных лозунгов деятельности радио было: "Не доверяйте никому, в том числе и нам". Это означало призыв к аудитории оставаться критичными и сознательными в выборе точки зрения. Но радио при этом не оставалось на позиции неучаствующего наблюдателя, и даже не настаивало на примате "чистой информации", без всяких оценок. В ситуации повышенной структурной сложности, когда в борьбу было включено множество противоречивых источников, позиции и мнения журналистов сместились из области конкретной политической борьбы в более общую область этических принципов. Это означало, словами Верана Матича, *"участие в защите прав меньшинств, стремление к интеграции, экономической реформе, социальным правам, поддержке профсоюзов, антивоенного движения, прав человека, прав женщин, свободы слова и борьбы против коммерциализации"*. В одном из своих выступлений более позднего времени он описал некоторые структурные принципы, для выработки которых, по его словам, радио потребовалось восемь лет работы:

1. Освещать события со всех точек зрения. (Поскольку представители правительства никогда не соглашались давать В92 интервью, их позиции цитировали по официальной прессе.)
2. Сравнить разные источники.
3. Не слишком доверять утверждениям представителей элит.
4. Избегать восхваления военных технологий.
5. Использовать шокирующие материалы для того, чтобы подчеркнуть жестокость войны. (Эта позиция явилась следствием того, что официальные

медиа Сербии никогда не упускали возможности показать шокирующие детали, независимо от того, могут ли это увидеть дети, в целях разжигания этнической ненависти и военной истерии.)

6. Уделять внимание историям отдельных людей.
7. Репортажи должны вскрывать глубинные аспекты проблемы.
8. Помнить, что обыкновенно масс-медиа используются для манипуляции.
9. Избегать того, чтобы собственная работа оказывалась в фокусе внимания репортажа.
10. Сообщать об инициативах за мир и поддерживать их.

Роль, которую сыграло радио В92 в истории многострадальной Сербии, показывает, как сложно и все же возможно сохранить информационную самостоятельность на повестке дня, и как эти усилия вознаграждаются. В моменты общественного подъема оно катализировало мирные протесты и оказывалось вместе с протестующими на улице, сохраняя независимость и дистанцию от политики каких бы то ни было партий. Политически активный народ Сербии отвечал ему не только прямой поддержкой на демонстрациях, но и постоянным высоким рейтингом, низовой организацией вещания через маломощные передатчики, распечатыванием новостных бюллетеней, перезаписью и проигрыванием программ в общественных кафе и на улицах, – собственно, тем, что и делало В92 действующим радио. Эта невероятная поддержка и разносторонний опыт позволили радио В92 стать экспериментальным полем для новых возможностей, таких, как широкая конвергенция радио и других видов медиа. Веран Матич не раз подчеркивал, что на радио появился журналист нового типа – "мультимедийный" журналист, способный оперативно подготавливать сообщения в разных форматах вещания. Радио В92 непосредственно на практике показало, как интернет открывает возможности для слияния радио, ТВ и текстовых средств вещания в единый мультимедийный комплекс. Также, вещая на разных языках народов бывшей Югославии, оно делом показывало интернационалистский подход и возможность мирного разрешения этнических конфликтов, а поддержка, которую оно получало от дружественных активистов из Голландии, ясно показывала сербам, что не для всего остального мира бомбежки их страны являются единственно возможным выходом. В92 умудрялось использовать нелицензированные частоты, правительственное оборудование, деньги Сороса и официальной сербской оппозиции для того, чтобы сообщать народу независимую и взвешенную информацию, таким образом, играло на всех противоположных интересах. И сейчас в России, когда многосторонность вовлеченных в ту историческую ситуацию интересов и сложность оперативного действия не так видны, как непосредственно во время событий, – легче остановиться на одной из нескольких примитивных точек зрения, говоря: "Мы за Милошевича, потому что его бомбили американцы", или "Мы за Милошевича, потому что сербы тоже православные", или "Мы против Милошевича, потому что он коммунист", или "Мы против

Милошевича, потому что он националист". История В92 показывает, как важно понимать многосторонность интересов и разнообразие точек зрения, и не отвергать или принимать какую-то одну из них априорно, а внимательно изучать ситуацию, понимая, что в сложной многосторонней ситуации приходится искать один-единственный путь, который позволит пройти по лезвию бритвы.

## Радио для сообществ

---

Последние годы, вместе с ростом антиглобалистского движения, радио получило развитие в странах третьего мира, где они могут стать орудием общественных движений, инструментами создания медиа-системы и гражданского общества. В большинстве стран Азии доступ к интернету имеет крайне малое число населения, тем более оно затруднено из-за ориентации интернета на английский язык, который мало кто знает. Элиты азиатских стран также прилагают очень мало усилий для преодоления "цифрового неравенства". Они считаются наиболее англофильскими из национальных элит в мире. Поэтому радио часто оказывается единственным средством информирования населения о происходящем в мире, а также об их собственных правах. Интеграция с интернетом часто открывает дополнительные возможности для радиовещания.

Так произошло в ближневосточном Иордане. Тактическое радио [Ammannet](#), покрывающее своим вещанием большую часть стран региона, вплоть до Палестины, возникло на основе новостного интернет-портала, созданного журналистом Даудом Куттабом. Это была сеть AMIN (Интернет-Сеть Арабских Медиа), объединившая в 1995 году прессу арабоязычных стран. Цензура в этих государствах очень сильна, но часто средствами массовой информации позволяется сообщать критическую информацию о том, что происходит у соседей, поэтому AMIN оказался интернет-дайджестом, из которого разные страны могли узнать много интересного о себе самих и друг о друге. О степени его критичности можно судить по тому, что одна из секций на сайте проекта представляет собой базу данных о депутатах парламента Иордании, указывая, как каждый из них голосует и что вообще делает в парламенте – проект, ставящий своей задачей осведомленность избирателей.

Радио Ammannet было учреждено в 1999 году. Одной из основных ориентаций для него является освещение палестинского конфликта. Ему удается покрывать зоны, не охваченные спутниковым вещанием, благодаря комбинированию передающих средств – от интернета до мобильного телефона и мобильных передатчиков. Таким образом голос независимого арабского радио достигает лагерей беженцев в Палестине и на других оккупированных территориях. Ammannet одним из первых стал использовать подкастинг – возможность программирования пользователем компьютера на получение и запись избранных программ. Благодаря умеренной

политической линии и успешной работе с медиа-партнерами, Ammanet расширяется, создавая дочерние подстанции и переходя к новым видам медиа – например, в 2004 году был открыт проект локального образовательного ТВ в Рамалле, Палестина. Таким образом он превращается, вслед за В92, в тактический мультимедийный холдинг.

Кроме способности создаваться небольшими сообществами, радио также обладают способностью служить потребностям сообществ – особенно деревенских, о которых в сегодняшнем мире никто не заботится. В Латинской Америке язык кечуа, на котором разговаривают 10 миллионов обитателей Боливии, Перу и Эквадора, вообще не представлен на телевидении – зато на нем говорят 180 локальных радиостанций. В 1996 году на сто человек в Боливии, по приблизительным подсчетам, приходилось пять телефонных линий – но 57 радиоточек. В сельскохозяйственных местностях Латинской Америки, Азии и Африки радио для сообществ всегда оставляют несколько часов вещания в сутки для передачи частных новостей между деревнями. Посредством радио фермеры этих мест координируют закупочные цены на зерно и другие хозяйственные вопросы. Как известно, именно они подвергаются наиболее хищническим обманам со стороны транснациональных корпораций: например, крупнейший производитель ГМ (генетически модифицированных) продуктов Monsanto вписывает в свой контракт условия, по которым купленные у нее семена не могут использоваться на следующий год, что ставит фермеров в прямую долговременную зависимость от ее ценовой политики. Поскольку фермеры часто не читают договоров и нарушают нелепое "правило", – известны случаи, когда их урожаи представителями Monsanto уничтожались, а люди отправлялись в тюрьму. В знак протеста индийские фермеры неоднократно демонстративно сжигали семена Monsanto. Радио требуется, конечно, и для координации таких действий.

В последние годы телекоммуникационные корпорации стремятся расширять свое вещание, скупая локальные радиостанции, соединяя их в сеть через спутниковую связь и пуская по ним общие программы, иногда – лишь с поверхностной специализацией по региону. Такая тенденция особенно заметна в США, но она распространяется также на развивающиеся регионы мира, особенно Латинскую Америку. Она тоже ставит под удар локальное радиовещание. С другой стороны, существуют инициативы по обмену информацией и программами между независимыми радио: создаются сайты обмена mp3-файлов, такие, как Local Radio Meeting Point, сайты ретрансляции радиoproграмм, такие, как InterWorldRadio и Институт Панос, общие информационные агентства, такие, как Pulsar в Южной Америке. Также, большое число активистов и частных инициатив сосредоточены на развитии "[коммунитарных медиа](#)", в первую очередь радио. Специальные программы в этом направлении проводит фонд Рокфеллера. Тот тип общественных

отношений, которые воспитываются, называется "демократией участия".

Bush Radio, вещающее для черного сообщества в центральном мегаполисе Южноафриканской Республики Кейптауне, возникло в годы апартеида как пиратское (вначале оно было вообще сетью обмена аудиокассетами) и сыграло большую роль в борьбе с расистским режимом. Такие радио, собственно, и создают сообщества, позволяют массе людей осознать общую идентичность и интересы. В Шри-Ланке радио Kotmale не только сообщает новости и пускает в эфир музыку, но и предоставляет необычный сервис – интернет-сёрфинг по заявкам радиослушателей. В Непале городские FM- радио сообщают людям обо всех темах, которые их могут интересовать в жизни города: расписании движения автобусов, ценах на продукты, культурных и религиозных встречах. Устраивая интервью и встречи в эфире с представителями властной иерархии, они делают их более приближенными к народу, заставляют отвечать на вопросы граждан. Наконец, как отмечают исследователи из индийского медиа-центра Sarai, они воспитывают представление о медиа-системе, например, когда вступают в полемику друг с другом или с газетами.

В 2000 году голландские активисты Брюс Жирар и Йо ван дер Спек составили подробный отчет о возможностях развития радио для сообществ в Афганистане, который пользовался большой известностью – но никакие из этих планов не могли быть приведены в исполнение ввиду последовавших на следующий год американских бомбардировок. А американские оккупационные войска никогда не предпринимали шагов к тому, чтобы организовать что-либо наподобие "радио для сообществ".

Понятно, что в условиях суровых авторитарных стран (некоторые являются монархиями) радиовещание не обходится без лицензии. А в условиях лицензирования сильно ограничены возможности критики. Но радио для сообществ все равно без сомнения является тактическим, потому что создает осведомленность и грамотность, информирует людей о происходящем в мире, способствует развитию "демократии участия". Арун Мета, может быть, самый известный в мире теоретик и активист тактического радио, посвятил много усилий организации сетей деревенских радио в сельскохозяйственной Индии, но большинство из попыток кончались неудачей – благодаря инертности или прямой враждебности местных властей. Однако он предложил простейшую модель организации деревенских радио – посредством одного персонального компьютера. Компьютер может использоваться деревенской общиной для разных целей, но в данном случае все, что ему нужно, – это интернет-подключение и звуковая плата. По домам общины протягивается медный кабель, а дома не требуется иметь ничего, кроме усилителя. В более утонченной модели, каждый дом может стать точкой не только приема, но и распространения информации – если его снабдить также микрокомпьютером, микрофоном и переключателем (все в целом может стоить не более \$30), а кабель сделать вместо медного коаксиальным. В последние

годы открывается возможность для организации такого вещания на основе Wi-Fi подключения. Однако интернет-провайдеров, которые занимались бы обустройством деревенских радио, и производителей, которые создавали бы требуемые девайсы, пока нет.

## Радио на войне

---

Радио постоянно используется в военных операциях. Однако, в силу его простоты и дешевости, оно может использоваться не только высокотехнологизированной стороной, но и ее противниками. Замечательный пример такого рода – радио "Ханой", использованное против американской армии во время войны во Вьетнаме. Оно было адресовано американским солдатам, вещало на их языке, и получило у них широкую известность под названием Napoi Hannah, поскольку ведущую звали Анна. Пацифистский интернет-проект [Sixtiesproject](#), посвященный, во многом, войне во Вьетнаме, посвятил внушительные материалы истории радио Napoi Hannah. По воспоминаниям солдат, слушать его было часто интереснее, чем официальное радио, вещавшее из штаба американской армии, поскольку Napoi Hannah включало в трансляции рок-н-ролл и пацифистские песни, запрещенные американским командованием для трансляции на своем радио. С его помощью солдаты могли почувствовать протестующий дух своих сверстников на родине, поскольку вся Америка тогда была охвачена молодежным антивоенным движением. На Napoi Hannah приезжали помогать несколько пацифистски настроенных журналистов из западных стран, например, австралийский журналист Вильфрид Бёрчетт. Поскольку на радио внимательно отслеживали передачи официального американского радио, следили за западными информационными агентствами и журналом Newsweek, то, к смущению своих противников, часто передавали более точные сведения о состоянии войск и расположении фронта, чем могли знать сами американские солдаты. Осведомленность Napoi Hannah часто приводила американцев в смятение: один из солдат вспоминает, как радио передало привет его конкретному войсковому подразделению, прибывшему на место дислокации, поздравило с прибытием и предложило "отпраздновать" это небольшой атакой, – тут же начинались выстрелы, и вьетконговцы перешли в наступление. Другой раз из расположения американской армии вниз по реке на лодке отправили молодого лейтенанта с несколькими другими солдатами, чтобы дать ему возможность отметить 23-летие в тылу – лодка попала в засаду, и когда ее нашли, то к телу лейтенанта была приколотая американская открытка с поздравлением с 23-летием, а радио передало сожаления о том, что оно было для него последним. На Napoi Hannah ставили задачу убеждать американских солдат в том, что их война несправедлива, что они рискуют жизнью за чужие интересы. Также там часто говорилось о военном режиме

Сайгона, который поддерживали американцы, что он не стоит такой поддержки.

Со стороны американских войск, пропагандистское радио, вещающее на расположение противника и вещающее на его языке, было неотъемлемой частью практически всех военных операций. Во время бомбардировок Югославии войсками НАТО корабли с радиопередатчиками находились в Средиземном море, и их зона вещания охватывала все балканские страны. Во время вторжения в Ирак в 2003-м важным аспектом войны считалось создание т.н. "информационных заграждений", направленных на армию и население Ирака, так и на мировое общественное мнение. Распространялись листовки, действовало радио "Tikrit", вещавшее на Ирак с территории Кувейта, в задачи которого входило сеять панику, распространяя дезинформацию с помощью ежечасных новостей типа: *"Войска коалиции продвинулись по территории Ирака на 150 км. Саддам Хуссейн потерял управление страной. Саддам Хуссейн погиб. 250 иракских военнослужащих сдались войскам коалиции..."* Радио было названо по имени родного города Саддама Хуссейна. [world-information.org](http://world-information.org) утверждал, что это было сделано, исходя из соображений нанести непосредственный моральный удар по командующему войсками противника - "мозгу командира, как непосредственной мишени военных действий", как утверждает Лиддел Гарт в классическом учебнике военного искусства "Размышления о войне". А пентагоновский генерал Рональд Фогельман в учебнике по инфовойне выражает уверенность, что в современных условиях завладеть информационным полем противника - важнее, чем в прежние времена было завладеть его воздушным пространством. Очевидно, что большую роль в обучении американцев новому военному искусству сыграла Холодная война, в которой "Голос Америки" и "Радио Свобода" были важными орудиями. Сейчас задачи настолько же прямолинейны, но методы стали тоньше. В течение уже нескольких десятков лет на социалистическую Кубу из Флориды вещает американское пропагандистское телевидение и радио Marti.

Продолжая тему военного использования медиа, нужно также отметить микроволновое оружие, действующее в частотном спектре от одного до десяти гигагерц, призванное подавить радио, мобильные телефоны и другие электронные телекоммуникации противника. В рамках программы "Embed" ("Внедрение") Пентагон организовал постоянное пребывание военных журналистов непосредственно в рядах военных, в результате чего они становились как бы соучастниками событий и подавали новости более "непосредственно". Сами армейские офицеры также были оснащены спутниковыми соединениями, чтобы репортовать непосредственно по сети. Американские телекомпании заранее покупали у Пентагона эксклюзивные права на трансляцию тех или иных крупных военных операций - штурм Багдада и других форпостов сопротивления. Все это сильно напоминает ситуацию, возникшую после первой Войны в Заливе, которая была так сильно "спектакуляризована", что это дало повод французскому

постмодернистскому философу Жану Бодрийяру предположить, что "войны в Заливе не было" – то есть, что она вся была поставлена непосредственно для телевизоров. Нет, дело в том, что и первая, и вторая войны в Заливе были, вместе со всей кровью, убийствами, болезнями и долгосрочными геополитическими и демографическими последствиями, – но средства массовой информации извлекали из них дополнительную выгоду. Поэтому больше сочувствия, чем мнение Бодрийяра, вызывает утверждение американского писателя-фантаста Брюса Стерлинга о том, что мы присутствуем при складывании "военно-развлекательного комплекса".



Поваренная книга медиа-активиста  
Олег Киреев  
издательство "Ультра.Культура" 2006

## ЧАСТЬ 2: ВИДЕО И ТВ

### Введение

---

Перед показом фильмов творческой группы [ЗАИБИ](#) (за Анонимное и Бесплатное Искусство) 12 декабря 1998 года в кинотеатре "Эльбрус" среди публики было распространено такое обращение:

*"Братцы и сестрицы!*

*Быстро, без паники, всё бросаем и начинаем делать кино. Побег из тюрьмы возможен. Надо только из предложенных камер выбрать видео-. А в этой камере есть такой глазок, через который и безногий убежит. Дедушки и бабушки сочиняли стихи. Отцы и матери брэнчали на гитарах. Новое поколение выбирает видео. В нём есть всё и многое другое. Современная технология даёт любому желающему средства, достаточные для исполнения самых смелых замыслов. Желайте! Поганая видеокамера, купленная с рук, прогрессивнее и совершеннее любой профессиональной техники сорокалетней давности. Не воспользоваться этим было бы странно.*

*К ОРУЖИЮ!"*

Ощущение, наступающее после первого дня общения с видеокамерой – подобно эйфории. С него и начались волны любви к мобильной съемке: от революционных 60-х с их первой портативной камерой "Portapak", через 80-е, с их ростом маргинальных социальных движений, особенно геев, снимавших на камеру повседневное насилие полицейских, до 2000-х с их массовыми мобилизациями и видеоактивистами в роли везде успевающих подрывников-диверсантов, использующими видеокамеры наподобие оружия. В чем-то напоминает пафос военных корреспондентов из песни Утесова:

*С "лейкой" и блокнотом,*

*А то и с пулемётом*

*Сквозь огонь и вьюгу мы прошли.*

Автор книги "[Медивирус!](#)" Дуглас Рашкофф пишет: "В своём первом воплощении видеокамерная революция принесла с собой невероятно могущественное орудие возмездия. Среди десятков дел,

*расследованию которых способствовали "бытовые" медиа, были избиение Родни Кинга, нападения на гомосексуалистов, случаи полицейской жестокости и неонацистские погромы. Казалось, что домашнее видео стало великим уравниателем. Где бы ни случилась несправедливость, там жужжала видеокамера. Ничто никому не могло сойти с рук".*

Как появление документального кино оказало эффект "приближения к реальности" на кино художественное, - так же и появление видео потребовало "возвращения к реальности" от ТВ. Первые режиссеры-документалисты (Флаэрти, Грирсон) открыли возможность посещать скрытые уголки мира и показывать жизнь "такой, как она есть", и также первые видеоактивисты, снимая трясущую хронику "с плеча", создали моду на "DIY" ("Do It Yourself" - "сделай сам") и заразили ею телехронику, рекламу, MTV, авторский кинематограф (в частности, "Догму"). "Грязный", рваный стиль любительской съёмки стал фирменным стилем десятков рекламных кампаний (например, можно увидеть нарочито небрежные фокусы и "технический брак" в рекламе фирмы Sisley). Однако после революции, без сомнения, такое использование будет совершенно забыто, и в историю оно тоже не войдет. А что останется, так это отношение, выраженное в другом публичном заявлении группы ЗАИБИ:

*"Братцы и сестрицы! Кое-кто считает, что любительское это недоделанное профессиональное. Вот, мол, еще поучимся и станем профессионалами. Такой подход не просто неправилен. Он глуп и вреден. С таким подходом лучше вообще ни за что не братьяся, а просто смотреть телевизор. Любитель, дилетант - не ученик профессионала, а учитель. Любитель занимается тем, что профессионал не смеет, не может себе позволить. Потому что любить свое дело может только любитель".*

## История вопроса

---

Кроме Парижской студенческой революции, оккупации советскими войсками Праги, убийства Мартина Лютера Кинга и наступления "Тет", означавшего перелом в ходе вьетнамской войны, в 1968-м году произошло еще одно, менее громкое событие: появление на рынке потребительской техники относительно недорогих переносных черно-белых камер Portapak. С камерой мог управляться один человек, и видеокассету можно было перезаписывать. Тысячи "Портапаков" стали документировать контркультурные тусовки, рок-концерты, кислотные сборища и, конечно, антивоенные демонстрации поздних 1960-х. Большую роль в признании видео сыграли художники, особенно пионер видеоарта Нам Джун Пайк, который сделал чуть ли не первую видеодокументацию в ее современном понимании - заснял прибытие Папы Римского в Нью-Йорк и через два часа показал ее артистическом кафе Гринвич-

Вилладж (тогда это было названо перформансом). Появились группы, обучавшие активистов "информационной герилье" - в Нью-Йорке Downtown Community Television Center бесплатно проводила курсы по работе с новой техникой, через которые прошли около семи тысяч желающих. *"Тот факт, - замечает Дуглас Рашкофф, - что радикальные антивоенные выступления 60-х и расширение сознания за счет психоделиков и возрождения интереса к восточной философии совпали по времени с разработкой первого бытового телевизионного оборудования, оказал прочное, а может, неизгладимое воздействие на альтернативные телевизионные медиа"*.

Также в конце 1960-х годов начинает появляться кабельное телевидение. Поскольку кабельное ТВ требует только центральной антенны, к которой подсоединяется определенное число подписчиков, то оно не стоит больших денег и также не ориентируется на массовую аудиторию, поэтому требования к нему со стороны политиков и рекламодателей не могут быть очень велики. Кабельное ТВ делается сообществами и для сообществ. Также отдельную, очень коммерчески выгодную часть контента кабельного ТВ составляет порнография. Но в течение 1970-х ряд муниципальных правительств в США и Европе пошли на то, чтобы открыть общественно доступные каналы кабельного телевидения ("access TV") - посвященные городским сообществам и жизни города. Кроме того, часть таких каналов была предоставлена для "общественного программирования". Среди первых городов с щедро субсидируемым общественным кабельным телевидением, конечно же, оказался Амстердам.

1980-е годы были ознаменованы новым этапом контркультурной борьбы за независимость и новыми видами использования технологий. Появились первые домашние видеокамеры - home video - которые, как предполагали фирмы-производители, будут использоваться обеспеченными семьями для того, чтобы документировать свой отдых и другие идиллические забавы. На самом деле, их сразу же стали использовать активисты, чтобы документировать примеры полицейского и прочего насилия. Как явление, видео все больше проникает в жизнь. На чемпионате мира по футболу 1986 года ведутся споры, может ли видеосъемка использоваться для оспаривания решений арбитра во время игры, или его решение по-прежнему остается неоспоримым. Вскоре видеозапись стала использоваться в качестве доказательства в судах. Активисты часто документировали на видео разного рода нарушения закона и прав человека и передавали их на телевидение (группы радикальных зеленых в Америке) или за границу (в Кении - для того, чтобы подтвердить данные о пытках, применяющихся в государственных тюрьмах, в Тибете - для того, чтобы распространить информацию о насилии, осуществляемом китайскими оккупантами). К началу 1990-х подоспели видеомэгнитофоны. Надо заметить, что их выход задержался ввиду борьбы двух кампаний за рынок - японской Sony с форматом Betamax и американской RCA с форматом VHS. Исход борьбы решился в связи с вопросом о

порнографии: когда секс-индустрия вторглась в мир новой технологии, победил тот формат, который отнесся к ней лояльнее. Японцы, принявшие запретительные меры под натиском пуристов, приравнявших новую технологию к упадку нравов, вынуждены были отправиться обратно в лаборатории для разработки других идей. В 1992 году видеокамера впервые стала причиной широкомасштабных политических волнений. Весенней ночью на одной из окраинных улиц Лос-Анжелеса несколько полицейских жестоко избивали ногами и дубинками чернокожего Родни Кинга (позже они утверждали, что он находился под сильным воздействием кислоты РСР). Это заснял на видеокамеру молодой человек, под окном у которого это происходило, и на следующий день передал кассету на телевидение. Запись была показана в национальном масштабе, и последовал суд, который не признал за полицейскими никакой вины. Чернокожие Лос-Анжелеса поднялись громить улицы и витрины магазинов, принося Америке отмщение за сотни лет порабощения и бесправия. Любопытно, что основной мишенью погромов стали кварталы выходцев из Азии, китайцев и вьетнамцев, - вероятно, ввиду того, что они в этой стране утвердились лучше. В ходе беспорядков, превративших часть мегаполиса Лос-Анжелес в зону боевых действий, погибло 54 человека, несколько тысяч получили ранения, пришлось тушить сотни пожаров. Эти события привели к новому суду над полицейскими, на этот раз в федеральном суде, который приговорил двоих из них к тюремным срокам по 30 месяцев. Также под влиянием этих событий, известный поп-певец Питер Габриэль учредил организацию [Witness](#), которая обучает активистов навыкам обращения с камерой, чтобы они могли документировать различные нарушения прав человека.

На сегодня видео стало, может быть, самым легитимным медиа-жанром протестных движений - в том смысле, что досталось им по праву, являясь и демократичным, и удобным средством документации и творчества. Например, известный фильм канадских авторов Катерины Чижек и Питера Винтоника "Видеть - значит верить. Видеокамеры, права человека и новости" ("Seeing is believing. Handicams, Human Rights and the News", Канада, 2000), показывает активиста из Филиппин по имени Джоуй, который прошел тренинг по работе с видео в американской организации Witness и теперь документирует борьбу филиппинского племени накамата с компанией, перерабатывающей сахарный тростник, которая отнимает у племени земли и нанимает преступников для расправы с активистами (повсеместно повторяющийся сюжет современного империализма!). За месяцы пребывания в поселке племени Джоуй заснял и нескольких жильцов поселка, расстрелянных нанятыми компанией боевиками. Эти кадры послужили в качестве доказательства для официальных органов и привели к возбуждению уголовного дела по случаю убийства. В нескольких случаях сам факт присутствия видеокамеры предотвратил нападение на племя вооруженных людей. Фильм приводит и другие примеры видео, используемого в качестве доказательства: съемки из зоны боевых действий в Косово, Конго

или Чечне. "Но, - как бы отвечает на эти аргументы в книге "Медиавирус!" Дуглас Рашкофф, - *сегодня мы наблюдаем не меньше, если не больше, примеров того, как "бытовые" медиа используются против тех, кто снимает их*". По активистским видеосъемкам полиция устанавливает личности участников протестных акций и заводит на них дела, или включает их в полицейские базы данных. Один из горячих предметов спора - является ли долгом чести для медиа-активистов компьютерным образом изменять лица участников акции, или они должны позаботиться об этом сами. Рекомендации по этому поводу сильно разнятся: инструкции для новичков-видеоактивистов, которых в Сети достаточно, настойчиво рекомендуют воздерживаться от записи, если начинает происходить что-то потенциально противозаконное - например, битье витрин или поджог автомобилей. С другой стороны, понятно, что зрителям лучше показывать фильм без каких-либо эффектов и исправлений. Когда такой вопрос был поднят в отношении русского проекта [IndyVideo](#), то его позиция была высказана предельно ясно: на акции может присутствовать, и обычно присутствует, не только активистская, но и милицейская видеокамера, поэтому, если активист вообще не хочет быть снятым, то замаскироваться - это его личная задача, что же до видеодокументации, то любое ретуширование неминуемо понижает доверие к ней аудитории.

Сейчас повсеместно акции протестного характера, не говоря уж о масштабных мероприятиях, документируются на камеру, поэтому видеоактивизм становится частью повседневного активистского образа жизни. В репортаже об одном из контр-саммитов в Северной Америке сообщалось, что среди протестующих было столько видеокамер, что создавалось впечатление, будто слезоточивым газом травят толпу журналистов, а не демонстрантов. Активизм приносит в протестное движение чрезвычайно здоровый дух единения, связанный с тем, что появляется возможность увидеть своих товарищей и единомышленников, ведущих борьбу на разных континентах земного шара: в памяти любого, кто участвовал в последние годы в тех или иных международных событиях, останутся бесчисленные кадры индийских крестьян, одетых в разноцветные традиционные одежды, борющихся с Monsanto, нищих, но энергичных мексиканцев, бросающихся на решетчатые ограждения, веселых и решительных итальянцев с пестрых колоннах с обилием символики, надвигающихся на стены из щитов полицейских, африканских беженцев, совершающих побег из фильтрационного лагеря. В своем обычном виде, большинство современных антиглобалистских фильмов и роликов - документации международных акций протеста и Социальных форумов - представляют собой монтаж из интервью репортеров с активистами плюс репортажи с места событий, разбавляемые надписями на экране и музыкой. Широко используются закадровый комментарий и "говорящие головы". Хотя есть и "мастера жанра", такие, как австриец [Оливер Ресслер](#), которые превращают хронику протестного события в высокохудожественное произведение и впоследствии демонстрируют его на арт-выставках.

## Монтаж: информативный или манипулятивный?

---

После того, как снят документальный видеорепортаж или поставлен любительский фильм, требуется его смонтировать. Хотя велик соблазн "показать все, как было" – даже небольшой опыт убеждает, что монтаж необходим хотя бы для того, чтобы удалить случайные непредвиденные эффекты и сократить объём. Научиться монтажу можно так же, как овладеть любой программой. У большинства пользователей пользуется популярностью программа Adobe Premiere. Но не менее, чем технической, монтаж требует идеолого-теоретической подготовки.

Видеоактивизм воскрешает в совершенно новом виде старую дилемму: должна подача информации строиться на доверии публики или на ее сознательном анализе? Или же, что надежней и проще – рассказать или показать? В том случае, если рассказ о событии передается устно, то приходится полагаться на достоверность источника. В том же случае, если предоставляется возможность увидеть событие – оказывается возможно оценить его самому. Средства массовой информации, особенно телевидение, подменяют информацию с места события смонтированным репортажем, то есть смешивают достоверность показывания с недостоверностью рассказывания. Используются кадры с места события в качестве иллюстрации к заранее подготовленному рассказу, который сообщается корреспондентом; для этого применяются подстановка кадров других событий, кадров из архива, перемена кадров местами, монтаж, звуковые/эмоциональные эффекты и прочие приемы овладения вниманием зрителя. Таким образом, картина с места событий, которой зритель склонен был бы верить, используется только в качестве иллюстрации к тому, что корреспондент, по заданию редакции, должен сообщить зрителям о событии – "тому, что и требовалось рассказать".

Активисты русской видеоактивистской сети IndyVideo отказались от видеоэффектов, музыки и закадрового комментария для того, чтобы полностью сосредоточиться на изображении: как передано событие, насколько достоверна визуальная информация. *"Агитпроп нужен для Движения, – говорит редактор IndyVideo Дмитрий Модель, – но углубляться в его производство я не собираюсь. Это первое, что люди хотят изготовить, но это годится только "для дискотеки". Люди быстро бегут, – какой-нибудь антиглобалистский экшн, – звучит какая-нибудь музыка, типа хард-кор, плюс еще лозунги вспыхивают, разные эффекты, все становится красным, потом чёрным, и прочее... Такие ролики можно смонтировать легко, и они будут пользоваться успехом..."* Вместо этого проект решил углубиться в специфику репортажа, следовать идеологии "неучаствующего, но все фиксирующего наблюдателя", провозглашенной впервые в "Человеке с киноаппаратом" [Дзиги Вертова](#). В основу работы видеоактивистов легли три принципа: не

нарушать последовательность показываемых событий; не комментировать; помнить о зрителе, не злоупотреблять его вниманием, делать ролик так, чтобы смотреть было интересно. То есть, смысл в том, чтобы показать событие "как есть" и позволить зрителю самому выработать отношение к событию. После события ролики быстро монтируются и выкладываются на сайт в сильно сжатом виде, так чтобы даже при слабом коннекте желающие в самых разных концах страны могли посмотреть, что произошло (и возможно, сравнить с идеологизированным репортажем на государственном телевидении). В течение некоторого времени IndyVideo активно сотрудничало с русской страницей [IndyMedia](#) и являлось его структурным подразделением, но из-за крайне консервативной и незаинтересованной позиции редакторов русской IndyMedia впоследствии стало автономным проектом. *"Зачастую сами активисты не понимают, - говорит Дмитрий Модель, - что это такое - даже не только видео, но и интернет. Они не понимают, что это, фактически, бесцензурный эфир. Уже сейчас любой может пользоваться им, хотя бы в интернет-кафе или на работе, а в будущем-то..."* Ролики IndyVideo очень динамичны, они сильно выигрывают за счет умелого монтажа и визуальных контрастов, например, показывается анархическая демонстрация, с громкими криками идущая по улице, - и люди, глядящие на нее из-за стекол дорогого кафе, насмешливые лица ментов, и пр.

Посмотрим теперь на подход, осуществленный в практике Guerilla News Network - радикальной американской компании по производству фильмов, особенно известных тем, что они строятся на музыке. GNN основана в 2000 году несколькими леворадикальными профессионалами, один из которых работал прежде на MTV, другие - в области мультимедийных технологий. GNN интересна и тем, что ее работа организована вокруг сайта, который также имеет новостную ленту (и если вы желаете получить немного, но самой жесткой информации, касающейся политики и правительства Соединенных Штатов - советую вам отправляться в первую очередь туда, [www.gnn.tv](http://www.gnn.tv)). Директор компании - канадец Стивен Маршалл, одновременно трансовый DJ, и ролики его кампании отличаются крайне непринужденным сочетанием музыки, текста, коллажа и спецэффектов, то есть всего того, от чего отказывается IndyVideo. В одном [интервью](#) Герт Ловинк спрашивает его:

*- Многие из тех, с кем мне приходилось обсуждать твою работу, скептически относятся к, как они говорят, популистскому подходу GNN. Также они видят как симптом левого популизма известную склонность к теориям заговоров. Как ты мог бы ответить на такие замечания?*

*Стивен Маршалл: - Только посмотри, что делает Роджер Эйлс на канале новостей Fox. Ты это видел? Для того, чтобы внедрить последние пресс-релизы Пентагона в массовое сознание, они используют новейшие графические генераторы. И ты считаешь, у нас есть время сидеть обсуждать, имеем ли мы право подложить под видеоряд drum'n'bass? Спектакль идет в полный рост, и нам нужно*

включиться в сражение гигантов, если мы собираемся сделать какой-то осязаемый вклад в сознание и настроения будущего поколения.

Потому что массовая аудитория никогда не поможет нам что-либо исправить в глобальном масштабе, если она не убедится с совершенной очевидностью, на самом элементарном уровне, в том, что вокруг происходят вопиющее безобразие, неприкрытая преступность. Ее не убедить с помощью цветистого многословия. Ей нужен стиль таблоида. И мы можем или по-снобски отвергать этот "популистский" подход, или же взять на вооружение новейшие мейнстримные достижения рекламы и музыкального ТВ, чтобы развить искусство социально-политического комментария настолько харизматическим (!) образом, насколько возможно.

*Вооружайтесь медиа! ("Weaponize the media")*

Стивен Маршалл придает решающее значение не чистой информации, а, скажем так, энергетическому континууму, сопровождающему сообщение:

*- Я думаю, любой, кто посвящает серьезные усилия созданию трансформативных медиа - под ними я подразумеваю те, которые сознательно ставят задачу (под)сознательного воспитания своей публики - нуждается в знании законов человеческого восприятия. Это попросту невозможно - заниматься производством вменяемых социально-политических медиа и не обращать внимание на то, каким образом воспринимает ваши послания ваша аудитория. И в этом отношении мы знаем, что звук предшествует образу. Человеческие создания слышат прежде, чем видят. До того, как появился свет, был звук. Это основной закон. И что я хорошо узнал из диджейства, так это то, что целенаправленная архитектура звуковых частот способна запустить в людях целое множество ответов и реакций. По крайней мере, в том, как будут вести себя их тела.*

Может быть, стоит решить, что на революционном телевидении подход IndyVideo полезен для информационных программ и подачи новостей, а подход Guerilla News более подходит для тематических передач, заставок, клипов и пр.

## Конвергенция видеоактивизма и интернета

---

В апреле 2005 года я получил внезапное предложение сделать проект, связанный с видеоактивизмом, и сразу принял его. В результате, на бюджет чуть более 600 евро мы втроем (с оператором и программистом) осуществили проект под названием "Hot Russian Line" - тактический вариант интернет-телевидения, состоящий из пяти роликов, посвященный задаче донести до международной аудитории информацию о российском левом движении и первом Российском Социальном Форуме, который происходил в это время. Простота решения поразила меня самого. Оказывается, имея

в голове четкую картину того, чего ты добиваешься, возможно за 2-3 часа снять, за еще столько же времени смонтировать, и за двадцать минут вывесить в сети весьма информативный видеоролик. В результате, аудитория имеет четкую и простую информацию, которую чрезвычайно легко потребить (десять минут просмотра, вместо утомительного чтения, которого и так очень много).

Появление такого проекта в России не могло произойти ранее осени 2004 года - а конкретнее, того момента, когда фирма СТРИМ провела массивную кампанию по широкополосному подключению к интернету за умеренную цену (ниже \$50). Конечно, проект IndyVideo стартовал еще в 2003-м, но никто не сомневается в том, что его создатели - это пионеры, опередившие свое время. Стремление поделиться мнением, сообщить сведения, или же просто творчески поиграть с многогранными возможностями новой технологии - неотъемлемое свойство человека, пробужденное высокотехнологизированным обществом. Каждый действует, как он может, сообщает, что хочет, - дальнейшее - это дело медиаграмотности и способности внятно сообщать свою информацию.

После того, как фильм снят и смонтирован, требуется представить его аудитории. Стивен Маршалл говорит, что для Guerilla News Network очень важна система дистрибуции, и она построена, в основном, на онлайн-взаимодействии. Аудитория форумов GNN превышает 4000 участников. Такая численность - возможная, естественно, только в странах с высоким уровнем сетевой подключённости - позволяет GNN продавать свои видео, но коммерция построена так, что купившие видео один раз могут показывать его сколько угодно (в отличие от жестких прокатных стандартов кино- и музыкальной индустрии). Возможно, Россия сможет в течение ближайших лет приблизиться к уровню подключённости процветающих стран, и тогда аудитория, например, IndyVideo тоже будет составлять тысячи людей. Но в этих условиях появятся новые возможности и новые инициативы. Любое "похолодание" политического климата влечет за собой повышение интереса людей к частным взаимоотношениям, горизонтальному взаимодействию, а дешевые технологии и тактические медиа предоставляют для этого поистине неограниченный простор. 2002-2003 годы в России, породившие, в частности, "Масяню" (начавшуюся с любительской флэш-анимации на сайте [mult.ru](http://mult.ru)), принесли также громадное количество тактических, низкотехнологичных работ, распространившихся по сети, - джинглы, музыкальные миксы с речами политиков, флэш-анимации, видеоколлажи, скачивавшиеся десятками тысяч пользователей. Еще ранее, в конце 90-х, появление первых компьютерных программ для обработки звука привело к появлению массы музыкантов-самоучек, создававших музыку: например, широкой известностью в узких кругах контркультуры пользовалась музыка проекта "Трёп", сочетавшая жесткие синтетические ритмы и рэповые "читалки",

порожденные мизантропическим гением Паши Шевченко. Видеопродукция группы ЗАИБИ (За Анонимное и Бесплатное искусство), преимущественно создававшаяся в то же время - это замечательное и очень качественное (несмотря на лозунг "Хуёвое революционно, остальное буржуи купят!") средство анархо-пропаганды: группой были сняты политические ролики "На выборы", "Солдат президента", и чисто артистические фильмы про Первичный Творческий Импульс. Анекдоты про Ленина и Сталина были экранизированы таким образом, что Ленина изображал квадрат, и Сталина треугольник, они медленно кружились на экране, и низкий голос сообщал: "жили Ленин и Сталин долго вместе, но детей у них не было..." (появившийся потом ребенок изображался шаром). Выборам 1996-го года был посвящен интенсивный киноколлаж "На выборы", в котором шаржированные образы телевизионной политики (фото, рисунки, видеофрагменты) мелькают на экране под аккомпанемент речитатива, бормочущего "навыборынавыборынавыборынавыборынавыборы...". Фильм заканчивается короткой белой надписью на черном экране: "и все это - ради удовлетворения амбиций нескольких политических проституток". Хотя "грязная" эстетика тоже часто берется на вооружение рекламой, но все равно в условиях победного расцвета капитализма еще большим спросом она пользуется у мыслящих людей, устающих от слишком чистой, "глянцевой" эстетики реклам и журналов.

Каждый факт обращения активистов к технологиям являет собой пример сознательного выбора в обществе, где выбор в принципе отчужден. Но особенно часты случаи массовой технологической мобилизации в моменты массовых воодушевлений. Здесь использование технологий ведет уже к самоорганизации масс в новых условиях. Это ставит вопрос о создании не только индивидуальных работ для их распространения по сети, но и тактических медиа, работающих с общественным мнением и массовой информированностью. Как известно, во время "оранжевой революции" на Украине российское телевидение поддерживало про-российского кандидата Виктора Януковича, а о мнениях противоположной стороны можно было узнать только из интернета. На сайтах независимых телеканалов "1+1" и "Интер" были установлены веб-камеры, фиксирующие положение на Майдане Незалежности, и когда 25 ноября центральный канал российского телевидения ОРТ передал сообщение, что сторонники Ющенко собрали палатки и покинули площадь, и показал архивные кадры пустого Майдана Незалежности, то любой, кто посмотрел в это время сайты и веб-камеры, узнал бы, что это не так.

Поэтому после того, как один активист или группа активистов научились обращаться с камерой, встает вопрос о построении сети распространения и сотрудничества. Требуется аудитория, чтобы смотреть фильмы и обсуждать идеи, и требуется структура для

развития, чтобы идеи распространялись дальше, внедрялись в разработки более сложного уровня, и т.д. Проект IndyVideo посвятил много усилий построению IndyVideo Network, т.е. сети активистов в разных городах России, которые овладевали бы камерой, начинали бы сами снимать фильмы. На первом этапе отснятый материал на VHS-кассете передавался поездом (с проводником) в Москву, где в центральной лаборатории проекта делался монтаж, и материал появлялся в сети. В последнее время предпринимаются усилия к тому, чтобы ПО проекта позволяло загружать с места уже смонтированные, готовые ролики. Зимой 2004/05 гг. был осуществлен проект "[Кинопоезд](#)" - по примеру "Кинопоезда" 1930-х годов А.Медведкина. Прочитываем сайт проекта: "В 1931 году в СССР появилась передвижная фабрика "Кинопоезд". Состав из трех вагонов, в которых размещалось всё необходимое оборудование для создания кинофильмов. Электростанция, проявочный и монтажный цеха, мультстанок и просмотрный зал. Команда кинопоезда, которой руководил режиссер А.Медведкин, состояла из 32 энтузиастов. Кинопоезд курсировал по стране, останавливаясь на заводах и шахтах, в деревнях и на стройках, принимал участие в маневрах Красной Армии..." Через семьдесят лет для участия в новом "Кинопоезде" пригласили около десятка активистов из европейских стран, среди которых были и видеоактивисты, и программисты-линуксоиды. Поездка на микроавтобусе прошла по маршруту Воронеж-Краснодар-Ростов-на-Дону-Волжский-Саратов-Самара-Уфа-Казань-Нижний Новгород-Касимов, и стала первым прецедентом в деле построения всероссийской революционной информационной сети. Можно надеяться, что с течением времени мы сможем наблюдать последствия этого прецедента.

## Городское ТВ: США, Италия, Аргентина

---

Все взгляды на аудиторию и попытки найти с ней общий язык принимают конкретную форму и могут быть проверены на практике, когда встает вопрос о создании городского телевидения. В течение долгого времени во многих странах для общения с аудиторией использовалось кабельное телевидение, поскольку изначально оно было предназначено для "общественности", и на него было проще проникнуть. Когда стрим-технология только появилась, то медиа-теоретики проницательно увидели в ней возможность будущего появления интернет-телевидения - стрим-технологиям даже был специально посвящен фестиваль в амстердамском медиа-центре De Valie Net.congestion (октябрь 2000 года). Но на сегодня наиболее общепринятой практикой пиратского телевидения стал эфир - находить или перехватывать частоты, запуская свой сигнал или поверх перехваченного, или по свободной частоте ("пустые" каналы).

Активистское ТВ, в любом его виде, всегда начиналось с недоверия к большому, массовому ТВ. Последнее не любил никогда и никто из людей, сколько-то близких к контркультуре, андеграунду или хотя бы просто к независимой общественной позиции. Существует мнение, что именно появление и распространение массового ТВ подорвало рост общественных движений и, в конечном счете, предотвратило революцию конца 1960-х: шутка ли, за десятилетие с 1967 по 1977 количество телевизоров в домохозяйствах Франции увеличилось взрывообразно - в 10 раз! Появление телевизоров было одним из главных аргументов в пользу "американского образа жизни", который распространился в это время в Европе, как противовес от "большевистских" симпатий: если в СССР только обещали построить коммунизм, то на Западе уже появлялось "общество всеобщего благосостояния", в котором прежние малоквалифицированные рабочие пользовались преимуществами общества потребления и имели возможность благодаря телевизору приобщаться к миру звезд и моды. Конечно, создатели ТВ сразу же и в полной мере оценили его потенциал в деле манипулирования массами. Начало было положено в эпоху Рональда Рейгана. Локальные инциденты, такие, как обстрел русскими корейского самолета в 1983 году, выступления Муамара Каддафи или Аятоллы Хомейни, мгновенно трактовались "новостями" на центральных американских каналах как признаки тотального зла и использовались для нагнетания атмосферы, удобной, например, для вторжения в Панаму. Для обозначения такого способа работы телевидения используется термин "hype": это слово происходит от "наркотической дозы" и означает, что новости действуют по принципу "впрыскивания наркотика". Методика "hype" получила свое полное развитие в президентский срок преемника Рейгана от республиканской партии Дж.Буша-старшего, и была в полной мере реализована в 1990-м году, к началу первой войны в Персидском заливе. Кроме информационного штурма, телевидение применило стратегию "маргинализации" оппозиции. Хаким Бей описывает это так:

*"По всей Америке миллионы людей были достаточно "просвещены", чтобы, по меньшей мере, осудить эту омерзительную пародию на мораль, навязанную двуличным убийцей и шпионом из Белого дома. Средства массовой коммуникации, тем не менее, создали (то есть симулировали) иллюзию, будто у войны, развязанной Бушем, фактически нет и не может быть оппозиции, что (цитируя Буша), "движения за мир не существует". Собственно, движения и не было - были только миллионы людей, чье стремление к миру, отрицаемое тотальностью, было стерто, исчезло, как жертвы перуанских "батальонов смерти"; были разрозненные люди, отчужденные телевидением, ньюсмейкерами, информацией, превращенной в фарс, и просто дезинформацией; люди, которых*

*заставили чувствовать себя отчужденными, странными, чудными, неправыми, наконец, несуществующими, люди без голоса, люди без силы".*

В 1970-е английские комики под названием *Monthy Python* ставили малобюджетные эпизоды под общим названием "Летающий цирк Монти Пайтона", в которых уморительно высмеивали телевизионный менталитет обывателя, мифы ТВ, и особенно британскую телевещательную корпорацию ВВС. Иногда это даже слишком смешно. "Летающий цирк" был предназначен для демонстрации по кабельному ТВ или на кассетах. Впоследствии из рядов прежнего *Monthy Python* вырос замечательный режиссер Терри Гиллиам (автор "12 обезьян" и "Бразилии"). Знаменитый американский революционный ТВ-коллектив "Paper Tiger TV" появился в 1981-м. Его названием взято из известной цитаты Мао: "Все реакционеры - это бумажные тигры" (имеется ввиду, что они с виду очень опасны, но на самом деле безвредны). "Paper Tiger TV" начиналось с однообразных по жанру передач, когда человек перед камерой читал официальные новости, комментируя и деконструируя их, показывая, как в них выражаются массовые предрассудки и транслируются манипуляции. Оформление передач делалось с помощью нарисованных и написанных от руки красочных плакатов. Этот "самодельный" стиль превратился в отличительную черту станции - достаточно посмотреть заставку на их сайте ([www.papertiger.org](http://www.papertiger.org)). Чуть позже она перешла к полноценной работе в качестве телестудии. По стилистике они напоминают работу своих коллег из *Guerrilla News*: быстрая смена кадров, издевательское "сэмплирование" официальных "картинок" большого ТВ, много музыки и закадрового комментария. Передачи показывались на кабельном ТВ Манхэттена (где обитает "Paper Tiger") и передавались по стране, чтобы их крутили также на множестве других местных телеканалов. Местные кабельные телеканалы предпочитают принимать записи от жителей своего района - поэтому была создана широкая дистрибьюторская сеть.

В конце 1980-х получило распространение спутниковое телевидение. Кустарный способ копирования и передачи видеокассеты в разные регионы США можно было сменить на высокотехнологичный: спутниковая трансляция позволит сотням станций по всей стране моментально перехватить и транслировать сигнал, но для того, чтобы арендовать спутниковое время, требуются деньги. С целью ре-организовать структуру вещания было решено создать компанию "Deer Dish TV", которая бы собирала деньги на передачи "Paper Tiger" и распространяла его рекламу, а также информацию о том, когда и с какого спутника станциям надо ловить сигнал. Так как теперь станциям требовалось только в нужное время настроиться на сигнал, записать его и потом повторять столько раз, сколько будет нужно, - процедура внезапно стала на порядок проще, и станцию ожидал невероятный успех. Этот успех пришел не когда-нибудь, а непосредственно во время первой военной кампании в Персидском заливе. Директор-основатель "Paper Tiger" Лукас Марти разослал видеоактивистам три тысячи писем с

просьбой снимать и присылать все, что имеет какое-то отношение к войне: "Люди начали присылать нам записи. Сотни пленок: диспуты в местных университетах, огромные демонстрации, люди, сомневающиеся в целесообразности войны, молодые военнослужащие в самолете, не желающие лететь в Персидский залив, ветераны, выступающие против войны, и многое другое - в коммерческих медиа мы ничего такого не видели. Мы видели организованную пресс-кампанию".

## ИТАЛИЯ

---

Новая волна пиратского телевидения поднялась в Италии, где этому способствовали два фактора: медиа-диктатура премьера Сильвио Берлускони (в его руках сосредоточено более 90% национального телевидения), и сильная традиция медиа-активизма, основу которой положила волна пиратских радио в 1970-х (см. главу о радио). За последнее десятилетие Италия стала мировым центром антиглобализма и радикальной левой теории. Секция четвертого фестиваля next5minutes называлась "лаборатория Италия". Начиная с массовых беспорядков в 2001 году, посвященных саммиту G8 в Генуе, включая первый Европейский Социальный Форум во Флоренции (2002), - она снова и снова демонстрирует новые интереснейшие модели бескомпромиссного действия. Здесь в течение относительно долгого времени (1998-2004) существовал политический блок, вызывавший необыкновенно яростные споры среди левого движения - блок между автономистскими, экологическими организациями и левым крылом коммунистического молодежного движения, под общим названием "Disobbedienti". Также во всем мире обсуждается итальянская критическая теория - от книг Франко Берарди Бифо, от знаменитой "Империи", написанной ветераном итальянской революционной борьбы Тони Негри и американцем Майклом Хардтом, до работ более молодых коллег Маттео Паскуинелли, Алессандро Лудовико, Стефано Бонага.

Активисты видят в городском телевидении возможность будущей общественной организации на основе горизонтального демократического соучастия. В 2003 году про-правительственное большинство в итальянском парламенте приняло закон о телекоммуникациях ("закон Гаспарри", министра коммуникаций), согласно которому возможности цензуры и контроля за корпоративным вещанием стали практически абсолютными. Но это только подхлестнуло развитие в области альтернативного телевидения. Как правило, тактические ТВ действуют "на улице" - то есть, передают новости о происходящем в городском пространстве (например, антиглобалистских демонстрациях), или о проблемах городского окружения, района, комьюнити. Небольшие самодельные антенны позволяют вещать в радиусе нескольких сотен метров, поэтому, чтобы распространить сигнал на большее

расстояние, по городу устанавливаются дополнительные антенны-передатчики, или же вещание ведется из передвижного вана. Обыкновенно ТВ-станции имеют также свои интернет-клоны: в самом деле, если передача уже снята, а оборудование налажено, то почему бы не выложить готовые материалы заодно и в сеть? Главное объединение ТВ-активистов, включающее более двух десятков различных ТВ-инициатив, получило название Telestreet ([www.telestreet.it](http://www.telestreet.it)). В июне 2002 года в Болонье, в том же городе, где когда-то появилось радио "Alice" и всего в паре кварталов от его бывшего штаба, начинает свое вещание Orfeo TV. Считается, что именно "Orfeo" породил по всей стране цепную реакцию, приведшую к образованию Telestreet. Первая совместная акция 28 тактических ТВ-станций – одновременная трансляция одной видеозаписи – произошла 22 февраля прошлого года. Однако исторически пальма первенства принадлежит коллективу [Candida TV](#), состоящему из 12 человек и стартовавшему еще в прошлом тысячелетии – летом 1999 года, но в качестве кабельного телевидения. Их первый опыт имел место в течение восьми месяцев 1999-2000 гг., когда, имея на римском городском канале один час в неделю, они пытались построить "коммунитарное телевидение", приглашая зрителей присылать собственные кассеты, музыку, выступать, сообщать новости, и подобное. *"Мы черпали идеи из хакерской этики, примененной к телевизионной технологии: ТВ может стать таким предприятием, в котором каждый сможет принять участие"*.

Продолжая традицию, большинство из молодых тактических ТВ-станций делает основной упор на то, что по-английски называют "neighbourhood" и "community". Активисты стараются делать не передачи "для своих", а массовое вещание. Весной 2003-го транснациональной империей Руперта Мердока был куплен фактически последний из независимых итальянских каналов Sky TV. Для привлечения внимания и увеличения числа кабельных абонентов, Мердок сразу же приобрел, ни много ни мало, право на трансляцию футбольных матчей. Чтобы посмотреть встречу "Рома"- "Лацио", любителям теперь приходилось платить (это в Италии, где страстью к футболу одержимы все, от младенцев до стариков). Несколько тактических телеканалов перехватили сигнал и транслировали футбол бесплатно, информацию же об этом распространяли, обходя районы и сообщая о трансляциях по домофонам. После этого в одном из "рекламных" роликов появилась сцена, где активист тактического ТВ идет с переносной антенной по улице, а встречные говорят ему "Grazia".

Одни станции вещают почти круглосуточно, другие – один или несколько раз в неделю. Это уже зависит от мощностей станции, в смысле редакции и количества корреспондентов (как правило, добровольных). Есть специализации по темам: спутниковое No war TV посвящено репортажам против войны (возникло в дни начала операции в Ираке); Global TV сообщает преимущественно политические новости и аналитику. Самое интеллектуальное Urban

TV обсуждает утопические проекты, высокие технологии, и именно из его недр появился "Манифест Городского ТВ", на котором нельзя немного не задержаться.

*"Мы убеждены, - пишет автор Маттео Паскуинелли, - что на сегодняшний день общество достигло достаточного уровня демократического развития, чтобы организовывать свои медиа в форме Городского Телевидения: каналы с открытым доступом, посвященные жизни города... Период интернета открыл нам возможности для обучения медийной демократии участия. Но центральную роль для общества, культуры и политики по-прежнему выполняет телевидение. По этой причине необходимо переустроить его на поистине демократическом фундаменте. Надо, чтобы телевизионный медиум встретился с сетевым медиумом. Телевидение можно считать новым этапом в расширении сети: но для того, чтобы избежать превращения его в еще одно альтернативное медиа-гетто, надо, чтобы горизонтальность сети встретилась с социализирующей силой телевидения".*

Манифест заявляет о необходимости построения общественного ТВ, управляемого городскими сообществами; об отказе от общегосударственных программ в пользу городских программ; о "новом муниципализме" и экономической автономии без коммерции (чтобы не повторить историй коммерциализации радио 1970-х). Он является ни много ни мало проектом революции. Его заключительная часть называется "Общественная автономия", и в ней мы читаем: *"Городское телевидение открывает новый тип взаимоотношений между обществом и экономико-политическими институциями. На этом пути они отказываются от вертикального посредничества и представительства, с тем, чтобы перейти к новым, горизонтальным и автономным сетевым структурам, более соответствующим реальности современного пост-фордистского общества".*

Условия противостояния государственной монополии трудны. В 2002 году по решению министерства коммуникаций была закрыта станция *Telefabbrica*, открытая незадолго до этого в интересах тактической кампании по защите прав рабочих завода Fiat в городке Термини Имерезе. Летом 2004 года произошел еще более крупный скандал, связанный с прекращением деятельности одной из известных тактических ТВ-станций *Disco volante*, вещавшей из небольшого южноитальянского городка Сеннегаллия. Сотрудникам было предъявлено требование прекратить вещание, под угрозой уголовного дела с возможными последствиями до 18 месяцев тюрьмы. *Disco volante* работала с совершенно аполитичными темами - социальной адаптацией инвалидов и душевнобольных - хотя и являлась видным участником медиа-активистского содружества. Но у активистов есть сторонники. В защиту сеннегалльской станции в парламенте страны было собрано более сотни подписей (делу это не помогло). Вообще, активисты ссылаются на "свободу выражения" в Конституции: как выразился Стефано Бонага, "мы нелегалы, но конституционны". Когда на одной из встреч коллективов *Telestreet* проект *Disco volante* был только запущен, то стало известно, что

полиция ищет источник сигнала. Чтобы избежать неприятных столкновений, на следующий день один из редакторов проекта отправился в комиссариат полиции, где услышал от начальника что-то вроде: "Да я этого Гаспарри и сам (...), но сам понимаешь, я человек семейный, работой рисковать не могу..." Дэвид Гарсиа замечает: вечером того же дня *"я был поражен, увидев, что эта небольшая встреча и Disco Volante заняли целые пять минут в вечерних новостях... Итальянцы, может быть, и правы, говоря, что живут в условиях медиа-диктатуры, но их работа вызывает больше эффекта и внимания, чем, вероятно, где-либо еще в Европе... Что же до нас в северной Европе, то мы по-прежнему переживаем диктатуру безразличия"*. От мягкой поддержки, или лояльности, органов правопорядка, до (местами) заступничества и помощи муниципальных властей - активисты черпают поддержку в факте относительной децентрализованности итальянской власти и играют на противоречиях ее отдельных уровней.

Параллельно с созданием собственного телевидения активистами предпринимаются атаки на государственную монополию и альянс государственной медиа-бюрократии с коммерцией: Сюда входят как временные кампании (например, "Basta Audite!" - атака на крупное рейтинговое агентство, обслуживающее интересы телекорпораций), так и более стратегические проекты типа megachip.info, работающие в духе "mediawatch" (можно условно перевести этот жанр как "критический медиа-мониторинг") - аналогичный другим международным проектам гражданского мониторинга масс-медиа, таких, как "PR watch" и FAIR ("Fairness and Accuracy in Reporting"), или "Eye on the Media", проект иорданского радио Ammanet.

## **АРГЕНТИНА**

---

В 2001 году Буэнос-Айрес огласился звоном кастрюль - *casero1azos*. И продолжал оглашаться им в течение нескольких месяцев. Этим сигналом трудящиеся созывали своих на демонстрации. Так движение и получило название - *casero1azos*.

Тогда правительство Аргентины устроило кое-что почище Гайдара: вклады в банках были даже не обесценены, их просто аннулировали. При этом, финансовая система была устроена так, что в банках хранились не сбережения, а практически весь наличный капитал вкладчиков. Власти объяснили случившееся экономическим кризисом, но настоящим кризисом лучше назвать то, что случилось позже. В течение последующих нескольких недель *casero1azos* отправили в отставку пятерых президентов. Определенных улучшений они добились, хотя, конечно, не полных - трудно ожидать быстрого успеха революции в Латинской Америке, одной из главных инвестиционных зон североамериканского капитала. Но с месяцев *casero1azos* ведет свой отсчет

аргентинское массовое движение рабочих за изменение существующего экономического порядка.

В ходе кризиса было закрыто более полутора тысяч заводов. Но несколько десятков из них продолжили работу: их захватили рабочие. Стал широко известен документальный фильм "Мате, глина и производство", снятый двумя немецкими активистками о рабочем самоуправлении на кафельном заводе Zanop. Хотя это совершенно другая тема, это необходимо знать, чтобы понять: Аргентина – страна, где тактические ТВ делают сами трудящиеся.

Ощущение рабочей солидарности – первое, что бросается в глаза при знакомстве с опытом и Zanop'a, и [La TV Piquetera](#). Вот рабочие на практике осваивают самоорганизацию и кооперацию – когда после захвата поставщики сырья отказались снабжать его глиной, это организовала многотысячная община индейского племени, территория которой отравлена отходами корпорации. Вот акция, пикет автострады – то, что аргентинские СМИ представят в вечерних новостях как "блокаду движения", на самом деле является "освоением территории". Вот текущие политические дискуссии. А вот – не главные, но постоянные герои всех революционных процессов – женщины-кухарки: *"Мое дело – приготовить еду на всех. У меня детей восемь человек, их накормить – это уже большая работа; а если несколько тысяч? (...) Так я говорю, и зовут меня Порфирия"*.

Название "La Piquetera" родилось, когда активисты поняли, что они "пикетируют радиоволны". Инструкции, распространявшиеся в рабочем предместье Буэнос-Айреса перед стартом вещания, гласили: *"Если у вас есть кабель, можете его на время отсоединить и поставить антенну. Будет работать любая телеантенна. Можно поставить антенну, если соединить две металлических вилки через картофелину, и присоединить их к антенному кабелю"*. Действительно, если в итальянских городах не всегда знаешь, кто из жителей квартала окажется благодарным зрителем тактического телевидения, то в Аргентине такой проблемы не существует: в рабочих предместьях аудитория La Piquetera проживает компактно. Движение "коммунитарных медиа" ("community media") началось еще в 1990-х, но после событий 2001-го получило "второе дыхание". Теперь по стране подобных станций насчитывается более двух сотен. Организаторы технической стороны вещания (конкретно, пионер аргентинского тактического ТВ Рикардо Легуйзамин) говорят: "С нас техника, с вас контент". И, как [пишет](#) корреспондент английского журнала Mute, *"аплодисменты раздаются из домика в тридцати метрах, где эти слова только что услышали в трансляции – на экранчике обычного в этих домах мини-телевизора"*.

К 2005 году количество медиа-активистских групп и в, в особенности, видео-активистов достигло критической массы, так что он положил начало проведению большого количества различных встреч и фестивалей, посвященных видеоактивизму. Хотя и до этого, конечно, тактические группы участвовали в подобных событиях - например, next5minutes или берлинской фестиваль новых медиа [transmediale](#), желанным участником которого всегда была Candida TV - теперь организаторы событий стали делать акцент непосредственно на специфике медиа и особенно видео. В Берлине в 2003 появился кино-видео-фестиваль "[globale05](#)", посвященный критике глобализации, а значит - искусству и информационным сетям левого сопротивления. В Кёльне в марте 2005 года прошел симпозиум Camcorder revolution ("Революция видеокамеры") с подзаголовком "видеоактивисты, политический документальный фильм и международная общественность". Также в начале весны прошла масштабная встреча медиа-активистских групп Америки в Нью-Йорке.

Для всех этих событий был характерен общий импульс к объединению, образованию единого фронта, общего поля дискуссий и опыта, но в то же время первые встречи такого рода выявили наиболее острые противоречия между группами и подходами. Например, журналисты и другие более-менее благополучные устроившиеся представители медиа-сцены озвучивали некое поощрительно-патерналистское отношение к активистам: они обсуждали, как те смогут удачнее проникнуть на большую масс-медиа сцену, в то время как активисты обыкновенно даже не имели задачи туда проникать, а настаивали на создании собственных медиа. Другое осязаемое различие заключалось в разнице поколений, а именно - подходов молодых видеоактивистов 90-х, "поколения мобильных и интернета", и старших людей, выросших в более спокойное время, более привычных к жанру кинодокументалистики. Как [пишет](#) участник "[globale05](#)" в репортаже, появившемся на русской странице IndyMedia, *"документалисты не понимали установки медиаактивистов, для которых медиаработа является только катализатором политической активности, и подход к собственной продукции полностью предопределяется прагматическими соображениями о том, какой материал можно использовать в политических целях, тогда как "классические" документалисты, может быть, и не противились поиску альтернативных способов распространения видеопродукции, но требовали уделять больше внимания или вообще ставить форму произведения на первый план. Форма и, более того, "качество" произведения становилось для них как бы самоцелью, а не просто средством в борьбе"*.

Видеоактивизму на его современном этапе присущ также техно-утопизм - надежда на то, что широкое распространение новых медиа рано или поздно само по себе приведет к распространению демократии участия, "диалогу равных", мирному общественному

переустройству. С уверенностью здесь можно поддержать только первую часть – что новые медиа, безусловно, будут широко распространяться. Вместе с количественным ростом, а также прогрессом технологий (конвергенцией видео, ТВ и интернета, мультимедиализацией технологий) и активистам неминуемо потребуется осуществлять серьезный технологический upgrade. Будет большим преимуществом, если активисты раньше, чем корпорации, смогут приступить к разработке нового поколения ТВ – интерактивного телевидения.

В России в течение уже девяти лет существует "[Стык](#)", фестиваль сверхлюбительского кино, неумолимо продюсируемый Сергеем Сальниковым, посвященный фильмам, клипам и другой видеопродукции, которую снимают непрофессионалы. В начале своего существования он делал усиленный акцент на странных, длинных и малоосмысленных фильмах Олега Мавроматти (один и тот же фильм Мавроматти могли показывать за время фестиваля по несколько раз), потом сконцентрировался на агрессивно-перверсивном творчестве Светланы Басковой, но в то же время с 2001 года на него начали проникать и другие фильмы. Жюри, приглашаемое Сергеем Сальниковым из числа артистов, критиков, журналистов и другой столичной художественной публики, награждало главными премиями любительские видеофильмы "Черный фраер" Глеба Михайлова, "Случай с пацаном" Движения СВОИ 2000, авторские программы Владимира Епифанцева. Стараниями продюсера последние несколько лет в Доме Ханжонкова, где проходит фестиваль, удавалось собирать веселую и доброжелательную молодую аудиторию. Атмосфера фестиваля "Стык", с ее прокуренным залом, выкриками и смехом из публики, неумолимо-авангардистским кино на экране и остроумным конферансом продюсера, навсегда останется в памяти тех, кто посещал фестиваль. Можно надеяться, что в обозримом будущем Сергей перепрофилирует часть своего фестиваля так, чтобы он мог более широко включать и, тем самым, стимулировать развитие "сверхлюбительской" социальной документации.

## И всё-таки...

---

В конце 1960-х году великий режиссер "новой волны", активный участник парижской революции 1968 года Жан-Люк Годар обратился к технике ТВ вместо техники кино; притом в начале своих занятий ТВ он говорил в интервью, что хотел бы заниматься не столько кинофильмами, сколько новостями, спортом на ТВ, репортажами о погоде и пр. – т.е. именно тем, что составляет специфику ТВ и его отличие от кинофильма. В 1975 году радикальное марксистское правительство установило власть в африканской республике Мозамбик и для организации национального ТВ пригласило Годара и его кинокомпанию Sonimage. Годар был приглашен не просто делать телевидение, а сделать первое

национальное телевидение, – поскольку до этого никакого телевидения в малоразвитой португальской колонии Мозамбик не было. Почему же, зачем же великий режиссер взялся за эту работу? Очевидно, потому, что считал важным выработать в этой области подходы, найти методики, дать примеры того, как телевидение может основываться на революционных интересах, служить общественной интеграции и осведомленности, а не Спектаклю.

В рамках исследования новаций Годара его современные поклонники даже предложили термин, обозначающий единство ТВ и видео – tvideo. Одна книга так и называется – "The tvideo politics of Jean-Luc Godard". Один из главных концептов, предложенный в телепрактике Годаром и его соавтором Анн-Мари Мевиль, основывался на отличии кино от ТВ: "в кино вы вместе со многими другими остаетесь наедине с фильмом; в ТВ вы один оказываетесь перед многими". В частности, это выражается в прямой зависимости: ТВ в прайм-тайм смотрят семьями, поэтому ТВ является выразителем семейных ценностей. *"Способы выражения, звук и образ, являются общими для кино и ТВ, но общественные институты и технологии, которые их производят, – совершенно разные"*, – суммирует выводы Годара исследователь Колин МакКейб.

Примерно так же можно сказать, что совершенно разными являются общественные институты и технологии, которые производят ТВ и видео. Годаровский подход может оказаться ценен и интересен для большого числа активистов, но новое ТВ все равно уже рождается непосредственно в ходе революционной практики – работы видеоактивистских тактических групп. И при этом они безусловно встречаются снова с теми же проблемами, которые некогда стояли перед пионерами кино – решая их, так сказать, на новом витке спирали. Главным из вопросов этой грандиозной истории – которую можно назвать историей искусственного зрения – по-прежнему является, на мой взгляд, вопрос о монтаже, то есть о праве создателей фильма/хроники на то, чтобы внушать зрителям свою собственную перспективу и свою точку зрения. Обыкновенно он формулируется как дихотомия: показывать или рассказывать?

Видеоактивизм ставит этот вопрос снова, но теперь – со стороны активистов, участников акций и просто видеолюбителей. Широкое распространение дешевой видеотехники открыло возможность им самим попробовать возможности видео-показывания и в свете собственного опыта узнать, что такое манипуляции, как они делаются. Поэтому видеоактивизм вступает в диалог с традицией показывания, которое ранее находилось в руках профессионалов – традицией и телевидения, и кино. Он спорит с великими режиссерами о том, как можно представлять события. Примеры аналогичных подходов встречались, естественно, во всей теле- и кинотрадиции. Советский режиссер 1920-х Дзига Вертов в своем классическом фильме "Человек с киноаппаратом" создал образ кинокамеры, постоянно успевающей за всеми событиями и невовлеченно регистрирующей, запечатлевающей все, что происходит: человеческие горя и радости, рождение и смерть,

жизнь города, строительство страны и т.д. В фильме задействованы актеры и постановочные съемки, но самой своей интенцией фильм выражает стремление к такому новому, совершенно документальному, совершенно объективному кино. Итальянские неореалисты после Второй мировой войны ставили акцент на непосредственности, передаче неприкрашенной действительности как она есть, использовали непрофессиональных актеров. Французская "новая волна" чуть более позднего времени исследовала возможности децентрированной съемки, где режиссер отказывается не только от искусственной конструкции киноязыка, но и от наблюдательского умысла, от фокусировки внимания на человеке и на сюжете, предоставляя самим событиям и явлениям свободно попадать в кадр. В 1990-е, эпоху распространения дешевых видеокамер и роста популярности home video, датская группа режиссеров "Догма-95" также провозгласила отказ от техник манипуляции зрителем и от заведомо искусственных приемов, работающих на зрелищность: манифест "Догмы" требовал отказаться от включения в фильм спецэффектов, убийств, поцелуев, титров... Каждый раз, во всех описанных случаях, интерес привлекала настоящая, неприкрашенная и несконструированная действительность. Эту традицию ответственных вопросов продолжает также и новая, особо экспериментальная область - видеоарт. Возникнув из того же импульса, что и видеоактивизм - стремлению научиться работе с появившимися в открытой продаже видеокамерами - видеоарт открыл множество новых подходов и техник, которые следует знать и активистам. *"Если вы хотите найти самостоятельные, новые подходы к кинообразности, - идите в музеи и посмотрите на видеоинсталляции. - пишет южноафриканский киновед Мантиа Дьявара, - Там вы найдете новый киноязык. Кино открывают заново в музеях современного искусства, но те, кто преподает кино, не ходят в музеи"*.

Вопросы и противоречия, которые мучили режиссеров, оказались в силе и внутри видеоактивистского сообщества, даже объединенного общими политическими симпатиями и целями. С одной стороны, упрек в манипуляции зрителем, в управлении его вниманием посредством спецэффектов, в отношении молодых политически ангажированных активистов левой сцены часто оказывается оправдан (вспомним эпизод с фильмом "Четвертая мировая война началась": "Но это же просто... агитпроп!" - говорят зрители, - "Да, агитпроп", - соглашается автор). С другой стороны, во время лекций на выставке "От самиздата к тактическим медиа" Дмитрий Костенко, издатель журнала "Черная звезда", адресовал редактору IndyVideo Дмитрию Моделю вопрос: а не стоит ли левым, напротив, делать самый что ни на есть жесткий агитпроп, обзавестись "своим Доренко" для того, чтобы эффективнее расшатать доверие к официозу? "Нам нужна революционная пропаганда! - говорил Дмитрий Костенко, - Потому левые и не могут до сих пор ничего изменить, что не могут наладить настоящей пропаганды!" Дмитрий Модель дал на это

резонный ответ, что присутствовал при акциях и массовых кампаниях русских левых середины 1990-х годов и помнит, что там было много пропаганды, но не было как раз внимательной и достоверной информации, - может быть, именно поэтому левые до сих пор и не могут ничего изменить. Вопрос о том, как делать по-настоящему левые фильмы, апеллирующие к зрительскому критическому анализу, а не эмоциям и ангажированности, - это вопрос, который остается и, вероятно, еще долго будет оставаться на повестке дня.



Поваренная книга медиа-активиста  
Олег Киреев  
издательство "Ультра.Культура" 2006

## ЧАСТЬ 2: КАМПАНИЯ

### Введение

---

Кампания бывает посвящена какой-либо отдельной теме или достижению определенного результата. Для этого проводится серия спланированных мероприятий, включающих прямое акционистское вторжение, распространение информации, работу с общественным мнением, возможно, также работу с органами власти. Такие мероприятия требуют высокой степени организованности и согласованности в действиях. Западными активистами был предложен тактически-артистический термин - "the art of campaigning". Такая сфокусированность кампании не означает узости, ограниченности кругозора кампайнеров, а скорее то, что вместо общего стихийного протеста "против порядка вещей" целеустремленная группа людей обладает способностью ставить конкретные задачи и концентрировать внимание на достижении определенных целей (в фокусе следующей кампании могут быть другие проблемы). Когда основной упор делается на распространении информации, кампания называется информационной. Не исключено, что активисты не будут пренебрегать размещением информации, по возможности, в официальных медиа, если она при этом не искажается и служит тому, чтобы о задачах и требованиях кампании узнало как можно больше людей.

Слово "кампания" используется также в отношении предвыборной или рекламной кампании, но мы исходим из того, что выборы и реклама одинаково чужды тактическим медиа-активистам. Скорее здесь применима параллель с "кампаниями гражданского неповиновения". Кампания может быть также широкомасштабной, включающей сотни тысяч людей, как, например, кампании гражданского неповиновения ахимса и сатьяграха, проводившиеся под руководством [Ганди](#) в 1920-40-е годы в Индии. Они включали не только ненасильственные массовые акции, но и, например, массовый бойкот английских товаров, импортных тканей и соли. В настоящее время разработаны рецепты для массовых акций в интернете. Но важно понимать, что на самом деле никаких идеальных рецептов для

идеальной кампании нет и не бывает. Кампания – это то, что вырастает из самой сути насущного вопроса, и методы, требующиеся для проведения кампании, должны быть такими, какие требует непосредственная ситуация. Поэтому кампания как метод склонна к постоянному обновлению арсенала своих средств в соответствии с требованиями эпохи и ситуации.

Кампания – это тонкая и высокоорганизованная форма сознательного протеста, осведомленная о слабых местах системы и целенаправленно выбирающая, куда ударить. В дореволюционной России до возникновения марксистского движения широко распространены были стихийные, "бессмысленные и беспощадные" формы бунта – доведенные до отчаяния жадностью промышленника и самоуправством приказчиков, рабочие громили заводские конторы, расправлялись с одним-двумя администраторами, заканчивались же обычно такие бунты разграблением винных складов; только рост рабочего самосознания, по мере распространения марксизма, привел к появлению новой формы протеста, осознанной и высокоэффективной стачки. Это свидетельствовало о растущем понимании того, как нужно играть на интересах промышленника; каждый час, который завод простаивает без работы, промышленник теряет деньги. Так же, как стачка для индустриального общества, информационная кампания является высокоорганизованной формой протеста для информационного общества.

## **Кампании гражданского неповиновения**

---

Первые кампании ненасильственного сопротивления были проведены в Индии практически одновременно с русской революцией в 1918–19 гг. Их руководителем был Мохандас Карамчанд Ганди – адвокат, получивший образование в Англии, представитель касты браминов, только что приехавший из Южной Африки, где он вел адвокатскую практику и получал первый опыт руководства движениями за гражданские права.

Начиная с XVII века Индия была самой дорогой и самой нещадно разграбляемой колонией ведущего колониального государства мира – Великобритании. Согласно распространенной оценке, она стоила всех остальных колоний, вместе взятых. К моменту появления Ганди Индия уже в определенной степени была подготовлена к началу гражданского движения. Несмотря на чудовищную нищету и несправедливость многомиллионного народа, годами индийской мирной революции предшествовали десятилетия напряженной работы сознания культурной элиты. Действовали религиозно-реформаторские движения, такие, как "Брахмо самадж". Большое значение имели проповеди аскета Свами Вивекананды, выступавшего за всеобщее образование, отмену кастовой системы, общеиндийскую солидарность поверх религиозных и классовых барьеров. Существовали политические группы индийских мусульман.

В действиях Ганди невероятным образом соединились религия и политика: гимном движения ненасильственного сопротивления сатьяграха он выбрал строфу из "Бхагавадгиты", "Божественной песни" индуистов.

Общеиндийское движение ненасильственного сопротивления начиналось с протестов, посвященных конкретным проблемам в регионах: требованиям отмены несправедливого налога на крестьян в одном месте, удовлетворению требований арендаторов земли в другом. Усилия Ганди были всегда направлены в корень поставленной проблемы: если требовалось решить конкретный вопрос, он готов был поступиться формальными аспектами или пойти на компромисс. С усилием, направленным на решение конкретной проблемы, он сочетал "тотальный" подход, ставя задачу улучшения условий жизни народа в целом, поэтому следом за действиями по решению этой проблемы предпринимались меры, направленные на внедрение образования, медицины, санитарии, преодоление кастовой сегрегации. Ганди всегда очень внимательно относился к вопросу о финансировании кампании и всегда брал деньги только у тех, кто совершенно ясно выражал намерение бескорыстно помочь делу сатьяграхи, притом обязательно строго отчитывался обо всех тратах. Усилия в делах, касающихся регионов, привели к созданию общеиндийской платформы движения и построению организации, ставшей во главе ненасильственного сопротивления – Индийского Национального Конгресса. Начиная с момента, когда его возглавил Ганди в 1921 году и кончая 1975-м, когда уже давно окончилась жизнь не только Ганди, но и его преемника [Непу](#), ИНК оставался главной объединяющей силой в стране. С этого момента Ганди удавалось сохранять баланс между значением Конгресса как политической представительной организации, возглавляющей движение, и свободой и разнообразием местных инициатив, между стратегией и тактикой. Тактика Конгресса в отношении с колониальным правительством строилась на чередовании напор-компромисс-напор. Но его глава все чаще уходил от политики в совершенно практическую деятельность, которая сначала казалась многим чудачеством. На самом деле, именно так зарождались всеиндийские кампании мирного неповиновения. Объезжая страну, Ганди видел ее основную экономическую проблему: отсутствие национального производства. Внутренний рынок был полностью захвачен товарами английского производства, среди них главную роль играли ткани и соль. Торговля тканями и солью была монополизирована англичанами, и эта монополия строго охранялась запретительными мерами. Ганди призвал сначала к бойкоту английских товаров, потом к возрождению старинного национального промысла ручного прядения и к самостоятельному производству соли. Бойкот был поддержан огромными массами населения. Он сопровождался хартами, днями мирного неповиновения, демонстраций и митингов, координируемыми Конгрессом. Несмотря на жестокие расправы, расстрелы демонстраций и аресты, от года к году движение набирало силу. В 1930-м году Ганди возглавил

первый Соляной поход: во главе многотысячных демонстраций он передвигался по стране, останавливаясь на центральных площадях городов, чтобы в больших котлах варить соль.

Создание Конгресса и принятие им сатьяграхи как основного курса создало два уровня борьбы: политический и общественный. Ганди всегда держал курс на неучастие в различных законодательных и прочих чисто политических институтах и бойкотировал выборы, роль же Конгресса рассматривал как духовную и моральную, а не политическую. Он утверждал, что преимущество членов Конгресса перед остальными участниками всеиндийской борьбы заключается лишь в том, что они первыми готовы пойти в тюрьму или возглавить мирную демонстрацию под дулами солдат, и они много раз доказывали это на деле. Огромную роль играл личный пример Ганди. Он жил скромно, никогда не имел личной охраны, всегда шел на диалог с любой стороной, и призывал участников сатьяграхи воздерживаться от ненависти к противникам. Он вел борьбу и на макро-уровне (национальном), и на микро-уровне повседневности, демонстрируя чистоплотный и умеренный образ жизни, организуя коммуны социалистического общежития без кастовых различий (ферма Толстого). Вскоре после начала всеиндийской борьбы он получил народное звание "Махатма" - "Великая душа", которое раньше давалось преимущественно индийским подвижникам. Впрочем, почти в то же время это звание в Индии было присвоено и другому народному вождю - В.И.Ленину. По текстам Ганди рассыпаны прекрасные замечания, которые будут полезны в любой кампании:

*Кампания сатьяграхи только тогда может считаться успешной, когда сатьяграхи выходят из нее более сильными и убежденными, чем в начале борьбы.*

*Очень трудно заинтересовать народ мирной стороной сатьяграхи.*

*Не всегда следует окружать ореолом смерть на виселице; часто такая смерть легче тяжелой и нудной работы в малярной местности.*

*Даже в тех случаях, когда цель борьбы - политическая, но само дело - не политическое, придавать такому делу политическую окраску значит только вредить ему.*

Прошло много лет, государство Индия имеет стремительные темпы развития, хотя она снова попала под жестокий контроль грабительского транснационального капитала, и учение Ганди, так же, как и вообще мысль о переустройстве общества, многим кажется утопией, - но на самом деле никакое разумное социальное преобразование уже не может обойтись без учета опыта Махатмы. В Индии он постоянно обсуждается каждым новым молодым поколением общественных деятелей, а в мире получил убедительное продолжение. Показательно, что революционные теории, которые на Западе обыкновенно являются атрибутом моды и интеллектуального престижа, в странах третьего мира становятся светом надежды. А почему еще, вы думали, только там и происходят революции?

Методы Индии переняли другие гражданские движения: успешные мирные кампании неповиновения, вдохновленные примером Ганди и включавшие его методы – такие, как марши ненасилия, – провели Мартин Лютер Кинг в США в 1960-х и Нельсон Мандела в Южной Африке в 1960–80-е, и они завершились соответственно завоеванием избирательных прав для африканцев в США и окончанием режима апартеида в ЮАР. Освобождение Индии, прекращение расовой сегрегации в США и южноафриканского апартеида – величайшие достижения революционной борьбы. Поэтому, когда нам говорят, что "оранжевые революции" импортируются с Запада, то это ложь: ненасильственные действия – основной метод революций нашего времени.

## Русский кампайнинг

---

Первой волной кампаний в России можно считать многочисленные и высокоэффективные экологические лагеря протеста начала 1990-х. Активисты экологических организаций устраивали палаточные лагеря и акции-демонстрации возле экологически опасных объектов, что вызывало симпатию со стороны местного населения, и в акциях, кроме сотен приехавших, участвовали тысячи местных жителей. Также, организаторы более поздних акций протеста, например, антиядерная группа "Экозащита!", эффективно пользовались возможностями местной прессы: в силу того, что организованное мероприятие было локальным событием, репортажи о нем появлялись на первых полосах важнейших региональных изданий. Но в те времена, когда это происходило, в России еще не было опыта тактических медиа.

В начале 1990-х население перестало участвовать в политической жизни. Некоторая инерция с 1991 года еще оставалась, однако все, кто попадал тогда на какие-либо политические мероприятия, помнят глубокую депрессию и моральный упадок, охвативший бывших участников демократического движения – вероятно, потому, что целеустремленные люди, нацеленные на создание в стране гражданского общества и развитие прогресса, оказывались повсеместно отстранены от управления, а власть в организациях получали чиновники, партийные карьеристы, недавние комсомольцы, будущие функционеры "Единой России". В этих условиях действовать начали не разочарованные активисты, а художники. Их действия временами были экстремальны, шокирующи, однако только в свете понимания, что в действительности тогда происходило, можно по достоинству оценить их историческое значение. Движение художников-акционистов (О.Кулик, А.Бренер, А.Тер-Оганьян, А.Осмоловский, Д.Пименов) не осознавало себя в качестве леворадикального движения, но испробовало и применило много тактик, полезных для будущего левого радикализма. Первой из них был медиальный скандал. Многие описывали медиа-политику

радикалов как продолжение эпатажной традиции, начавшейся с футуристов и дадаистов – но московские радикалы работали не с историей искусства и не с историческим акционизмом, нет, они работали с общественным мнением. Их задача заключалась в том, чтобы вызвать на свет и продемонстрировать законы действия общественного мнения, такие, как стратегии исключения, остракизм, или признание, поощрение. Обязательным условием радикальной акции является не только сама акция, но и реакция контекста на акцию.

Весной 1991 года Анатолий Осмоловский и группа ЭТИ ("Экспроприация территории искусства") выложили своими телами слово "хуй" на Красной площади. Это повлекло за собой возбуждение уголовного дела, закрытого лишь после событий августа того же года. В январе 1998-го года Александр Бренер в музее Стеделик в Амстердаме зеленым спреем написал на картине Казимира Малевича "Белое на белом" знак доллара. За это и он попал под суд и в тюрьму на шесть месяцев. В том же году в декабре на ярмарке искусства Art Manege Авдей Тер-Оганьян устроил акцию, в которой предлагал любому желающему порубить топором картонные православные иконы. По протестам группы верующих было возбуждено уголовное дело, и Тер-Оганьян бежал из России в Прагу. Так же широко известны становились акции Олега Кулика в России и за границей. Особенно знаменитой стала акция 1995-го года, когда в галерее "Риджина" Кулик зарезал свинью – это вызвало протесты общественности самого разного рода, от православных до "зеленых". Однако и сейчас мало кто знает, что настоящий смысл акции заключался в том, что она была реакцией на принятую тогда же Госдумой отменой моратория на смертную казнь, – и против этой отмены никто не протестовал, в то время как действие, которое ежедневно массово осуществляется на бойнях и на рынках, вызвало бурю протестов. Все эти действия ставили задачу диагностировать состояние общества, побудить его к ответным действиям репрессивного характера. Во всех этих случаях художники-акционисты пользовались тем, что, при достаточно открытой прессе, сенсации такого рода получали широкое освещение, кроме того, художественные критики и журналисты из отделов культуры в газетах принадлежали к общему с ними арт-кругу – так что медиа-политика была обеспечена. Такой подход к масс-медиа тогда приносил желаемые дивиденды.

Первый опыт использования тактических медиа имел место в ходе предвыборной кампании 1999 года "Против всех партий". Кампания ставила задачу предвыборной агитации за голосование "против всех" на выборах, которые должны были произойти 19 декабря. Согласно российской Конституции, голосование "против всех" предоставляет легальную возможность фактического ниспровержения государственной избирательной системы, так как в случае, если графа "Против всех" набирает голосов больше всех остальных, то выборы объявляются недействительными, переназначаются, и на следующие из выборов не имеет права идти

никто из прежних участников. Именно эту цель преследовала кампания "Против всех партий", зародившаяся в недрах журнала "Радек". "Радек" уже прекратил существовать, а кампания осуществлялась небольшими разрозненными группами активистов. Проводились акции: граффити на стенах городских домов (надписи "Против всех партий!", "Война-выборы-война" и пр.), агитация с мегафоном на рок-концертах, листовки (например, "Главное дело уходящего года"), была издана самиздатовская книга "Против всех партий" (набор статей, стихов и призывов). В интернете распространялись тексты и лозунги, посвященные кампании, например, один из них являлся стенограммой сверхсекретных переговоров между мэром Москвы Лужковым и олигархом Березовским, которые вели между собой непримиримую войну в предшествующие месяцы в средствах массовой информации. Враждующие стороны говорили:

*Ю.Л.: - Я думал, мы делаем бизнес, а не разборки! ...Прекратите спонсировать "Против всех партий"! Немедленно!*

*Б.Б.: - Юра, Юра, кончай. Юра, это несерьезно. Неужели ты думаешь, я с ними как-то связан? Они у меня у самого вот где!*

*Ю.Л.: - Это вы бросьте. Вся Москва заклеена листовками. На всех стенах граффити. Я не для того договаривался по Давосу, чтобы теперь мне все ломали. Каждый день акции! Еще не хватало, чтобы ОРТ начал это обмыливать, понимаешь ли...*

*Б.Б.: - Юра, они меня заебали самого! Клянусь, я думаю, это чубайс. "Против всех партий"! Смешно!*

*Ю.Л.: - Если не вы, Борис, я не знаю. Я не знаю, как быть. С вами можно договориться всегда...*

*Б.Б.: - Юрик, Госдума у меня уже вся в кармане! Ее не выбрали еще, а они уже вся у меня здесь вот. У меня с ней уже запланированы голосования по налогам на январь. Смета уже вся составлена, понимаешь? Уже лидеры будущих фракций аванс наперед получили. Но они ж нам все ломают, эти суки! Я тоже волнуюсь, Юра."*

В конце концов оба непримиримых противника договаривались о сотрудничестве перед лицом опасности.

Кульминацией кампании стали акции двух различных тактических групп: 7 декабря одна из них взобралась на Мавзолей им. Ленина и растянула там плакат "Против всех", другая 18 декабря, накануне выборов, забросала центральный подъезд Государственной Думы бутылками с красной краской. После революции, безусловно, участникам этой акции на ее месте будет воздвигнут памятник.

Кампания "Против всех партий", к сожалению, не добилась непосредственно поставленной цели, однако она без сомнения достигла внимания аудитории. Все годы, следовавшие за 1999-м, число голосов "против всех" на региональных и федеральных выборах постоянно росло, доходя местами даже до 30%, и это неизменно становилось предметом беспокойства политиков и политтехнологов, которые то задавались идеей "перетянуть себе

протестный электорат", то пытались принять меры к исключению графы "Против всех" из бюллетеней на выборах. Но к следующим выборам 2004-го года провести кампанию "Против всех" оказалось нереально. Проект "гетто" посвятил идее голосования "Против всех" большие информационные усилия, и в течение осенне-зимних месяцев 2004-го на его сайте обильно публиковались материалы, посвященные критике представительной демократии и выборов. Как известно, те выборы стали основным рубежом практического оформления авторитарной власти у нас в стране, когда посредством предвыборных манипуляций в Государственную Думу были не допущены либерально-оппозиционные партии СПС и "Яблоко", а единственная массовая оппозиционная партия КПРФ была лишена большей части голосов посредством остроумной интриги, заключавшейся в создании партии "Родина", которая посредством спекуляции на левом популизме и национализме отобрала у коммунистов большое число голосов. Благодаря работе альтернативной счетной системы под названием "Fair Game", которая стала возможной благодаря договоренности, достигнутой между партиями СПС, "Яблоко" и КПРФ, об объединении усилий наблюдателей на выборах (наблюдатели сообщали свои данные с участков в штаб-квартиру системы, откуда они передавались на сервер), нам известно, что на тех выборах вброшено в урны было примерно 3,5 млн бюллетеней. В случае, если либерально-оппозиционные партии смогли бы преодолеть 5%-ный барьер и пройти в Государственную Думу - в ней имела бы критическая масса оппозиционных депутатов, способная блокировать часть решений пропрезидентского большинства.

Несколькими месяцами позже во время весенних президентских выборов ситуация сложилась так, что было очевидно: единственная возможность противостоять кремлевским манипуляциям состоит в организации неявки на выборы, т.е. массового бойкота выборов. Одна из статей Бориса Кагарлицкого в это время называлась "Бойкот - это единственное, чего Кремль боится всерьез". В этой особенной ситуации и проект "гетто" принял решение примкнуть к бойкоту, хотя до этого не переставая спорил с более традиционными анархистами о том, что именно голосование "против всех" является активной формой протеста, в отличие от пассивной неявки, на которой те традиционно настаивали. В последнее время неоднократно появлялись сведения, что Центризбирком рассматривает возможности законодательного отказа от включения в бюллетени графы "против всех", однако, судя по всему, в ближайшие годы эта мера не будет принята. Поэтому нет сомнения, что скоро, вместе с новыми выборами, снова наступит пора агитировать и голосовать "[Против всех партий](#)".

## Современные гражданские кампании на Западе

---

В фокусе нашего внимания – анти-корпоративный активизм, зародившийся в западных странах в середине 1990-х. Предшествующие десятилетия, начиная с 1960-х, хорошо знают массовые движения и массовые мероприятия, наподобие Вудстока или антивоенных демонстраций. Известны также формы создания "автономных зон" – начиная с "кислотных" поселений типа Хейт-Эшбери или Христиании, включая экологические колонии на природе, такие, как Фридрихсхоф, и заканчивая массовым бегством хиппи, детей цветов, в уголки мира, удаленное от западной цивилизации – в Индию, Африку... Кампании, как высокоорганизованные формы социального движения, мало знакомы этому хаотическому поколению, желавшему слишком многого, но не сумевшему сформулировать, чего именно. Относительного успеха в области политических действий на волне протестов 1968-го добились только "зеленые", экологические партии и движения – от Greenpeace, начавшего делать свои провокативно-героические, медийные акции в начале 1970-х, до немецкой партии "зеленых", добившейся электорального успеха в начале 1980-х и к настоящему моменту полностью растратившей все кредиты доверия (последний немецкий "зеленый" того поколения Йоска Фишер стал министром внешней политики Германии незадолго до начала войны в Ираке и активно ее поддерживал). Хотя, конечно, есть также примеры кампаний за права человека, кампаний за легализацию наркотиков, против производства атомного оружия, но все же чаще это были не организованные усилия, а спонтанные движения в форме демонстраций и беспорядков. Также кампаниями можно назвать акции американских битников за распространение кислотной культуры или за популяризацию религии Кришны, включавшие, например, знаменитую операцию по "очищению Пентагона от скверны" путем скандирования мантр. Но эти явления лучше описываются в рамках истории складывания контркультуры. По уровню сознательной ангажированности в решение политических вопросов они не могут сравниться с тем, что делал в то же самое время [Мартин Лютер Кинг](#). Так что перейдем к более поздним временам – когда сознательная целенаправленная работа была отделена от революционной спонтанности, и современный жанр кампайнинга выкристаллизовался во всей его чистоте.

Началом массовых кампаний против корпораций – анти-корпоративного активизма – на Западе Наоми Клейн считает 1995 год. Хотя в течение предшествующего времени в прессу западных стран просачивались сведения о рабских условиях труда на филиалах крупных западных фабрик в третьем мире, об активистах-защитниках лесов Амазонки и Гималаев, убитых наемниками по заказу промышленных компаний, хотя в результате халатного отношения к обеспечению безопасности рабочих на предприятии в 1993 году произошел крупный пожар на фабрике игрушек Кадер в

Бангкоке, унесший жизни 189 работниц, большинство из которых были девушками до 20 лет (и много подобных пожаров происходило до и после этого), хотя иногда в журналах можно было увидеть фотографии жилищ филиппинских рабочих, сбитых из листов железа и расположенных на раскаленных крышах многоэтажной оффшорной фабрики, хотя становились известны случаи вооруженных расправ над бастующими, организованных руководством корпоративных предприятий в Латинской Америке и Юго-Восточной Азии, хотя сообщалось, что кроссовки Nike, продаваемые в Европе и США за \$50, производят рабочие, которым за их труд платят менее десяти центов в час, - все же достаточно мало людей на тот момент связывали в своем уме эти прискорбные факты с теми товарами, которые они ежедневно покупают в магазинах себе и своим детям. К сведениям о рабских условиях труда, эксплуатации детей и "потогонках" (sweatshops - когда рабочих заставляют работать внеурочно, не повышая оплату труда или бесплатно), прибавилась информация о хищническом отравлении природы, загрязнении Тихого океана и рек Азии, вырубке лесов, истреблении животных. 1995 год, по Наоми Клейн, стал моментом, когда у людей коллективно "кликнуло" в сознании. Ранее инвестиции крупных корпораций в экономику стран третьего мира рассматривались как гуманитарная миссия западных государств, в особенности Америки: как же, своими деньгами они помогают развивающимся нациям, создают рабочие места! Одновременно, такая политика вызывала у консервативной части населения возмущение с националистической окраской: в то время, как в их странах сохраняется определенный процент безработицы, государства создают рабочие места и платят мексиканцам или вьетнамцам. После 1995-го года агрессивнo-националистическое отношение "Они крадут наши рабочие места", согласно автору "No Logo", в основном, сменилось на более человеческое "Наши корпорации крадут их жизни". В повестку дня была поставлена такая тема, как "корпоративная ответственность". Для того, чтобы это случилось, некоторым пришлось расстаться с жизнью: этот год стал трагической датой потери Кена Саро-Вивы - писателя, активиста и защитника прав коренного населения Нигерии, возглавившего протесты против компании Shell, которая своими отходами делала непригодной для жизни бассейн реки Нигер: security компании захватили его и выдали представителям марионеточной нигерийской власти (естественно, получающей свои дивиденды от деятельности компании). Саро-Вива была повешен.

Здесь требуется отвлечься на несколько слов, чтобы сказать об истоках корпоративной экономической политики, имеющей происхождение непосредственно в процессах мировой глобализации. Продолжающееся сегодня мировое наступление консервативных правительств под знаменем политики нео-либерализма берет начало в середине 1980-х, когда правительства Рейгана в Америке и Тэтчер в Великобритании решительно снизили налоги на крупные корпорации и переложили основную тяжесть платежей на мелкий и средний бизнес. Еще в начале XX века одним из пяти признаков

империализма В.И. Ленин назвал "вывоз капитала" – и теперь новый империализм на всю мощь приступил к осуществлению этой политики. Чуть позже Роза Люксембург сделала из этого революционный вывод, что в своем распространении по планете капитализм неминуемо должен подкупать "привилегированных" рабочих мирового центра, покупая у них лояльность, и в то же время на периферии опираться на элементы некапиталистического производства. Эти элементы некапиталистического производства – рабовладельческие и феодальные отношения в странах третьего мира с их богатыми природными ресурсами и дешевой рабочей силой.

Итак, середина 1990-х годов стала началом множества гражданских инициатив, вдохновлявшихся совершенно этическими идеями и требованиями: против "потогонок" и рабских условий труда, против вырубке лесов и отравления водоемов. Поэтому инициативы в защиту прав человека шли параллельно с инициативами экологического характера. Применялись методики открытых судебных процессов (пример: дело "MacLibel" против корпорации McDonald's в Лондоне), голодовок и забастовок, медиальные протесты. Но главным было указание на то, что основную ответственность за преступления несут транснациональные корпорации – организующие вывоз капитала и эксплуатирующие человеческие и природные ресурсы третьего мира, не уступая самым жестоким из времен "дикого капитализма". Вскоре следом подоспела теория. Не далее как в 1996–1998 появились труды основных теоретиков, положивших начало понятию "глобализация" – Мануэля Кастельса и Саскии Зассен. Утверждалось, что транснациональные корпорации неподконтрольны никаким правительствам, их способы принятия решений непрозрачны, и более того, – что они действуют поверх национальных барьеров и отнимают у государств те функции принятия решений, которые им принадлежали раньше. Национальное государство классического образца становится лишь одним из игроков на арене мировой политики, вместе с банковскими системами, PGO (постгосударственными организациями, крупными капиталодержателями) и NGO (негосударственными организациями, общественно-политическими движениями). Все это имеет множество последствий, связанных с иммиграцией, репрессией рынков третьего мира, образованием новых профессиональных каст, изменением национальных политических структур; все это исторически происходит из сверхконцентрации капитала в этих корпорациях и объясняется заинтересованными лицами с помощью идеологии неолиберализма, то есть, свободы экономических действий, принципа *laissez-faire* и т.д. С тех прошло не так много времени, но решительно изменилась только одна вещь. После "11 сентября" "национальные государства", которым прогрессивные мыслители уже пропели отходную, вернулись на свет более живыми, чем были раньше. Каким же образом и зачем же кому-то потребовалось восстанавливать к жизни эти государства? – вероятно, затем, чтобы они эффективно продолжали выполнять свою изначальную, так сказать, внутренне им присущую функцию "аппарата насилия", уже

утратив свои остальные функции экономического регулятора, гаранта социальных прав и соблюдения законности: "Они, - пишет в 2000-м году в "[Галактике Интернет](#)" Мануэль Кастельс, - фактически лишились своего суверенитета, поскольку должны были делиться властью и соглашаться на общие стандарты регулирования: они сами превратились в сеть, сеть регулятивных и полицейских органов".

Термин "art of campaigning" появился в конце 1990-х, фактически предвосхищая скорое наступление антиглобализма как сети индивидуальных, но внутренне единых гражданских инициатив. Кажется, он был впервые использован на третьей конференции next5minutes в Амстердаме. Одной из первых серьезных попыток "кампейнинга" в неолиберальной Европе стала партия-движение Кристофа Шлингензифа "[chance 2000](#)" ("Шанс 2000"), основанная в Берлине. Кристоф Шлингензиф - театральный режиссер, снявший несколько иронических фильмов в трэш-эстетике. В театре он работал с идеями террора и насилия, но признавался, что вообще-то не очень любит сцену. "Классическое театральное пространство является для меня тупиком в художественном смысле, потому что оно и его возможности по созданию провокации всегда остаются одними и теми же... Мой талант - это талант вампира, который может работать с актерами или другими людьми только тогда, когда они или полностью вырваны из своего нормального жизненного окружения, или когда я могу устроить вместе с ними некое приключение". Именно перенос театральности в более широкое социальное пространство стал сюжетом его новой постановки "Шанс 2000" - серии скандальных акций в публичном пространстве, для участия в которых он как актеров привлекал бомжей и безработных.

Одним из первых шагов Шлингензифа было учреждение партии "Шанс 2000" и ее региональных подразделений, для регистрации которых необходимо было привлечь как минимум две тысячи подписей. Сбор подписей проводился под лозунгом признать занятие безработных в качестве профессии: "Быть безработным - тяжелая работа!" Провозглашалось, что в Германии шесть миллионов безработных, которые остаются неопознанными в качестве социальной группы. Эта акция привела к созданию сети региональных "партийных" отделений по всей Германии.

В августе 2000 года Шлингензиф призвал миллион бомжей со всей Германии приехать к резиденции Гельмута Коля на берегу озера Вольфгангзее и войти в воду, чтобы она поднялась и затопила резиденцию. Сам режиссер выступал там в костюме автогонщика с пародийными рекламами его недоброжелателей. Бомжей приехало недостаточно для осуществления замысла, но акция получилась шумной. В Берлине во главе толпы бомжей он посетил супердорогой и суперэлитный магазин KDW ("для приличия" бомжи забрызгали там себя дорогими парфюмами), а также сайентологический центр. Сам режиссер возглавлял процессии в костюме лютеранского проповедника и с мегафоном: в сайентологическом центре, например, он кричал: "Что вы делаете с

людьми?". На одной демонстрации Шлингензиф переоделся в полицейского - и полицейские были озадачены, когда пытались его арестовать.

В качестве предвыборной программы Шлингензиф предложил лозунг "Выбирай самого себя". Идея была в том, чтобы каждый избиратель зарегистрировался в качестве кандидата - для такой регистрации в Германии требуется собрать всего 200 подписей. "Шанс 2000" превратился в "шанс" для каждого - кандидаты назывались "Шанс Шмитт", "Шанс Мюллер"... С одной стороны, идея проблематизировала демократическое представительство, с другой, предлагала альтернативу процедуре выборов в виде необычной и рискованной игры. Эта акция тоже представляет собой своего рода параллель движению "Против всех партий".

В 1999 году Пьер Бурдые предложил "[Хартию для нового европейского социального движения](#)", в которой была указана платформа для солидарности разных общественных инициатив, просто путем их перечисления: "разнообразные коллективы по всей Европе, профсоюзы, ассоциации безработных, бездомные, "безбумажники" (нелегальные иммигранты и беженцы), студенческие координационные комитеты, женские группы, объединения геев и лесбиянок, неправительственные экологические, правозащитные и т.п. организации". Именно этот принцип - объединения совершенно различных общественных сил на общей платформе против капитализма - лег в основу возникшего годом позже во время протестов в Сиэтле антиглобалистского движения. Кроме названия, в Сиэтле была предложена также организационная структура протестной сети, которая получила выражение в виде разветвленной структуры сайтов [IndyMedia](#). Отныне все инициативы самых разных организаций могли осуществляться на собственный страх и риск, но внутри общего широкого фронта, в постоянном контакте и обмене опытом. Преимущество сетевого сопротивления заключается хотя бы в том, что возможный провал одного из звеньев не приводит к крушению или разрыву связей в целой сети, как было бы в иерархической организации.

Книга Наоми Клейн "[No Logo](#)", появившаяся в то же время, стала мощным источником энергии и информации для антиглобалистского движения. Кроме того, что она прекрасно написана, в ней приводится также обильная статистика, отражающая экономические аспекты глобализации, и обильные исторические данные. Также она отличается тем, что впервые за долгие годы смогла сформулировать некоторые базисные предпосылки общественной деятельности, и эти предпосылки оказались никем иным, как моралью: в свете аргументов Наоми Клейн и ее эпитетов, таких, как "человечное" отношение, "сочувствие", "солидарность", становятся ясными и понятными те общественные отношения, которые многие современные философы тщетно пытаются объяснить с помощью таких туманных понятий, как "множества", "репрезентации", "поверхности" и прочее. Однако в последние годы мы вступили в другую эпоху - эпоху "Матрицы". До определенного момента

отношения в мире могли оставаться для кого-то неясными в силу неосведомленности. Поступавшая информация была неполной, манипуляторам Спектакля удавалось затушевать или отредактировать сведения. Но сейчас в распоряжении любого, кто хотел бы разобраться в ситуации, достоверной информации достаточно. После войн в Афганистане и Ираке, непонимание может быть только добровольным. Общественное мнение уже достаточно информировано, - тем не менее, большие массы людей по-прежнему голосуют за Буша. В этих условиях все большей поляризации сил возможно переходить к прямым действиям - от кампаний, посвященных информированию общественности, к кампаниям, наносящим противнику прямой вред, выставляющим его в позорном свете. Робкими первыми ласточками сопротивления такого рода были индивидуальные радикальные акции конца 1990-х годов - "торты в лицо" представителей мирового капитала Билла Гейтса (директора Microsoft), Роберта Шапиро (Monsanto), Ренато Руджеро (WTO), Милтона Фридмана, экономиста-архитектора неолиберальной "свободной торговли", брошенные бельгийцем Ноэлем Гудином и его товарищами из Biotic Baking Brigade, которые говорили: "To their lies, we respond with pies!". Их можно сравнить с действиями их далеких российских товарищей-радикальных художников.

Вслед за артистами и активистами, постепенно стали поднимать голову и сами угнетенные - в первую очередь, иммигранты, выполняющие в западных странах роль той же дешевой рабочей силы. Государствам удобно, с одной стороны, пропускать через границы потоки иммигрантов, которые бегут на Запад в поисках лучшей жизни, чтобы они выполняли низкооплачиваемую работу на предприятиях, с другой стороны, использовать их для разжигания в стране националистической пропаганды, удобной для того, чтобы отвлекать внимание избирателей от более насущных проблем. В то же время, работодатели используют бесправных наемных рабочих дважды: один раз - для того, чтобы выполнить работу, и второй раз - для того, чтобы избежать оплаты труда, предоставления жилья, медицины, соблюдения трудовых гарантий. Поэтому в конце 1990-х годов в Париже появилось движение sans-papiers - нелегалов, лишенных документов (sans-papiers означает "безбумажник"). Новое консервативное правительство приняло новые визовые правила, по которым даже представители третьего-четвертого поколения иммиграции, много лет жившие в стране, должны регулярно обновлять свои визы. Нелегалы захватывали административные здания и церкви, чтобы привлечь к себе внимание и озвучить свои требования (потому что в противном случае им угрожала депортация). Протестующие нелегалы привлекли к себе внимание критических интеллектуалов. Пьер Бурдые и многие другие знаменитые ученые, литераторы, актеры, художники часто присоединялись к протестам. В Германии, где аналогичная проблема стояла особенно жестко (после Второй мировой войны, стремясь искупить свою вину, страна широко открыла свои границы для желающих эмигрировать) появилась массовая протестная кампания

под показательным названием "Kein Mensch ist illegal" ("Люди не бывают нелегальными"). Первой инициативой "Kein Mensch ist illegal" стало проведение международных лагерей протеста на приграничных территориях. В 1998-99 первые лагеря проводились на восточных границах Германии, где поток иммигрантов был особенно плотным и население приграничных районов относилось к ним особенно нетерпимо. У лагерей появилось также второе название - "No border!" ("Нет границам!"). Весьма эффективным проектом группы "No border" стала кампания "[Lufthansa - deportation class](#)" ("Lufthansa - депортационный класс"), осуществленная в 2001-м году. Она была посвящена деятельности авиакомпании Lufthansa, осуществляющей депортацию нелегальных беженцев из Германии в их родные страны. За несколько лет на борту самолетов Lufthansa было депортировано несколько тысяч беженцев.

Иммигранты и беженцы из Африки, Азии, Восточной Европы не хотят возвращаться домой. Многие из них покинули родину по политическим причинам, и дома их ждет смерть или пожизненное заключение. В 2000-м году гражданин Алжира Ади Агиб умер на борту самолета Lufthansa, потому что в полете ему не было оказано необходимой медицинской помощи, и капитан приказывал продолжать полет, несмотря на жалобы стюардессы.

Первой акцией кампании Deportation class стала раздача уличных прокламаций и листовок, очень похоже копирующих рекламную стилистику Lufthansa. При этом, оформление было сделано таким образом, что параллелизм со стилистикой рекламы Lufthansa не давал оснований для того, чтобы подавать в суд за нарушение авторских прав. В листовках и проспектах приводились данные по количеству депортированных в самолетах Lufthansa и по смерти Ади Агиба. Листовки гласили:

*LUFTHANSA - ДЕПОРТАЦИОННЫЙ КЛАСС*

*Посмотрите на мир по-новому! Выберите экзотическое путешествие с депортационным классом Люфтганзы.*

*Вы не ошибетесь, если выберете наше специальное предложение полета по специальным ценам, из Северной Америки и Европы в любых направлениях по всему миру.*

*Мы постоянно улучшаем и расширяем сервис нашего депортационного класса, который по-прежнему остается наиболее экономичным способом путешествовать по свету. С депортационным классом Люфтганзы вы можете попасть в десятки захватывающих мест по всему миру - Тунис, Дамаск, Джакарта, Алма-Ата, Хараре, Лима... И их достижение - всего лишь часть удовольствия!*

*Используя депортационный класс для путешествий по десяткам городов в тридцати пяти странах, вы получаете самую большую скидку с самой низкой цены. Более того, регистрируясь на полет в нашем депортационном классе, вы автоматически становитесь участником нашей торжественной программы приветствия. В дополнение к тому, что наши цены являются беспрецедентно низкими, к вашим услугам следующие службы:*

- после регистрации Вашего багажа, офицеры пограничной службы проведут Вас через отдельный вход в строго охраняемый депортационный отдел;

- будучи ограничены в возможностях передвижения, Вы все же сможете пользоваться такими специальными привилегиями, как отдельное место посадки, доступ к специальным аксессуарам, и даже особым присмотром за багажом;

- после посадки, Вы будете обеспечены специальным шлемом, позволяющим наслаждаться мультимедийными удовольствиями;

- удобства Вашего полета будут обеспечены спокойной атмосферой, в результате обязательного использования успокаивающих средств;

- после резервации билета в депортационном классе Lufthansa, Вы будете доставлены в аэропорт в специально защищенном транспорте, совершенно бесплатно.

Ничего нет проще...

Позвоните сегодня нашему сотруднику по телефону 800 645 3880, или воспользуйтесь нашим резервационным сервисом онлайн. Станьте VIP-пассажиром нашего депортационного класса!

(\* Есть специальные ограничения. Предложение действует только для полетов в одну сторону, изменения и переносы не допускаются.)

Активисты "No border" проводили не только уличные акции с распространением листовок. Они также сделали фильмы для немецкого и французского ТВ, описывающие ситуацию с депортациями. В одном из них приведена впечатляющая сцена: пограничники ведут через аэропорт пожилого человека, который сопротивляется, потом падает, и его тащат за ноги; следом идет активист "No border" с мегафоном, который кричит что-то вроде: "Смотрите, как делается депортация!" - сцена, нетипичная для спокойных и комфортабельных европейских аэропортов.

Активисты "No border" также пикетировали офисы Lufthansa. Однажды они пришли на пресс-конференцию руководства авиакомпания в костюмах стюардесс/стюардов (с фальшивым логотипом) и задавали вопросы о депортациях. В другой раз они посетили многотысячное собрание акционеров Lufthansa и растянули в толпе слоган: "Нет депортациям!"

В ответ Lufthansa сначала скрывала информацию о депортациях. На пресс-конференциях и в других подобных случаях представители авиакомпании отвечали, что компания не производит никаких депортаций. Через некоторое время они сообщили, что, действительно, компания раньше производила депортации, но теперь они решили пересмотреть свою политику. Показательно, что, пока Lufthansa колебалась с ответом, конкурирующая немецкая авиакомпания Targom заявила, что тоже раньше рассматривала вопрос о депортациях, но теперь отказывается от них. Поскольку ситуация к тому моменту уже достаточно широко освещалась немецкой прессой, это оказалось большим ударом по престижу Lufthansa. Компания "No border" и ее руководитель Флориан Шнайдер считают,

что это была удачная кампания, осуществленная на минимальные средства. Также, это был редкий пример кампании, которая проводилась бы, исходя из фундаментальных предпосылок революционной общественной деятельности: стремления изменить общественное мнение в лучшую сторону и, следовательно, изменить общую ситуацию.

Акции-кампании группы The Yesmen имеют право войти в учебники истории как наиболее удачный пример антикорпоративной активистской тактики. Все началось с сайта [www.gatt.org](http://www.gatt.org). ГАТТ – это "Генеральное соглашение о тарифах и торговле", одна из наиболее значимых организаций в мире глобализации, непосредственный предшественник Всемирной Торговой Организацией (ВТО). Когда названия сменились и прежний домен ГАТТ остался пустым, то международная команда активистов зарегистрировала домен и сделала на нем сайт-клон, который копировал дизайн официального сайта организации. Любой, кто набирал в поисковике ее название, получал этот сайт, и по невнимательности, которые часто случаются в мире официальных формальностей, его создатели часто получали приглашение через этот сайт на различные высокопрестижные конференции и ТВ-шоу, на которых хотели видеть представителей Всемирной Торговой Организации. Тут-то и начиналось представление. 21 мая 2002 года непосредственно на отчетной конференции ВТО в Сиднее ее "представитель" заявил, что штаб-квартира организации приняла решение прекратить ее деятельность и самораспуститься, поскольку обнаружила, что приносит несправедливое обогащение владельцам крупного капитала. Она решила ре-организоваться в новую структуру, которая будет способствовать равному распределению благ на планете и действовать, исходя из интересов бедных. Аудитория была "шокирована, но благожелательна". Узнав о решении ВТО из газетных заголовков, парламент Канады срочно провел внеочередную сессию, которая обсуждала, какие это повлечет последствия для "лесопромышленности, сельского хозяйства и других статей торговли". Женевская штаб-квартира ВТО выпустила пресс-релиз, в котором "представитель" объявлялся самозванцем и говорилось, что "мы ценим чувство юмора, присущее этому самозванцу, но не хотели бы верить, что уважаемые организации окажутся в числе одураченных". "Это уже не шутки, – заявил через несколько часов "представитель" в Сиднее, – Мы действительно решили самораспуститься и переписать устав так, чтобы бедные всего мира получали выгоды, а не страдали от деятельности нашей организации". Официальный сайт ВТО поместил на первой странице сообщение о "сайте-самозванце", которое сразу же было продублировано на [www.gatt.org](http://www.gatt.org), но с обратной ссылкой.

Акции группы отличаются чувством юмора и необычным мастерством исполнения. В июне 2001 года, выступая на конференции менеджеров текстильной промышленности в Тампере, Финляндия, "представитель" ВТО продемонстрировал новую удобную униформу для менеджера – облегающий латексный костюм со

встроенными электронными приспособлениями, в частности, громадным фаллосом, который автоматически поднимается наподобие выдвижного столика и демонстрирует пользователю экран, с которого тот может отслеживать действия и передвижения сотрудников корпорации и награждать тех, кто плохо трудится, дистанционными электрошоками. Менеджеры активно аплодировали и показали себя чрезвычайно заинтересованными во внедрении такого приспособления. В другой раз на международном форуме адвокатов в Зальцбурге, Австрия, участники The Yesmen озвучили предложение реорганизовать демократические выборы в закрытый аукцион для корпоративный менеджеров, где предметом торга будет служить количество голосов, - также с энтузиазмом поддержанное аудиторией.

Практика сайтов-клонов широко распространена среди активистов. Существует и успешно функционирует сайт-клон [whitehouse.org](http://whitehouse.org), на котором деятельность главы Белого дома освещается в крайне мрачно-ироническом свете. Проектами такого рода часто занимаются американские коллеги группы The Yesmen - группа [RTMark](http://RTMark). RTMark работает в качестве интерфейса между активистами, заинтересованными в проведении медиальной акции или кампании, и обществом: поэтому группа иронично представляет себя как корпорация, выполняющая проекты по подряду, но занимающаяся извлечением чисто культурной прибыли. Таким образом группа создала большое число сайтов-клонов и провела также внушительное число кампаний, заявки на которых подали различные активисты, - таких, например, как [Dowethics](http://Dowethics) ([www.dowethics.com](http://www.dowethics.com)). Корпорация Dow несет ответственность за одну из самых страшных корпоративных катастроф - взрыв на химическом заводе в Бхопале, Центральная Индия, в 1984 году, унесший жизни тысяч людей и на многие годы отравивший почву и водоемы в регионе. Сайт, сооруженный специалистами из RTMark, распространял от лица компании пресс-релиз со словами: "Компания Dow несет ответственность только перед своими акционерами. Мы ничем не можем помочь жителям Бхопала". Сайт, на этот раз, не симулировал интерфейс корпоративного сайта компании, а открыто показывал свое отношение: на его лицевой странице были изображены боксерские перчатки и лозунг "Fight the fat" (условно можно перевести как "Бейте жирных"). Акция также вызвала ярость корпорации, которая в течение нескольких часов после его появления ультимативно потребовала от провайдера убрать его из сети - что, конечно, привело к появлению десятков зеркал сайта в самых разных уголках интернета. "Основной задачей RTMark, - гласит теперь уже собственный пресс-релиз группы, - является предание гласности того, как корпорации подрывают демократический процесс. Так же, как и все корпорации, она использует для этого любые средства, находящиеся в ее распоряжении".

Также в Америке разработана и действует концепция "Electronic Civil Disobedience" - "электронного гражданского

неповиновения", включающая разного рода блокады и баррикады против информационного трафика, различающиеся, в терминологии активистов, как softcore и hardcore, то есть "помягче" и "пожестче". Типичный пример softcore – это "electronic sit-ins", "электронные сидячие забастовки": [Рикардо Домингез](#) разработал программное обеспечение, позволяющие перезагружать сайт каждые несколько секунд, что при условии достаточного количества атакующих может в скором времени "повесить" сервер. Акции такого рода называются Electronic Disturbance Theater: иногда Домингез проводит их в реальном времени, представляя перед публикой вместе со своим ноутбуком и устраивая виртуально-реальное шоу. Действия "пожестче" включают блокаду внутренних коммуникаций, блокаду баз данных, разрушение маршрутизаторов, а также такие непосредственно "хактивистские" действия, как взлом корпоративных сайтов, экспроприации денег с кредитных карт, или публикация банковских реквизитов и других "хакнутых" данных в открытом доступе в Интернете.

В рамках подрывных экспериментов с символами, значениями и акцентами получило развитие и такое явление, как "коммуникационная герилья" (communication guerilla). Коммуникационную герилью характеризуют как жанр, осуществляющий подмену знаков или незаметное смещение в области языка высказывания, заставляющий увидеть привычные языки (рекламу, масс-медиа) капиталистического общества в ином свете. Например, в акциях Lufthansa – Deportation class приверженцами коммуникационной герильи особенно высоко оценивается их умелая пародия на корпоративный стиль рекламы и репрезентации. Естественно, также героями жанра являются The Yesmen. Большую роль в эстетике такого рода играет "антирекламный" плакат, например, в тот момент, когда немецкое правительство, включая партию зеленых и бывшего левого Йошку Фишера, готовилось к участию в анти-иракской коалиции, активистами был использован известный в Германии антивоенный постер с умирающим солдатом и надписью "why?" ("Почему?"): не заметная на первый взгляд подмена превратила ее в надпись "why not?" ("Почему бы и нет?"). Коммуникационная герилья берет начало из времен весьма отдаленных, из семиотической парадигмы, когда еще в 1960-е годы Ролан Барт задавался вопросами о природе знаков и политике присвоения чужих знаков. Также, с начала 90-х идет традиция "подрывной рекламы" ("subvertising"), отраженная, в качестве одного из первых взлетов активизма, у Наоми Клейн в "No Logo". Молодые непримиримые жители американских городов по ночам забрызгивали краской рекламные биллборды или немного "исправляли" их, чтобы превратить рекламное послание в "антирекламное". Но здесь было и много разочаровывающих неожиданностей. На волне антирекламной активности вырос журнал "[Ad Busters](#)". Даже своим названием он выражал крайнее анти-консумерическое настроение (игра смыслов труднопередаваема, но означает что-то типа "щемить рекламу"). Его страницы были

переполнены антирекламными плакатами и коллажами, и транслировали некое крайне мизантропическое настроение, в духе подростковых тенденций к суициду. Но Клейн великолепно показывает, как с удручающей быстротой Ad Busters превратился в еще один супермаркет контр-культуры: открытые им бутики недешево продавали антирекламную символику, постеры, видео и плакаты с логотипами журнала, а самым большим спросом пользовалась символика открытого журнала "Дня без покупок" ("Buy nothing day"). Примерно так же среагировали компании, и быстро включили в свои рекламы культовых контр-культурных героев: Subaru использовала в рекламе мотивы любимого романа битников "На дороге" Джека Керуака, а Nike включил в ролик Уильяма Берроуза, а потом даже заполучил в качестве режиссера одного из роликов великого Жана-Люка Годара. Так что коммуникационная герилья годится некоторым молодым активистам в качестве подспорья по изготовлению агитационного материала, но этими методами ни в коем случае нельзя ограничиваться.

Кампании, информационные акции и акции в духе коммуникационной герильи входят обязательной частью в расписание масштабных событий, проводимых антиглобалистами - контр-саммиты, начало которым было положено в Сиэттле, и фестивали. В последнее время начали складываться также собственные праздники активистского календаря: MayDay (1 мая) уже два года отмечается в разных столицах Европы массовыми парадами. Здесь происходят разные музыкальные и театральные мероприятия, завсегдатаями которых стали интернациональный PubliXTheatreCaravan и испанская группа [Yomango!](#) - тоже параллель с русскими активистами движения СВОИ 2000, которые 1 мая 2000 и 2001 гг. проводили театральные акции, шествуя по Москве в первомайской колонне. Май нынешнего года в Италии стал праздником нового святого - Сан-Прекарио, покровителя всех, кто чувствует себя неспокойно при современном капитализме. Слово "precarious" ("ненадежный") означает нестабильные и ненадежные условия труда: сюда входят индивидуальные трудовые контракты, работа через нанимателей, временная работа, отсутствие трудовых гарантий, постоянная угроза безработицы, которые в последние годы стали отличительными характеристиками трудоустройства при "пост-индустриальном" капитализме. *"Мы - прекарии и когнитарии, - пишет молодой итальянский активист Алекс Фоти, - и мы вынуждены работать, чтобы свести концы с концами. Нам известно, что неполучение очередного чека с зарплатой означает начало длинной цепи последствий, ужасно неприятных и так хорошо знакомых, таких, как неоплаченные счета, приостановка в пользовании сервисами первой необходимости, неоплата жилья, экономия на всем, включая общение, напряжение, ощущение беспокойства, когда кажется, что вокруг тебя разрастается черная дыра, возможность увольнения, вероятность депрессии, риск изоляции, страх оказаться бездомным..."* На Миланском первомайском параде Сан-Прекарио двигался впереди колонны: он был изображен большим, в

несколько метров, сделан из картона и раскрашен люминисцентными красками, коленопреклоненный перед алтарем и с неоновым нимбом вокруг головы.

Наоми Клейн заканчивает свою книгу "No Logo" тем, что, когда она начинала работу над ней в середине 1990-х годов, то группы активистов-противников капитализма казались случайными сборищами неудачников, стремившихся сражаться "со всеми и против всех". Но, когда она заканчивает ее (в 2000 году), то видит уже достаточно организованные отряды, обладающие собственной повесткой дня, распределившиеся по роду занятий и интересов (от артистов до правозащитников, от мониторинга корпораций до практиков медиа), с собственной налаженной коммуникационной связью, действующей поверх границ наций и континентов. С тех пор прошло еще одно пятилетие. Поскольку, несмотря на высокие ожидания, активистам не удалось ниспровергнуть капитализм или хотя бы предотвратить войну в Ираке, - местами раздаются мнения о кризисе антикапиталистического движения. Но мы считаем, что кризис (возрастной) испытывают только те, кто стоял у его истоков, кто вырос в ситуации геополитического противостояния Востока и Запада, и кто только начал создавать новые левые группы и тактические медиа на руинах прежнего мирового порядка. Те, прежние, расклады должны быть уничтожены в памяти, забыты, их инерция не должна мешать нам мыслить и двигаться вперед. Наступило новое тысячелетие, и его новые активисты обязательно разрушат капитализм, чтобы другой мир был, наконец, построен.

## Сопrotивление без лидеров

---

*"Нельзя играть в революцию в гостиной, хотя многие хотели бы использовать преимущества того и другого методов. Если человек прибегает к революционным мерам, он должен быть готов к тому, чтобы потерять все свое достояние. Поэтому люди преуспевающие и обеспеченные редко бывают революционерами,"* - пишет Джавахарлал Неру в своей "Автобиографии". Я полагаю, что именно в этих мужественных словах выражена разница между двумя видами кампайнеров. Не раз приходилось видеть представителей левого сопротивления, активистов и интеллектуалов, как в России, так и на Западе, которые удовлетворяются выражением критической позиции в отношении государства и по этой причине считают себя "чистыми" - поскольку они провозгласили свое несогласие, дальше можно жить обычной буржуазной жизнью, покупать продукты, платить налоги. Но революция - а практика кампании и является непосредственной практикой революции - требует не того, чтобы было выражено никому не интересное личное мнение, а чтобы было сделано дело. Революция исходит из того, что нечто обязательно нужно изменить. И притом, в ходе борьбы требуется не только победить, но и сохранить в чистоте тот критический взгляд на

вещи, который позволил впервые увидеть их несовершенство. Если к власти вместо одной придет другая партия, которая раньше называла себя революционной, но при доступе к разделу благ она получит в неограниченное распоряжение государственную кормушку, то ситуация не улучшится, а наоборот ухудшится: не только люди не станут жить лучше, но у них будет подорвано доверие к революционерам, к тому, что вообще возможно что-то изменить. В начале своей революционной деятельности Махатма Ганди создавал коммерческие структуры, которые могли бы существовать на коммерческих началах и приносить доход гражданскому движению. Прошло немного времени - и в общественном совете, распоряжавшемся структурой, начались разногласия, потом начался судебный процесс, "так что теперь, - писал Ганди через два десятка лет, - доход поступает в суд". Но и сам Ганди вскоре изменил свой взгляд на использование гражданским движением коммерческих структур для своей поддержки. *"Я пришел к твердому убеждению, что общественным организациям не стоит иметь постоянных фондов. Такие фонды становятся источником морального разложения организации. Общественные организации создаются при поддержке и на средства общественности. Когда они лишаются такой поддержки, они утрачивают и право на существование"*.

Маловероятно, чтобы в наше время какое-то общественное движение могло существовать за счет добровольных денежных вкладов участников. Люди не доверяют никакой силе, которая могла бы вести за собой и в то же время распоряжаться деньгами. Я сам едва ли доверю хоть десять рублей какому-нибудь политику, даже если он будет провозглашать очень справедливые лозунги. Возможно, что в случае массовых протестов или успешной кампании появятся те, кто захочет присоединиться, но в таком случае их вклад будет заключаться именно в этой участии, в человеческих ресурсах внимания и ресурсах помощи действием, которые он сможет предложить. Это вопрос соотношения между личностью и массой в современных условиях - условиях интернета, тактических медиа, мобильных технологий и резко возросшей индивидуальной свободы каждого.

Если кампания - это маленькая группа активистов, стремящихся сфокусировать общественное внимание на отдельной теме, то она сама планирует акции, из которых состоит кампания, сама находит под это средства, сама рассылает пресс-релизы и сама отвечает за последствия. Но если это - сознательное движение граждан, обладающих широким и некоррупцированным видением ситуации, и массовое движение опирается на организаторов как на моральную силу - то ее организаторам все труднее держать ситуацию под контролем. Тем не менее, в условиях широкого участия масс в кампании на ее руководителей ложится особая ответственность, которую они не могут сбросить. Так, в 1921 году, когда исторически первая кампания ненасильственного гражданского неповиновения сатьяграха была развернута по всей Индии, то Махатма Ганди, узнав о локальном происшествии в

местечке Чаури-Чаура (разъяренная толпа сожгла сарай с английскими солдатами, решившими применить оружие), свернул кампанию. Тогда решение Ганди вызвало бурю протестов, но время показало его справедливость. Также, если кампания проводится в четко организованных рамках, а лидеры имеют успешный опыт взаимодействия друг с другом, наконец, если сами задачи кампании требуют жесткой координации, – то необходима дисциплина, требуется обеспечить выполнение участниками акции дающихся команд. Например, кампания может быть посвящена сложным проблемам атомной энергетики, и для нее просто необходимо будет участие экспертов, дающих оценки ситуации и направляющих информационную сторону кампании, а также координация акций, направленных каждый раз на новую сторону поставленной проблемы, и т.п.

Но бывают условия, когда события выходят из-под контроля организаторов. В этом могут быть свои плюсы, если организаторы не преследовали целей инициировать широкое протестное движение, а рассчитывали только получить свои места во власти (например, "оранжевую революцию" осени 2004 года в Киеве иногда рассматривают как политтехнологии, примененные штабом Ющенко, но вышедшие из-под контроля). Таким кампаниям просто не требуется никакая координация. Масса людей гораздо лучше и оперативнее реагирует на проблему, чем группа экспертов. К тому же, как оперативные, так и прогностические возможности веселой, захваченной энтузиазмом толпы часто бывают несравненно шире, чем возможности узкой, сосредоточенной группы экспертов. Так, киевская оранжевая революция, вероятно, останется в памяти украинского народа именно тем, что придумывала, импровизировала сама толпа, а не штабы политтехнологов: валенки с надписями "Made in U.S.A.", апельсины со шприцами, спонтанные пляски в кузовах машин, едущих по Крещатику, синхронное гудение машин на мелодию "оранжевых" слоганов, – не говоря уже о стихийной самоорганизации масс, такой, как ежедневные добровольные поставки фруктов и овощей с рынков, стихийно образуемые "котлы общего питания", и подобное. Толпа, стихийная масса, в моменты массового подъема может рушить стены и захватывать города, и в то же время сохранять полную гуманность и спокойствие – в толпах "оранжевого Киева", по многочисленным свидетельствам участников, нельзя было даже представить, чтобы кто-то кого-то грубо толкнул локтем или наступил на ногу и не извинился. Это дает надежду на то, что называется революцией сознательных людей – можно предположить, что в эпоху массовой грамотности, мобильных телефонов и интернета любой, идущий на демонстрацию, мало-мальски представляет себе, кто он и для чего он это делает. В таком случае, участие в массовых протестах изначально отрицает схему отношений лидер-масса, здесь осуществляется старый анархический лозунг, озвученный некогда в "Черной звезде": "Анархия – это, бля, не хаос, а гармоничное сообщество свободных личностей". Такой вариант лежит в основе идей, которые недавно

предложил в своей замечательной статье "[Сопrotивление без лидера](#)" американский теоретик Саймон Гарфинкель.

Статья была опубликована в высокоинтеллектуальном IT-журнале "[First Monday](#)" и являлась описанием структуры действия некоторых радикальных групп, ведущих городскую герилью. Например, экологические группы "[Earth First](#)" и "Animal Liberation Front (ALF)" устраивают поджоги офисов организаций, участвующих в вырубке лесов или опытах над животными. Группами их можно назвать в силу того, что они целенаправленно выполняют определенную работу, однако те, кто производит каждую конкретную диверсию, могут никогда в жизни не видеть ни одного другого участника акций, а всю информацию получать из интернета.

*Заявления об ответственности за акции и прочую информацию фронт сообщает через анонимную пресс-службу, распространяющую коммюнике в интернете. При этом распространители, являясь практически легальной структурой, заявляют об отсутствии непосредственных связей с членами фронта и их идеологией, ставя своей задачей "беспристрастное" информирование общественности. Исключительно из интересов поддержания свободы слова в нужном тоне. Результаты деятельности подобного "наблюдательного" центра впечатляющи - каждая из удавшихся акций получает широкий резонанс. Если одна из них все же повлечет чью-либо смерть, можно быть уверенным, что она будет замалчиваться и власти скорее предположат криминальный след. Излюбленная тактика фронта - поджог. Но ведь его могут совершить, например, и в целях получения страховки.*

*Фронт не проводит демонстраций, пикетов и вообще акций, где требуется участие хотя бы 3 и более человек. Скачав в интернете 37-страничное техническое руководство, любой воодушевленный идеей человек, потратив 50 долларов и пару уикендов, будет готов к поджогу, раскрыть который будет практически невозможно.*

*Впоследствии фото горящего здания появится на первой странице "независимого" сайта с нейтральным комментарием. Даже при уничтожении сайта и всех его "зеркал" резонанса в СМИ можно будет достигнуть, посылая анонимные сообщения в СМИ и используя интернет-форумы.*

Интересно провести параллель между кампанией гражданского неповиновения и PR-кампанией. Если читать руководства по проведению рекламных или предвыборных кампаний, там можно найти сначала предшествующий кампании этап - социологические исследования общественного мнения, и начальный этап кампании: позиционирование себя в местном контексте. Консультанты выбирают, как определить себя относительно контекста и подыграть тем настроениям, которые в этот момент более всего распространены в обществе. Затем вырабатывается имидж продукта и его отношения с окружающими, которые более всего подойдут для захватывания определенной "ниши" в общественном мнении. Затем начинается собственно рекламная кампания.

Революционное движение отличается от рекламной кампании тем, что не пытается втиснуть себя в узкие рамки контекста, оно само создает новый контекст. Оно не подстраивается под общественное мнение, а создает новое общественное мнение, открывает для людей новые горизонты. Революционные стратеги никогда не будут проводить подсчетов общественного мнения, они готовы поступиться общественным мнением, чтобы сохранить последовательную позицию. В силу этого, они более подготовлены к выживанию в экстремальных условиях, например, условиях политического кризиса, когда общественное мнение меняется не по дням, а по часам, постоянно становясь все радикальней. К тому же, в определенные исторические моменты общественное мнение начинает существовать новым образом, разделяясь на множество групп, существующих в разной динамике. Возникают новые конфигурации, образуются новые, более сложные порядки взаимодействия – в точности как описано у Пригожина в отношении сильно неравновесных химических реакций, из которых возникают "диссипативные структуры". Ветеран 1968 года ситуационист Кен Нэбб описывает это так: "В таких революциях, когда "массы" играют лишь роль временной поддержки тех или иных лидеров, их поведение можно в большей степени анализировать, как движение физических масс, в терминах знакомых метафор прилива и отлива, маятника, раскачивающегося от радикальности к реакции и т.д. Но антииерархическая революция требует от людей прекратить быть однородной, манипулируемой массой, выйти за пределы подчинения и бессознательности, которая обрекает их на этот вид механистической предсказуемости".

Это так, но нам неизвестно, какой собственно будет революция. Каким будет следующий этап, в ходе которого люди смогут понять, что им требуется не возвести в должность следующего президента, не устранить одних политиков, чтобы поставить новых, а создать новое общество – общество перманентной "умной толпы", перманентной солидарности и самоорганизации. Этот этап не совсем ясен. Здесь не могу удержаться от того, чтобы не привести обширную автоцитацию. Той трагической зимой 2003–2004, когда карта политической и общественной жизни в России перекраивалась для следующего четырехлетнего периода, я написал и опубликовал на сайте "гетто" роман, в котором герой, тоже анархист, тоже писал роман о воображаемой революции в России этого времени. Возможности исторического моделирования, которые были допущены, позволили нарисовать такую картину:

*В ходе общения между российскими и европейскими активистами были подробно развиты идеи экономического противодействия глобализации. Важнейшую роль в этих проектах играли: а) независимая коммуникация; б) альтернативное производство. В августе 2003 года ситуация в мире была признана достаточно критической, чтобы можно было приступить к пробным реализациям отдельных частей проекта. Первым шагом стало создание сети*

мобильных радиостанций, вещавших на частоте FM, доступных не только с помощью интернета, но и обыкновенных радиоприемников. Затем начали получать стремительное распространение беспроводные (wireless) коммуникации. Волна независимого радиовещания за несколько месяцев захватила крупные города России, распространилась по Украине, Белоруссии и Восточной Европе. Радио-бум был инспирирован и подготовлен несколькими активистскими центрами, осуществлявшими помощь в создании низкотехнологичных радиопередатчиков и приемников, и всегда готовых снабдить активистов новостями, так что они одновременно играли роль добровольных информационных агентств.

Дальнейшим шагом в развитии независимой коммуникации стали действия видео-активистов и попытки создания интернет-телевидения. Другим последствием деятельности информационных активистов стал удар по начинавшим образовываться монополиям на рынке телекоммуникаций.

Инфо-активисты провели большую работу по пропаганде альтернативного производства, которое они называли также "автономной экономикой". Зачатки такой экономики были положены сельскохозяйственными коммунами конца 90-х. Их основателями были, в основном, те, кого называли "новые хиппи", любители восточных религиозных практик, естественного образа жизни и свободной любви, вегетарианцы, поклонники БГ. Множество таких коммун было создано и процветало на юге России, в Краснодарском крае и в районе Сочи. Задача теперь заключалась в том, чтобы сделать максимально экономически автономной и жизнь городских жителей, пользующихся к тому же низкотехнологичными средствами коммуникации.

Первыми очагами экономического сопротивления стали автономные мастерские по сбору компьютеров и радио, работавшие не за деньги, а на принципах обмена. Сильно выросло количество Linux-программистов, открылись свободные курсы для начинающих Linux-программистов. Из Европы, особенно из Амстердама, за собственный счет приезжали консультанты по "тактическим медиа" и "сетевому сопротивлению". События происходили в квартирах-коммунах, которые вместе снимали молодые люди. Информационные активисты и художники организовали также общественные "инфо-комнаты" и медиа-центры. Особую известность завоевала правозащитная сетевая телестанция, посвященная преступлениям чеченской войны, ее первым требованием было: "после изменения общественного строя провести открытый судебный процесс над военными преступниками чеченской войны, с какой бы стороны фронта они ни находились".

Наконец, произошел настоящий взрыв артистических технологий и художественных инноваций. В центре Москвы выступали уличные театры, по ночам его расписывали фосфоресцирующими граффити, особым жанром уличного искусства стало рисование на рекламных билбордах. Независимые радио постоянно сообщали то о разгоне

несанкционированной дискотеки под открытым небом, то о *street-party*.

В октябре 2003 Государственная Дума РФ приняла закон "Об обязательном лицензировании сетевых, теле- и радио-передающих средств массового вещания", согласно которому использование нелицензированных радиосетей приравнивалось к государственному шпионажу. В ответ сетевые ТВ "Московское гетто" и "TV Hardcore" продемонстрировали закрытые прения депутатов по этому вопросу, перехваченные с помощью беспроводных антенн. ФСБ и МВД приступили к арестам. Более сорока активистов оказались в предварительном заключении, им были предъявлены соответствующие обвинения. В течение последовавшей недели число беспроводных коммуникаций выросло вдвое, их стали открывать представители рабочих комитетов и других низовых общественных движений. Активисты терроризировали политиков акциями по мониторингу информационного пространства: в открытом доступе появлялись телефонные переговоры и закрытые обсуждения бизнесменов и политиков, благодаря чему внезапно был пролит свет на крупные финансовые аферы, связанные с продажей нефти, алюминия, борьбой за акции крупных предприятий, и т.д. Весь ноябрь росло также число арестованных.

В начале декабря общественное движение выплеснулось на улицы. Большинство выступлений было посвящено кампании "Против всех партий" перед выборами в Государственную Думу. Милиция и ОМОН применяли против демонстрантов воду, которая была надежным оружием в условиях 25-градусного мороза. Тем не менее, число протестующих росло. В последнюю неделю перед выборами инфо-активисты приступили к ТВ-акциям: перехватывая сигнал, к примеру, ОРТ, они получали возможность на несколько секунд заполнить эфир собственной информацией - предвыборными роликами и антирекламными клипами. Так, пользуясь широкоэвещательными средствами массовой информации, они доносили свои послания до всей аудитории центральных телеканалов в РФ и ближнем зарубежье. За день до выборов в Москве был объявлен комендантский час. Против *street-party* на Ленинградском проспекте ОМОН применил огнестрельное оружие, 15 участников погибли. Результатом стали 44% голосов "против всех", в то время как ведущие политические партии набрали: "Единство" - 31%, СПС и ЛДПР - около 6%, КПРФ - 13%. Согласно Конституции, такой результат означал переназначение парламентских выборов и необходимость перерегистрации всех партий (т.к. теперь ни один из прежних участников не мог баллотироваться на новых выборах). Государственная Дума потребовала смены руководства Центризбиркома и пересчета голосов. В результате пересчета "против всех" оказалось 11%. Начались массовые аресты и разгромы радиолобораторий. Сотни активистов уехали из столиц в автономистские коммуны в Крыму, Краснодарском крае, на Урале, на Алтае. Артистическое движение молодежи уступило место массовым забастовкам и brutальным действиям рабочих, которые, однако,

*благодаря временному сотрудничеству с инфо-активистами были теперь технологизированы.*

*Российские сетевые ТВ стали в это время источником вдохновения для украинских и восточноевропейских товарищей, особенно для жителей стран бывшей Югославии. Выступления, посвященные критике политических партий и институтов, стремительно набирали силу."*



Поваренная книга медиа-активиста  
Олег Киреев  
издательство "Ультра.Культура" 2006

## ЧАСТЬ 2: ПРЕССА

### Введение

Печатное слово – старейший инструмент передачи информации, и каждый раз с появлением новых медиа – в начале XX века радио и телеграфа, в его конце – интернета – его актуальность ставилась под сомнение. Тем не менее, слово выживало. И главным образом выживало оно потому, что служило задачам маргиналов, самиздатчиков, революционеров, активистов: для передачи слова не требуется государственной поддержки и обширных инвестиций, это не кино и не архитектура. Требуется только немного бумаги и небольшая полиграфическая мощность, например, карандаш или печатная машинка. Иногда не требуется даже этого: как известно, большая часть стихов Осипа Мандельштама дошла до нас благодаря тому, что их сохранила в памяти его жена Надежда Мандельштам. Надежный, хрестоматийный способ, предложенный также Рэем Брэдбери в его "451 по Фаренгейту"! Или, как сказал другой герой самиздания Иосиф Бродский, "Язык – единственное, что нам осталось" .

Для революции роль независимой прессы можно назвать определяющей. Важней ее только непосредственное участие масс. Сейчас прессой может считаться не только бумажная пресса, но и электронная. Вопреки прогнозам, распространение интернета не привело к тому, что бумажная пресса совсем исчезла – на четвертом фестивале next5minutes одна из секций называлась "The revenge of print", "Возвращение печати".

Когда, еще в 1890-х годах, Ленин занимался организацией большевистской партии, то "Искра" была задумана как "коллективный организатор". В знаменитом пассаже из "Что делать?" он писал: *"Постановка общерусской политической газеты ... должна быть основной нитью, держась которой мы могли бы неуклонно развивать, углублять и расширять эту организацию, т.е. революционную организацию, всегда готовую к поддержке всякого протеста и всякой вспышки. Скажите пожалуйста: когда камешки кладут в разных местах камни громадной и совершенно невиданной*

постройки, - не "бумажное" ли это дело проведение нитки, помогающей находить правильное место для кладки, указывающей на конечную цель общей работы, дающей возможность пустить в ход не только каждый камень, но и каждый кусок камня, который, смыкаясь с предыдущими и последующими, возводят законченную и всеобъемлющую линию? И разве мы не переживаем как раз такого момента в нашей партийной жизни, когда у нас есть и камни и каменщики, а не хватает именно видимой для всех нити, за которую все могли бы взяться?" Благодаря охвату прессой большого числа участников движения, создаются общие интересы, общее понимание ситуации и общее поле для дискуссий. Также, значительная роль в создании газеты отводилась читателям - в "Искре" постоянно публиковались письма в редакцию, и не только рассказы о событиях на местах (стачках, арестах, качестве организации мероприятий, настроениях товарищей), но и обсуждения, и критика общезначимых вопросов.

До появления радио как средства массового вещания информационное пространство выстраивалось вокруг газет, а их, как правило, издавали политические партии. В этих условиях само разделение общества на сторонников той или иной партии выглядело более логичным, чем сейчас. Развитие широкоэмитальных средств массовой информации было одним из решающих факторов, которые привели к возникновению так называемых "catch-all parties" - партий, ориентированных не на традиционный электорат по социальному признаку, а на максимально широкие круги электората, вне строгой зависимости от социальной принадлежности. Это же привело и к скорому размыванию четких социальных определений партий и кризису представительства.

Естественно, что появление интернета стало новой вехой в этой истории. Интернет может означать возникновение трибуны для непредставленных, создание форума, на котором любой человек может донести свой голос и свою платформу до тех, кто пожелает его услышать. И хотя, как мы увидим, для создания и развития электронного информационного ресурса требуются инвестиции, многое может быть сделано и без больших средств. Не случайно первая декада существования интернета сопровождалась активными разговорами о конце представительства и о появлении тех, кто "представляют сами себя" - активистов социальных движений, кампаний против политических институтов представительства ("против всех партий"). Именно это отчасти обусловило появление антиглобалистского движения, основанного на отказе от участия больших партий, и координируемом благодаря интернету.

Осенью 2004 года в Доме и Музее им. А.Сахарова прошла выставка "От самиздата к тактическим медиа", наглядно продемонстрировавшая переход тактических изданий из бумажного формата в электронный - стенды, на которых экспонировался бумажный анархо-самиздат 1990-х, соседствовали с мониторами, представлявшим интернет-сайты, и видеомониторами, демонстрировавшими видеоактивистский проект "IndyVideo". Также

очень удачным было то, что в том же пространстве находилась постоянная экспозиция Музея им.А.Сахарова, в которой представлены экспонаты из истории самиздата: печатная машинка 1970-х, тюремная майка с вышитой на ней надписью "Самиздат-1978", копии альманаха "Метрополь"... Таким образом, экспозиция удачно показывала преемственность поколений левой, независимой прессы, и ее переход из Индустриальной Эры в Информационную. Однако, повторим еще раз, роль бумажной прессы с появлением интернета не исчерпалась, однако левым нужно находить удобные форматы для взаимодействия между этими медиа-жанрами. Поскольку это тема очень большая, то в этой главе я уделю внимание только отечественной истории – благо что здесь мы имеем более богатые традиции, чем в области радио и видео.

## От самиздата к тактическим медиа

---

Политическая и общественная жизнь страны и мира с необходимостью должны находиться в фокусе пристального внимания революционной прессы. Необходимо видеть взаимосвязь событий, динамику развития, и для этого революционное издание должно проводить последовательную линию, связно информировать читателей обо всем происходящем.

В моменты политического застоя "касты" чиновников начинают брать власть в свои руки и отрезают широкие массы от участия в обсуждении и принятии решений. Когда вопросы текущей политики перестают быть в центре внимания, интерес переключается на "вечное" – так случилось с советскими диссидентами, которые распространяли в виде репринтов, по преимуществу, философские и литературные произведения, а что касается текущих новостей, то востребованным было лишь "Хроника текущих событий" – правозащитное издание, информирующее о положении дел с политическими заключенными. В эпоху расцвета самиздата – эпоху брежневского застоя – страна существовала "вне времени". Поэтому, например, описания истории самиздата того времени сосредоточиваются, как правило, на описании самих литературных произведений – сочинений Солженицына, Бродского, Шаламова, Саши Соколова и т.п. Хождение также имели книги философского, эзотерического, религиозного характера – все, что не допускалось к публикации официальной властью. Правозащитник Валерий Никольский однажды очень увлекательно рассказывал, как перевод и перепечатка некоторых текстов (например, книг Карлоса Кастанеды) буквально ставились "на поток", на коммерческую основу: пока машинистка перепечатывала один экземпляр, уже выстраивалась очередь за следующими. Такую же ценность имел "тамиздат" – книги, издававшиеся эмигрантскими и другими антисоветски-ангажированным издательствами на Западе и тайно переправлявшиеся через границу. Распространять все эти подпольные копии было

затруднительно и опасно, но придавало им особую ценность, делало их "своими", позволяло участвовать в процессе передачи знания, создавало сети "своих", посвященных. Был анекдот, в котором старушка набирает "Войну и мир" на машинке одним пальцем и говорит, что "иначе внук так и не прочтет – он кроме самиздата ничего не читает". Да и термин "самиздат" был придуман в России (поэт Николай Глазков в 1950-х называл так свои самописные книжки для детей), поэтому тем более в этой главе вполне резонно будет ограничиться информацией об отечественной истории явления.

Среди самизданий советского периода, однако, следует отметить несколько различий. Во-первых, среди них были те, которые относились к интересам старшего поколения – шестидесятников (Солженицын, русская религиозная философия, правозащита...), и к интересам более молодых людей, ставших взрослыми в 1970-е годы (Саша Соколов, Юз Алешковский, рок-н-ролл, восточные практики...). Во-вторых, именно в этом втором поколении намечались тенденции к более пристальному наблюдению за современностью, в частности, за молодежными модами и актуальной культурой на Западе. Как писал эditorиал "Литературного А-Я", вышедшего в 1985 году в Париже: *"У авторов нет иных амбиций, кроме как быть участниками неясно где, как, но все-таки явно существующего литературного процесса"*. Здесь следует отметить наиболее "чувствительные" клетки общественного организма – круги музыкального андеграунда и современного искусства. Назовем знаменитый рок-журнал "Урлайт". Он позиционировался как "музыкально-общественный" журнал и по тематике постоянно переходил с музыки на политику и обратно. Как утверждал его участник АК Троицкий, *"градус партийности журнала превосходит газету "Правда" 1984-го года и приближается к журналу "Корея"*. Появившись в середине 1980-х годов, он существовал и развивался, можно сказать, на гребне волны тех глобальных перемен, которые происходили со страной. Журналист А.Стволинский пишет: *"За годы существования "Урлайт" подвергался мощному прессингу со стороны КГБ, что требовало от издателей немыслимой конспирации. Тиражировался то на ксероксе, то фотоспособом. Зачастую в целях безопасности уничтожались макеты номеров. Самый скандальный и известный рок-журнал того времени... В 1989-м году именно из недр "Урлайта" родилась "Контр-Культ'Ура", ознаменовав поворот в актуальной тематике рок-произведений от политики к экзистенциализму"*.

Оставим пока за скобками период наиболее мощных исторических флуктуаций – перестройку, когда недавние маргиналы, "дворники и сторожа" получили внезапный доступ к производственным мощностям типографий, студий звукозаписи, киностудиям. В течение короткого времени представители поколения "семидесятников" сами превратились в процветающую культурную элиту, которая теперь уже сама не особенно открывала двери перед новыми, более молодыми маргиналами.

Зато чуть позже, когда производственные мощности типографий уже обслуживали заказы новой "демократической" власти, стремительно стал набирать силу поток нового леворадикального самиздата – в ход снова пошли ксерокс, резограф, копирки. Именно эта сцена со временем стала лабораторией нового радикального, революционного подхода к медиа, она оказалась способной экспериментировать с новыми подходами, пробовать новые жанры. Естественно, именно эта сцена, взыскующая общественной трибуны, с течением времени оказалась наиболее чуткой к появлению новых медиа.

Абсолютное большинство изданий 1990-х распространялись или на ксероксе, или посредством резографа. Среди первых здесь был экологический журнал "Третий путь", издававшийся ветераном движения "Хранители радуги" Сергеем Фомичевым с 1988 года. В силу своего положения и времени, журнал стал свидетелем и хроникером перестроечного подъема неформального, левого и экологического движения, "грантовой" эпопеи, многочисленных расколов, которыми оно было обязано этой эпопее, первых протестных кампаний и летних лагерей. В плане политической ориентации, журнал являлся проводником умеренных идей – Мюррея Букчина, П.Кропоткина, и т.д. Основными авторами, кроме С.Фомичева, были С.Забелин, О.Аксенова, И.Халий.

Среди бурной политической жизни конца 1980-х-начала 1990-х годов было множество самых причудливых изданий, самого низкого качества, от регулярных до одноразовых. Большинство из них составляли издания разных демократических групп и движений. На волне демократии даже в моей школе (Москва, № 45) в 1988 году был создан Школьный совет, и издавалось три газеты: одна стенгазета и две печатных, при этом печатная газета "Голос-45" макетировалась с помощью ксерокса и поэтому включала картинки (я хорошо помню, что она отличалась тем же скандальным юмором, который позже составил отличительный признак "Московского комсомольца"). Когда первоначальный угар демократии схлынул, стали кристаллизоваться отдельные тенденции. Первым действительно известным издательским анархо-проектом стала "Черная звезда" – издание, являющееся и теперь достойным образцом для тактической прессы и фактически положившее начало "новому левому" российскому самиздату. ЧЗ издавалась супругами Дмитрием и Любовью Костенко в 1994–97 гг. в Москве. После поездки Дмитрия Костенко автостопом на Запад (он доехал до Парижа), ЧЗ впервые в России подняла на флаг идеи автономизма. Она печатала программные статьи ИРЕАН (Инициативы Революционных Анархистов), отличалась экстремально-абсурдистским, юмористическим стилем, среди авторов были Александр Тарасов, Александр Колпакиди и Алексей Цветков. Дмитрий Костенко так описывает изначальный пафос издания:

*Что такое вообще была анархистская тусовка 80-х годов? Книжные мальчишки, которые учились на истфаках в разных городах. Которые приходили в библиотеку и обнаруживали, что Бакунин и*

Кропоткин, оказывается, не запрещены и весь советский период пролежали, пыльные, никем не прочитанные, в библиотеках. Все это читали и въезжали... "Какие глубокие идеи!" С этими идеями они шли на собрание каких-то диссидентствующих или неформальствующих интеллигентов и начинали там развивать свои концепции. Вот поэтому анархистская среда первоначально была очень цивилизная. Потом в нее пришли, уже к 1990-91 годам - панки, подонки, волосатые, все как положено. Но начинали все люди совсем не анархистского образа жизни. И они отпугнули от себя рок-н-роллерщиков, занялись своими догматическими разборками; и когда советская власть ушла, то движение начало потихонечку издыхать... А мы были левой частью этого старого анархистского движения, и мы думали: было столько людей, никто ни хуя ничем не занимается - и мы просто собрали старые адреса, стали всем писать, начали гальванизировать труп. А для того чтобы гальванизировать труп, через него лучше всего пропустить электроток. Поколоть иглками. Рефлексотерапия. И мы стали издавать листочек на принтере. Обстебывали всю эту тусовку. Это был сборник анекдотов, назывался "Новый Нестор". И рассылали по городам. Анархисты в городах читали, исходили пеной - и начинали что-то делать. Вот, собственно, как началось ИРЕАНовское движение. Мы стали такие про них гадости собирать, что пошли доносы на Запад и все такое. Оказалось, что это очень действительно, что это интересно гораздо большему кругу людей, чем тем, которым мы раньше рассылали, и у нас появились читатели вне привычного круга.

Кроме ЧЗ, супруги Костенко выпускали "Новый Нестор" - новостной бюллетень. Новости там были примерно в таком же духе. Он назывался так в честь одного совсем малоизвестного житомирского издания "Нестор", для которого было характерно "сочетание сочетание веселости, наглости, блатных ухваток и легкой сумасшедшинки". По легенде, новости "Нового Нестора" и ЧЗ составлялись следующим образом: Дмитрий Костенко садился и начинал вдохновенно рассуждать на тему всех полученных слухов и сообщений из жизни анархо-тусовки, а Люба Костенко со скоростью машинистки записывала за ним эти рассуждения. Нельзя удержаться от того, чтобы не привести здесь несколько новостей из "Нового Нестора" (печатается без исправлений):

В городе Могилеве образовалась новая анархистская группа АБОРТ (Анархисты БОряться, Радуются, Трудятся) относящая себя к мощному в нашей стране направлению анархо-сатанизма. Лидкер минской ФАБ товарищ Лелик был приглашен могилевскими чернокнижниками в начале для участия в черной мессе, шабаше сопровождающимся оргиями, а так же разделывании живой черной кошки.

#### **КОНВУЛЬСИИ ЖМУРИКОВ**

*Светлой памяти харьковского КАСа, посвящается*

Престарелый анархист из Голландии Бас Морель сообщил, что копаясь в архивах анархистского сектора амстердамского Института социальной истории, он натолкнулся на газету "Набат"... Написал туда, оттуда ответили - прислали кипу газет и вырезок из прессы. Бас решил помочь таким замечательным и активным людям и отправил в Харьков партию диктофонов и компьютеров. Тю-тю. Очередной жирный кусочек проплыл мимо рта Андриюши Сушко (АДА).

### **18 МАРТА. МОСКВА.**

18 марта перед входом на территорию стадиона "Лужники", где в этот день на Малой спортивной арене должно было состояться торжественное партсобрание коммунистов всех компартий, посвященное очередной годовщине референдума "за СССР", проходил пикет ИРЕАН посвященный тройной дате - Парижской Коммуне - февральской революции - Кронштадскому восстанию. 10.000 пенсионеров-коммунистов торжественно протопали мимо пикета, ни во что не врубаясь. Бабушки радовались молодым новым лицам на своем скушном старушечьем мероприятии. Стоявшие поодаль комсомольцы робко поглядывали на анархо-панков. Один из них подошел к анархистам и испуганно спросил: "А этот ваш, он пирожек с земли подобрал и съел..." "А ты что думал? - ответили анархисты, - у нас панки настоящие а не плюшевые. И как положено настоящим панкам питаются они - ништяками." Дамье остался пикетом недоволен потому, что не углядел в толпе ни одного рабочего.

### **АНАРХИЯ - МАТЬ РУССКОГО ПОРЯДКА?**

Атаман московских анархо-панков, бессменный лидер Анархо-радикального объединения молодежи Дымсон попался московским ИРЕАНовцам во время демонстрации 1-го мая. Из разговора с пьяным в жопу Дымсоном выяснилось, что он создает в настоящий момент крутую фашистскую организацию и по его словам есть люди которые дают ему под это дело кучу бабок. Дальнейших подробностей вытянуть из Дымсона не удалось. Новоявленный фюрер вскидывал руку с воплем: "Слава России!" и приставал ко всем ИРЕАНовцам, предлагая каждому пост группенфюрера. Но регулярно был посылаем на хуй.

Товарищ Лелик поставил своей целью истребить фашистов в Беларуси, натравив про-русских великодержавных фашистов на белорусских-сепаратистских. Для этого был организован круглый стол между фашистскими партиями. Председателем был конечно же товарищ Лелик. Результатом круглого стола стали порванные друг у друга черные рубашки. Федерация Великолитовских Националистов приговорила тов.Лелика-Новикова к повешению за организацию этого беспреддела. Тов. Лелик не унывает и готовит новит новый стол на котором, как он надеется, будет применено нарезное огнестрельное оружие. Взаимоуничтожение белорусских фашистов продлжается.

"Черная звезда" имела несколько сотен подписчиков по разным городам России. Эта и подобные сети являлись первыми образцами анархо-дистрибутивных сетей распространения. Достаточно было издать чисто символический листочек на ксероксе, как тебя включали в такую сеть, и часто можно было неожиданно получить новые издания по почте. Но среднее качество анархо-изданий, конечно же, было депрессивным: стихи "под Летова", коллажи, обязательные карикатуры, мат, несколько политкорректных материалов (против фашизма, НБП, сексизма, за легализацию наркотиков...) и название вроде "Массовые беспорядки" или "No pasaran". Это были первые печатные издания нового поколения - поколения, выросшего при перестройке. Его радикальным и бескомпромиссным рупором стал журнал "Трава и воля", издававшийся супругами Ильей Романовым и Ларисой Щипцовой-Романовой под лейблом МКА - "Московского Клуба Анархистов" в 1994-99 гг.

Илья Романов, старший по возрасту, был анархистом со стажем: свои первые издания - одноразовые "Солнце" и "Liberty" - он выпустил еще в школе, в 14-летнем возрасте. Он пропагандировал, в частности, "символический террор" - разрушение символов власти без причинения вреда живым людям. Сенсационное минирование памятника Петру I работы Церетели, а также взрыв памятника Николаю II в 1998 году были произведены под влиянием его идей. Но поистине душой "Травы и воли" стала его жена Лариса Щипцова-Романова. Когда в 1998 году Илья был арестован по обвинению в хранении наркотиков, Лариса продолжала работу над журналом и прочую радикальную деятельность. В журнале публиковались материалы с показательными названиями: "Террор. Идеология. Структура. Развитие", "А из чего стрелять россиянам?". Когда в 1999 году уже оба издателя оказались в заключении, то последний, 6-й номер журнала был издан группой читателей. В настоящее время и Илья, и Лариса Романовы находятся в тюрьмах: Лариса осуждена по известному "делу НРА" (взрыв приемной ФСБ 4 апреля 1999 года), Илья - по недавно прошедшему "пыточному" "Одесскому делу" (в ходе следствия один из подозреваемых, 20-летний Сергей Бердюгин, умер от пыток).

На 1997-99 годы пришелся новый пик леворадикального самиздата, связанный с тем, что левая сцена осознала свое существование. Происходили такие события, как аресты Ларисы Романовой и взрывы памятников, а также другие террористические акты; акции экологов, радикальных художников и антимилитаристов, включая "Баррикаду на Большой Никитской", организованную журналом "Радек", и "Против всех партий"; появился вал информационных бюллетеней, изданий и фанзинов.

Так заявляла о себе эта альтернативная субкультура, которая испытывала ярость в предошущении наступающей государственной реакции, но не имела рецептов и технологий, чтобы ее предотвратить.

Особого внимания в истории новейшего российского самиздата заслуживают заибисты. Это представители движения за Анонимное и Бесплатное Искусство. Они были, пожалуй, самыми идейными производителями самиздата. Концепция ЗАИБИ проста: она заключалась в том, что каждый человек имеет Первичный Творческий Импульс, и творит с его помощью Анонимное и Бесплатное Искусство. "Узоры мороза на стекле, песни пьяного ночью на улице – это ЗАИБИ". 1 марта считалось Днем Неизвестного Художника, который специально праздновали: 1 марта – потому что располагается между Мужским днем 23 февраля и Женским днем 8 марта, а Неизвестный Художник не имеет пола. Представители движения были очень креативны в плане разнообразного и концептуального подхода к самиздату: они печатали свои лозунги и воззвания на производственных бланках, "мавродиевках" (ваучерах МММ) и т.п., утверждая, что "все это – ЗАИБИ". Для заибических журналов и книжек выбиралась грубая бумага, служившая в то время в качестве оберточной в продуктовых магазинах. Лозунг гласил: "Хуёвое революционно, остальное буржуи купят!" Идеи движения заибистов намного опередили свою эпоху. Их главным отличительным знаком является "антикопирайт" – знак, приобретающий особенное значение в Информационную Эру.

Фанзины – это один из самых любопытных видов самиздата. Название образовано от "fan" (поклонник) и "magazine" (журнал). Как пишет Александр Бидин, подготовивший стенд фанзинов для выставки "От самиздата к тактическим медиа", *"Это любительское издание, созданное фанами определенного культурного явления, с целью осветить это явление и обратиться к остальным фанам. Фанзины являются некоммерческими изданиями: авторы статей и издатели работают бесплатно, а цена издания состоит только из стоимости производства и доставки (определение из "Википедии")*. Первый фанзин *"The Comet"* был издан клубом поклонников научной фантастики в 1930 г. в Чикаго. Выглядел он как типичный советский самиздат – тексты набирались вручную на печатной машинке.

*Распространение копировальной техники упростило производство фанзинов, увеличило тиражи, а также позволило с художественной точки зрения подойти к оформлению журналов. Техника производства была следующая: статьи и иллюстрации вырезались и клеились на основу (обычно лист бумаги А4). Так получался оригинал, который затем копировался в необходимом количестве. Огромное распространение фанзины получили во время панк-взрыва в Великобритании. Фанзины рассматривались как альтернатива слишком капиталистическим, эксплуататорским официальным СМИ, намерено не освещающим панк-движение.*

*На данный момент, вследствие появления настольных издательских систем, процесс создания фанзинов почти не отличается от создания коммерческих изданий. Несмотря на это, многие издатели фанзинов придерживаются стилистики "копировальной панк-волны".*

В России фанзины получили распространение в основном среди панк/хардкор движения и футбольных хулиганов. Хулиганы считали, что фанзин – это журнал, изданный футбольными фанатами. В интернете даже можно найти несколько статей о "фанзинах", как элементе исключительно хулиганской субкультуры.

В отличие от хулиганских фанзинов, панк/хардкор/ска издания были прямыми потомками английских фанзинов времён расцвета панка. DIY ("Do It Yourself") – идеология и леворадикальные идеи стали благодатной почвой для появления множества чёрно-белых журналов. Фанзины стали неперенным атрибутом панк/хардкор/ска концертов, лицами субкультур, не представляющих интереса для коммерческих издательств. Красные скинхеды, идейные хардкорщики, стрэйтэйджеры – все эти субкультуры получили свои собственные печатные СМИ".

Из русских представителей жанра особенно следует отметить Санкт-Петербургское издания "Ножи & вилки", наиболее компетентное с музыкальной точки зрения и первым введшее моду на красные скины (как альтернативу скинам-фашистам), хотя вообще российских зинов имеется огромное количество: *Get Up, One Touch, Гениальный ящур, Don't Panic, Безумец, Б-Р-Р-Р!, Падёж Скота, Anne's zine, On the Edge, Без Намордника, Left Hander, Гродно 2003, Skunx Times ...*

Конец 1990-х, мрачные ожидания в преддверии воцарения президента Путина, аресты и допросы в ФСБ, исполненная трагизма зимняя кампания "Против всех партий", отсутствие информационного интереса за границей и в России – вот что является водоразделом между тактическим активизмом в России XX и XXI веков. После выборов 1999–2000 гг. массовым настроением прогрессивного общества в России была деполитизация и стремление обустроить собственную жизнь, если пока не получается сделать это с общественной. Также требовалось обдумать заново и оценить сами основания, на которых строится и строилась общественная деятельность. Ведущие издания 90-х могли бы, но не стали фундаментом для информационных ресурсов позднейшего времени. Постепенно стали намечаться новые тенденции.

На смену "грязному стилю" черно-белых журналов и фанзинов пришел формат "качественного самиздата". Помню, как я был удивлен, когда в 2000 году для первомайской акции street-party активисты движения "Свои 2000" впервые распечатали листовки на принтере, но с анархо-логотипом и оранжевого цвета. Оказалось, что не требуется обязательно сохранять панковский стиль, теперь за почти те же денежные затраты, что и раньше (но с меньшей затратой сил) можно делать вещи, выглядящие красиво.

Шаг вперед происходит, когда активисты овладевают Интернетом, мобильными и цифровыми технологиями. Конечно, в мировую сеть можно за минимальное время загрузить содержание толстого журнала или трактат. Но почему тогда не создать анархическую ленту новостей, портал, список рассылки, интерактивную публикацию, открытый видеоархив? С овладением

технологиями самиздат получает новую жизнь, он мобилизуется и оцифровывается. Именно это – история, характеризующая крупнейший на сегодня в России анархо-портал "АВТОНОМ", выросший из "грязного" панковского фанзина, появившегося впервые в 1995 году.

"АВТОНОМ" появился как печатный орган Федерации Анархистов Кубани (ФАК), самыми заметными в которой были бессменный лидер товарищ кабанос (Дмитрий Рябинин), группа феминисток и хиппи-панк-раста-психоделическая коммуна "Атши". Основные темы: антифашизм, антимилитаризм, история анархии. Печатает статьи по таким ключевым для левого движения темам, как молодежная рок-музыка, история левого движения, отношение к скинхедам и НБП, экология. После образования в 2002-м всероссийской организации "Автономное действие" считается его печатным органом. Представляет собой яркий пример успешной адаптации левых в условиях информационной эры, так как, кроме бумажного варианта, успешно развивает сайт с лентой анархо-новостей (некоторые даже переводятся на английский!), форумом и библиотекой. Весной 2004-го Avtonom.org оказался в центре полемики по интеллектуальной собственности в интернете, так как размещение на портале электронной версии классической книги антиглобализма "No Logo" Наоми Клейн повлекло за собой угрозы со стороны издателей русского перевода "No Logo" – корпоративного издательства "Добрая книга". В результате, электронное "No Logo" было перенесено на дружественный украинский портал [Zaraz.org](http://Zaraz.org), тоже отличающийся инновативностью в подходе к новым технологиям.

Проект "Гетто" с самого своего основания в 2000 г. также ставит своей задачей информирование читателей о событиях леворадикальной сцены, но комбинирует их с новостями широкого спектра из областей современного искусства, западной левой политики, киберкультуры, критической теории. "Гетто" предложил модель собственно сетевой журналистики – в виде листа рассылки, комбинируемого с обновлениями на сайте – вместо распространенного повсеместно в Рунете переноса бумажных жанров журналистики в е-прессу. Когда в рамках журнала "Радек" в 1998-м году появился прообраз "Гетто" под названием "mailradek", то он имел также англоязычный вариант, и этот вариант пользовался очень большим успехом (западная критически мыслящая публика хотела знать, что происходит в России, от русских левых), но из-за отсутствия ресурсов его пришлось прекратить. Вообще, в те времена интернет-жизнь была очень хаотичной, люди еще совершенно не имели представления о таком понятии, которое на Западе получило название "netiquette" (сетевой этикет; перевести можно как "сетикет"), и, например, делая первые выпуски mailradek'a, я не знал о существовании в электронной почте опции VCC и копировал все адреса в открытую копию, что создавало возможность для любого пользоваться рассылочной базой данных (и, конечно, пользовались). Только потом пришло время обнаружить, что для рассылок можно пользоваться сервисами (и не только коммерческими

- Yahoo!, но и вполне "своими", активистскими - [Mutualaid](#)). А позже формы сетевого общения, отношение к рассылкам и "сетикету" стали утоньшаться, дифференцироваться, и можно говорить, что сейчас в Рунете уже сложилась богатая культура сетевого общения.

Также следует сказать о развитии гибридных форм медиа - того, как первые неформальные сетевые издания вступали в отношения с традиционным бумажным самиздатом. Первой ласточкой здесь было "Кривое зеркало" (1996-98) - дайджест публикаций в масс-медиа, посвященных левой сцене, созданный в Санкт-Петербурге активистом-инвалидом Александром Майшевым. Затем появились непосредственно гибридные жанры: в бумажной форме делались дайджесты материалов сетевого ресурса. Такими стали "Anarh.ru. The best off" (2000) - листок одноименного ресурса Алексея Цветкова (подаренного после партии "Евразия" А.Дугина), и дайджест первых лет существования русского портала "[IndyMedia](#)". Каждый из них вышел в числе нескольких выпусков. Эти издания выполняли непосредственную задачу донести сведения о сетевых ресурсах до тех, кто их еще не знает, и тех, кто в тот момент еще не пользовался интернетом. Они бесплатно распространялись через левоориентированные книжные магазины "Гилею" и "[Фаланстер](#)", а также по сетям знакомых. В 2004 году появилось также бумажное издание "Автонома", или АД - газета "Ситуация" - но она, к сожалению, издается без вдохновения и не имеет особого успеха.

Активисты ЗАИБИ экспериментировали с книгами, да и вообще идея самиздатовских книг также носилась в воздухе. Ее реализовал проект "гетто", издавший в 2001 году тематический коллективный сборник "Против всех П", а в 2003 - сборник "Образ жизни", которые стали примерами книжного самиздата.

Чтобы картина была полной, следует упомянуть также два весьма успешных анархических медиа-проекта, появившиеся на просторах бывшего СССР в ближайших к России странах - Украине и Беларуси и в тесном контакте с российскими товарищами.

"Навінкі" - знаменитый журнал из Минска. В течение пяти (1998-2003) лет выходил в формате газеты, достигшей тиража в 10.000 экземпляров. Язык издания был белорусский, что придавало его и без того бесшабашному юмору - совершенно незабываемый шарм. "Навінкі" артистически работали с темами и образами масс-медиа, поп-культуры, и т.д. К 2002-му году по своему общественному значению "Навінкі" в Беларуси достигли уровня культурного феномена: редакция выпускала фильмы ("Случай с пацаном", реж. С.Лобан, 2001), проводила фестивали, в ноябре 2004 года выступила соорганизатором Белорусского социального форума. После судебного запрета "за оскорбление президента" Беларуси А.Лукашенко весной 2003 стал выходить в формате цветного журнала, с приложением мини-CD, после чего его стало уже трудно называть "самиздатом": скорее, это было большое издание, вышедшее из "низового" формата. Впрочем, поступают новости, что редакция так и не освоила гляцевый жанр, и сейчас

жизнь "Навінок" фактически прекратилась. Издание никогда не имело собственного сайта, но в последнее время часть его коллектива стала инициатором создания [белорусских IndyMedia](#).

Киевский портал либертарных инициатив [Zaraz.org](#) появился в 2002-м и пару лет пользовался неослабевающей популярностью. Можно считать, что он был среди тех изданий, которые сигнализировали о началах украинского гражданского общества, получивших полное осуществление в "оранжевой революции". Портал - один из наиболее разнообразных и творческих в смысле использования современных tools и options передовой технологии. Здесь и зеркало российских IndyMedia, и аудио-файлы (вплоть до издания сборников антивоенных песен, приуроченных к иракской военной кампании - offline), и тексты (латиноамериканская библиотека "от Олега Ясинского", включая субкоманданте Маркоса, Че, Фиделя...), и онлайн-архив украинского, белорусского и российского самиздата (отсканированный: [samvydav.zaraz.org](#)), и галерея, и форум. Именно сюда после наезда со стороны копирайтеров "Доброй книги" с "Автонома" перенесли сетевую версию "No Logo" - ее можно найти вместе с "Медиавирусом" Дугласа Рашкоффа и другими передовыми публикациями. В недели киевской "оранжевой революции" Zaraz.org не спешил за сенсациями, а неторопливо и своевременно предоставлял самую нужную информацию: обзоры, полемические материалы, фотогалереи. В течение полутора или двух лет на портале действовал уникальный для левой сцены проект "IT-новости". К сожалению, он прекратил свое существование в начале 2005 года, а вместе с ним исчезло единственное подобие ленты новостей, а также единственный авторский жанр в духе современной журналистики, и сейчас Zaraz в значительной степени утратил свое прежнее обаяние. Возродить левую интернет-журналистику на Украине может только портал "IndyMedia-киев", который, кажется, скоро обещает появиться - как и в Белоруси.

И, наконец, новостью последних двух лет стало возникновение в Санкт-Петербурге левого, как оно себя рекомендует, издания "Что делать?". Это инициатива ряда художников со сцены современного искусства. "Что делать?" выпускается в формате газеты, однако, в отличие от газеты, оно не сообщает новостей, а печатает туманные теоретические тексты современных буржуазных философов, которые именуют себя "левыми". За два года газета проделала путь от совершенной неясности к несколько более сознательной позиции и к политическому самоопределению, однако по-прежнему во многом копирует толстые интеллигентские журналы по современному искусству. В этом, правда, она совпадает с западным трендом последних лет - тенденции к изданию нерегулярных сборников текстов в газетном формате (таких, как Neuro и [World-Information.org](#)), но в западном контексте их появление вызвано органичными потребностями медиа-системы. Пока "Что делать?" не введет постоянные рубрики, рефлекслирующие текущие события, пока не сменит "вечные темы" на "злобу дня", -

газета не раскроет возможности собственного формата, и останется частным изданием для ограниченного круга посетителей художественных вернисажей. А это потребует совершенно новых усилий для коллектива редакторов.

Итак, самиздат – это когда продукция выпускается "своими" и для "своих", и когда она минует разветвленные сети издателей, торговцев и всевозможных других посредников, а также связанные с этим ограничения, а именно: цензуру, товарные знаки, рекламу. Самиздат, как правило, передается из рук в руки или распространяется между теми, кто знает, как его найти. В результате роста общественного движения или поступлений в его казну достаточных средств на базе прежнего самиздания может появиться нечто новое, например, многотиражная газета или даже цветной журнал (как произошло с "Навінками"). Это может быть хорошее и прогрессивное издание, но и тогда не надо смешивать понятия: раньше это был "самиздат", а теперь это журнал или газета.

## Специфика электронной прессы

---

Однажды на конференции MediaArtLab "Pro & Contra" (2000) на панели, посвященной Рунету, кто-то из его пионеров – там были А.Носик, Р.Макаров, М.Вербицкий, Максим Кононенко ("Mr. Parker") – сообщил, что вообще не смотрит телевизор, а все новости узнает из интернета. В те времена (когда еще можно было смотреть хотя бы НТВ) такое заявление прозвучало необычно, однако прошло несколько лет, и образ жизни первых сетевиков прочно утвердился в жизни заметного большинства культурной интеллигенции. Большую роль в процессе сыграло также усовершенствование телекоммуникационных технологий, а также конкретные компании, снижавшие цену на те или иные услуги, интерес к которым в обществе был уже достаточно подогрет. Например, в 1996-м году в интернет-журналистике произошел качественный скачок, о котором [рассказывает](#) Евгений Горный:

*Cityline стал первым в России платить деньги за тексты, публикуемые на его сервере, причем деньги немалые (от 50 до 80 долларов за выпуск). Весной следующего года компания нашла инвестиции, установила 850 телефонных линий и назначила необычайно низкую цену за неограниченный доступ к Интернету – 36,6 долларов. Хотя уже в конце 1997 года было объявлено о повышении тарифов до 58,8 долларов, дело было сделано – популярность обеспечена.*

Прошло девять лет, и такую же пионерскую роль сыграла компания СТРИМ. До осени 2004 года московские пользователи Сети делились на абонентов домашних сетей и дайлапа. В результате рекламной компании, успешно проведенной СТРИМОМ (стоимость широкополосного доступа с неограниченным тарифом снизилась до

заветной цифры в 50\$) уже к началу 2005 года порядочное число москвичей (более 120 тысяч квартир) получило сильно возросшие возможности: с соединением СТРИМ можно было в онлайне смотреть клипы, проводить неустойчивый серфинг, пользоваться пиринговыми сетями.

Параллельно с телекоммуникационными технологиями совершенствовалась – отчасти по западным стандартам, отчасти на основе собственных изобретений – и русская сетевая культура, в частности культура медиа. В "Летописи Рунета" Евгений Горный дает указания, когда и как разрабатывались общие стандарты русского сетевого издания, от журналов до деловых газет: рубрикация, пропорции материалов, стилистика, – например:

*"2 октября 1996 года вышел первый номер Zhurnal.ru. Издатель – Дмитрий Ицкович, главный редактор – Евгений Горный. К проекту были привлечены практически все активные на тот момент независимые "сетевые деятели". Позиционировав себя в качестве "Вестника сетевой культуры", ZR стал "школой русской сетевой журналистики" и "испытательным полигоном русского Интернета". Помимо выпуска собственно журнала (за полтора года вышло семь номеров, пять из которых опубликованы и в бумажной версии), в рамках ZR было создано около двух десятков новаторских онлайновых проектов. По сути, это был первый некоммерческий портал. Главная заслуга ZR – то, что благодаря ему "российское сетевое сообщество доказало миру и скептикам в своей собственной среде реальность своего существования" (А.Носик)."*

или:

*"1999. Звездный состав редакции позволил привлечь внимание к проекту задолго до его открытия, и ожидания пользователей Сети были вполне оправданы: G azeta.ru заняла первые позиции в рейтингах популярности, убедительно продемонстрировав, что в Интернете можно создать информационный ресурс, не уступающий по качеству печатным изданиям, но значительно превосходящий их по оперативности."*

Другим известным общественным проектом русской сети конца 90-х стал Polit.ru. Он появился как сетевой орган самовыражения московской интеллигенции – людей, обитавших в клубах и кабаках сети "О.Г.И." Дмитрия Ицковича, и секрет его успеха и быстрого вхождения в "пятерку" самых посещаемых новостных ресурсов Рунета был, по словам политконсультанта Модеста Колерова, *"прост как 100 рублей и дорог как 100 рублей: нужно делать новости не автоматически, а с сердцем, с дистанцией"*. Успех Polit.ru был предсказуем и органичен, поскольку люди нашли способ говорить в сети так же спокойно и ненапряженно, как они разговаривали годами на московских кухнях, а потом – в кабаках "О.Г.И.". Polit.ru стал естественно популярен у людей, которые составляли на тот момент большую часть пользователей интернета, но еще не имели в нем собственного голоса.

Чем дальше, тем значительнее заходило расслоение Рунета на инфоресурсы, которые смотрят только "по долгу службы", и

которыми пользуются по собственной воле для того, чтобы быть в курсе событий. В течение первых лет нового тысячелетия мы имели неуклонное, постоянно возрастающее разделение как бумажных, так и электронных СМИ на откровенный официоз (Strana.ru, Lenta.ru, Vesti.ru...) и то, что я бы назвал гражданскими изданиями ("Большой город", "Новая газета" и весь независимый, авторский Рунет). Вместе с тем, в качестве информационных источников удобно было пользоваться той прессой, которая оставалась вне контроля государства, потому что представляла интересы опальных (при Путине) олигархов: "Коммерсантъ" (ресурс Б.Березовского) и Gazeta.ru (источник, созданный в 1999 году - что особенно любопытно - автором официозных "Ленты" и "Страны" А.Носиком, но затем полностью выкупленный ЮКОСом; со сменой редакции он не потерял качества и успешно служил надежным источником информации, особенно в том, что касалось дела Ходорковского). По поводу специфики этих изданий любопытно пишет Иван Засурский, что с их развитием назревала необходимость выработать ту форму подачи информации, которая не была бы "автоматическим" копированием приемов работы бумажной прессы, а создавала бы собственно сетевую специфику подачи информации. Поскольку считается, что интернет обеспечивает индивиду большую самостоятельность, чем другие виды масс-медиа, то здесь наиболее предпочтительной была бы "разумная, доверительная" форма: писатель как бы общается с читателем наедине. И такую форму предоставляют не ленты новостей, а отдельные взятые сетевые личности - колумнисты. Именно отсюда, считает И.Засурский, берет начало мода на персональные обозрения, личные мнения, которые так красят издания в интернете, и которые оказались быстро усвоены также бумажными изданиями. В качестве примера он приводит имена "пионеров" нашего интернета - Сергея Кузнецова, Ивана Паравозова, Леонида Делицына, Артемия Лебедева, - которые находили каждый раз свой личностный способ подачи информации и привлекали трафик одной своей фамилией.

С помощью теории "авторского подхода" к информации в Сети можно многое объяснить. Например, грандиозный успех таких специализированных изданий, как еженедельник "[Компьютерра](#)". Социологические исследования в 2004 году показали, что при небольшом тираже в 52.000 экземпляров его на самом деле читают около 400.000 читателей, притом подавляющее большинство из них читает журнал не с сайта, а передавая его из рук в руки! Именно в работе КТ редакцией был найден тот оптимальный подход, при котором обильная и информативная лента новостей сочетается с предельно индивидуализированной подачей информации: открывая каждый номер, читатель как будто попадает в собственную семью, где его ждут преподобный Михаил Ваннах, загадочный Бёрд Киви, обаятельный Леонид Левкович-Маслюк, саркастический Сергей Вильянов, задушевный Василий Щепетнев, и другие. Вероятно, также поэтому грандиозное значение имели формы совершенно неофициального, предельно личностного представления себя в Сети,

такие, как блоги. Мания [Живого Журнала](#) началась в 2001 году. Его первые российские обитатели – часто, опять же, недавние пионеры Рунета, такие, как Роман Лейбов, – создали ощущение, что *здесь, в сети*, говорить возможно все, здесь нет ограничений ни на матерную брань, ни на политическую крамолу. Своей деятельностью в ЖЖ они вполне подтвердили легендарные слова Дж.П.Барлоу из "[Декларации независимости киберпространства](#)":

*Правительства индустриального мира, вы – утомленные гиганты из плоти и стали; моя же Родина – Киберпространство – новый дом Сознания. От имени будущего я прошу вас, у которых все в прошлом – оставьте нас в покое. Вы лишние среди нас. Вы не обладаете верховной властью там, где мы собрались.*

*Мы не избирали правительства и вряд ли когда-нибудь оно у нас будет, поэтому я обращаюсь к вам, имея власть не большую, нежели та, с которой говорит сама свобода. Я объявляю социальное пространство, которое строим мы, по природе независимым от тирании, которую вы пытаетесь нам навязать. У вас нет морального права управлять нами, нет у вас и таких методов принуждения, которых мы имели бы основания бояться.*

В 2004 году появилось на свет [англоязычное исследование русского ЖЖ Евгения Горного](#), показавшее, как принципиально использование этого ресурса у русской аудитории отличается от общепринятого в мире подхода к дневниковому жанру блога: сетевые "русские мальчики" не обсуждают кто что съел на завтрак и поссорился с подружкой, а пишут стихи и поднимают вечные вопросы.

С тех пор можно сказать, что в российском пространстве общественного мнения интернет стал тем средством информации и коммуникации, которое успешно противостояло широкоформатному пропагандистскому вещанию, окружающему нас и транслируемому посредством телевидения, городского пространства (в котором чередуются коммерческие и пропагандистские биллборды) и других массовых средств вещания. Интернет двусторонен, интерактивен, он учитывает механизмы обратной связи, учит взаимодействию, в то время как официальные медиа и государственная и коммерческая пропаганда односторонни, однонаправленны, примитивны, не учитывают обратной связи и не рассчитаны на ответ. Конечно, надо помнить, что пропагандистская машина быстро присваивает себе многие достижения. Например, новостью политтехнологий стало то, что в 2004 году большинство организованных информационных акций стало нуждаться, в качестве обязательного атрибута, в собственной страничке в "живом журнале" (как, например, страничка *galerist'a* – Марата Гельмана, созданная в преддверии его проекта "Россия-2") – политика больших имиджей требовала такой как бы частной, приватной самопрезентации, как составной части рекламы. Но по-прежнему только независимая, любительская, тактическая пресса оказывалась источником качественно новых идей и структурных обновлений.

Новости – бьющийся пульс Общества спектакля. Новостные ленты, течение которых не прерывается – главный привод всех остальных масс-медиа, источник тревоги журналистов и беспокойства редакторов: не произошло ли чего, изменяющего сконфигурированную картину действительности, и не требуется ли в срочном порядке изменять мнение или ставить в номер что-то новое? Однако, подача новостей организована так, чтобы ничего по-настоящему сенсационного на ленты не проникло: в основном, материалы группируются по темам рубрик, источниками для них служат высококвалифицированные журналисты или пресс-отделы офисов компаний. Такая структура успешно обеспечивает доминирование правительственных или корпоративных источников в мире новостей, ведь кто еще, кроме основательно финансируемых изданий, может позволить себе штат высокооплачиваемых корреспондентов в разных точках планеты? Кроме того, как [пишет](#) Конрад Беккер, *"Спецслужбы мобилизуют свои службы на приготовление из сырых данных – битов информации для газетных эдиториалов. Новостные ленты использовать выгодно, журналисты и редакции охотно принимают их в качестве сводок из независимых источников. Зачем нужна цензура, если стилистами информационного тела выступает тайная разведка?"*

Но широкоформатные и профессиональные новости часто невольно срабатывают против интересов власти. Если возникшие внезапно ситуации (гражданские выступления или вооруженные конфликты) оказываются непредусмотренными и правительству неясно, с какой стороны выгодно их освещать, то ввиду необходимости быстрого реагирования агентства уже сообщают информацию. Задним числом информационная политика может быть подправлена, но ввиду необходимости соревноваться с новостными агентствами и интернетом телевидение вынуждено показывать весьма многое. Например, прежде чем определиться в отношении киргизской революции, в ее первые дни российское ТВ показывало и положительные, и отрицательные репортажи. Так интернет и условия "глобальной информационной экономики" препятствуют правительствам, которые хотели бы закрыть от своих граждан происходящее в мире. Поэтому новостные агентства, как динамический двигатель глобальной информационной экономики, обеспечивают постоянную смену "повестки дня" и являются источником бесперебойного питания для всей остальной прессы.

Крупные новостные ленты (Reuters, ИТАР-ТАСС, Lenta.ru...) продают право использования своей информации печатным и интернет-изданиям. Другие, такие как Associated Press, являются новостным "кооперативом" ряда американских изданий, объединившихся между собой для того, чтобы пользоваться общими новостями. Тем не менее, благодаря интернету появляется возможность производить мониторинг новостей из разных источников

и строить информационную политику на вторичной обработке и перегруппировке информации. Такие издания тоже имеют шанс на независимость, и на этом принципе построено действие большинства радикальных электронных изданий в мире, постоянно обменивающимися друг с другом информацией.

Бывают также специализированные ленты, сосредоточивающие свое внимание на отдельных темах или регионах (Middle East Newslіne, Regnum...). У таких изданий больше вероятность на успех и завоевание известности, поскольку штат сотрудников и организационные потребности оказываются значительно более низкими, следовательно, не требуется крупных инвестиций, за которыми обыкновенно стоят интересы групп влияния. Такие издания имеют больше шансов на самостоятельную информационную политику. Особенно заманчивой становится идея создать информационную ленту, посвященную непосредственно какой-то отдельной тематике – так, например, поступила группа антиядерного протеста "Экозащита!", создав ленту [Antiatom.ru](http://Antiatom.ru).

Однако важность создания собственной новостной службы левых стала ясна еще в 1994 году, когда группа британских сквоттеров проводила очередную экспроприацию пространства и осознала, что об этой акции некому сообщить и никто не узнает. Была основана газета [SchNews](http://SchNews), которая вскоре перешла в формат добровольной, любительской ленты новостей с анархо-сцены. Принцип SchNews таков, что каждый сообщает только о том, что он непосредственно увидел своими глазами. Служба отказывается от прав собственности на свои материалы, поднимая лозунг: "Информация нужна для действия! Копируй и распространяй!"

Появление в 2000 году [IndyMedia](http://IndyMedia) – сайтов с открытой публикацией – потому считается одним из высших достижений антиглобалистского движения, что на них была впервые предложена схема открытой публикации: *"Главной идеей Индимедии является превращение простого потребителя информации в ее производителя. Индимедию делает не столько редакция, сколько ее активисты. Активистом мы считаем любого человека, публикующего на Индимедии свои материалы"*. Было впервые оценено достоинство интернета, потенциально позволяющее демократизировать новости. Пусть публикуемая информация не сформулирована идеально лаконично, пусть новость даже грешит грамматическими ошибками и подписана автором Ganja\_ukirok, – все равно она сообщает новость с места, которую бы иначе никто не узнал и о которой бы не сообщили никакие широкоформатные агентства. Принцип открытой публикации, как правило, не нарушается, а откровенно бредовые сообщения редакция всегда может стереть. В результате, создаваемая самими читателями лента новостей представляет самый интересный, автономно ценный сегмент сайта, и например украинский портал Zaraz.org дублирует с российских [IndyMedia](http://IndyMedia) именно и исключительно эту секцию.

В Польше координируется анархический сайт [A-Infos](http://A-Infos), тоже предназначенный для новостей анархо-сцены, выросший из листа

рассылки с акцентом на Восточной Европе. На нем оперативно публикуются сообщения с мест на разных языках, однако сектантская политика редакции такова, что перед тем, как посылать новость, всегда испытываешь сомнение, а не снимут ли ее, обвинив в несоответствии анархическим идеалам на основании каких-то существующих только в сознании редакторов причин. Об этом даже предупреждает не слишком-то приветливая надпись на заглавной странице:

*А-Infos не является открытой "либеральной" службой, которая распространяет все, чему "мы" сочувствуем... это не Indymedia. Это, прежде всего, средство свободного распространения информации от и про коллективы анархистов (и других антиавторитарных революционеров), участвующих в классовой борьбе.*

Есть также интересный проект [Media-Hijack](#); означает что-то типа "угон новостей"), который печатает новости из большой прессы, заранее сообщая о том, что это может оказаться нарушением копирайта.

Однако и "IndyMedia" не всегда является совершенно свободным и открытым для публикации ресурсом. К сожалению, российский сайт IndyMedia до сих пор не стал ареной общественного мнения также из-за инертной и сектантской политики его нынешней редакции. Редакторы – Влад Тупикин и Уте Вайнманн – только на третий год своей редакторской работы с сайтом научились ставить на него картинки. Они не стремятся развивать сайт, наполнять его интересным мультимедийным содержанием, а в центральной редакторской колонке ограничиваются "отчетными" сообщениями о важных событиях, имеющих отношение к левой сцене (типа праздника 1 мая или Российского Социального Форума). Они по своей инициативе прекратили сотрудничество с проектом "IndyVideo", и совершенно не связаны с международным сетевым проектом "IndyMedia-Радио". Также следует добавить, что само их право редактировать этот сайт остается сомнительным – в 2000 году они фактически отняли его у создателя проекта журналиста Владимира Видемана (который создал "IndyMedia-Россия" по личной просьбе сиэттлской редакции), узнав у него пароли сайта, а затем начав фактически хулигательную кампанию против него, обвиняя его в "фашизме" через несколько изданий русской и немецкой левой сцены. На Первом Российском Социальном Форуме (апрель 2005 года) было принято решение о создании портала "IndyMedia-Москва", который будет более оперативным, мультимедийным, тактическим, и редакция которого будет сформирована на более демократической основе.

Для многих анархических и левых проектов, особенно из принадлежащих к "старой школе", характерна тенденция к преувеличению и дезинформации. Публикациям не всегда можно доверять, поскольку у маленьких групп сильно распространена склонность преувеличивать свои успехи и количество людей, участвующих в мероприятиях. Такие публикаторы не понимают, что

дезинформация прежде всего вредит самому левому движению, мешая ему ясно оценивать свои силы.

В моменты возрастающего социального напряжения сайты с открытой публикацией могут становиться форумами общественного мнения. Во время "оранжевой революции" в Киеве роль таких сайтов часто выполняли страницы "живого журнала". (Поскольку постить сообщения в ЖЖ может только обладатель собственной страницы ЖЖ, эти онлайн-ресурсы приносили ЖЖ сотни и тысячи новых пользователей.) Также большую роль сыграли порталы с открытой публикацией, такие, как [Maidan](#). Анархические ИТ-новости на [Zaraz.org](#) сообщили о его работе так:

*Отдельно следует отметить и команду сайта Майдан - ребята работают очень профессионально. На главной странице ресурса были вывешены контактные мобильные телефоны, по которым любой желающий мог сообщить какую-либо информацию; её сразу же оперативно размещали. Кроме этого, люди разбирали шквал писем, выбирая и публикуя самые интересные, а также вешали в левой колонке тексты "прямого действия" - чем можно помочь палаточному лагерю, как разговаривать со сторонниками Януковича, куда звонить в случае экстренных ситуаций и тому подобное.*

*Майдан также инициировал создание мобильных групп - по сигналам о каких-либо ЧП ребята выезжали на место случившегося и разбирались в ситуации, по возможности фиксируя нарушения при помощи фотоаппаратов и видеокамер.*

*Кстати, Майдан был создан ещё во времена акции "Украина без Кучмы" в 1999 году, однако за минувшие несколько лет трансформировался из новостной ленты в огромный протестный ресурс. И хоть его структура тоже слишком уж разрослась [зайдя на сайт в первый раз, очень сложно найти там требуемую информацию], всё же влияние ресурса на нынешнее поколение молодых и решительных демонстрантов очень сложно переоценить.*

Во время событий, связанных с захватом заложников на мюзикле "Норд-Ост" в октябре 2002 года, русский сайт IndyMedia на время стал центром частого и массового посещения, о чем можно было судить по тому, что на нем появлялись постинги журналистов, обозревателей и другой публики, непривычной для этого инфоресурса (привычного больше к анархам, тинейджерам, панкам, любителям панк-рока и хардкора...). Но, опять же, российский портал IndyMedia не стал рупором широкого общественного протеста. Отчасти здесь дело в тех редакционных проблемах, о которых было сказано выше, отчасти - в некоммуникабельности различных субкультур: журналист "Новой газеты" не найдет общего языка с панком, даже при наличии общих взглядов, - а также в том, что сайт с открытой публикацией не обеспечивает главного достоинства новостных лент: широкого, всестороннего охвата событий. Да, здесь можно найти информацию о тех или иных социальных выступлениях в провинции, можно прочитать тексты листовок, - но только в качестве дополнения к тому, что сообщают широкоформатные медиа. На сайтах с открытой публикацией нет

рубрик "Политика", "Экономика", "культура", нет корреспондентов из разных стран. По перекрестным ссылкам можно пройти на другие адреса IndyMedia, при знании иностранных языков прочитать, что происходит в ближней и дальней загранице, но все равно это будут новости местной анархо-жизни, а не общая картина происходящего в мире. Наилучшим способом получать новости поэтому будет ходить по разным адресам, которые обеспечат доступ к частным новостям той или иной культуры. Это потребует больше времени, но и расширит перспективы наблюдения. Например, центральный портал итальянского тактического сопротивления [Rekombinant.org](http://Rekombinant.org) содержит собственную ленту объявлений и новостей, а также отдельные "окошки" для особо интересных объявлений и новостей с дружественных итальянских и международных сайтов. Нет единой координации, нет общей редакционной политики, что считать самым важным, что менее важным, как делить материалы по темам, и т.п. На изучение информации требуется больше времени, картина получается более субъективной (потому что не все смотрят одни и те же материалы). Это - то, как работает интернет. И все же, здесь хотелось бы обратить внимание на то, что левым обязательно нужны собственные новостные службы, посвященные широким проблемам, а не только узкой сцене левого движения. Может быть, это следующий шаг развития социального интернета, тактические медиа "нового поколения"?

Нас интересуют не пересказы из лент "Вести.ру" или "Страна.ру" с обратным знаком, а новости с мест, оттуда, куда не добираются профессиональные корреспонденты, оттуда, где меры по спасению себя от агрокультурных корпораций предпринимают фермеры третьего мира, где крестьяне, вспахивающие свои поля, подвергаются обстрелам с вертолетов, где активисты везут через горы гуманитарную помощь, где аборигены защищают свои наследственные территории от корпораций, вырубаящих леса. Для этого нужно, чтобы:

а) независимые корреспонденты, вооруженные мобильником и ноутбуком, отважно путешествовали по миру;

б) чтобы люди в отдаленных краях и коммунах сами овладевали языком, тактическими технологиями, приобретали информационную грамотность.

Таким образом, лента новостей - главное достоинство новостного портала. Но тактическое инфоиздание не может ограничиться одной лентой, даже если это дело у него идет успешно.

Бумажная/электронная газета должна постоянно держать руку на пульсе событий, отслеживать и прогнозировать новые тенденции, поддерживать развитие постоянных тем, проводить последовательную политическую линию. Неминуемо возникает стремление расширять жанры коммуникации, выстраивать новые рамки медиа, скрещивать и смешивать дисциплины. К новостной ленте удобно присоединить видеоролики, комментарии обозревателей и мнения редакции. Создать специальный блог редактора, мэйлинг-лист, а также RSS-

feed, дайджест новостей с дружественных сайтов. Возникает также желание соединить информационную работу с практической деятельностью, провести акцию, организовать кампанию. Так что с приобретением опыта и развитием качественной работы для информационного издания открыт путь к интеграции с другими видами медиа-активизма.



Поваренная книга медиа-активиста  
Олег Киреев  
издательство "Ультра.Культура" 2006

## ЧАСТЬ 2: МОБИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### Введение

---

В предыдущих главах я описал "большие" области активизма, связанные с отдельными технологиями. Видеоактивизм, радиопиратство, самиздат используют технологию, переориентируя ее из потребительской в тактическую, преобразовывая ее, находя новые применения. Такой подход будет еще более заметен в последней главе, посвященной программному обеспечению и интернет-сервисам. Но есть и более частные области активизма, паразитирующие на технологиях, имеющих в широком потребительском доступе. Тактические активисты не избегают этого слова - "паразитировать". Активисты находят в потребительских технологиях возможности их применения в интересах революции или создают для готовых технологий новые опции. Как говорится в "ABC тактических медиа", *"Преследуемый должен найти способы, чтобы стать преследователем"*. Я назову эти небольшие веселые открытия "мобильными" технологиями, потому что многие из них связаны с мобильниками, а другие мобильны по своей природе: они возникают и используются мобильно, на ходу.

### Флэшмоб

---

Использование новейших промышленных достижений ИТ в организации непосредственно протестных массовых мероприятий имеет долгую историю. В 2001 году во время контр-саммита "большой восьмерки" в Генуе мобильники были впервые применены антиглобалистами для координации шествия колонн по городу. Силы порядка отреагировали на это временными отключениями роуминга в районах демонстраций. Чуть позже возник [флэшмоб](#) - хотя не будет

ошибкой сказать, что столь однозначно политизированное значение он получил только в нашей стране. Зато ближайшим западным аналогом стал сайт "Охота на Буша" – им протестующие лондонцы встретили визит американского президента в 2003 году во время подготовки иракской кампании. Сайт отслеживал маршрут Буша по городу и позволял толпам демонстрантов оперативно собираться практически везде, где бы он ни проехал.

Появившись в России в 2003 году, флэшмоб стал сначала ярким признаком русской интернациональной включенности в молодежную моду, неожиданным и приятным сюрпризом для молодых. Чуть позже он стал также наилучшим примером сознательной организации масс посредством интернета. Как известно, флэшмоб возник из [книги американского социолога Говарда Рейнгольда](#) о возможностях самоорганизации массы, "умной толпы", и правилом номер один флэшмоба является – оставаться в стороне от политики. Но он оказался, напротив, настоящим подарком и революционным ноу-хау для критически мыслящей молодежи. В условиях жесткой медиа-диктатуры, которая уже тогда явно ощущалась в воздухе, любая независимая, раскованная акция в общественном пространстве, которое у нас считается собственностью милиции, неминуемо оказывалась демонстрацией общественного неповиновения. Ряд акций был непосредственно направлен на политические проблемы. Одна из первых ФМ-акций на Пушкинской площади заключалась в том, что люди, принесшие с собой пульты от телевизора, щелкали ими в направлении огромных рекламных мониторов. Другая акция изображала собой "облаву" милиции, которая производится на рынке: десятки молодых людей посреди улицы внезапно приняли позы "руки за голову, ноги на ширине плеч". Для некоторых групп, занимающихся непосредственно политической деятельностью, ФМ в России был непосредственно подарком к кампаниям неповиновения в канун парламентских (декабрь '03) и президентских (март '04) выборов. Молодежное крыло КПРФ под руководством Ильи Пономарева провело знаменитую акцию "Вова, домой!" у бывшей резиденции нашего президента в Санкт-Петербурге, когда более десятка людей в масках Путина и с надписями на футболках типа "Метро взорвалось", "Лодка утонула", стали скандировать: "Вова, домой!" Не менее остроумные флэшмобберы в Тюмени провели акцию, когда окружили водонапорную башню и стали кидать в нее снежками, крича: "Вова, слезай!"

ФМ замечателен тем, что фактически не задействует никакого офиса и никакого руководства, а все его события организуются посредством сайта. На сайте сценарии предлагаются, обсуждаются и выбираются посредством общего голосования. Сайты [Fmob.ru](#), [Rusmob.ru](#) были в это время, может быть, центральными в Рунете трибунами демократического обсуждения и принятия решений, а также распределенной разработки, политики открытого кода.

Прошло немного времени после появления флэшмоба и первых антивоенных протестов, и выяснилось, что, даже при наличии в природе услуг GPS и Wi-Fi, интернет-сайт не является оптимальным

средством координации и связи. Новое решение было - мобильные телефоны. Весной 2004 года испанское правительство Азнара сделало попытку использовать произошедшие накануне выборов теракты для повышения своего, уже достаточно высокого рейтинга, и обвинило в них армию баскских сепаратистов ETA. Результат оказался прямо противоположным: в последние дни перед выборами улицы заполнились демонстрантами, и на выборах правительство потерпело полный крах. Для координации демонстраций и оперативного сообщения новостей были использованы SMS, и каждый, получивший новость, рассылал ее "букетом" по десяткам знакомых.

Что касается медиа-аспектов сегодняшних демонстраций протеста, то также любопытно, что недавно тактика "внедрения" (см. главу "Радио"), использованная американскими журналистами во время войны в Ираке, в 2004 году впервые была применена к акциям антиглобалистов. Теперь репортеры оказались "внедрены" в колонны протестующих. Наступит ли момент, когда активисты пиратских радио и ТВ будут вести "внедренные" репортажи из колонн спецназа или с заседаний "большой восьмерки"?

Летом того же года для протестов в ходе предвыборной кампании в США было разработано новое, совершенно демократичное решение под названием "текстмоб" ("txtmob"), программа для создания SMS-листов рассылки. Текстмоб появился на свет трудами активистов из некоммерческой организации Институт осуществленной автономии (Institute for Applied Autonomy). Предвыборная кампания был выстроена следующим образом. Поскольку здравомыслящие американцы не видят принципиальной разницы между Демократической и Республиканской партиями, хотя согласны, что "последняя вызвала несравненно больше злости", - было решено во время съезда республиканцев протестовать против республиканцев, а во время съезда демократов - против "ложного выбора". Ключевыми событиями официальной кампании были съезды партий - Демократической в конце июля и Республиканской в начале сентября. И там, и здесь новинка в виде текстмоба оказалась очень кстати. По словам одного из разработчиков текстмоба Джона Генри, *"если полицейские хватали кого-нибудь одного, тот, кто это видел, посылал txt-сообщение - и на месте моментально оказывались сотни друзей, следивших за тем, чтобы все происходило законно"*. Как сообщал журнал Wired, с помощью текстмоба *"любые новости, изменения в расписании или места встречи можно организовать буквально на лету"*.

Прошло еще немного времени - через пару месяцев во время "оранжевой революции" текстмоб появился на Украине. Пресс-релиз, опубликованный на Zaraz.org и русской IndyMedia, сообщал, что текстмоб появился, что могло означать, по крайней мере, что необходимый софтвер написан или скачан с сайта Института осуществленной автономии, русифицирован и готов к установке. Правда, о конкретных применениях текстмоба новостей не поступило.

Таким образом, активистами на сегодняшний день более-менее освоены текущие изобретения пользовательской электроники. Теперь речь зашла о шаге вперед - об освоении следующего поколения мобильных девайсов, задействующих Wi-Fi - и GPS -технологии. Они становятся все более актуальны - первым городом с полным Wi-Fi покрытием летом 2004 года стал Амстердам, за ним несомненно скоро последуют Лондон и другие европейские города. Что и говорить, если даже в Екатеринбурге в скором времени планируется открыть несколько десятков точек беспроводного доступа. Так вот, в технологиях Wi-Fi и GPS активистов и художников привлекли заложенные в них возможности локализации абонента. Они уже тестируются в качестве сервисов "для родителей" и "для престарелых". Пользователь мобильного может быть с помощью оператора локализован в той ячейке города, в которой его телефон отзывается на вызовы мачт базовых станций. Известно, что перемещения пользователя по городу также фиксируются и долго хранятся в базах данных операторов. Но оказывается, что даже в выключенном состоянии сотовый телефон может использоваться для прослушивания тех разговоров, которые ведутся поблизости, в связи с чем начальник шведской контрразведки в 1998 году публично предупредил граждан страны, чтобы они не брали с собой мобильники на конфиденциальные встречи. *"Возможности географической локализации абонента изначально заложены в саму архитектуру мобильной сотовой связи, - пишет Бёрд Киви в книге "Гигабайты власти", - Однако многие годы это было большим секретом, поскольку технология предоставляла спецслужбам и правоохранительным органам удобный инструмент для совершенно незаметного наблюдения за интересующими их объектами"*. Также с целью локализации абонента используется радиочастотная идентификация (RFID), а с целью прослушивания - устройства, позволяющие расшифровывать криптоалгоритмы связи GSM, благодаря тому, что еще на стадии разработки эти криптоалгоритмы были сознательно скомпрометированы. Бёрд Киви приводит убедительнейшие примеры того, что разведки активно сотрудничают с производителями мобильных и *"компрометируют любой и каждый компонент криптосистемы, какой только можно скомпрометировать... просто потому, что могут это сделать, а не потому, что им это нужно"*.

С введением давно обещаемого управления бытовой электроникой с домашнего компьютера возможности наблюдения и локализации потребителя, не только в открытом городском пространстве, но и у себя дома, многократно возрастут. В связи со всем этим по-новому читается утверждение Мануэля Кастельса, что наши города состоят из двух уровней: "пространства потоков" и "пространства места", первое из которых образовано потоками телекоммуникаций. Эти потоки образуют самостоятельный "уровень"

в джунглях города, это своего рода сеть нервных клеток, частично автономная относительно своих физических носителей. На своем уровне, в условиях высокой скорости, электронные и цифровые потоки и проецирующие их девайсы образуют собственную среду взаимодействия. В современной науке о технологиях принято даже употреблять слово "техноценозы". "Потоки" действуют и поверх границ городов, вспомнить хотя бы о зонах роуминга мобильных операторов. В связи с введением понятия "потоков" представляется, что уже пора переформулировать основные понятия географии. В этих условиях художники-обитатели глобальных городов возрождают "городскую психогеографию" - дисциплину, изобретенную в 1960-х ситуационистами и посвященную *"исследованию специфических эффектов, которые, намеренно или ненамеренно, оказывает географическое окружение на эмоции и поведение индивидов"* ([определение из wikipedia](#)). Город рассматривается по аналогии с программным кодом. Возник термин "open source architecture". Картографируя город по сети, посылая друг другу уточняющие сигналы, участники акций "взламывают" или "переписывают" город. Но настоящим смыслом становится преодоление городского отчуждения. Лондонская группа [Socialfiction.org](#) предложила расширить методику ситуационистов и поставить ее на "научную" основу. Методикой ситуационистов были более или менее произвольные, спонтанные, импровизирующие маршруты ("derive"). В свое время соратники Ги Дебора в своих derive не смущались отсутствием научности и, например, предлагали выбирать психогеографический маршрут, следуя за понравившимися запахами. Британская группа в 2001 году решила исследовать город по схожей методологии. Прибыв в маленькое предместье голландского Утрехта, две группы вооружились картами Рима и договорились встретиться через полчаса на Мосту Гарибальди. Однако, такой маршрут не позволил им в полной мере "раскрыть" город: участники не всегда могли свободно импровизировать, оказываясь в плену собственных идиосинкразий и ограничений. Поэтому вскоре для "деривов" были предложены новые правила. То, что получилось, теперь принято называть "алгоритмической", или "генеративной", психогеографией. Предлагается алгоритм

(например:  
второй направо  
второй направо  
первый налево  
повторить),

и участники следуют ему. Казалось бы, выполняя алгоритмы, они берут на себя роль машин, но обилие шума и хаоса, в которые вследствие выполнения однотипных строгих команд оказываются погружены участники, создает массу непредвиденных эффектов. "Это

*не чистое движение пикселей, не воплощенный флэш-мультик, а алгоритмический шум, и это нам нравится".*

В середине 1990-х в Москве возникла молодая группа, назвавшая себя "анархо-краеоведами". Часть участников входила также в движение за Анонимное и Бесплатное Искусство, другая занималась панк-музыкой. Это были совершенно деклассированные и нищие молодые люди, отчасти студенты, отчасти "проходимцы", но то, что они сделали, было в полной мере российским аналогом ситуационизма. Анархо-краеведы совершали маршруты по заброшенным районам города, - предместьям, промзонам, заброшенным стройкам, - руководствуясь Генпланом застройки Москвы 1954-го года. Проводились совместные анархо-краеведческо-заибические праздники, когда собравшаяся группа организаторов и их друзей бралась за неудобный и тяжелый маршрут, а преодолев его, устраивала праздник Первичного Творческого Импульса - это были панк-концерт или какое-то инсценированное представление плюс стихийное творчество участников: гвоздь программы обычно наступал, когда все начинали стучать чем попало по железу, которого на индустриальных объектах всегда достаточно. Сейчас неподходящий момент углубляться в тему, однако если бы краеведы или их последователи возродили свою практику с использованием мобильных телефонов - получилось бы нечто интересное. Когда они узнали про ситуационистский *derive*, то поняли, что это и есть то, чем они занимаются. Любопытно, произошло ли бы то же самое, узнай об этом художники с противоположной стороны?

Подобная пост-ситуационистская практика, но с использованием мобильных телефонов, появилась в Европе в 2003 году и получила название "локативные медиа". Она сфокусирована на работе с локализационными функциями телефонов. С помощью мобильного телефона, имеющего выход в интернет, можно "психогеографически" регистрировать свое положение, можно также обмениваться сигналами с другими участниками акции или "локализовать" их. Латышская художница Ева Аузина проследила маршрут движения произведенного молока от животноводческих ферм до городских станций сортировки, и закончила его путешествием на прилавки рижских магазинов. Вообще, любопытно, что концепт "локативных медиа" получил первое воплощение именно в Латвии, на бывшей советской военной базе [Кароста](#), освоенной и переоборудованной художниками в медиа-центр: здесь в июле 2003 года прошел первый воркшоп по "мобильной географии, посвященный исследованию того, как новейшая беспроводная коммуникация оказывает влияние на восприятие пространства, места и общественной организации". У направления появились многочисленные синонимы: геолокативность, DIY-урбанизм, тактическая картография, анархитектура. Один из теоретиков локатива Бен Расселл утверждает, что "тактическая картография" бросает вызов коммерческой картографии, так же, как "Википедия" грозит оставить без работы коммерческие энциклопедии типа "Британники". В любом случае, ясно, что она предлагает новый

обогащающий опыт взаимодействия между пространствами "потоков" и "места" и помогает узнать, или испытать, нечто новое относительно наших городов, она исследует отношения власти в проекции на географию - например, географию и топологию города, в чью архитектуру впечатаны властные отношения.

## Танцы перед камерами наблюдения

---

Для нас символом и олицетворением власти являются представители служб охраны порядка на улицах. К сожалению, никаких акций относительно них в России пока не придумано. Но для западных товарищей полицейские страшны только во время разгона демонстраций, а в повседневной жизни виртуальное насилие, наблюдение, контроль олицетворяют автоматические камеры, установленные в супермаркетах и на улицах. Как известно, в результате эскалации контроля, последовавшей за взрывами 11 сентября 2001 года, камеры снабжены различными утонченными опциями, такими как биометрическое распознавание, отображение паттернов поведения и настроения, и т.д. Небольшое преимущество камер заключается в том, что им художники и активисты уже давно и безнаказанно посвящают разнообразные изобретательные акции.

Лондонский коллектив [surveillance camera players](#) посвящает свою работу именно и исключительно этому предмету публичного пространства. Его участники настаивают, что ни разу (ни в случае с расстрелом в школе Колумбина, ни при атаке на здание WTO 11 сентября 2001 года) камеры наблюдения не смогли предотвратить трагедии, да и надежды на это мало, потому что, например, камера сканирует на предмет биометрического распознавания лица Басаева или Бен Ладена, но совершенно очевидно, что возможные теракты будут совершать не они, а рядовые члены террористических организаций. Тем не менее, на волне эскалации всеобщей слежки полицейские продолжают вкладывать деньги в одни и те же бесполезные сооружения.

С точки зрения Нью-Йоркского коллектива [surveillance camera players](#), ничего не изменилось с 11 сентября 2001 года. Как мы объявили 13 сентября 2001 года, позиция группы остается той же, какой она была и до атак. Мы выступаем беспрекословно против установки инструментов наблюдения любых видов в общественном пространстве. Камеры наблюдения никогда не предотвратили и не могли предотвратить никакой террористической атаки.

Нью-Йоркский Институт осуществленной автономии, о котором уже говорилось в связи с текстобом, предложил остроумную идею "iSee", которую можно также назвать "наблюдение за камерами наблюдения": сетевой сервис, который обозначал бы местонахождение камер наблюдения в городе, с помощью которого можно было бы выбрать маршрут в обход этих камер. Провозглашается, что таким образом участники акций и

демонстраций смогут уходить с места происшествия незамеченными. К сожалению, эта хорошая идея осталась на уровне декларации намерений, что неудивительно, поскольку трудно представить себе, как ее авторы собираются обнаруживать местонахождение камер наблюдения, разве только не проникая в секретные базы данных (после чего, естественно, полиции будет нетрудно переместить камеры наблюдения). У Института есть еще несколько столь же остроумных, сколь и бесполезных идей. Например, в прошлом году там изобрели и сконструировали "робота-граффитчика" - мобильную машину, способную передвигаться по улицам и оставлять на асфальте революционные надписи. Пресс-релиз гласит, что *"военно-полицейские технологии следующего поколения для применения в городских условиях... грозят превратить традиционные методы активного сопротивления, такие, как распространение подрывных текстов, в высокорискованное занятие. Робот-граффитчик предназначен распространять несанкционированное содержание в динамическом и враждебном городском окружении"*. Еще более изощренные и малоприменимые девайсы изобретает Бюро перевернутых технологий (Bureau of Inverse Technology) - здесь есть и компактный аэро-робот, проникающий в запрещенные зоны и ведущий видеосъемку, и радио, настраивающееся на волну чужого радиоприемника, чтобы передать по нему 5-10 секунд ружейной стрельбы, и даже онлайн-базы данных по сокращению локальной популяции воробьев. Некоторые из этих приспособлений, при условии их серийного производства, могут быть, конечно, востребованы в интересах революции. Но в нынешнем виде они имеют скорее художественное, чем активистское применение - так же, как, например, созданная другими изобретателями из Екатеринбурга, молодой арт-группой "Куда бегут собаки", глушилка для "Радио Шансон" (они ее часто незаметно включают, когда едут в такси).

Эти активистские разработки имеют целью соревнование с военно-промышленным комплексом, которое никогда не может быть выиграно. Даже можно сказать, что в своих идеях, обозначенных в этой главе, активисты пытаются пародировать военно-промышленный комплекс с его гонкой высокотехнологичных изобретений. В течение последних лет новостной отдел еженедельника "Компьютерра" не уставал удивлять читателей сообщениями о: военных роботах, выполняющих боевые и шпионские задания с дистанционным управлением; лазерных системах обнаружения снайперов по колебаниям воздуха; бомбах с GPS -наведением; базе ионного облучения, расположенной на Аляске и называемой HAARP (Программа исследований высокочастотной активности полярных сияний). Лавинообразное нарастание технологических возможностей открывает перед разработчиками пьянящие перспективы. Вот что пишет по поводу связи между технологиями управления людьми, показанными в "Матрице", и непосредственной техно-реальностью американский изобретатель, директор и основатель ряда хайтек-компаний Рэй Курцвейль: *"Толстый кабель, воткнутый в ствол мозга Нео, был*

*использован для пушного киноэффекта, но в нем нет особой нужды: все соединения могут быть беспроводными... Давайте возьмем за точку отсчета 2029 год и сведем вместе некоторые из тенденций. К тому времени мы будем уметь конструировать наноботов, микроскопических роботов, способных проникать внутрь ваших капилляров и путешествовать по вашему мозгу, изучая его изнутри. Мы почти можем создать схемы такого рода уже сейчас. Мы еще не можем сделать их достаточно маленькими, однако мы можем сделать их довольно маленькими. В министерстве обороны разрабатываются крошечные устройства-роботы под названием "умная пыль" ("smart dust"). Размер этих устройств сегодня - один миллиметр. Это еще слишком много для нашего сценария, зато этих крошек можно сбрасывать с самолета, и они могут находить нужные позиции с высокой точностью. У вас могут быть тысячи этих устройств в беспроводной локальной сети. Они могут принимать визуальные изображения, связываться друг с другом, координировать, отсылать сообщения, действовать как практически невидимые шпионы и использоваться для выполнения множества военных задач. Мы уже создаем устройства размером с кровяную клетку, проникающие в поток крови..."*

Военные располагают временем и средствами для изобретательства. Бюджет Министерства обороны США, составляющий сейчас 419,3 млрд. долларов, к 2010-му году дорастет до 502,3 млрд. Отвлекаясь (всего лишь на пару предложений) на философские рассуждения, замечу, что эти пугающие техногенные применения - единственное, что осталось современному Западу от идей прогресса. Когда-то могущественная идея покорения сил природы, идущая попутно с улучшением и рационализацией человеческого общежития, теперь осталась без этих своих прежних спутников, напротив, она эксплуатируется и используется именно в собственных интересах военно-промышленного (или "военно-развлекательного") комплекса, без всякого рационального оправдания. Но под прикрытием той же демократической риторики.

Это, как никогда более, очевидно в отношении новейших высокотехнологичных разработок - биотехнологий, пик которых пришелся на конец 1990-х, и нанотехнологий, набирающих силу сейчас. Биотехнологии погружаются в клеточные структуры, в генетику живых существ, и получают возможность модифицировать их ДНК. Нанотехнологии обнаружили возможность оперировать живой тканью на уровне молекул, разбирая и собирая клеточные структуры, что приводит к своего рода "математизации" подхода: если биотех создавал очертания взаимопроникновения и синтеза природы и технологии, то нано- относится "ко всей природе как к программному обеспечению", как пишет американский хакер, художник и активист Рикардо Домингес. Что касается последних, то нанотехнологии могут представлять для человечества угрозу более серьезную, чем атомная бомба. Создание бомбы требовало огромных, на государственном уровне, инвестиций, и ее применение вызвало бы разрушения во всемирном масштабе, поэтому такая опасность

потребовала от государств общих усилий по сдерживанию ядерного вооружения. Как замечает в статье "[Страшно, аж жуть](#)" Бёрд Киви.

Всеобщая НТ-война в принципе может оказаться столь же разрушительной на коротком временном интервале, однако при применении ядерного оружия неизбежны долгосрочные негативные последствия (радиоактивные выбросы и загрязнения), которые в случае НТ оказываются несравненно меньше. Ядерное оружие разрушает все без разбору; НТ-оружие может быть очень тонко нацелено. Ядерные вооружения требуют серьезных исследовательских работ и солидной промышленной базы; НТ-оружие можно разрабатывать намного быстрее вследствие быстрого и дешевого создания прототипов. Наконец, ядерное оружие не так-то просто доставить в нужную точку заблаговременно и использовать лишь в нужный момент; для нанотехнологического оружия справедливо прямо противоположное.

В рамках американской национальной НТ-инициативы военная доля выросла с 70 млн долларов (из суммарно 270 млн) в 2000 году до 201 млн долларов (из 710 млн) в 2003-м. Для более быстрого перехода к "новой жизни" армия США в 2002 году организовала на базе МТИ специальный Институт нанотехнологий для солдата, работающий над новыми средствами защиты на поле боя.

Военные применения биотехнологий пока не настолько распространены, но главная проблема с ними состоит в порочной практике их разработки. Ввиду приватизации исследований отдельные лаборатории (как правило, принадлежащие корпорациям) оказываются обладателями исключительного права на использование тех или иных ДНК, а ввиду закрытости этих исследований (частная собственность!) невозможно проверить, что они с ними делают. Также в связи с приватизацией, большое число государственных служб и разведок переносят свои исследования в "частный сектор". Далее, патентное право приводит к исключительной собственности производителей на виды генетически модифицированных продуктов. Это приводит к их диктатуре на рынке, которую они незамедлительно используют.

В то время, как общество еще не опомнилось от шока, связанного с распространением компьютеров – корпорации уже запускают новые исследования и серийные производства, в темпах, которые соответствуют их интересам, но не возможностям общественной рефлексии. Пока художники пытаются осмыслить изменения, произошедшие с нашим ослепленным обществом, некоторые передовые, авангардные группы все же берутся за осмысление этих новых поколений технологии – био- и нанотеха. Таковы ветераны тактически-артистической практики и одни из самых плодотворных теоретиков тактического сопротивления – американский коллектив [Critical Art Ensemble](#), состоящий из пяти художников и основанный еще в 1986 году. На сайте коллектива [www.critical-art.net](http://www.critical-art.net) находятся книги и документации художественных работ, посвященных биотехнологическому сопротивлению. Как группа технологичная, особенно много внимания CAE уделяет критике

современного технологического развития, осуществляемого под контролем корпораций и игнорирующего возможности нон-профитного, экспериментального развития технологий. Она исследует подходы и к био-, и к нано-технологиям, но последнее время особенно много работ было посвящено генной инженерии. В художественных проектах группа демонстрировала то, "как это работает" - то есть, операции получения трансгенных продуктов, а также выгоды, получаемые от этих операций кампаниями и правительством США. Последние работы были связаны с демократизацией технологии: они показывали, каким образом рядовой потребитель может узнавать о ГМО-продукте больше, чем на нем написано (а написано бывает только, ГМО он или не ГМО), и определять свою долю риска и пользы от его употребления. Но история показала, что заниматься этим - рискованно.

12 мая 2004 года со Стивом Курцем, участником и теоретиком CAE, случилось сразу несколько трагических вещей. Ранним утром от внезапного сердечного приступа умерла его жена. Курц вызвал "Скорую помощь". Увидев в квартире передвижную лабораторию для опытов, врачи обратились в полицию. В результате подразделение борьбы с терроризмом провело в квартире длительный обыск. Несмотря на то, что аппараты, использовавшиеся Курцем, неоднократно демонстрировались на выставках, находятся в легальном коммерческом доступе, и не могут причинить никакого вреда, - художник был арестован, а квартира объявлена зоной опасности. В июле Верховный Суд США предъявил Курцу и его коллеге по CAE, профессору генетики в Питтсбургском Университете Роберту Ферреллу, обвинение по четырем статьям, влекущее максимальное наказание в размере 20 лет лишения свободы или 250 000 долларов штрафа. Подозрение медбратьев и медсестер относительно лаборатории не было признано за досадное недоразумение - обвинение касается незаконного хранения и использования био-веществ, "не оправданного профилактическими, исследовательскими и другими мирными целями". За тем, что художественная деятельность не включена в разряд "мирных целей", отчетливо просматривается обстановка и дух антитеррористической эпохи. Надо также отметить, что с процессуальной точки зрения все действия полиции, от поспешного ареста до предъявления обвинения, были выполнены, и оказались возможными, благодаря действию пресловутого Патриотического Акта. Работы CAE были направлены на воспитание сознательного, критического отношения пользователей к рыночному высокотехнологичному продукту. По причудливой логике судьбы, именно такое отношение потребителей к технологиям стало непосредственной причиной ареста, когда врачи "Скорой помощи" почувствовали нечто непонятное, но подозрительное в стоявшей дома к Курца странной аппаратуре.

Художники, артисты, ученые, культурные деятели всего мира проводят мероприятия, вечера поддержки Стива Курца, акции протеста перед посольствами США в разных странах. Образован [Фонд защиты CAE](#). Конрад Беккер в статье под названием "Террор,

свобода и семиотическая политика" (венский журнал "kulturRisse", 03/04) утверждает, что и впредь именно те действия активистов, которые связаны с киберпространством, новейшими технологиями и информацией, будут пресекаться строжайшим образом, оказавшись фактически приравнены к "террористической угрозе" (хотя на деле не имеют с ней ничего общего), именно потому что делают прозрачными самые важные и скрытые интересы. *"Физический спектакль будет заменен символическим доминированием в информационном пространстве, гипнотическим повторением и вынужденным производством тишины"*.



Поваренная книга медиа-активиста  
Олег Киреев  
издательство "Ультра.Культура" 2006

## ЧАСТЬ 2: ПРЕССА

### Введение

---

*Даже торговец шерстью должен думать не только о том, чтобы подешевле купить или подороже продать, но и о том, чтобы вообще беспрепятственно могла вестись торговля шерстью.*

*Б.Брехт, "Галилей"*

Континент Linux - это основа будущей цивилизации. Свободное программное обеспечение и распределенная разработка - это новые, некапиталистические способы производства, открывающие человечеству возможности изменить свое существование к лучшему (можно назвать их коммунистическими, или анархическими, или как-то еще). Как и многие другие возможности из прошлого, они могут быть не использованы, использованы неэффективно, забыты, проданы, - но с начала 1990-х именно благодаря им были заложены новые модели общественного взаимодействия и сотрудничества. У скептиков наверняка готовы возражения, но пусть они ответят на вопрос: когда еще в истории каждый единичный индивид, овладев навыками работы, мог получить в свою полную собственность свои средства производства? Когда еще целая сеть таких индивидов получала возможность обмениваться сведениями и разрабатывать совместно, без всякого контроля и наблюдения, собственное производство, а также усовершенствовать сами основания этого производства - коды? И эта возможность была бы непосредственно внедрена в производственную технологию? И - что, может быть, самое главное - у этой технологии имелись бы столь обильные предпосылки для совершенно свободного и бесплатного распространения? В свете этого становится понятно, насколько на самом деле велики возможности, которые уже существуют в мире и которые многие из нас не замечают. Коммунизм уже построен - пусть и внутри малого сообщества open-source программистов и хакеров.

В свете этого становится понятным возникновение смелой утопии open source'ного коммунизма, предложенной немецкой группой Oekonux:

*Представляется, что общество труда, и, таким образом, обмен как основа общества пришли к своему историческому концу. На первый взгляд это пугающе напоминает сценарий коллапса, но это также открывает возможность для нового общества, которое преодолеет недостатки предшествующего; общества, для которого главной задачей будет благосостояние всех людей на планете. Тезис заключается в том, что GNU/Linux представляет собой столбовой камень на пути к этой задаче. Столбовой камень опознается по тому факту, что он обладает определенными специальными характеристиками, которыми не обладают никакие другие продукты.*

Здесь, конечно, нет возможности рассказывать историю Linux, или углубляться в подробности open source-программирования, – любое такое поспешное описание только ограничит тему, которой следовало бы посвятить, и уже посвящают, целые библиотеки. Я могу только коснуться программирования с открытыми кодами как области, развивающейся самостоятельно и параллельно с тактическим медиа, и часто неизбежно входящей с ними в симбиоз: подавляющее большинство тактических ТВ-станций в Аргентине и Италии работают на свободном программном обеспечении, также как и сотни других тактических инициатив. От проблематики open source я перейду к другой проблеме большого масштаба – интернет-сервисам, электронной публичной сфере и вообще публичной сфере, как сфере, в которой информация и коммуникация становятся независимы от посягательств частного капитала, правительств и разведок. И на этом закончу книгу.

## Краткая история UNIX и интернета

---

На заре истории вычислительной техники подходы к ПО еще не были выработаны. Преобладало убеждение, что программные продукты должны распространяться бесплатно, по крайней мере, в образовательных целях – компания AT&T, из недр которой появилась первая ОС UNIX, продавала право на ее использование коммерческим структурам, но уступала за просто так университетам.

ОС UNIX разработали программисты Деннис Ритчи и Кен Томпсон в 1969 гг. в Bell Laboratories концерна AT&T. Начиная с 1969 года, AT&T и Bell Laboratories выпускали версии UNIX, переписывавшиеся на разных языках (языки В и С). В то время, в результате действующих в США антимонопольных законов, AT&T могла разрабатывать, но не продавать программные продукты. В 1974 году ОС UNIX была передана для использования университетам вместе с исходным кодом и разрешением вносить в него изменения. Право на использование кода с тех пор определяется лицензией, под которой

распространяется ОС или отдельные программы. Тем не менее, в 1984-м AT&T сделал попытку заявить права собственности на UNIX, в знак протеста против чего программист Ричард Столлман учредил Фонд Свободного программного обеспечения (Free Software Foundation), начавший распространять программные продукты под лицензией GNU – что означает право бесплатно распространять их с тем условием, что тот, кто их получил, будет распространять их также бесплатно. Для этого FSF патентует программу, а затем распространяет ее под лицензией GNU. Также для этого предложен термин "копилефт" – как противоположность "копирайту".

В 1986 году по заказу DARPA (Агентства перспективных исследований) Министерства обороны США в университете Беркли на основе UNIX была разработана свободная ОС BSD (Berkeley Software Distribution) с интегрированным протоколом TCP/IP, которая впоследствии стала основой интернета. Также она положила начало целому ряду свободных ОС – NetBSD, FreeBSD и OpenBSD. А в 1991 году двадцатидвухлетним финским хакером Линусом Торвальдсом, также на основе UNIX, создается главная на сегодня свободная ОС – знаменитая Linux. Именно она, появившись одновременно с мировым интернетом, создала основу для развития свободного программного обеспечения. Linux разрабатывается множеством программистов-любителей, а также коммерческими компаниями, специализирующимися на свободном ПО; создаются новые программные ядра, приложения, "железо", растут Linux-сообщества и сетевые сервисы, также в последние годы все больше правительственных структур задумываются об отказе от слишком настойчивых услуг Microsoft'a и переходе на свободное программное обеспечение (об этом позже). Также, основа функционирования интернета – серверы – остается пока единственным сегментом рынка, на котором корпоративный натиск терпит поражение: около 60% серверов в мире действует под управлением ОС для серверов Apache, написанной с открытым кодом под Linux.

Теперь немного об истории интернета. Как уже говорилось, впервые прообраз сети в 1956–62 гг. разработали советские ученые С.Лебедев и В.Бурцев и применили его в 1958-м на испытаниях на полигоне Сары-Шаган в Казахстане. Исследователь Александр Нитусов утверждает, что США приступили к аналогичным исследованиям, только получив соответствующие "новости" от разведки. С другой стороны, Мануэль Кастельс приводит убедительные примеры того, что на Западе также имелись разработки в духе будущего интернета, например, идеалистические утопии всеобщих сетей знания Нельсона и Энгельбарта. Как бы то ни было, брежневская командная система быстро отказалась от развития советских информационных технологий при опоре на собственные силы и примерно со второй половины 1960-х годов предпочитала красть готовые машины и программы с Запада. А инициатива по разработке сетей последовала в 1969 году и исходила от Агентства перспективных исследований (DARPA), главного мозгового центра высокотехнологичной военной машины

США. Проект отвечал задачам создания такой сети управления, которая бы не подвергалась опасности мгновенного разрушения в случае направленного ядерного удара (очевидно, со стороны Советского Союза). Для построения первой интерактивной компьютерной сети была использована смелая для того времени технология коммутации пакетов. Сети начали действовать в нескольких университетах и исследовательских лабораториях, постепенно объединяясь (военные вскоре выделили для себя отдельную изолированную сеть milnet). Пользователи из университетских кругов видели в ней все больший толк. Одни из первых пользователей Arpanet, хакеры-студенты, впоследствии заслуженные гуру интернета Карр, Крокер и Сёрф, писали в 1970-м году: *"Мы обнаружили, что в процессе подключения машин и эксплуатации объединенных систем устанавливается большой объем связей между персоналом, работающим в разных узлах сети. Возникающая в результате этого смесь идей, дискуссий, разногласий и решений была в высшей степени освежающей и благотворной для всех участников, и мы считаем это человеческое взаимодействие ценным побочным продуктом всех усилий"*. Именно пользователями-хакерами, а не военными, в течение последующих лет были выработаны основные технологии, составившие ценности интернета: в 1972 году - [электронная почта](#), в 1979 - электронные конференции, а в начале 1990-х, при ведущей роли англичанина Тимоти Бернарса-Ли - [Всемирная Паутина](#). И только в 1994 году у интернета возникает "графический интерфейс" для пользователя - браузеры, сначала Netscape, потом Internet Explorer.

Именно слияние этих двух технологий - операционной системы и интерактивной всемирной сети в единое целое - открыла нынешнюю эпоху Всеобщей Информации. Удивительным образом, они смогли избежать патентования, выйти за пределы и военно-промышленного комплекса, и корпораций. Информационные технологии развивались благодаря доброй воле и солидарности исследователей, первых программистов и хакеров: Денниса Ритчи, Билла Джоя, Роберта Кана, Винта Сёрфа, [Тимоти Бернарса-Ли](#) и тех сообществ, которые организовывались вокруг них. С самого появления компьютеров их творческое, а не коммерческое использование приобретало все больший размах: на небольших конференциях-встречах распространялись коды (в самые ранние времена - еще на магнитных носителях), по первым сетям ARPANet и Usenet, имевшим военно-университетское происхождение, происходил обмен данными. Мануэль Кастельс [указывает](#) на тот парадокс, что именно введение сети в использование военными заложило основу для ее последующего распространения, поскольку послужило причиной для инвестиций, новых разработок, адаптации новых решений; но сеть не могла бы развиваться в то, чем она стала, находясь исключительно под контролем военных (как в Советском Союзе), или в ведении государственных чиновников, или в руках частного бизнеса, ориентированного на быстрые прибыли, она стала такой потому, что оказалась в пограничной области всех этих интересов, и смогла

распространиться также за их пределы благодаря совместному творчеству коммерчески немотивированных людей. Именно последнее – "освоение" сети – позволило ей остаться вне коммерческой собственности, когда права на нее все-таки стали предъявляться (например, как в случае с компанией AT&T).

Первооткрывателей и пионеров интернета тоже можно было бы назвать "тактическими медиа-активистами", если бы для них не существовало более привычного аналога "хакер". Хакер, в изначальном понимании этого слова – не тот, кто взламывает коды и частные базы данных, а тот, кто пользуется программами, о которых знает, как они сделаны, потому что может разобрать их "по косточкам" и проверить качество. Хакерами были все пионеры интернета, потому что тогда не существовало "дружественных интерфейсов" с иконками, компьютер управлялся из командной строки, и ни одна программа не была закрытой. Поэтому Кастельс говорит, что история сети представляла собой "саморазвитие интернета: формирование сети путем ее использования". То есть, технология развивалась не потому, что ее кто-то по чьему-то указанию развивал, а потому, что каждый, кто имел с ней дело, относился к ней как к части своей жизни, которую можно совершенствовать.

Для нас в России это очень важно понять. У нас до сих пор сохраняется очень стойкое ощущение, с которым следовало бы бороться: в 1990-е мы, или многие из нас, много слышали о появлении и первых шагах интернета, однако воспринимали это как что-то очень далекое, открытое кем-то где-то далеко и без нас. Может быть, это ощущение было неотъемлемо от самосознания страны, потерпевшей крушение, или, может быть, это было общее ощущение того исторического момента накануне миллениума – теперь мы не можем себе этого позволить, теперь мы должны взять свое программное обеспечение в собственные железные руки.

## **Информация хочет быть свободной**

---

Успех компании Microsoft был определен тем, что она попала к открытию рынка персональных компьютеров. Это был 1975 год, когда студент Принстонского университета Билл Гейтс и его приятель Стив Баллмер написали эмулятор языка BASIC для первой модели ПК Altair 8800. По легенде, увидев в журнале сообщение о появлении модели Altair, Баллмер тряс номером перед лицом Гейтса и кричал: "This is it! This is about to start with!" Создав эмулятор для языка BASIC – не уникальный, не гениальный, но своевременно выпущенный продукт, ставший промежуточной ступенью между языком вычислительной техники и первой моделью персонального компьютера. Следующим новшеством, последовавшим в 1982 году, была разработка операционной системы с графическим интерфейсом, которой стала Windows 3.1. Все остальное – дело

коммерции. Как получилось, что создатели эмулятора Basic стали требовать за его использования деньги, как добились того, что Win 3.1 стала предустанавливаться на 80% компьютеров, изготавливаемых в мире - это, как [пишет](#) историк вычислительной техники Дмитрий Румянцев, "совсем другая история". Случай Microsoft получил свое значение в свете истории значительно более поздней, когда в 1994 году компания получила возможность захватить мировой рынок ПК, присвоила себе фактически монопольные права и начала диктовать не только бизнесу, но и правительствам свои условия. Основная проблема в том, что программные продукты Microsoft выпускаются с закрытым кодом - то есть так, что пользователь лишен возможности проверить, как написана и работает эта программа и насколько конфиденциальны документы, создаваемые с ее помощью, он не может также просмотреть и модифицировать программное ядро системы, чтобы оптимизировать использование компьютера под свои потребности. Поэтому выпуски новых программ с проприетарным ПО/закрытым кодом сильно отличаются от выпусков программ, написанных на основе открытого кода Linux. Любую программу с открытым кодом (open source) можно модифицировать и предложить Linux-сообществу для обсуждения. В случае с релизами закрытого ПО пользователи вынуждены ограничиваться посылаемыми в штаб-квартиру компании баг-репортами. Как говорит один из экспертов в фильме "The code Linux" (реж. Ханну Путтонен), *"Microsoft - это очень традиционная модель бизнеса: мы знаем технологическое ноу-хау; мы сохраняем его в секрете; мы производим продукт; и мы получаем за это деньги"*. Свободное ПО совместимо со всеми, и в том числе MS-овскими, форматами файлов; с помощью ОС Suse вы сможете прочитать и файл в формате Open Office, и в формате Microsoft Word, в то время как Microsoft Word не читает ни одного документа, созданного в формате чужой ОС. Более того, MS не удовлетворено тем, что пользователи не отказываются от прежних версий собственно MS-вских программ при выходе новых, пусть эти новые даже обещают никакого особенного преимущества, и поэтому новые версии с "очаровательной непосредственностью", по выражению одного из авторов "Компьютеры", часто оказываются несовместимыми со старыми документами или железом.

Казалось бы, едва ли кто-то в богатых западных странах сейчас задумывается о революции, ставящей целью ниспровержение частной собственности. Частная собственность существует там уже многие сотни лет, и ни разу в повестке дня, даже у протестных движений, не стоял вопрос об ее упразднении. Однако вопрос теперь ставится иначе. Главным богатством в Информационную эру является не недвижимость, не банкноты и акции, а информация. Благодаря информации растут и падают акции, устанавливаются цены, то есть, приобретаются все остальные богатства. Но как сделать информацию частной собственностью?

Технологии Информационной эры таковы, что информация может передаваться и передается без траты сил, без потерь качества,

бесплатно. Если в прошлом некоторая цена могла взиматься за материальные носители информации, такие, как книги, то теперь, совершенно безболезненно, экономика и технологии создали условия, в которых главная ценность может быть совершенно доступна для всех. Казалось бы, мечта всех социалистов; но не капиталистов. Условия жизни изменились, но ее хозяева остались прежними. Поскольку переход от старой формы распространения богатства к новой произошел внезапно, она вступает в отчаянное противоречие со всеми прежними кодексами и нормами. Для того, чтобы сохранить порядок вещей в старом виде, предпринимаются чудовищные усилия, совершаются с виду абсурдные и смехотворные действия, которые, однако, приводят к конкретным тюремным срокам и большим штрафам для многих людей. Информация может передаваться, не создавая дефицита - "давайте же создадим дефицит искусственно, ведь капиталистическая экономика не может без него существовать".

Джон Перри Барлоу, основатель [Electronic Frontier Foundation](#), открывает статью "[Продажа вина без бутылок](#)" цитатой одного из отцов-основателей американского государства Томаса Джефферсона: *"То, что идеи должны беспрепятственно передаваться от одного к другому по всему земному шару для морального и взаимного наставления человека и улучшения его состояния, кажется, было нарочито благосклонно задумано природой, когда она сделала их распространяющимися, подобно огню, по всему пространству без уменьшения их плотности в любой точке, и подобно воздуху, в котором мы дышим, двигаемся и имеем свое физическое существование и который не может быть ограничен или составлять исключительную собственность. Таким образом, изобретения по самой своей природе не могут быть предметом собственности"*.

Далее он пишет:

*Говорят, что акулы умирают от удушья, если перестают двигаться. Практически то же самое можно сказать об информации. Информация, которая не движется, существует только потенциально. По крайней мере, до тех пор, пока ей снова не разрешат двигаться. По этой причине, сокрытие информации, свойственное бюрократии, является специфическим порождением ложно направленных систем ценностей, основанных на законах материального мира.*

*Центральное экономическое разграничение между информацией и материальной собственностью состоит в способности информации быть передаваемой без отчуждения от исходного владельца. Если я продам вам свою лошадь, я не смогу на ней ездить. Если я продам вам то, что я знаю, мы оба будем знать.*

Между тем, патентование - это один из самых успешных видов регулирования, наиболее широко применяющийся в высокотехнологичных областях производства. Патентование есть также один из тех китов, на которых держится глобализация: все страны, присоединяющиеся к мировым экономическим договорам,

таким, как ГАТТ, НАФТА, вступающие в мировые организации, такие, как ВТО, обязываются выполнять ограничения, касающиеся интеллектуальной собственности и авторского права. По идее, "авторское право" означает, что только автор может владеть правами на воспроизведение своего научного открытия, или произведения искусства. Но выяснилось, что авторское право можно купить. Как известно, музыканты группы The Beatles больше не могут исполнять ряд своих собственных песен, поскольку авторские права на них купил Майкл Джексон. В высокотехнологичной промышленности авторские права на те или иные технологические решения часто покупаются большими корпорациями, производящими тот же товар по иной технологии, - и покупаются для того, чтобы быть положенными под сукно, поскольку тогда ими не смогут воспользоваться конкуренты, а производство товара будет продолжаться тем же образом, что и раньше. Есть еще много преимуществ, которые приносит обладание пакетами патентов в какой-либо области. Есть патенты, которые формулируются максимально широко, с тем, чтобы вместе с уже готовым частным изобретением "застолбить" за фирмой-изобретателем всю область, и ею не мог бы свободно заняться кто-то другой. Существуют спекулянты-посредники - небольшие фирмы, вся работа которых сводится к тому, что они ничего не производят, а только занимаются патентованием с целью получать лицензионные отчисления или шантажировать изобретателей судебными тяжбами. Как признался руководитель одного из отделений IBM - крупнейшего патентодержателя - выгода от коллекции патентов на одну часть состоит в лицензионных отчислениях и на десять частей - в получаемом благодаря этой коллекции доступе к патентам других фирм. Таким образом может быть запатентовано фактически любое изобретение, уже используемое, но не защищенное. Бизнес патентования начал нарастать, как снежный ком, одновременно с коммерциализацией информационных технологий: в 1976 году в США было выдано 766 софтверных патентов, в 1992 - 5 938, в 2001 - 25 973. А четыре года назад в Австралии юристом Джоном Кеогом было запатентовано... колесо. На счастье, этот юрист сам известен как активист борьбы против интеллектуальной собственности и сделал это для того, чтобы показать всю нелепость нынешнего развития в этой области.

Появление патентования произошло на заре промышленного капитализма, чтобы защищать права капиталиста-изобретателя, внедряющего новую технологию. Но в индустрии программного обеспечения они не могут успешно выполнять даже этой роли, поскольку, словами обозревателя "Компьютерры" Федора Зуева, *"тут нет механического конвейера или мануфактуры, которая из года в год, из десятилетия в десятилетие выпускает один и тот же товар, нет технологической цепочки - поля для изобретательства. А такое производство - важнейшая часть парадигмы, вокруг которой строится патентное право"*. Следует добавить также, что основные нормы патентного права, распространяемые сейчас в мире, - это

нормы американского законодательства, оставшиеся фактически одними и теми же со времен Войны за независимость, когда они были созданы специально с целью облегчить "пиратство" технологических изобретений американскими промышленниками у английских.

Под влиянием унифицирующей глобализации американского образца по миру в последние годы широко распространяется патентование программных алгоритмов. Запатентованные алгоритмы больше нельзя использовать, потому что это будет нарушением авторского права. Это можно объяснить по аналогии с геометрией: закон позволяет патентовать авторские доказательства той или иной теоремы, но вот некто начинает патентовать аксиомы, чтобы никто больше на их основании не мог бы строить доказательства дальнейших теорем. Патентование алгоритмов открыто противоречит антимонопольному международному праву, однако практика такова, что вновь и вновь европейские национальные суды признают тот или иной патент недействительным, но патентование, осуществляемое патентными бюро, продолжается: суд сможет рассмотреть следующий инцидент не ранее чем через год, ему требуется время для изучения, а также юристы и адвокаты, в то время как здесь и сейчас могут быть упущены конкретные прибыли!

Тирания режима интеллектуальной собственности становится все более жестокой. Одновременно с борьбой за новые рынки, корпорации стремятся сохранить за собой рынки уже завоеванные и лишить пользователей проприетарного ПО возможности выбирать между их и какой-либо еще продукцией. По сравнению с откровенно грабительским отношением к пользователям, практиковавшимся в "дикие 90-е" (когда можно было выпустить новую версию "винды", которая отказывалась бы обслуживать периферийные устройства, работающие с прежней версией, так что покупка новой версии ОС влекла за собой покупку нового модема, принтера и т.д.), - теперь методы подчинения становятся более тонкими, но не менее ощутимыми.

В развивающихся странах, где потребители не в состоянии купить лицензионное программное обеспечение и используют пиратское, выдаются большие "гуманитарные" гранты и предоставляются льготные или бесплатные пожертвования в виде компьютеров и программного обеспечения, для того чтобы "подсадить" местный рынок на windows и впоследствии продавать на нем свои продукты по обычной цене. В 2006 ожидается появление новой версии ОС windows Vista, которая не позволит вам устанавливать на свой собственный компьютер ни одной программы, кроме купленных непосредственно у производителя и непосредственно вами: каждой программе будет присваиваться индивидуальный номер, и ввиду всеобщей подключенности компьютеров к интернету перед установкой ОС будет спрашивать сетевую базу, можно ли установить эту прогу. Компании пытаются привязать каждый проданный экземпляр к конкретному потребителю так, чтобы никто кроме него не смог им воспользоваться. Как

говорит Конрад Беккер, это "что-то наподобие новейшего информационного феодализма, который учреждается в сфере интеллектуальной собственности, что значит также - в сфере контроля над сознанием... Уже есть примеры такого рода, касающиеся лицензирования книг, и если дела пойдут таким образом, то без лицензии вы не сможете читать "Алису в стране чудес" своим детям. Если песню "С днем рожденья" запатентовать, то ее надо будет запретить к показу на телевидении".

А Джон Перри Барлоу замечает:

*Это судно, сиречь совокупный канон авторского права и патентного законодательства, было построено для транспортировки форм и методов выражения, сущностно отличающихся от того эфемерного груза, которым его нагружают сейчас. Оно протекает как изнутри, так и снаружи.*

*Юридические усилия удержать на плаву старый корабль проявляются трояким образом: как лихорадочная перестановка стульев на палубе; как строгие предупреждения пассажирам, что если корабль пойдет ко дну, то им грозит суровое уголовное наказание; и как невозмутимое отрицание происходящего.*

## Это драгоценное слово "share"

---

Самыми яростными ревнителями интеллектуальной собственности и авторского права в последние годы стали звукозаписывающие компании. Они требуют, чтобы их продукцию покупали в магазинах, поэтому любой способ послушать музыку как-то еще представляет опасность для их бизнеса. Такие же проблемы возникали в 1980-е в связи с распространением видеомэгнитофонов, и тогда точно так же киноиндустрия видела в них угрозу, что потребители будут копировать друг у друга фильмы вместо того, что покупать каждую отдельную копию в магазине. Теперь музыкальная индустрия увидела угрозу для себя в файлообменных сетях. Кроме того, что музыку, записанную в файл в формате mp3, можно передать другу на CD-Rom'e, ее можно также послать по электронной почте, а также можно организовать файлообменные (пиринговые) сети, из которых пользователи будут скачивать то, что они хотят. [Пиринговые сети](#) (от "peer-to-peer" - приблизительно "от равного к равному") организованы так, что пользователи, установившие у себя на компьютере (опять же из сети) программу для скачивания, выставляют собственные mp3-коллекции для всех, и также могут скачивать у других пользователей то, что находится на компьютерах у них. Первой такой пиринговой сетью стала возникшая в 1999 году Napster. Когда группа Metallica узнала, что ее музыку можно скачать из сети за бесплатно, то подала иск, в результате которого Napster был закрыт. Теперь это - коммерческий интернет-магазин музыки, в котором за скачивание музыкальной композиции ты расплачиваешься онлайн со своей

кредитной карты. Но с тех пор возникли новые сети E-Donkey, KAZAA, [Soulseek](#) и другие, которые пока избегают карающей палки закона. Тем не менее, война идет пока не на смерть, но ее предметом является свобода. Иски, поданные звукозаписывающими корпорациями МРАА и RIAA в суды США осенью 2004 года, включали несколько сотен обвиняемых, среди которых больше половины составляли студенты, скачивавшие музыку из домашних сетей. Иски предусматривали штрафы в размере от 30 до 100 тысяч долларов за каждую скачанную композицию.

Неизвестно, что подвигло группу Metallica подать свой иск, но их случай был на всю катушку использован звукозаписывающими компаниями, которые кричат на каждом углу, что они "охраняют интересы музыкантов". Надо спросить, сколько же прибыли получают музыканты от компаний, так защищающих их интересы. Может быть, Metallica или какие-нибудь другие популярные исполнители, типа Бритни Спирс или Энрике Иглесиаса, продающие ежегодно несколько миллионов дисков, получают больше, но средний процент прибыли, которую музыкантам уделяют от продаж – 8-15%. Для рядовых или молодых исполнителей, не имеющих столь обеспеченного менеджмента, звукозаписывающие компании – это "неизбежное зло", а, в частности, пиринговые сети – редкая возможность "раскрутиться", стать известными. Поэтому многие из них, например, испанский певец Игнасио Эскобар, выступают под лозунгом: "Please pirate my songs!"

Также существуют пиринговые сети для программного обеспечения, сети с "крякнутыми" программами и с "кряками" для программ, и с ними тоже ведется беспощадная борьба. Но дело заходит гораздо дальше. Современная культура и, в частности, цифровые технологии естественно породили ряд художественно-артистических практик, напрямую сфокусированных на свободном обмене информацией и непосредственном цитировании чужого труда. Хорошо известное представление культуры постмодернизма о "гипертексте", казалось бы, напрямую требует интеграции разных текстов в одно глобальное общее произведение, свободного цитирования разных текстов. Постмодернистская теория находит свое продолжение в практике диджеев, микширующих музыкальные трэки. Не так давно в Италии был арестован и приговорен к фантастическому штрафу в 1,4 млн евро бразильский диджей, за то, что использовал в своей сети нелегальные трэки! В большинстве стран Европы и США за клубами наблюдают специальные аудиторы – официальные представители звукозаписывающих компаний в сопровождении сотрудников правоохранительных органов. "Музыкальный спецназ" следит за тем, чтобы в клубах звучали только лицензионные композиции. При этом музыка на самописных носителях априори считается пиратской – если диджей играет с CD-R, в той же Великобритании или Канаде могут запросто прекратить вечеринку, закрыть клуб и оштрафовать не только диджея, но и руководство заведения – почти как за распространение наркотиков.

Проблемы возникают, даже если на болванке записана еще нигде не изданная композиция, полученная лично от автора.

На фоне событий такого рода уже не кажется удивительным то, что в последние годы между предприятиями индустрии развлечений и индустрии потребительской электроники установился компромисс: последние платят первым своеобразные "отступные" за то, что их техника позволяет выполнять действия, нарушающие авторские права, и таким образом дает потребителям возможность бесплатно скопировать то, что они должны покупать. Например, производитель принтеров подсчитывает примерную сумму убытка, которую повлечет выпуск данного количества принтеров для книгоиздателей, поскольку на принтерах смогут бесплатно скопировать книгу, которую могли бы купить в магазине. Этим производителям есть что делить.

В России пока благополучно действуют законы "темного рынка", на котором нелицензионное копирование программного обеспечения имеет такие размеры, что с ним заранее безнадежно бороться. Но у нас - в отличие, например, от Венесуэлы или Бразилии, где нарушение монополии "Майкрософта" является почти государственной политикой - напротив, государство и надзирающие органы постоянно показывают свое желание поддерживать интересы корпораций и принимать для этого самые драконовские меры. Со вступлением в ВТО такие меры, безусловно, будут становиться все более драконовскими. По-прежнему можно ощутить традиционные русские нравы Горбушки и Митино в том, с каким вкусом и любовью к делу действуют российские пираты и хакеры, какие приятные послания часто можно обнаружить при использовании "крякнутых" программ. Технологически сознательные художники не уступают. Например, в 1997-98 гг. группа ЗАИБИ проводила артистическую кампанию против лицензирования видеокассет, требуя от своих друзей самостоятельно изготовить нелицензионную коробку для видеокассеты - только при этом условии изготовителю дарили запись собственно видеоработ ЗАИБИ. Одна из коробок была особенно замечательной: она состояла из сплошного куска свинца. В 2004 году в Рунете случились прецеденты с попытками запретить публикацию книги Наоми Клейн "No Logo" на портале [Avtonom.org](http://Avtonom.org), а также наезды на [сетевую библиотеку Максима Мошкова](#), с намерением потребовать с него деньги за публикацию отдельных произведений, - которые закончились показательными скандалами в прессе: общественное мнение неизменно поворачивалось в пользу обижаемых. Можно думать, что, пока тактические медиа не перешли в наступление, российские хакеры и пираты и дальше будут выполнять роль "дубины народной войны" в киберпространстве.

Ну и, наконец, первым прецедентом встречи русского кибер-андеграунда с корпоративной глобализацией стала описанная Евгением Горным в "[Летописи Рунета](#)" история с хакером Иванопуло:

1999, Март - Иванопуло vs Macromedia. Представитель американской компании Macromedia Inc. Стив Возняк требует, чтобы русский хакер Иванопуло удалил со своих сайтов программы,

позволяющие взламывать продукты Macromedia. Иванопуло отказывается, ссылаясь на закон РФ "О правовой охране программ для электронных вычислительных машин и баз данных", согласно которому в России дизассемблирование программ само по себе законом не преследуется.

## Свободное ПО и глючная винда

---

Open source существует и развивается, но с большим трудом. Очень большое внимание привлекли первые шаги по его созданию, но после того, как явление достигло уровня общепризнанного мирового движения, возникло множество проблем, требующих преобразований на новом уровне. Некоммерческое развитие программного обеспечения требует постоянной работы квалифицированных сотрудников, трудящихся над одними и теми же приложениями. Каждые два-четыре года требуется проводить фундаментальные обновления систем, модифицируя их для совместимости с новыми версиями программ, новыми устройствами, языками программирования и т.п. Джонатан Пайтцер, долго трудившийся в этом секторе, утверждает, что человек должен как минимум 6-7 лет работать в одной области свободного ПО, чтобы иметь право считаться экспертом. Это, естественно, связано с проблемой денег. Есть добровольцы, поддерживающие серверы и сайты по Open source, но достаточно ли их для того, чтобы сделать движение рыночно конкурентоспособным, снабдить программы необходимым интерфейсом для рядовых пользователей?

Есть совершенно некоммерческие версии свободного ПО, у которых совершенно не разработан пользовательский интерфейс и все команды подаются из командной строки (такие, как Debian), распространяемые совершенно бесплатно. Есть примеры противоположного характера - типа ОС Suse производства компании Novell, которые предельно облегчены для пользования и даже имеют игры (которых вообще-то в свободных ОС практически нет). Ее можно скачать из сети бесплатно, но только при условии хорошего соединения, причем качаться она будет около трех суток, а в продаже ее можно приобрести за 60-70 EUR - что на порядок меньше, чем проприетарную ОС, но все равно ощутимо. Оправдывая продажу свободного ОС, производители заявляют, что в соответствии с лицензией GNU цена берется за "носитель и руководство по использованию".

Одна из фундаментальных проблем - это "доведение" программ с открытыми исходниками до потребителя. Существует известное "высокомерие" Linux-программистов по отношению к тем, кто не умеет управлять своим компьютером из командной строки. В 2002 году автор "Собора и базара" Эрик Реймонд разразился новым замечательным сочинением "[Роскошь неведения](#)", когда обнаружил, что не может подключить к своей машине сетевой принтер из-за

того, что любители-разработчики не предусмотрели этой простейшей опции. Он обвинил программистов Open source в невнимании к нуждам и потребностям рядового пользователя. С подобными проблемами приходится сталкиваться, встречая, например, местами смешную и неловкую русификацию Open source-программ.

Именно эти моменты использует Microsoft, утверждая, что свободное ПО "невыгодно" с точки зрения будущего человечества, поскольку неспособно обеспечить широкие инвестиции в разработку приложений, на некоммерческом распространении информации люди не смогут получать деньги, и так далее. Это действительно основная проблема "базарной" модели разработки ПО, но здесь есть и обнадеживающие тенденции. Заказанное Microsoft'ом в 2002 году компанией IDC исследование рынка показало, что по общей стоимости оборудование предприятия продуктами Linux обойдется дороже, чем продуктами MS, но совершенно ясно, что разница в стоимости достигается за счет оплаты труда программистов, работающих на Linux, поскольку они более высококвалифицированы и их труднее найти. Также очевидно, что с распространением свободного ПО в мире, с его большей доступностью, такая проблема исчезнет.

Поэтому главный вопрос - это распространение свободного ПО в мире. Он также является вопросом о рынках сбыта софтверной продукции. И поэтому здесь в отношении не-западных и развивающихся стран Microsoft действует со всей жесткостью, продолжая классические традиции империализма. Одно измерение этой проблемы - аутсорсинг (использование дешевой рабочей силы программистов), но аутсорсинг непосредственно внедрен в экономические процессы глобализации и является только продолжением ее механизмов в сфере индустрии ПО. Другое дело - империализм, заложенный в саму структуру пользовательского интерфейса Windows, такой, как стандарт Unicode, необходимость регулярных обновлений, в результате которых под угрозой оказывается постоянный доступ к устаревшим данным (который должен быть неограничен), которые ставят пользователей в прямую зависимость от поставщика программного продукта, а также собственно закрытость кода, вызывающая подозрения о том, не отправляет ли регулярно система куда-нибудь отчеты о содержании компьютера. Результатом использования продуктов Microsoft становится ни что иное, как физическая зависимость от этой компании, продолжающаяся и после приобретения лицензии. Страны третьего мира, правительственные учреждения которых оснащены компьютерами под управлением Windows, часто подумывают о том, не перейти ли им на свободное ПО, что резко сократило бы затраты: была бы достигнута экономия на лицензиях, хотя, конечно, пришлось бы тратиться на миграцию и оплату специалистов. Английский теоретик и активист свободного софта Грэм Симэн суммирует выгоды для государств от использования свободного вместо проприетарного софта:

1. в отличие от закрытого ПО, которое легко научиться использовать, освоение свободного ПО требует повышения квалификации;
2. следовательно, использование свободного ПО в госструктурах может дать толчок развитию собственной программной индустрии.

По этой причине правительства Перу, Бразилии, Мексики не раз делали попытки перейти, или частично переводили свой парк госучреждений на Linux (см. часть I, гл. "Инновационная экономика"). Ответом были незамедлительные действия Microsoft, от обещаний широких инвестиций в образование и национальную ИТ-индустрию этих стран до прямого или косвенного подкупа лоббистов, сенаторов и президентов. MS широко практикует такие формы неформальных отношений с правительствами, как приглашение на региональные конференции, частные переговоры с Биллом Гейтсом, и тому подобное. Однако, последней среди решительных сторонников перемен была Бразилия, объявившая весной 2003 года о переходе на Linux 80% парка госучреждений. Практически одновременно с этим на Linux стали переводиться управленческие инфраструктуры больших европейских городов Мюнхена и Парижа, а в октябре того же года Еврокомиссия призвала государственные учреждения европейских стран полностью отказаться от использования продуктов корпорации Microsoft. Также заявления о собственных национальных разработках в области открытого ПО сделали Южная Корея, Филиппины и Китай.

Отдельным фронтом работы по демократизации программного обеспечения являются усилия локальных активистов по адаптации интерфейсов программ для местных языков, например, представленный иранскими программистами на четвертом фестивале next5minutes перевод десктопа KDE на язык фарси.

Культура хакеров и активистов тактических медиа предлагает другой вид взаимоотношений между мировыми центром и периферией: вместо культурного империализма здесь происходит свободный обмен идеями и технологиями с налаженной обратной связью, в результате чего активисты западных стран имеют возможность наблюдать свои изобретения в новом, усовершенствованном и адаптированном к новым условиям, виде. Словом, свободное ПО развивается в надежде, что оно сможет дойти, и будет востребовано, даже в самых отдаленных уголках мира. Может быть, поэтому приверженцы свободного софта отличаются склонностью к экзотическим видам животных: символом движения Linux является пингвин, фонд свободного программного обеспечения выбрал для своей эмблемы антилопу гну, а ОС Suse компании Novell имеет своей визитной карточкой саламандру.

Угрозы в отношении новых технологий знания, связанные с коммерциализацией, стали появляться, как только программное обеспечение вышло за пределы лабораторий и университетов. Ричард Столлман покинул Artificial Intelligence Lab (MIT), чтобы начать целенаправленную борьбу за свободу информации. Борьба требовала не только противодействия монополизации ПО и интеллектуальной собственности на ПО, но и создания собственного софтвера, который не мог бы быть монополизирован и запатентован. В 1991 году, руководствуясь этим принципом, Линус Торвалдс создал свою Linux. Но значительно раньше Столлман и его товарищи из Фонда Свободного программного обеспечения приступили к работе над ОС Hurd. *"Чтобы свободно пользоваться компьютерами, нашему сообществу нужна была свободная операционная система. У нас не было денег, чтобы купить и освободить существующую систему, но было умение, чтобы написать новую"*.

Эксперты говорят, что архитектура ОС Hurd необычайно глубока и интересна, и она намечает совершенно новые подходы к строительству программного обеспечения, в частности, благодаря примененной там технологии микроядра открывается возможность практически беспрепятственно совмещать Hurd с программами других ОС. Но факт, что ОС Hurd до сих пор нет. Этот проект встретил препятствия, имеющие основания в самой специфике работы свободных программистов и хакеров.

Признанный публичный оратор open source-движения Эрик Реймонд в 1999 году издал книгу "[Собор и базар](#)", где централизованные, запланированные попытки организовать что-либо уподоблялись строгой архитектуре "католического собора" с его иерархией, а сообщество Linux-программистов - "базару", на котором бывает возможно непродуктивное распределение усилий, но действия происходят стихийно, а решения принимаются сообща. Естественно, "базар" воспринимается как более демократичная и работоспособная модель. Можно также увидеть, что "собором" в этой аналогии оказывается не только иерархизированная и оптимизированная корпоративная структура Microsoft, но и идеологическая структура Столлмана. Опыт Linux показывает, что часто замечательные результаты достигаются как результат стихийности, веселой неупорядоченности, или, словами Ильи Пригожина, порядка, возникающего из хаоса. Впрочем, здесь есть и более далекоидущие заключения.

В небольшой книге, написанной Кастельсом совместно с автором "Хакерской этики" Пеккой Химаненом ("Информационное общество и государство всеобщего благосостояния. Финская модель"), авторы показывают, что из опыта open source-программистов, из самой структуры интернета вырабатывается новая модель межлического взаимодействия - "нодальная структура". Вместо иерархического способа организации, эффективным

становится способ распределенной организации - в которой нет вершины власти, нет пирамиды, а есть оперативное взаимодействие структурных ядер, каждое из которых, при полной собственной ответственности и свободе принятия решений, выполняет собственной набор действий. Ядра общаются между собой внутри общей организационной структуры, обладают способностью взаимозаменяться и обмениваться функциями. Кастельс и Химанен разбирают пример финской компании Nokia, показывающий, что именно такой способ организации позволяет успешно действовать в условиях информационной экономики. Из книги возникает представление, что нодальная структура является своего рода новой эволюционной формой общества.

И действительно, можно подтвердить, что нодальная структура появляется в последнее время во множестве разных областей человеческой деятельности. Подчиняются и выполняют команды - подчиненные в традиционной иерархической организации, но не равноправные партнеры. А информационные технологии предоставляют свободу взаимодействия и требуют от участников способностей управления. Это означает новые широкие возможности для отдельного индивида, но только для того, кто обладает такими навыками. Чем больше автономных, выполняющих разумные действия индивидов, тем больше "ядер" в сети. Аналитик и координатор Молодежного левого фронта Илья Пономарев [рассказывает](#) об этом так:

*Современные технологии позволяют нам уходить от традиционных иерархических построений, которые, с точки зрения математики, затрудняют прохождение сигналов, то есть, увеличивают количество звеньев, через которые сигнал доходит от одного центра к другому. С помощью информационных технологий мы переходим к распределенным сетевым структурам, где вообще политическая структура может не иметь четко выраженного центра.*

*При этом, в этой системе могут быть формально неравноправные ядра, которые будут выполнять какие-то текущие организационные функции. Но эту систему можно развернуть так, что ядра, которые в одном случае более важны, становятся в другом случае менее важны. Парадигма изменяется, из пирамидальной она становится шарообразной, - модель построения политической организации, - то есть, среднее время прохождения сигнала внутри этой конструкции существенно уменьшается.*

По принципу распределения ресурсов создается в настоящее время т.н. "Интернет-2" (проект GRID): когда сеть будет строиться на основе взаимодействия мощных компьютеров-серверов, обладающих высокой пропускной способностью, и, например, сохранение документов будет происходить не на жестком диске, а документы будут "распыляться" в сетевое пространство, чтобы в следующей раз при простой команде их можно было точно так же обратно "собрать". Джон Лебковски анализирует предвыборные кампании 2003-2004 гг. в США и приходит к выводу, что в них значительную роль оказывают на общественное мнение и на

результаты выборов формы "распределенного" политического участия граждан, такие, например, как блоги, поэтому он использует для обозначения нодальной политики также синоним "open source politics" ("политика открытого кода"): *"информация распространяется от многих к многим, без какой-либо единой, предустановленной точки исхода. Информация может возникнуть из любой точки в сети и виртуально распространиться во множестве направлений"* .

Естественно, что в терминах именно такой структуры понимается медиа-активизм – как возможность образования международной сети людей, обменивающихся опытом и делающих общее дело без всякой координации и общего центра.

По этой причине принципиально чужеродным явлением в мире "политики открытого кода" становится цензура: словами теоретика ПО Джона Гилмора, *"Интернет воспринимает цензуру как техническую ошибку и обходит её"*.

Нодальная структура организации часто напрямую ассоциируется с левыми общественными движениями. Алекс Каллиникос, английский социалист, далекий, однако, от понимания информационной парадигмы, в "Антикапиталистическом манифесте" часто повторяет определение "сетевой организации" как нечто уже давно выясненное и как бы "закрепленное" за антиглобалистскими "автономистскими" движениями. Но по-прежнему существует много примеров непонимания новой парадигмы и внутри самого движения, даже такой продвинутой его части, как Linux-сообщество. Например, фильм "The code Linux", посвященный истории open source-движения и лицензии GNU, не смог избежать наивной фетишизации образа Линуса Торвальдса: в фильме показаны видеокadres семейных хроник Линуса, его родители, рассказывающие о "детстве гения", и т.п. Все это выглядит забавно, поскольку там же Линус сам заявляет, что моралистические и политические оценки не нужны там, где действует другая модель деятельности и организации, где процесс производства и обработки информации распределен между десятками равноправных сотрудников – процесс, как бы, говорит сам за себя.

## Public license

---

Фонд Свободного программного обеспечения Ричарда Столлмана распространяет [программное обеспечение](#) под [публичной лицензией GNU](#). Ее содержание таково: "Разрешается копирование, распространение и видоизменение этой программы любым способом, при условии, что это разрешение сохраняется. При внесении изменений данные о них сохраняются". Текст лицензии поясняет:

*Говоря о свободном программном обеспечении, мы имеем в виду свободу, а не безвозмездность. Настоящая Стандартная Общественная Лицензия разработана с целью гарантировать вам*

*право распространять экземпляры свободного программного обеспечения (и при желании получать за это вознаграждение), право получать исходный текст программного обеспечения или иметь возможность его получить, право вносить изменения в программное обеспечение или использовать его части в новом свободном программном обеспечении, а также право знать, что вы имеете все вышеперечисленные права.*

*Чтобы защитить ваши права, мы вводим ряд ограничений с тем, чтобы никто не имел возможности лишить вас этих прав или обратиться к вам с предложением отказаться от этих прав. Данные ограничения налагают на вас определенные обязанности в случае, если вы распространяете экземпляры программного обеспечения или модифицируете программное обеспечение.*

*Например, если вы распространяете экземпляры такого программного обеспечения за плату или бесплатно, вы обязаны передать новым обладателям все права в том же объеме, в каком они принадлежат вам. Вы обязаны обеспечить получение новыми обладателями программы ее исходного текста или возможность его получить. Вы также обязаны ознакомить их с условиями настоящей Лицензии.*

Лицензия GNU имеет второе название: "public license", "общественная лицензия". Концепция и воплощение в жизнь принципа "public license" очень действенны. В качестве расширения принципа "public license" за пределы индустрии программного обеспечения и манифестации неподчинения тирании "интеллектуальной собственности", в последние годы предложена также лицензия "creative commons".

"Commons" означает: природные и общественные богатства, которые достаются нам при рождении и бесплатно. На русский "commons" удобнее всего перевести как "общественное достояние". Соответственно, "creative commons" может пониматься как "творческое общественное достояние". Согласно базисным представлениям об общественном договоре, государству доверено управлять общими ресурсами и не отдавать их в частные руки, где они могут быть израсходованы в интересах частной и краткосрочной выгоды. Под "commons" обычно подразумеваются природные ресурсы, земля, недра, научные исследования, образование, язык, культура, которые при глобализации подвергаются угрозе ввиду расширения частно-корпоративного сектора. Для антиглобалистского движения новую жизнь термину придала Наоми Клейн в заключительной главе "No Logo" ("The fight for the global commons"). В контексте споров об информационном обществе, растущее значение приобретает также термин "digital commons" ("цифровое общественное достояние"), который обозначает программное обеспечение, подлежащее свободному распространению, коммуникационные каналы, качественную связь и общественное пространство в сети. Конрад Беккер говорит об инициативах за "цифровую экологию". Дж.П.Барлоу утверждает, что специфика информационной экономики такова, что в ней, чтобы быть

производительным, вообще все должно стать "commons", т.е. должно совершенно исчезнуть понятие частной собственности. Для того, чтобы электронная сфера действительно стала таковой, требуется, чтобы каждый имел возможность беспрепятственно и бесплатно получать доступ к информации, обмениваться, брать и получать информацию. Активисты, сообщества, художники, все, кто использует "commons" на некоммерческой основе, являются их защитниками в интересах общества.

Лицензия "creative commons" представляет собой менее максималистский вариант общественной лицензии, чем GNU. В отличие от капиталистического "Все права сохранены", она может означать: "Права не сохранены" или "Некоторые права сохранены", в зависимости от того, какой способ лицензирования автор выберет на сайте. Характерный значок "creative commons" можно увидеть на большом количестве активистских сайтов. Ссылка с него ведет на основной текст лицензии:

- "Вы можете:
- копировать, распространять, показывать и представлять произведение;
  - создавать производные произведения;
  - использовать произведение в коммерческих целях".

Сайт Creative Commons, однако, предусматривает несколько видов общественных лицензий, в части которых не разрешено извлекать из лицензированного таким образом произведения коммерческую выгоду или создавать производные от него произведения.

Самым максималистским и, надо сказать, самым привычным вариантом общественной лицензии является лицензия с прямым названием "public domain", которая позволяет любому копировать и использовать текст, программу или другую информацию, как ему угодно; автор не имеет исключительных прав, которые применимы к защищенной копирайтом работе. Но тексты, публикуемые на Indymedia, автоматически лицензируются как "creative commons", а не "public domain".

По аналогии с Creative Commons появился также термин wireless commons - "беспроводное общественное достояние", запечатленный в "Манифесте беспроводного общественного достояния" ("wireless commons manifesto"). Этот документ призывает к созданию глобальной международной сети на не требующих лицензирования частотах, предназначенной для экспериментов по созданию "демократии участия" и глобального обмена информацией. Он появился усилиями нескольких американских энтузиастов информационных свобод, и в частности известного писателя-фантаста, одного из самых известных борцов с интеллектуальной собственностью, участника Electronic Frontier Foundation Кори Доктороу.

Концепция "культурного провайдера" берет начало в амстердамском "xs4all", но она была развита и получила это название в другой европейской столице - Вене, очевидно, от любителя острых формулировок Конрада Беккера. Беккер в течение десяти лет руководил работой медиа-центра Public Netbase/t0, кроме того, центр выполнял роль штаб-квартиры Института новых культурных технологий и портала world-Information.org. Public Netbase располагался в художественном центре австрийской столицы, известной как Museumsquartier. На нем происходили международные конференции, художественные выставки, с него начинались артистические интервенции интеллектуалов в публичные пространства Вены, а в год победы националистической партии под руководством Хайдера он стал и объектом атак со стороны консервативного правительства, и своего рода гражданским форумом левых. Кроме того, Public Netbase был центром независимой и некоммерческой интернет-политики. В рамках концепции "культурного провайдера" он предоставлял хостинг и сетевые сервисы для таких задач, не предусмотренных коммерческими интернет-провайдерами, как экспериментальное программное обеспечение для медиа-искусства и активизма, усовершенствованные сетевые сервисы, базы данных по экспериментальной культуре, мультимедиа-оборудование, курсы повышения компьютерной грамотности (особенно для молодежи, мигрантов и других непривилегированных слоев населения), мониторинг прессы и гражданских инициатив. В круг центральных интересов медиа-центра входили развитие медиа-культуры, сохранение "цифрового наследия", развитие свободного программного обеспечения, противодействие корпоративным усилиям по сохранению "интеллектуальной собственности", развитие свободной коммуникации и обмена знаниями (в том числе и файлообмена), изучение корпоративных технологий и деятельности разведок. Проекты Public Netbase - такие, как "Культурный позвоночник Европы", "Правительство Австрия", "nikeplatz" - освещались десятками газет и журналов по всей Европе, а фестивали и конференции собирали сотни артистов и теоретиков со всего мира, не говоря о десятках тысяч посетителей, и совсем не говоря о количестве посетителей многочисленных сайтов. Из описанных в этой книге художников на Public Netbase с выставками побывали Critical Art Ensemble, The Yesmen, Оливер Ресслер, Institute for Applied Autonomy, Surveillance Camera Players.

Public Netbase получал спонсирование в рамках культурных программ правительства Австрии и из фондов муниципалитета города Вены. В конце 2004 года правительство прекратило расходы на содержание Public Netbase. Вместе с этим прекратили существование десятки интернет-сайтов и художественных проектов, а технические службы медиа-центры были распущены. К сентябрю

2005 года центр намерен открыться вновь, вероятно, уже в другом месте, с более скромными средствами, и под более скромным названием – просто "Netbase".

Более андеграундным, низовым способом организации "культурного провайдера", существующим без централизованного спонсирования, стали знаменитые голландские бесплатные интернет-кафе, работающие под Linux. Они организовывались по аналогии со сквоттерскими радио: в сквоте ставился сервер и несколько устаревших машин, которые отдавали, например, обитатели сквота. Поскольку под Linux'ом следить за последними обновлениями системы не так необходимо, как под "Виндой", далее наладить работу оказывалось нетрудно: машины соединялись через сеть, оптоволоконный кабель подводился от какого-нибудь из соседних домов, и теперь любой мог воспользоваться услугами связи, даже не обязательно заказывая кофе или пиво в баре. Мне случилось побывать в двух из таких кафе – амстердамском ASCII и утрехтском PUSCII. К сожалению, в прошлом году ASCII выдворили из места его обитания, в связи с незаконностью этого обитания. Но остался расположенный над ним старейший в городе анархический книжный магазин.

Эстафету снова подхватили в Латинской Америке. Социалистическое правительство Бразилии приняло меры к тому, чтобы организовать бесплатные интернет-кафе favelas, работающие под Linux, на окраинах городов. Эта решение пришло в 2002-м – одновременно с другим известным решением о переходе 80% парка госучреждений на Linux.

Культурный провайдер не обязательно должен находиться в одном городе с тем, кто пользуется его услугами. В сети, действующей поверх границ, есть возможность пользоваться интернациональной товарищеской помощью. Есть много сетевых сервисов, организованных сообществами. Например, хостинг большого числа антиглобалистских сетевых проектов, начиная от Indymedia, осуществляет сервер mutualaid.org, также он предоставляет бесплатные и очень удобные сервисы для интернет-рассылок. Недавно около сотни мировых активистских интернет-ресурсов создали общий поисковик Activista.org. Существуют пиринговые сети (наиболее "альтернативной" считается Soulseek), в данный момент разрабатываются сети, достаточно мощные, чтобы обеспечить возможность беспрепятственного и незатруднительного обмена большого количества видеофайлов.

России тоже требуются интернет-провайдеры и некоммерческие сетевые сервисы, производители свободного ПО и бесплатные интернет-кафе, работающие под Linux. Что могут сделать активисты? Создать десяток-другой некоммерческих интернет-кафе или точек беспроводного доступа. Чем могут заняться программисты? Писать на досуге программы для тактических медиа. Также требуется развивать цифровую публичную сферу. В течение долгого времени в Рунете действовал независимый интернет-хостинг Rema.ru для различных андеграундных и временами эзотерических

проектов, но, к несчастью, исчез. Нужно открывать сеть для дискуссий, создавать незаказные социальные проекты. Проектом "гетто" однажды предпринималась такая попытка - создание интернет-парламента "легально/нелегально", предназначенного для интернет-дискуссий относительно легализации различных явлений и субстанций, от марихуаны до аборт. На основании имеющегося опыта можно сказать, что требуются большие и долгие усилия для того, чтобы организовать в интернете успешно работающий проект с конструктивным обсуждением и действующей обратной связью, а не большим количеством "флейма" и "флуда". В этой связи нельзя не упомянуть один интересный документ, выплывший ко мне однажды из глубин сети после рутинного сетевого поиска: манифест проекта Эволюг - веб-ринга персональных сайтов, большей частью артистических и рассчитанных на узкий дружеский круг:

*Мы, пролетарии умственного труда, программисты и дизайнеры, системные администраторы и технари, черные, серые, и белые шапочки, хакеры, крякеры, варезники и гнус, юниксоиды, виндузятники и маковцы- мы и есть интернет, мы и есть информация, мы и есть власть.*

*Мы должны сделать свой, неуничтожимый, анонимный интернет, мы должны создать свои органы информации и свои, бескомиссионные сети магазинов-аукционов.*

*(...) Зачем нам посредник - регистрар доменов? Давайте делать свою подсеть, давайте использовать другие решения. Добавим криптографию и анонимность к хотлайну! Избавим freenet от уродливой явы, сделаем его на сях! Вынесем LiveJournal за пределы домена, используем идею технологии "паспорт" совка Microsoft для возможности отправки комментариев на любую страницу друга без потребности введения пароля и логина! Объединим свои сайты в единую сеть, уничтожим посредника-баннер! Сообща работаем с поисковиками - чем больше ссылок по ключевым для проекта словам стоит на него, тем выше его рейтинг (простейший скрипт). Конкуренции нет, есть борьба с раком посредников! Начнем с простого - заберем то, что наше.*

## Независимость информационного пространства

---

Когда поколение битников только вошло в моду, когда Кен Кизи начал путешествовать по Америке со своими "Проказниками", когда происходил первый фестиваль "Вудсток" и зарождалась коммуна Хейт-Эшбери, когда университетские кампусы Гарварда наполнились палаточными городками и студентами, протестующими против войны во Вьетнаме, а советские танки вошли в Чехословакию, то самыми популярными музыкантами у "детей цветов" были Grateful Dead. Когда много позже Джелло Бьяфра, герой поколения панк, пел свою издевательскую песню "California

ueberalles", то он имел ввиду именно блаженных беззаботных "дэдхедов", которые обитали голыми на райских пляжах Калифорнии и надеялись, что скоро их образ жизни распространится по всему миру.

Джон Перри Барлоу - текстовик группы Grateful Dead. Он, должно быть, просто олддовый хиппи. 8 февраля 1996 года, услышав о слушаниях в американском Сенате по "защите благопристойности" в интернете (а именно, речь шла о запрете на нецензурные выражения), Барлоу написал текст под названием "Декларация Независимости Киберпространства". Его следовало привести полностью, однако после того, как Евгений Горный в 1997-м перевел его на русский, он достаточно известен - поэтому я ограничусь фрагментами:

Правительства Индустриального мира, вы - утомленные гиганты из плоти и стали; моя же Родина - Киберпространство, новый дом Сознания. От имени будущего я прошу вас, у которых все в прошлом, - оставьте нас в покое. Вы лишние среди нас. Вы не обладаете верховной властью там, где мы собрались.

Мы не избирали правительства и вряд ли когда-либо оно у нас будет, поэтому я обращаюсь к вам, имея власть не большую, нежели та, с которой говорит сама свобода. Я заявляю, что глобальное общественное пространство, которое мы строим, по природе своей независимо от тираний, которые вы стремитесь нам навязать. Вы не имеете ни морального права властвовать над нами, ни методов принуждения, которые действительно могли бы нас утратить.

Истинную силу правительствам дает согласие тех, кем они правят. Нашего согласия вы не спрашивали и не получали. Мы не приглашали вас. Вы не знаете ни нас, ни нашего мира. Киберпространство лежит вне ваших границ. Не думайте, что вы можете построить его, как если бы оно было объектом государственного строительства. Вы не способны на это. Киберпространство является делом естества и растет само посредством наших совокупных действий.

(...) В Китае, Германии, Франции, России, Сингапуре, Италии и Соединенных Штатах вы пытаетесь установить информационный карантин, дабы предотвратить распространение вируса свободомыслия, воздвигнув заставы на рубежах Киберпространства. Эти меры способны сдерживать эпидемию некоторое время, но в мире, который скоро весь будет охвачен средством коммуникации, несущим биты, они не будут работать.

Ваша все более и более устаревающая информационная промышленность желала бы увековечить свое господство, выдвигая законы, - как в Америке, так и в других странах - требующие права собственности на саму речь по всему миру. Эти законы провозглашают, что идеи - всего лишь еще один промышленный продукт, благородный не более чем чугунные чушки. В нашем же мире все, что способен создать человеческий ум, может репродуцироваться и распространяться до бесконечности безо

*всякой платы. Для глобальной передачи мысли ваши заводы больше не требуются.*

*Эти все более враждебные колониальные меры ставят нас в положение, в котором оказались в свое время приверженцы свободы и самоопределения, вынужденные отвергнуть авторитет удаленной единообразной власти. Мы должны провозгласить свободу наших виртуальных "я" от вашего владычества, даже если мы и согласны с тем, что вы продолжаете властвовать над нашими телами. Мы распространим наши "я" по всей планете так, что никто не сможет арестовать наши мысли.*

*Мы сотворим в киберпространстве цивилизацию Сознания. Пусть она будет более человечной и честной, чем мир, который создали до того ваши правительства.*

Организация Джона Перри Барлоу - [Electronic Frontier Foundation](#) (Фонд электронного фронта) - была учреждена в 1990-м году, после того, как Секретная Служба Безопасности США ворвалась в офис компьютерной компании по производству ролевых компьютерных игр и конфисковала оборудование, пытаясь найти мифическую хакерскую программу, с помощью которой, как полагали полицейские чины, хакеры вот-вот перегрузят телефонный трафик по всей Америке. Когда владельцам были возвращены компьютеры, то выяснилось, что все базы данных и почтовые архивы намеренно уничтожены. EFF взялся представлять дело в суде, поскольку ни одна из гражданских и правозащитных организаций на тот момент не обладала необходимой технической компетенцией.

Идея EFF заключается в том, чтобы с организованной помощью юристов вести судебные дела по защите граждан от претензий, касающихся авторских прав и интеллектуальной собственности. Его провозглашенная задача заключается в том, чтобы обеспечивать действие Первой поправки к Конституции США, в наше беспокойное дигитальное время. Вскоре EFF добился признания электронной почты настолько же защищенной от вмешательства и надзора, как обычная почта, и признания прав на криптографическое шифрование писем. EFF сыграл важную роль в деле российского хакера Дмитрия Складова, и многих других персональных делах.

Конрад Беккер определяет информационные права человека как "расширение и применение универсальных прав человека к потребностям общества, основанного на информации". Кроме Public Netbase, он является также директором сайта [world-Information.org](#), который учрежден ЮНЕСКО.

*"Сайт [world-Information.org](#) осуществляет постоянный мониторинг инфосферы, невидимой мировой нервной системы из информационных сетей, а также глобальной информационной экономики, посредством научного и художественного исследования информационных и коммуникационных технологий; [world-Information.org](#) распространяет знание об их культурном, социальном и политическом значениях, и создает условия для подобной культурной практики в будущем. [world-Information.org](#)*

*является агентом цифровой демократизации и адвокатом цифровых прав человека"*

Сайт снабжен подробным описанием того, как работает мировая информационная система и как действуют препятствия на пути свободного обмена информацией. Здесь есть также усовершенствованная поисковая система по дружественным проекту сайтам, обозначенным в терминологии Конрада Беккера как "культурная интеллигенция". На лицевой странице world-Information.org вывешиваются редкие, но чрезвычайно важные новости по тенденциям развития в инфосфере, такие, например, как применение войсками США в Ираке несмертельного оружия или структуры индийской инфо-экономики в Бангалоре.

А что же Россия? Пока что Россия не участвует в этом инфо-обмене. Но зато Россия есть в знаменитом фильме "Хакеры" - одном из первых в мире кино-произведений на актуальную тему, снятом в 1995 году. Миру угрожает коварная интрига: злостный менеджер большой корпорации секретным компьютерным способом похищает деньги, рискуя при этом привести мир к глобальной экологической катастрофе. Английские тинейджеры, обитатели киберпространства, подают сигнал своим товарищам во всем мире: атака. В кадрах мелькают сидящие за компьютерами японцы, с комиксами в стиле "Манга", африканцы на солнечном пляже, индусы на фоне Тадж-Махала, и в конце концов - небритые русские, в свитерах, с папиросой, и с прикрученной над компьютером "лампочкой Ильича". Они говорят: "Поехали!"



Поваренная книга медиа-активиста  
Олег Киреев  
издательство "Ультра.Культура" 2006

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### "А, В, С тактических медиа" Дэвид Гарсиа и Герт Ловинк

---

*Знаменитый манифест А, В, С тактических медиа был написан амстердскими теоретиками Гертом Ловинком и Дэвидом Гарсиа к открытию второго фестиваля тактических медиа Next Five Minutes в 1996 году, и положил начало плодотворной и богатой жизни термина "тактические медиа". Последний, четвертый фестиваль тактических медиа Next Five Minutes прошел в сентябре 2003 года.*

Тактические медиа - это то, что происходит, когда группы или индивиды, ощутившие себя исключенными или ущемленными со стороны широкой культуры, начинают использовать дешевые "do it yourself" ("сделай сам")-медиа, доступ к которым стал открыт благодаря революции в потребительской электронике и расширенным формам распространения (от общественных кабельных ТВ до интернета). Тактические медиа не просто сообщают о событиях, поскольку они никогда не беспристрастны; они всегда являются участниками событий, и это более, чем что-либо другое, отличает их от широкоформатных масс-медиа.

Возникли особые тактические этика и эстетика, обладающие культурным влиянием - начиная с MTV до последних художественных видео-работ. Они начались с быстрой и грязной эстетики, которая является не более чем еще одним стилем (по крайней мере, в форме переносной камеры), но стала представлять собой "реализм девяностых годов".

Тактические медиа - это медиа кризиса, критики и оппозиции. Это для них, одновременно, и источник энергии ("Ярость - это энергия", Джон Лайдон), и ее предел. Их типичными героями являются: активист, мобильный медиа-боец, проходимец, хакер, уличный рэппер, камкордер-камикадзе, - веселые нигилисты, вечно в поисках врага. Но с того момента, как враг опознан и назван, они - тактические медиа-активисты, и их работой является

провокация кризиса. Тогда их - несмотря на их очевидные достижения - становится нетрудно поймать и выставить в смешном виде, используя ключевые клише правых, такие, как "политическая корректность", "культура жертв", и т.п. Говоря с теоретической точки зрения, политика идентичности, медиа-критика и теории репрезентации, послужившие интеллектуальным фундаментом для большинства тактических медиа на Западе, сами пребывают в кризисе. Эти способы мышления широко воспринимаются как эпизодические и репрессивные реликвии отошедшего в прошлое гуманизма.

Чтобы удостовериться, насколько несовременными являются представления о репрезентации, достаточно увидеть, насколько в малой степени популярные образы, циркулирующие в каком бы то ни было современном обществе, определяют и исчерпывают реальные жизненные возможности групп и отдельных индивидов. И тот факт, что мы более не рассматриваем масс-медиа в качестве единственного и уникального источника наших само-идентификаций, может сделать эти образы еще более ненадежными, но все еще не делает их излишними.

Тактические медиа - это качественная форма гуманизма. Это полезное противоядие от того, что Петер Ламборн Вилсон определил как "беспрепятственная власть денег над человеческим существом". И также от возникающих новых форм технократического сциентизма, стремящихся прекратить или ограничить любые дискуссии на тему общественной пользы и общественного пользования, и пользующихся для этого вывеской "пост-гуманизма".

Что же делает наши медиа тактическими? Де Серто в "Практиках повседневности" определил поп-культуру как не "сферу текстов и артефактов", а скорее как "набор практик и операций, производимых на уровне текстуальных или текстообразных структур". Он перенес акцент с репрезентаций как таковых на "выгоды", получаемые от репрезентаций. Другими словами, на то, как мы, в качестве потребителей, используем тексты и артефакты, окружающие нас. Он также предложил ответ: "тактически". Что значит, несравненно более творчески и революционно, чем это когда-либо можно было себе представить. Он описал процесс потребления как набор тактик, посредством которых слабый извлекает пользу из сильного. Он охарактеризовал революционного пользователя (термин, который он предпочитал термину "потребитель") как тактика, а производителя (к числу производителей он отнес: автора, преподавателя, куратора и революционера) как стратега. Формулировка этой дихотомии дала ему возможность разработать достаточно богатый и утонченный словарь тактики, чтобы он отвечал сложной и узнаваемой эстетике. Экзистенциальной эстетике. Эстетике браконьерства, вторжения, хитростей, чтения и говорения, актерского представления, желания, наслаждения. Умные трюки, охотничьи секреты, маневры, многоуровневые ситуации, радостные открытия, имеющие отношение к поэтическому искусству настолько же, насколько и к военному.

Представление об этой тактической/стратегической дихотомии помогло нам обозначить класс производителей – тех, кто представляются единственно осведомленными о значении этих временных перестановок в потоке власти. И, чем сопротивляться такого рода восстаниям, предпочитают делать все, что в их силах, для их развития. И, конечно, центральным в своей работе считают создание пространств, каналов и платформ для этих перестановок. Мы дали им название "тактические медиа".

Тактические Медиа всегда несовершенны, всегда в становлении, перформативны и прагматичны, вовлечены в непрекращающийся процесс проблематизации самых оснований тех каналов, с которыми они работают. Это требует уверенности в том, что содержание останется неповрежденным, путешествуя с интерфейса на интерфейс. Но нам не следует забывать, что гибридные медиа имеют в качестве своей противоположности – свое возмездие, Медийное Тотальное Произведение Искусства [?]. Программа-максимум для электронного Баухауса.

Конечно, исполнять классические ритуалы андеграунда и альтернативщиков было бы гораздо безопаснее. Но тактические медиа основываются на принципах изменчивости и обратной связи, работы в разнообразных и каждый раз новых коалициях, на способности лавировать между различными объектами безграничного медиаландшафта, не теряя при этом из виду свои изначальные ориентиры. Тактические медиа могут быть гедонистичными или находиться в непрекращающейся эйфории. Но что, кроме всего прочего, характеризует медиа-тактика, – это мобильность. Желание и возможность комбинировать, или менять один медиа-жанр на другой, создает постоянный приток энергии для нас, мутантов и гибридов. Энергии к тому, чтобы пересекать границы, связывать и скрещивать множество дисциплин, всегда получая полное преимущество обитания в свободных медиа-пространствах, которые постоянно возникают и будут возникать как результат стремительных технологических изменений и неизбежного отставания упорядочивающих кодексов.

Хотя в разряд тактических медиа входят альтернативные медиа, мы не ограничиваем себя этой категорией. На самом деле, мы ввели термин "тактический", чтобы вырваться за пределы жестких дихотомий, до сих пор ограничивающих мышление в этой области, – таких дихотомий, как любительское/профессиональное, альтернативное/мейнстримное. Даже общественное/частное.

Наши гибридные формирования – всегда временны. Что имеет значение, так это временные связи, которые вы можете провести. Здесь и сейчас – а не какие-то туманные обещания на будущее. То, что мы можем сделать прямо сейчас с теми медиа, к которым имеем доступ. Тут, в Амстердаме, у нас есть доступ к локальным ТВ, цифровым городам, твердыням старых и новых медиа. В других местах могут быть театры, уличные демонстрации, экспериментальные фильмы, литература, фотография.

Мобильность тактических медиа связана с широким движением культуры мигрантов. Предпочтительно, защитники того, что Ни Ашерсон описал как "вдохновляющая псевдо-наука бродяжничества". "Раса людей сообщает, что ее представители входят в новую эпоху движения и миграции. Субъекты истории, некогда оседлые крестьяне и горожане, стали мигрантами, беженцами, гастарбайтерами, соискателями политического убежища, городскими бездомными".

Избирательный пример тактического можно увидеть в работе польского художника Кшиштофа Водичко, прослеживающего, как "ватаги обездоленных ныне обживают общественные пространства городских площадей, парков и железнодорожных вокзалов, когда-то празднично оформленных торжествующим средним классом - в память о завоевании им новых политических прав и экономических свобод". Водичко считает, что эти занимаемые пространства становятся нового рода агорами, и их следует использовать для публичных заявлений. Он говорит: "Художник должен научиться работать, как бродячий софист в полисе мигрантов".

Как и другие бродячие медиа-тактики, Водичко изучил техники, посредством которых слабый становится сильнее, чем угнетатели, посредством рассеивания, децентрации, быстрого передвижения через медиальные и виртуальные ландшафты. "Преследуемый должен найти способы, чтобы стать преследователем".

Но и капитал тоже радикально детерриториализован. Вот почему нам нравится размещаться в зданиях наподобие De Waag, старой крепости в центре Амстердама. Мы радостно соглашаемся с парадоксом "центров" тактических медиа. Не менее, чем воздушные замки, нам нужны крепостные стены и мурты, чтобы держать осаду против мира неограниченно мобильного капитала.

Намерения планировать (а не только импровизировать) и соответствующие пространства для этого, а также возможности капитализовать приобретенные достижения, обыкновенно резервировались за собой "стратегическими медиа". Как мобильные медиа-тактики, не боящиеся власти, мы с радостью присваиваем эти свойства себе.

Каждые несколько лет мы намерены собирать на конференцию тактических медиа Next 5 Minutes участников со всего света. Мы рассматриваем Next 5 Minutes как часть движения, предназначенного для создания противодия тому, что Петер Ламборн Вилсон определил как "беспрепятственная власть денег над человеческим существом".

## СНОСКИ

---

[^] Gesamtkunstwerk, здесь: Mediale Gesamtkunstwerk (нем.) - "Тотальное произведение искусства", термин, употреблявшийся в западной критической теории в применении к тоталитарным государственным проектам, построенным как "произведения искусства".

Спецвыпуск #06 [09.12.2004] – Выборы [второй тур]

*"Але єдине знаю я:  
Хто не живе – той не вмирає,  
Хто не заснув – той сни не просинає,  
Хто очі не відкрив, той ніц не бачить..."  
Віка Врадій,  
"Ганьба", 1990 рік*

Прошло уже некоторое время после второго тура выборов президента Украины, и теперь можно спокойно судить об изменении ситуации в уанете за последний месяц.

Как и перед 31 октября, украинский сегмент сети совершил качественный скачок, но тут есть некоторые различия.

В частности, после первого тура выборов никто уже не клепал множество дебильных сайтов, грубо агитирующих за того или иного кандидата. Вместо этого внимание интернет-пользователей сосредоточилось на нескольких основных информационных ресурсах.

Сотрудники информационных веб-сайтов, в свою очередь, довольно быстро продуплились, как можно выгрести при помощи выборов в плане популярности – на любой сайт со словом "выборы" ломилась кучи людей. Особенно это было на руку русскоязычным ресурсам, так как чем дальше, тем больше событиями на Украине интересовались жители ближнего зарубежья, особенно восточной его части.

С ростом посещений возникла потребность в "устойчивости" – сисадмины и люди из техподдержки стали усиленно клепать "зеркала", по возможности "облегчая" их и заменяя динамически генерирующиеся страницы статикой.

### **Народ против Ларри Флинта**

---

Информационная война, тем временем, пошла на спад. Ранее проправительственные электронные СМИ, поддерживающие Януковича, получили распоряжение сверху максимально полно реагировать на происходящие события, предоставляя на всё свою трактовку происходящего. Причём, даже если эта трактовка будет совершенно идиотской и абсолютно лживой.

Однако ещё после первого тура стало ясно, что янучарские сайты не справляются с поставленной задачей. Как и в случае с наклейками против того или иного кандидата, здесь Янек проиграл потому, что стал олицетворением существующего режима в общем и преемника Кучмы в частности. И если за ним стояли лишь усталые профессионалы, многие из которых работали просто ради денег, а

вовсе не из-за убеждений, то за Ющенко выстроились не только его сторонники, но и больше количество тех, кому осточертели существующие расклады.

К чему я клоню – пока за Янека агитировали лишь те, кому он платил, против него ополчилась не только команда Ющенко, но и весь недовольный люд. Соответственно, о равности весовых категорий говорить не приходится – на каждую наклейку против Ющенко изготавливались десять разных против Януковича; в сети было примерно то же самое.

## **ЖЖ набирает обороты**

---

Тем временем вечером 21 ноября, после выборов, и на протяжении нескольких следующих дней основные оппозиционные источники информации – Майдан, Украинская правда и сайт Пятого канала – усиленно падали и были всячески недоступны. Вот тут внезапно и выяснилось, что заведенное на Livejournal.com комьюнити 2004\_vybory\_ua держится на плаву, сколько бы на него ни ломилось пользователей.

Неизвестно, насколько крутой сервер у "живого журнала", но он выдерживал абсолютно сумасшедшие потоки посетителей. На несколько дней это комьюнити стало чуть ли не единственным оперативным источником информации в уа-нете, объединив там интересующихся выборами, а также соперечающих тому или иному кандидату людей.

Так как писать в ленту комьюнити могут только пользователи живого журнала, произошёл всплеск интереса к этому самому ЖЖ – люди массово заводили себе учётные записи, ломаясь затем в комьюнити. Причём некоторые заводили себе сразу по нескольку "виртуалов", которые ругались затем между собой [эдакий электронный вариант шизофрении].

В связи с этим 2004\_vybory\_ua стало модерироваться – чтобы вешать новости, новые пользователи должны были получить "добро" от админа. Ещё через некоторое время был введён и второй админ, так как первый не справлялся спотоком данных.

Также были запущены тематические комьюнити ru\_maidan, ru\_pora и другие.

## **Медиа-группы: фотографы**

---

Конечно, до андеграундных медиа-групп с собственными видео-камерами нам ещё далеко, однако группы людей с цифровыми фотоаппаратами – уже реальность. Больше всего ссылок на фотографии появляется на том же комьюнити 2004\_vybory\_ua; затем под архив протестных фоток создаются целые сайты:

<http://www.maydan.kiev.ua/>

<http://b0ris.klled.org/revolution/>

На ЖЖ заводят креативное комьюнити colors\_of\_ua, на котором дизайнеры вывешивают идеи плакатов и листовок.

Кроме этого, неизвестные кибьерманьяки склепали сайт с трёхмерными панорамными снимками блокирования Кабмина, митингов на Майдане, демонстраций у Верховной Рады и т.д - <http://888.kiev.ua/>. Таким образом, не присутствовавшие лично при данных мероприятиях люди могут почувствовать происходившее, "покрутив" при этом головой.

## **Медиа-группы: Майдан**

---

Отдельно следует отметить и команду сайта Майдан - ребята работают очень профессионально. На главной странице ресурса были вывешены контактные мобильные телефоны, по которым любой желающий мог сообщить какую-либо информацию; её сразу же оперативно размещали. Кроме этого, люди разбирали шквал писем, выбирая и публикуя самые интересные, а также вешали в левой колонке тексты "прямого действия" - чем можно помочь палаточному лагерю, как разговаривать со сторонниками Януковича, куда звонить в случае экстренных ситуаций и тому подобное.

Майдан также инициировал создание мобильных групп - по сигналам о каких-либо ЧП ребята выезжали на место случившегося и разбирались в ситуации, по возможности фиксируя нарушения при помощи фотоаппаратов и видеокамер.

Кстати, Майдан был создан ещё во времена акции "Украина без Кучмы" в 1999 году, однако за минувшие несколько лет трансформировался из новостной ленты в огромный протестный ресурс. И хоть его структура тоже слишком уж разрослась [зайдя на сайт в первый раз, очень сложно найти там требуемую информацию], всё же влияние ресурса на нынешнее поколение молодых и решительных демонстрантов очень сложно переоценить.

## **Вебкамеры**

---

С началом массовых митингов на Майдане особой популярностью стали пользоваться сайты телеканалов "1+1" и "Интер", а точнее - вебкамеры, размещённые на страницах этих ресурсов. Благодаря ним стало возможно в любой момент окинуть взглядом Майдан и оценить обстановку:

<http://1plus1.tv/video/camera.php>

<http://webcam.inter.ua/ru/640x480.html>

В частности, когда 25 ноября лживый канал российского телевидения ОРТ показал архивные кадры пустого Майдана, заявив, что сторонники Ющенко якобы свернули все палатки и отправились по домам, благодаря вебкамерам удалось выяснить, что это всё - враки. Однако Лента.Ру, вывесив лживую информацию на своём сайте, не убрала её и после того, как изображение вебкамер были переданы четырём (!! ) модераторам новостей. Посему за короткий

период времени доверия ко многим российским онлайн-СМИ (не говоря уже про телевидение) резко упало.

## **Оранжевые ленточки, десктопы и обои**

---

С ростом популярности оранжевых ленточек, шапочек, шарфиков, флажков и вообще оранжевого цвета [кстати, гениальное изобретение] среди оппозиционно настроенного люда "помаранчова мода" перекечевала и в сеть. Вебмастера стали добавлять ленточки к логотипам, менять не только цвет фона на сайте, но и всю цветовую гамму. Один мой хороший друг написал у себя в ЖЖ, что "оранжевый - это цвет сопротивления". Абсолютно верно, причём сопротивление стёрло рамки между виртуальным миром интернета и реальностью.

Неизвестные умельцы наклепали несколько вариантов оранжевых ленточек, предлагая размещать их на своих сайтах. Один из вариантов ленточки [правда, не для сайта, а для рабочего стола] можно скачать тут.

Тем временем некоторые админы сообщали, что баннеры с ярко выраженной оранжевой символикой снимались с показов, а одному парню звонил сбущник и настойчиво предлагал убрать ленточку с сайта.

Это имело бы смысл, если бы веб-ресурсов такой жизнерадостной раскраски было мало, но за короткое время чуть ли не половина UA-нета приобрела оранжевый цвет. Видимо, гэбэшники обломались обзванивать всех, либо же элементарно не хватило сотрудников [хе-хе-хе].

## **Чёрный пиар**

---

Пока одни вводили в свою палитру оранжевый цвет, другие, тем временем, поспешно избавлялись от него. Это касается информационного "чуда" [Zadonbass.org](http://Zadonbass.org), который оперативно избавился от всего оранжевого. Вообще, данный ресурс заслуживает пару отдельных абзацев.

Почему-то получается, что прощеньковские сайты, перегибая палку, делают это изящно и незаметно. Находясь на информационном канале, интернет-журналисты в состоянии отслеживать, какую информацию они не дают, а какую немножко изменяют для пущей убедительности.

Однако сайты, агитирующие за Януковича, перегибают палку абсолютно бронелобо. Это касается и сайта с замечательным названием [Zadonbass.org](http://Zadonbass.org), который распространяет настолько лживую информацию, что она даже не злит - прочитав заметки, людей разбирает истерический смех.

В частности, около статьи с названием "Оранжевые стали платить в 20 раз меньше, демонстранты в ярости" [а вы когда-нибудь задумывались, кстати, как можно проплатить по 200 гривен

толпе из 250 тысяч человек?] находится чудная картинка, на которой сфотканы несколько демонстрантов. Незвестный сотрудник сайта затёр слоган на их транспаранте и совершенно тупо написал в фотошопе "Ющенко, давай деньги", не потрудившись при этом достичь хоть какой-то естественности изображения.

## **Эту песню не задушишь, не убьёшь**

---

В самом начале противостояния на Майдане несколько ребят из Ивано-Франковска записали песню "Нас багато", краткий смысл которой можно пересказать словами "наглой фальсификации - нет! нет! нет!, а Ющенко, соответственно - да! да! да!". За короткое время мп3шка стала очень популярной в сети, а особо ярые фанаты назвали её гимном оранжевой революции.

Параллельно с этой мп3шкой по сети стали гулять и другие песни, исполнители которых поддержали восстание и стали выступать перед демонстрантами на майдане.

## **Поиграй в игрушку, вынеси злость на оппозицию**

---

А технологию интернет-игр начинают осваивать не только противники Януковича, но и его сторонники. В частности, на дурацком сайте [pouasa.in.ua](http://pouasa.in.ua) выложили довольно качественную забавку, сделанную по типу пресловутого пингвина. Только здесь вместо этого самого пингвина предлагают попинать Виктора Ющенко, его жену, Юлю Тимошенко и некоторых других лидеров оппозиции.

## **Слушать оппозицию, не сходя с рабочего места**

---

Ещё одно нововведение, появившееся лишь недавно в украинском фрагменте сети - интернет радио. Не те онлайн-станции, которые гонят мэйнстрим-металл или что-либо подобное, а именно политические радио, передающие в реальном времени звук пятого канала, трансляции Верховной рады и т.д.

<http://radio.adamant.net/>

<http://5tv.atspace.com/>

<mms://oleg412.ipnet.kiev.ua:8080/>

и много других, сейчас уже и не упомяну адресов.

Параллельно с этим пятый канал запустил онлайн-трансляцию видео:

<http://efir.5tv.com.ua>

Огромную роль продолжали выполнять и выкладываемые на сайт видеофрагменты - их усиленно качали и затем пересылали друг другу по мылу.

Ну не удержался! Ну не могу я не сказать про этот эпизод, не могу. Несколько дней назад украинские телеканалы показали дорвавшуюся до сцены жену Януковича. В сети практически сразу же появилась стенограмма её выступления, а позже были выложены и два видеофрагмента, показывавшие фрау с разных ракурсов.

Это был абсолютный бум - все прежние выходки Виктора Януковича, о которых потом слагали анекдоты и делали картинки, померкли по сравнению с выступлением его жены Людмилы. На протяжении нескольких дней после этого можно было спросить любого знакомого по аське: "Ты это видел?". И будьте уверены, знакомый сразу же понимал, о чём идёт речь.

Андрей Данилко, наверное, даже не подозревал, что в мире существует реальная Верка Сердючка, хоть и с другим именем. По сравнению с ней хамоватый и наглый Янукович выглядит просто Джеймсом Бондом.

После выступления уанет просто доверху наполнился шутками, анекдотами и картинками на тему жены кандидата в президенты от власти. На днях я даже встретил даб-микс, где самые козырные фразы фрау были наложены на размеренный ритм. А на Майдане появились как валенки с надписями made in usa, так и апельсины с воткнутыми в них шприцами.

### **Итог: торжество неиерархических отношений**

---

Помимо того, что нынешние выборы отмечены небывалой активностью самых разных людей, считавшихся раньше аполитичными, заслуга выборов состоит ещё и в бурном развитии информационных технологий. За считанные месяцы интернет перестали воспринимать, как мусорную кучу из домашних страничек, мпЗшек и порнухи. Теперь сеть для многих людей - альтернативный источник информации. Здесь намного легче донести свою точку зрения, подискутировать с оппонентами или узнать, что думают люди, скажем, во Львове и в Донецке.

Дурить людей становится всё труднее. Телевидение, при всех своих положительных моментах, однонаправлено - они говорят, ты слушаешь. Интернет двунаправлен - ты можешь как говорить, так и слушать; как потреблять информацию, так и создавать её. И в этом контексте грузить людей становится гораздо труднее, потому как каждый может найти какого-нибудь парня из Харькова и спросить - "слушай, а что у вас там на самом деле происходит?".

Другой мой знакомый из Питера, которому я написал недавно, что их телевидение часто говорит неправду, ответил: "я верю лишь друзьям". И правда - зачем верить пафосному телевещанию, за которым всегда стоят чьи-то деньги, когда просто можно зайти в аську и спросить друга: "расскажи, чего творится-то".

Впереди - третий тур выборов, так как третьего декабря Верховный суд признал ранее творившееся безобразие незаконным. Того и гляди, за эти три недели в уанете появится ещё чего-нить интересное. Удивительное - рядом, нужно только его создать :)

Всё будет хорошо, теперь я это знаю. До скорой встречи. Фраунгофер, Zaraz.org.

## "Манифест городского телевидения" Маттео Паскуинелли

---

### *За демократию участия в масс-медиа*

Telestreet - telestreet.it - это возникшая на добровольной основе сеть в высшей степени тактических "уличных" телестанций (схожих с французскими телестанциями, вещающими в пределах небольшой прилегающей территории), которые, пользуясь недорогим оборудованием с дальностью передачи 400 метров, несколько часов в неделю транслируют видеорепортажи низкого качества. Telestreet была создана как средство протеста против монополии мистера Б. [?] и по итальянским законам считается предприятием пиратским и противоправным. Это малобюджетный проект, находящийся на самофинансировании.

No War TV - спутниковый канал, созданный для альтернативного освещения событий войны в Ираке (в данный момент он прекратил вещание, однако вскоре должен возобновить свою деятельность под новым именем, с новой актуальной проблемой в центре внимания). No War TV объединяет медиа-активистов из самых разных политических объединений: Indymedia, Social Forums, Girotondi, группы критического медиа-мониторинга (такие как Megachip.info), а также сотрудников медиа из мейнстрима.

Global TV - спутниковый канал объединения Disobbedienti и Союза коммунистической молодежи. Он был организован во Флоренции, во время, но отнюдь не на время, Европейского общественного форума, и, по словам создателей, является не просто независимым каналом, а каналом с воинственно-партизанской позицией: этаким рэп по принципу "говорю, что думаю".

Urban TV - это проект (я принимаю в нем участие после работы на Telestreet), цель которого - создание в Болонье и других итальянских городах телевидения со свободным доступом, предназначенного занять промежуточную позицию между "уличным" и спутниковым ТВ. Если угодно, проект представляет собой попытку вещания в формате Open Channel [?], до сих пор неизвестном в Италии. Urban TV пытается разрешить проблемы, которые до сих пор остаются актуальными и для других проектов: организация, непрерывное вещание, обмен телепрограммами, участие местного населения, сотрудничество с европейскими коллегами (мы ищем партнеров в Европе), честные и открытые способы финансирования и

экономическая самостоятельность, не связанная с коммерческой деятельностью. Все вышеперечисленное и побудило нас создать освещающий развитие проекта веб-сайт и сочинить манифест.

"Манифест городского телевидения" отражает современные итальянские дебаты вокруг медиа, а кроме того использует опыт эклектичных голландских проектов (подобных Public Domain 2.0) и методы французских и итальянских постфордистских критиков (я предпочитаю называть Urban TV именно постфордистским, а не тактическим телевидением). Я знаю, хотя и не уверен полностью, что эта шумиха вокруг ТВ вызовет чувство deja-vu у многих "неттаймеров" [?], разделяющих позицию тактических медиа. Однако новшество в данном случае, я убежден, состоит в том, что наш манифест связует (мощное) итальянское движение с новым медиа-активизмом.

## **Манифест городского телевидения**

---

За демократию участия в масс-медиа (и осуществления первого в Италии проекта телевидения с открытым доступом).

<http://www.urbantv.it>

1. Сценарий: независимая коммуникация и монополия в сфере медиа. 2. Новые права: право самостоятельно организовывать коммуникацию. 3. Новые пространства: общественный медиа-домен. 4. Новая политика: новая медиа-культура. 5. Тактические медиа: взаимодействие телевидения и Интернета. 6. Тактическое телевидение: телеканалы общего доступа. 7. Содержание тактического вещания: от национального к городскому. 8. Городская модель: телевидение, тесно и напрямую связанное с жизнью города. 9. Экономическая модель: некоммерческие медиа, сотрудничающие друг с другом. 10. Политическая модель: общественная автономия.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ШАГИ: 1. Urban TV (г. Болонья) 2. Кампания Public Domain 2.0

### **1. Сценарий: независимая коммуникация и монополия в сфере медиа**

По всему миру идет распространение новой медиакультуры: сегодня, наряду с такими традиционными средствами независимой коммуникации, как радио и Интернет, сотни экспериментальных проектов используют "старое доброе" телевидение - независимые ТВ-станции и Интернет-телевидение, "уличные" и спутниковые видеоканалы, веб-телеканалы и каналы, вещающие в пределах одного микрорайона. Эта волна видеоактивизма, нацеленная на ТВ, возникла как альтернатива монополии международных ТВ-корпораций и государственного телевидения.

На наш взгляд, в настоящий момент общество уже достигло достаточного уровня демократического развития и обладает культурными и техническими ноу-хау, чтобы самостоятельно организовать свои медиа по образцу Городского Телевидения – телеканалов с открытым доступом, тесно и напрямую связанных с жизнью города.

## **2. Новые права: право самостоятельной организации средств коммуникации**

В течение последних десятилетий в обществе возникло новое понимание прав, касающихся коммуникации. Сегодня о них заявляют наравне с прочими общечеловеческими и гражданскими правами. В качестве примера можно привести Хартию общечеловеческой коммуникации ([www.pccharter.net](http://www.pccharter.net)).

Это понимание следует развивать и дальше: в рамках нового общественного медиа-домена, общество должно осознать, что обладает не только пассивным правом доступа к средствам коммуникации, но и активным правом участия в их организации.

## **3. Новые пространства: общественный медиа-домен**

Культура независимой коммуникации в любых формах (от видеоактивизма до свободного радио и программного обеспечения с открытым кодом) открыла новое пространство в сфере традиционных медиа и технологий – пространство, полноправный политический и культурный статус которого сейчас необходимо признать.

Культурная, политическая и юридическая основа этого движения – пространство, именуемое нами "общественный медиа-домен". Под общественным доменом мы понимаем пространство, принадлежащее не государству или рыночным институтам, а обществу в целом, им же управляемое и контролируемое (понятие "общественный домен" не следует путать с общественной службой, созданной государством).

Те, кто до сих пор вносил большой вклад в расширение общественного домена, теперь должны трудиться над его внутренним устройством и широкой декларацией его деятельности. См. сайт голландской кампании Public Domain 2.0 – [www.waag.org](http://www.waag.org).

Новый автономный общественный медиа-домен должен быть признан официальными институтами как орудие демократии участия и средство, направленное на развитие нового городского самоуправления. Институты, в конечном счете, должны оказывать содействие механизмам преобразования фордистского общества в постфордистское.

## **4. Новая политика: культура новых медиа**

Институциональная политика в отношении новых медиа ограничивается лишь вопросом доступа (зачастую с точки зрения рынка) и не учитывает их ценность как орудия демократии участия, а также катализатора в области культуры и инноваций.

В последние годы новая медиакультура смогла развиваться лишь благодаря стихийным нововведениям, возникшим на добровольных общественных началах. Промедление со стороны институтов позволило пропагандирующему независимые способы коммуникации движению достичь критической массы и самостоятельно организовать путем создания автономных образований.

Итальянская культурная политика направлена лишь на сохранение культурного наследия - и, следовательно, рассматривает новые медиа как новые вместилища, предназначенные для старого содержимого. В отличие от Северной Европы, Италия не вкладывает средства в инновации, что неизбежно влечет за собой отставание в интеллектуальной сфере. Новые медиа должны получить признанный статус автономной формы культуры и социального эксперимента.

## **5. Тактические медиа: взаимодействие телевидения и Сети**

Для медиа, поддерживающих принцип гражданского участия, Сеть стала олицетворением периода первых шагов и открытий. Однако главную роль в обществе, культуре и политике по-прежнему играет телевидение. В этой связи необходимо переустроить телевидение в подлинно демократическом ключе и обеспечить его взаимодействие с Интернетом. Телевидение следует рассматривать как своего рода новый протез Интернета, его ответвление. Тем не менее нельзя допустить, чтобы возникло очередное "гетто" альтернативных медиа, поэтому наша задача - объединить "социализирующую" силу телевидения с горизонтальной структурой Сети.

Возможные стратегии в деле независимой коммуникации - это получение доступа к каналам и технологиям, рост числа телеведущих и создание альтернативных программ. Для городского телевидения ключевым моментом является не просто контроль над каналами или передачами, но и вновь обретенный коллективный подход к содержанию вещания - иными словами, отвоевание общественной и коллективной роли, присущей телевидению.

Сегодня работа на телевидении может быть интересной лишь в том случае, если оно представляет собой активное, открытое и этичное средство информации. Телевидение должно направлять свою мощь на культурное и экономическое развитие общества как такового, а не ограничиваться поддержкой рыночного или политического консенсуса.

## **6. Тактическое телевидение: телеканалы общего доступа**

С этой целью необходимо организовать Городское Телевидение в виде телеканалов с открытым доступом и содействовать участию в их деятельности населения отдельных городских микрорайонов и общества в целом.

"Общий доступ" означает, что жители микрорайонов (которые в своей совокупности и составляют социальный портрет жизни города) могут не только смотреть тот или иной телеканал, но и управлять его работой. Общий доступ имеет смысл лишь в том случае, если с его помощью создается вещание, отвечающее интересам общественности, а отнюдь не список программ, спущенный директивой сверху.

"Локальное общественное телевидение" означает больше, чем просто телевидение, практикующее общий доступ и упражнения в риторике свободного слова (открытое обнародование). Оно также должно "формировать общество" и создавать прочную, ярко выраженную социальную ткань (не просто свободный доступ, а доступ для локальных сообществ жителей микрорайонов).

Городское Телевидение основано на широком общественном участии и привлекает не только медиа-активистов и профессиональных сотрудников, поскольку включает в себя несколько независимых проектов.

У Городского Телевидения есть общественная миссия и статус, которые охраняются "Этической хартией", в которой зафиксированы все права, обязанности и вольности средств коммуникации, поддерживающих принцип коммуникации участия.

Италия, где проблема медиа, открытых для общего доступа, долгое время обходилась вниманием, должна войти в соприкосновение с опытом других европейских стран, доказывающим возможность создания телестанций на основе общественного управления.

## **7. Содержание тактического телевещания: от национального к городскому**

Городское Телевидение – это телестанции, которые готовят и транслируют информационные, развлекательные и культурные передачи, ежедневно создавая таким образом информационное пространство, предлагающее обществу его подлинное и реалистичное отражение.

Городское Телевидение возвращает телепрограммам смысл коллективного повествования. В отличие от национального телевещания, служащего основой политического консенсуса и социальных биоритмов, телевещание городское строится по принципу "снизу-вверх". Суть Городского Телевидения заключается в

телевещании, содержание которого определяется локальным сообществом, жителями того или иного микрорайона, – подобное телевидение отражает всю социальную мозаику, приглашая сообщества и отдельных граждан составлять ее по своему усмотрению. Кроме того, такое общественное телевидение организует площадку для цивилизованной демократической конфронтации, относясь с уважением к любым, даже самым радикальным и нонконформистским стилям и направлениям.

## **8. Городская модель: телевидение, укорененное в городской жизни**

Средства независимой коммуникации вновь должны избрать город ареной действия, ибо город является той первостепенной и обладающей правом выбора основой, на которой строится общество. Общедоступное городское телевидение может с легкостью внедриться в любой сектор гражданской, культурной и экономической жизни. Городское Телевидение, таким образом, оказывается ценным инструментом и образцом активного городского самоуправления. Нам пора перестать расценивать это движение как первый шаг в деле свободной коммуникации – вместо этого мы должны быть готовы к созиданию общества и завоеванию повседневного жизненного пространства. Цель манифеста Городского Телевидения – преобразование международного новаторского движения в движение, которое по-настоящему формирует и укрепляет общество.

## **9. Экономическая модель: некоммерческие кооперативные медиа**

Новая модель общественной коммуникации служит альтернативой монополиям лишь в том случае, если она является экономически самостоятельной. Медиа-активизм не должен повторять прошлые ошибки: история движения знает примеры, когда пробитые им бреши, изобретенные им новшества быстро осваивались и завоевывались рынком (так, в 1970-х годах итальянское свободное радио проложило дорогу коммерческим радиостанциям).

Один из главных принципов Городского Телевидения – принцип некоммерческого общественного сотрудничества, подразумевающий, что полученная прибыль реинвестируется в создание новых программ и проектов для сообществ.

Городское Телевидение функционирует как метамедиум местной экономики в постфордистской перспективе: оно дает толчок мультимедийной экономике, превращает полученный по принципу "снизу-вверх" продукт в ценность и помогает создавать экономику содержания с социальной ориентацией.

## **10. Политическая модель: автономия общества**

Городское Телевидение является результатом общественной инициативы и не обязано своим существованием политическим или рыночным институтам. Эти институты должны признать право на самоорганизацию в сфере культуры и медиа и воздержаться от преследующей политические или коммерческие цели симуляции "гражданского общества" и "социальной коммуникации".

Городское Телевидение знаменует собой новые взаимоотношения между обществом и упомянутыми институтами. Оно отказывается от старых вертикальных структур посредничества и политического представительства и переходит к новым, горизонтальным и автономным, сетевым структурам, более соответствующим действительности современного постфордистского общества.

### **Практические шаги**

---

#### **1. URBAN TV (г. Болонья)**

Первый итальянский канал с открытым доступом начнет свою работу в Болонье под названием Urban TV. Мы приглашаем жителей других крупных городов к созданию Городского Телевидения на своей почве, с тем чтобы в дальнейшем, распространяясь по Италии и всей Европе, оно сложилось в единую сеть. Болонский проект представляет собой образец для всех городов Италии. Urban TV должен достичь эффективности посредством следующих шагов: создание некоммерческой ассоциации, открытие веб-сайта ([www.urbantv.it](http://www.urbantv.it)), освещающего развитие проекта, и запуск общественной кампании в поддержку новой городской теле- и медиакультуры.

#### **2. Кампания Public Domain 2.0**

Public Domain 2.0 - это международная концепция, пропагандирующая новые идеи и средства современной медиакультуры. Болонское Urban TV обращает особое внимание на три следующих пункта: новые дебаты вокруг общественного коммуникационного домена, широкополосный доступ в целях гражданской и общественной коммуникации и социально-ориентированная экономика, основанная на новых медиа.

[^] Имеется в виду Сильвио Берлускони (р. 1936), итальянский медиа-магнат, занимавший пост премьер-министра Италии с 2001 года.

[^] Open Channel TV – созданный в 1990 году ирландский телеканал, направленный на развитие локального общественного телевидения. В настоящее время, его название распространяется на международное движение, пропагандирующее те же цели и объединяющее аналогичные телестанции и проекты по всему миру.

[^] Nettime – Интернет-движение, возникшее в 1995 году и развившееся в общеевропейское сообщество независимой мысли. Цель движения определяется его членами как Интернет-критицизм – развитие и обсуждение идей, связанных с распространением виртуального пространства и новых медиа.

## **"Свобода выражения и новые технологии"** **Конрад Беккер**

---

*7 октября 2002 года Конрад Беккер, директор world-Information.Org, был приглашен прочитать вступительную речь на подготовительной встрече Средиземноморского семинара ОБСЕ (Организация по Безопасности и Сотрудничеству в Европе) по медиа и новым технологиям: их значение для правительств, международных организаций и гражданского общества (4-5 ноября 2002 г., о.Родос, Греция), проходившей в Вене.*

Я бы хотел поблагодарить венскую штаб-квартиру ОБСЕ (Организация по Безопасности и Сотрудничеству в Европе) за приглашение и предоставленную возможность высказаться о Свободе Выражения в области информационных и коммуникационных технологий (ИКТ). Сейчас Свобода Выражения представляется очень приятной и важной фразой, но я не хочу углубляться в поэтические красоты на ее счет, и опишу область ее практического применения в глобальной инфосфере.

Чтобы подойти к вопросу о Технологии и Свободе выражения, я хочу рассмотреть три понятия, которые связаны с этим выражением и подразумеваются в нем: это Цифровые Права Человека, Цифровая Экология и Наследие Будущего.

В начале существования интернета велось много разговоров о чудесном потенциале этих Новых Коммуникационных Технологий для образования, демократизации и культурного участия, и об их неслыханных возможностях, предоставляемых для человеческого выражения и обмена поверх географических границ. К несчастью, эти возможности так и остаются неразвитыми, и в сетевой публичной сфере на сегодняшний момент доминируют экономические

интересы. Хотя интернет, подобно многим другим инновациям (включая самый распространенный поисковик Google), изначально развился за пределами рыночной конкуренции, и так называемая Новая Экономика потерпела сокрушительное поражение, - развитие новых сущностно важных технологий для общества, основанного на знании, было по преимуществу отдано на откуп "невидимым рукам" рынков. Но демократизацию и свободу выражения не следовало бы отдавать в распоряжение истеричных фондовых рынков или глобальных предпринимателей.

Свобода выражения - это право человека, заложенное в Хартии Объединенных Наций. Давайте же сначала рассмотрим тему Цифровых Прав Человека, - которая, конечно же, связана с двумя другими темами. Задача Цифровых Прав Человека состоит в том, чтобы каждый мог участвовать в цифровой коммуникации и использовать ее средства бесплатно и неограниченно. Цифровые Права Человека основаны на понимании того, что коммуникация является главным двигателем цивилизации и основой развития человека, также как и человеческих сообществ. Базисные цифровые права человека - это право доступа к электронной сети, право на неприкосновенность частной сферы, и право свободно выражать мнения и общаться в сети.

Большинство новых медиа и информационных и коммуникационных технологий имеют происхождение из технологий, предназначенных для войны и контроля. Поэтому первое, на что следует обратить внимание в отношении этих технологий - это их изначальное предназначение для осуществления политического контроля и репрессий. Не считая симуляционных цифровых театров войны, такое использования варьируется от высокотехнологичного "несмертельного оружия" до всепроникающих систем слежения и распознавания данных, распространяющихся во всех публичных пространствах и прокладывающих себе путь в приложения ИКТ персонального использования.

Это приводит к широкому распространению конфликта между наблюдением и одним из цифровых прав человека, а именно правом на приватность, которое является необходимым условием для свободы выражения. Также одним из аспектов наступления на индивида и на сообщества является недобровольное использование "цифрового тела [?]", к которому их вынуждают экономические интересы.

В позитивном определении, доступ к информации и цифровой коммуникации есть другое базисное право человека. Можно видеть, что цифровое исключение действует не только как разделительная черта между севером и югом, но также и внутри обеспеченных западных демократических стран. Представляется, что большая часть населения будет исключена из высокотехнологичной информационной экономики и окажется выброшена за борт производственного цикла. Но даже те, кому посчастливится найти место внутри экономики манипуляции символами, должны ожидать ухудшения своих условий труда, возрастающего однообразия труда,

и сужения своих возможностей к самовыражению. Цифровые компьютерные рабы и нечеловеческие экспертные системы вступают в конкуренцию с человеческой рабочей силой. Можно быть уверенными, что машины не возражают работать 24 часа в сутки 7 дней в неделю, и их не соблазнить участием в рабочих профсоюзах.

Теперь, во вторую очередь, я бы хотел ввести тему Цифровой Экологии. Это касается того, как электронная информационная сфера распространяется по планете в качестве нашего общего жизненного окружения. В интересах общества – сделать так, чтобы эти информационные ландшафты не были целиком отданы интересам краткосрочной выгоды или индивидуального контроля. Напротив, чтобы обеспечить демократическую дискуссию и участие, необходимо гарантировать независимость публичной сферы от прямого государственного или экономического контроля. Широкая публичная сфера и учреждения Цифрового Общественного Достояния – необходимое условие для здорового и оптимального развития информационного окружения.

Рост использования электронных сетей для заключения финансовых сделок перевел экономические структуры в виртуальное измерение. А в таких странах, как США, нормы Интеллектуальной Собственности и авторского права неумовимо определили собой значение экономических достижений военной индустрии. Сторонники интеллектуальной собственности ведут политику, представляющую опасность для публичной сферы, а также противодействуют развитию других форм обмена знанием, таких, как программирование на основе открытого кода. Использование правительствами и администрациями проприетарного программного обеспечения не только является неоправданно дорогим, но также ограничивает политические возможности и приводит к попаданию общественных интересов в зависимость от интересов софтверных компаний. Существует конфликт между общественными и частными интересами; идет сражение Виртуальных Картелей против Цифрового Общественного Достояния и Публичной Сферы; а также нарастает концентрация медиа-компаний и компаний по защите интеллектуальной собственности, открывающая возможность для захвата этой символической территории.

"Патентование программного обеспечения открывает путь к тому, чтобы в будущем оказались запатентованы все виды интеллектуального труда. Захват этой виртуальной территории может иметь катастрофические последствия для возможностей свободного доступа к знанию и для честной конкуренции" (Филипп Куо, World-Information.Org, 2000).

Новые конфликты, касающиеся распространения богатств, будут в меньшей степени сфокусированы на создании традиционных материальных ценностей и производстве энергии, и в большей – на неосязаемых Интеллектуальной Собственности и правах на распространение. План заключается в том, чтобы создать полностью контролируемое контентное окружение, которое будет включать в себя аппаратное и программное обеспечение всех аспектов, в

рамках так называемых "систем доверия" ("trusted systems") и под руководством Управления Цифровых Прав (DRM [?]). Мы видим расширяющийся разрыв и утрату равновесия не только в области контроля за коммуникационной инфраструктурой, но и за информацией как таковой, будет ли она существовать в форме патентов, контроля за авторским правом, программным обеспечением или содержанием медиа-вещания. Есть много стран, запертых в спираль возрастающей нищеты потому, что они не в состоянии оплатить высокие лицензионные сборы. Должны ли только богатые нации обладать доступом и быть видимыми в глобальных коммуникационных каналах? Должны ли только богатые люди получать преимущества распоряжения глобальными ресурсами образования и информации? Образование требует свободного доступа к таким технологиям культуры, как книги и онлайн-средства информации. Но культура движется к тому, чтобы превратиться из свободно доступной - в вид коммерческого сервиса, где источники информации автоматически самоуничтожаются после того, как истекает срок аренды.

Свобода Выражения нуждается в Свободе Информации и Свободе бесплатного доступа и пользования информацией. Творческое культурное выражение всех видов черпает из источников культурного наследия и в своем существовании основывается на строительных блоках из культурных достижений, накапливающихся веками. Большая часть достижений европейской культуры едва ли могла бы появиться в условиях сурового режима интеллектуальной собственности, какой создается на наших глазах. Но дело в том, что эта коммодификация информации не хочет ограничиваться неорганическим миром. Все в большей степени вся биосфера, включая человечество, вовлекается в рынок информационной экономики, что выражается в различных формах, от патентования экзотических видов растений и животных или человеческих генов - до биометрического сканирования, профилирования и сортировки людей.

Наконец, аккумулированный капитал свободного выражения - это основание нашего Культурного Наследия Будущего. Сохранение наследия будущего требует соответствующих законодательных, технических, научных и финансовых мер. Тесное взаимодействие и сотрудничество между практиками, артистами и учеными может обеспечить экспериментальное поле для широкой и разнообразной электронной культуры. Это должно включать постоянное обновление, сохранение и доступность цифрового искусства, улучшение некоммерческих, общественных электронных сетей, также как и усилия по представлению и распространению электронного искусства. Кроме того, сохранение наследия будущего требует широкомасштабного повышения осведомленности. Если человечество не возьмет на себя такие усилия, то наше поколение оставит оскудевшее, ущербное наследие тем поколениям, которые придут ему на смену.

Новые технологии не только открывают для нас новый мир коммуникации и распространения знаний, но также и предоставляют новые возможности для дезинформации и манипуляции. Если мы располагаем чистым, совершенно неограниченным объемом доступных данных, то естественно возникает потребность в том, чтобы отфильтровать это неограниченное количество информации, сокращая его до того объема, который может быть обработан. Такие системы фильтрации и обработки, будь они человеческими или программными, открывают массу возможностей для того, чтобы тайно ввести предвзятые параметры или рамировать информацию на основании скрытых интересов. Технология как таковая, в ее социальных приложениях, никогда не является нейтральной. В отличие от материального производства, информационная индустрия всегда остается индустрией знания, которая оказывает влияние на наши способы мышления и перспективы видения. Вот почему окружение, которое в действительности откроет свободу для выражения, должно основываться на таких информационных структурах, которые будут прозрачными, открытыми и подотчетными. Я отсылаю к исследованиям, которые на структурном уровне рассматривают общественные интересы как Культурный Разум, или Культурную Интеллигенцию (Cultural Intelligence).

Службы Культурной Интеллигенции нужны для того, чтобы растить и защищать публичную сферу и дискурс, так же как и разнообразие и богатство способов культурного выражения, в обществе, которое своей большой частью основано на информационных и коммуникационных технологиях. Наблюдая и анализируя культурные, социо-политические, технологические и экономические тенденции, культурная интеллигенция восполняет отсутствие у общества мета-информации как основы для принятия решений. Культурная интеллигенция уравнивает действия традиционных военных и экономических разведок, собирающих информацию с целью усилить контроль, служа общественным интересам через получение гражданских полномочий и независимости, как адвокат гражданских прав на культурную свободу, свободу мнения и свободу выражения.

## **СНОСКИ**

---

[^] Цифровое тело - если вы займетесь интернет-поиском на свое имя, то, вероятно, обнаружите сколько-то своих упоминаний, среди которых могут быть вам еще неизвестные. Таким же образом можно получить информацию о других людях. Эти данные о человеке и составляют его "инфотело". (прим. переводчика)

[^] DRM - Digital Rights Management

## "Теория миксинга: Попытка инвентаризации методов амстердамского свободного радио"

Герт Ловинк

---

В начале 80-х годов в Амстердаме появляется множество свободных радиостанций. Действуя в рамках движения сквоттеров, эти некоммерческие пиратские станции базируются в незаконно занятых помещениях. Власти терпят их, впрочем с большой неохотой. Время от времени станции подвергаются полицейским облавам, но, едва все стихает, снова возвращаются в эфир. Возникнув в недрах радикальных движений, в середине 80-х станции выходят на свой собственный путь и начинают экспериментировать с вещанием. С течением времени сквоттеры исчезли со сцены, однако радиокультура продолжала развиваться. Результатом стала эволюция всей традиции звука как такового, и подразумевается здесь нечто большее, чем просто сумма его этнических и экспериментальных составляющих.

После бесчисленных случаев слияния, закрытия, смены названия и отхода в сторону официального местного радио на плаву остались три радиостанции. Самая маленькая, но и самая старая и выносливая из них - активистское радио De Vrije Keijzer ("Свободный Кайзер"), специализирующееся исключительно на политике. "Свободный Кайзер" начал свое вещание в конце 1979 года из оказавшегося в бедственном положении сквота De Grote Keijzer ("Великий Кайзер") и, как и сам сквот - комплекс домов на набережной одного из каналов, - стал символом решимости его обитателей. На протяжении нескольких лет "Кайзер" служил единым рупором нескольких локальных радиогрупп самой разной направленности, но после случившегося в 1983 году раскола его главной тематикой стали активистские новости. Десять лет спустя радио выходит в эфир раз в неделю, а его коллектив состоит из четырех-пяти человек, по-прежнему питающих слабость к сквотам и "автономному" движению.

Радио 100 вещает семь дней в неделю, с пяти часов вечера до глубокой ночи, и считается крупнейшей пиратской станцией Амстердама. Здесь можно услышать все - от африканской музыки и регги до ду-вопа, хауса и индастриала. Несмотря на мощную полицейскую облаву 1991 года, в результате которой были конфискованы все пластинки и арестовано пятнадцать сотрудников, многие считают Радио 100 станцией консервативной и равнодушной к новым идеям и экспериментам.

Наконец, младшая непослушная сестрица Radio 100 - Radio Pataroe, возникшее на основе панк/хардкор-радиостанции Radio Dood ("Радио Смерть"). Многие годы Radio Pataroe оставалось практически никому неизвестным, однако с началом 90-х стало стремительно развиваться, привлекая все большее число неординарных личностей из среды андерграунда. Сегодня Pataroe

транслирует сотню различных передач и может считаться по-настоящему мультикультурной радиостанцией.

Все три станции представляют собой ассоциации диджеев, каждый из которых ведет собственное шоу. Редакторский совет, равно как и совет директоров, отсутствует – управление осуществляется самими диджеями. Впрочем, все они питают неизменное и сильное отвращение к любым встречам и собраниям; большинство коллег в лучшем случае связывает поверхностное знакомство.

Финансовую основу свободных радиостанций составляют взносы самих диджеев, прибыль от благотворительных концертов и выручка имеющихся при радиостанциях баров. Большая часть сотрудников получает социальные пособия от государства, поэтому проблема погони за прибылью отпадает. Желающие работать ради денег могут отправляться на коммерческие радиостанции.

Информационная составляющая крайне ничтожна, "бумажная" работа практически сведена к нулю. Новости и репортажи блистают своим отсутствием. Сильная сторона заключается не в профессиональном оборудовании или журналистском мастерстве, а в живом аспекте, в непредсказуемом поведении диджеев и их увлечении музыкой. Наряду с самодельными FM-передатчиками в дело идет обычная бытовая электроника. В отличие от ТВ или видео, радио не требует существенных затрат. "У них полно денег, но нет времени. У нас море времени, но нет денег" – работа станций в полной мере отражает эту максиму. Именно это обстоятельство и позволяет беззаботно экспериментировать со звуком. Диджеи ведут шоу с участием случайных гостей, крутят релизы независимых лейблов, мировые хиты, радиопостановки, вместе с тем создавая в высшей степени уникальный саунд амстердамских радиостанций. Они ничего не пропагандируют, не выражают чьи-то интересы, они просто дрейфуют в море свободного времени, творя собственные вселенные звука. Существенный аспект их аудио-коктейлей – длительность. Если микс ограничен временем, он превращается в живой скрэтчинг или рэп, прекрасно обходясь без привлекательного ярлыка с именем исполнителя. В этих живых выступлениях есть гениальные моменты. Мимолетный, спонтанный шедевр возникает только для того, чтобы испариться в эфире. Немаловажным условием при этом является и наплевательское отношение к авторским правам. Беспардонное потрошение мирового медиа-архива не слишком поощряется правовым государством. Впрочем, последнее не признает и свободное радио. В противоположность духу времени, когда музыкальную среду рассматривают в микроскоп, пытаюсь отыскать и выделить очередное модное течение, микс стремится к максимальному охвату. Любой звук, любая музыка может стать материалом. Микс не является особым жанром, приготовленным для узкого круга любителей. Микс – это экспедиция в самые отдаленные, укромные уголки радио. Склонность к миксингу отражает переход от альтернативных медиа, до сих пор пытающихся восполнить пробелы в предложении медиарынка, к суверенным медиа,

не связанным с потенциальной аудиторией. Свободные радиостанции не считают себя элементом буржуазной (анти-) публичности или еще одним блюдом в меню шведского стола медиазакусок – ко всему этому они относятся, в лучшем случае, с позиций сторонних наблюдателей. В том, что транслируется другими, они видят лишь потенциальные ингредиенты. Архив новостей оказывается лишь одним из многих в их числе. Суверенные медиа не придерживаются никакой модели коммуникации, они – радиоактивные осадки, вызванные взрывом "медиа-эмансипации". Вендэкс (Radio Pataroe): "Я верю в случайных слушателей; я сам – один из них. У Pataroe нет аудитории, которой надо скармливать правду. Мы не делаем вид, будто мы единственные, кто может снабдить слушателя информацией. Pataroe – это не форум и не альтернатива, Pataroe – это самодостаточная цель". Амстердамские саунд-экспериментаторы отнюдь не считают себя техноавангардом. Забавляться с дорогими игрушками исключительно ради формы – удел эстетов. Ключевой момент – это не омоложение искусства, а выбросы в эфир, утилизирующие излишки производства обычных медиа. В отличие от денди, жаждущего присосаться либо к правящему классу, либо к богеме с ее неотъемлемым эксцентричным декаденством, суверенные медиа отдают должное всем происходящим событиям, которые, подобно обоям на стенах, определяют дизайн нашего медиапространства. Они не берут самбу, соул или слащавую попсу, не создают вокруг них ореола новейшей культовой вещи или заслуженного старого хита, с тем чтобы прокрутить их для коллективной памяти, обожающей подобные напоминания. Они не занимаются аудио-историей, не извлекают на свет без пяти минут вымершие музыкальные стили, чтобы вмуровать их в мемориальную стену поп-истории. Они собирают материал и выясняют, насколько он пригоден для обезличивания и трансформации. Информационным хламом не пренебрегают, более того, относятся к нему с известным уважением, как к незнакомому попутчику. Процессинг – это не акт насилия, не ритуал изгнания демона, которым якобы одержимы медиа. Микс показывает нам, что прежде чем найти новый смысл, мы должны проделать путешествие сквозь бескрайнее пустое пространство.

Что касается программного и технического обеспечения, суверенные медиа представляют собой полный винегрет. Старое и новое, популярное и неизвестное, пустяковое и серьезное – все образует один потрясающий сплав. Микс-мастера подключают выброшенные за ненадобностью кассетники к hi-tech сэмплерам и украшают нарезку из речей Буша собачьим лаем, фрагментами языкового аудио-курса и звуками танцевального оркестра. В уличной или клубной субкультуре нет эквивалентов такого ироничного использования медиа. Суверенные медиа создают параллельную вселенную, совершенно не пересекающуюся с традиционным пространством полиса. Мусорщики тихо прочесывают неофициальную реальность торговых центров, блошиных рынков, барж с отходами. Эти европейские отаку [?] уже не бродят по

удобочитаемому городу, они движутся в новом пространстве, где вся начинка XX века громоздится кучами воображаемых миксов. Они бегло оценивают своеобразие некогда слишком причудливых и потому выброшенных на помойку культуртрегеров и собирают собственные передачи по кусочкам - в кинотеатрах, видеопрокатах, антикварных лавках и магазинах подержанных записей.

Микс-мастеры - это стервятники и паразиты аудиовизуального общества. Переработка, которой они занимаются, не имеет ничего общего с финансовыми соображениями, но питается их одержимостью вышедшими из употребления записями. Все, что только было записано, составляет их космос, и они растворяются в нем. Звуки "хаммонда", голоса зверей, речи Кеннеди, сказки, голландские песенки в стиле "спагетти-вестерн". Арьян: "Я почти никогда не покупаю новые пластинки. Я нахожу их на улице или в неприметных магазинчиках, иногда мне просто отдают их те, кто уже собрался их выкинуть. Я редко плачу за пластинку больше трех гульденов. Вдобавок, сочиняю музыку сам и собираю демозаписи. Это все равно, что быть археологом или архивариусом. На улице то и дело находишь кассетники и автоответчики, из которых не вынули пленку. Скоро повсюду будут валяться и CD-плееры".

Для сотрудников свободных радиостанций оборудование не инструмент, а горячо любимая игрушка. Официальные медиа все чаще и чаще сообщают о новшествах в медиатехнике, однако никогда не демонстрируют собственное оборудование. В их кругу необходимость звукорежиссерской работы по-прежнему считается препятствием, которое нужно преодолеть. Разработчики высоких технологий дают понять, что в один прекрасный день с помехами и шумом будет покончено навсегда. Вендэкс: "По-моему, если вы пропускаете сигнал через 40 км медной проволоки, у вас должна быть возможность слышать, что при этом получается. Дорогое оборудование, которое используют обычные станции, просто создает больше тишины. На обычной деке вольтметр средних значений опускается до -20dB, а на серьезном оборудовании - аж до -50dB. Тише не придумаешь. Громкие и тихие звуки растаскиваются все дальше друг от друга. Кому нужно столько тишины?"

Медиа не могут заслужить доверие тем, что показывают процесс своей работы. "На мой взгляд, это здравая привычка - подвергать сомнению образы, создаваемые на экране. И оттого, что при этом покажут оператора за камерой, убедительнее они вовсе не станут". Вендэкс рад тому, что Pataroe не привлекает внимание медиа. "Если мы хотим что-то сказать, у нас есть свой передатчик. Мы не расточаем комплименты другим медиа и сами их не жаждем". Девиз Pataroe - "Лучше встань и поддержи новый мир". В отличие от Radio 100, Pataroe предпочитает окутывать свои планы, равно как и все свое существование, завесой тайны. В манифесте, составленном в 1990 году, говорится лишь о том, что Pataroe возникло вследствие "все возрастающей потребности в пороках общества". Другой источник гласит: "Pataroe проводит границы там, где другие о них не подозревают. Благодаря нашей

профессиональной монополии, то, чего никто не хотел, оказалось возможным". Radio Patapoe называет себя "мультирациональным". Оно стремится к большему, чем мультикультурность или мультирасовость. "Эти слова не указывают на решение проблемы; их смысл ограничивается терпимостью к другим. Но эффект от этого по-прежнему нулевой, поскольку каждый считает, что знает все лучше всех и обвиняет других в узколобости. Дескать, раз у них есть такой-то порок, значит, куда им до моих гениальных озарений. Мультирациональность против такого отношения, ее принцип - приятие разнообразных рациональных доводов, способных существовать, не исключая друг друга".

Эмансипация слушателя до сих пор была очевидной идеей, унаследованной от прекратившего свое существование панковского Radio Dood с его кредо "Слушай или подохни!" Вендэкс: "На Radio Dood народ любил при случае рявкнуть в микрофон что-нибудь вроде "А теперь выруби радио! Если б только мой голос мог убивать..." Обычный обыватель получал совет пойти и выброситься из окна. Или выкинуть все свои пластинки. Но рабы, рассеявшиеся на мягких диванах в своих гостиных, разумеется, ничего этого не слышали, потому что непосвященным панк должен был казаться дикой какофонией. Это был просто маленький прикол, ведь те панки, которые слушали, понимали, что все это звучит не в их адрес. Если вдруг раздавался вопль "Выруби радио!", все только пуще веселились. Радио выключали только тогда, когда оно само затыкалось. "Эй, ты все еще нас слушаешь? А ну проваливай!" Некоторые считали это идиотизмом - если есть возможность вести свое радио, как можно плевать на такую роскошь? Но, на самом деле, это свидетельствует о реалистичном взгляде на средство вещания как таковое - сказать, что если оно тебе не нравится, просто возьми да выключи. Мы крутим здесь свою музыку, и то, что ты о ней думаешь, нас совершенно не волнует. Вдобавок, взять все великолепные шоу... Нет, это было искусство".

В бардаке, обычно царившем на Radio Dood, была система. И ведущие, и толпа гостей, тусовавшихся на студии, все, как правило, были укурены или пьяны. Характерное для панка наплевать естественным образом распространялось на вещание. Никто не заботился о звуке, никто не боялся вылезти за пределы частоты (альтернативные радиостанции до сих пор не могут избавиться от этого страха). Вендэкс: "Людам нравилось халтурить. Раздолбайство было нормой. У меня есть кассета, называется "Overplayed Top 20" - сборник самого занудного панка и хардкора образца 1986 года, сделанный Вихром. На пятом трэке в студии уже никого не осталось. На третьем Вихру так осточертело, что он ушел сам, и вести "двадцатку" дальше пришлось какому-то случайному гостю. На других станциях подобный номер не прошел бы. Мы же были кучкой оголтелых панков, настоящим радио мы так никогда и не стали - не могли стать по определению". Качество вещания было хуже некуда. Перемодуляция и фونهاщая аппаратура были обязательным элементом любого шоу. Хрипящие ручки

громкости, сломанные микрофоны, деки, жующие кассеты, не поддающиеся синхронизации каналы – никто и не думал пытаться это исправить, все это было неотъемлемым, "фирменным" атрибутом конечного сигнала.

Барт почти ничего не помнит о Radio Dood, где он крутил новый хардкор. "Это был очень туманный период моей жизни – потребление гашиша било все рекорды". Правда, он помнит, как выглядела студия: "Первая размещалась в бывшем сортире – чулан два на три метра. Там стояла печка-буржуйка, которая постоянно дымила. У тебя был выбор: либо затопить печку и угореть, либо открыть окно и замерзнуть. Негде было зад развернуть – обязательно заденешь стол и собьешь иглу с пластинки. Там, куда мы переехали потом, было чуть просторнее и хватало места для стульев – по крайней мере, можно было нормально передвигаться, можно было спокойно сесть и поглазеть в окошко. А вот наша главная студия, уже позже, была на первом этаже, прямо над затопленным подвалом. В полу были люки с набросанными на них половиками. Кругом грязь, все стены в граффити. На нашем пульте не хватало каналов, зато был переключатель, и те, кто хотел поставить после пластинки кассету, постоянно про него забывали – звука нет, а народ сидит и не может сообразить, в чем дело. Отопления не было, а тут как раз зверская зима 1986/87 года. Мы вели шоу при -15. В полу была дыра, через которую виднелась глыба льда. Даже косяк нельзя было нормально свернуть – пальцы тут же коченели".

Вести хардкор-шоу довольно трудно, поскольку песни очень короткие. Вендэкс: "Обычное правило для шоу, чтобы не дать ему скиснуть, – "песня-треп-песня", но если ему здесь следовать, можно свихнуться. Поэтому лучше запустить небольшую подборку, песен пять, а потом снова вклинить с чем-нибудь вроде "Вот это панк!", или "Просто офигенное пого!", или "Крушите мебель, бейте окна!" Замечательный формат для своих шоу отыскал впоследствии Бронко Шэмблбатт. Как только он включал микрофон, тот начинал зверски фонить, Бронко, стараясь перекричать фон, орал название следующей песни и врубал ее на полную громкость. Шоу получалось реально диким. Бронко всю дорогу был укурен в хлам. Рассказывают, однажды он заснул за пультом. Пластинка кончилась, потом еще с полчаса раздавалось только шарканье иглы, наконец, кто-то прибежал в студию и разбудил его".

Достижением Radio Dood было то, что оно ограничилось выбранным музыкальным жанром и раскопало его глубже всех. Пришедшее ему на смену Patapoe предлагает слушателю самые разные стили, но предпочтение по-прежнему отдается "плохой" музыке. Вендэкс: "У нас всегда было какое-нибудь альтернативное радио, где крутили последние релизы независимых лейблов, – недостатка в этой роскоши никто не испытывал. Что касается меня, гори она вся синим пламенем, эта альтернатива. Для нас сейчас самая важная вещь – пластинки с "Non-Stop Hits A-Go-Go" Франка Вальдора. Это такой немецкий Джеймс Ласт, который делал танцевальные попури в

суперкоммерческих аранжировках. Записи сделаны с "живым" эффектом – все песни обрамляются воплями публики. На самом деле, далеко не такая плохая музыка, как кажется. Все привыкли поливать ее грязью, но толком послушать, конечно, никто не удосужился. А между прочим, для того времени это был настоящий хаус".

Как и в случае с фoniaщим хардкором, суть в том, чтобы отпугнуть слушателей: если вдруг ты на это наткнулся, выключи. Radio Dood ввело в обиход уникальный способ скрещивания двух медиа – трансляцию фильмов, от начала и до конца. Вендэкс: "чтобы в передаче не было сбоев, мы держали его включенным круглые сутки, но при этом вещали всего четыре дня в неделю. Отличный способ скоротать ночь при таком раскладе – запустить какой-нибудь ужастик: во-первых, страшно, во-вторых, у них отличный звук. Видеоряд я считаю излишеством. Спецэффекты сделаны так топорно, что это сразу же бросается в глаза. Большинство этих фильмов, на мой взгляд, неубедительная фальшивка. Все пытаются добиться так называемой "реалистичности", но это глупо – нужного эффекта все равно нет и не будет. Ты веришь ушам, а вот картинка доверия не вызывает". Главные достоинства прослушивания фильма или "просмотра радио" – неизвестность и предположение. "В отношении звука один из лучших здесь – "Зловещие мертвецы". Еще, конечно, "Техасская резня". Или что-нибудь из той дерьмовой фантастики, где какая-нибудь тетка вопит весь фильм напролет – отвратительно не то слово. Или, скажем, "Инфрамэн" – первый китайский фильм про супергероя, помесь фантастики и кунфу. У каждого монстра свой характерный звук. У каждого движения Инфрамэна свое особое качество. Немецкие полицейские сериалы, вроде "Инспектора Деррика", тоже очень даже ничего. По радио фильмы звучат естественнее. Они не так искусственны как радиопостановки. Можно слушать и представлять себе видеоряд, точно так же, как если ты читаешь книгу. Мелкие детали только усиливают впечатление – звяканье посуды, шарканье, шорохи. В фильмах все это очень хорошо и точно схвачено".

Все по-настоящему яркие шоу тоже используют потенциал догадки и предположения. Вендэкс: "Каждые три минуты у слушателя должна мелькать мысль: "Интересно, что будет дальше? Пожалуй, стоит еще немного послушать". Мне нравится разбрасывать обещания еще во время аудио-заставки, при этом не факт, что они будут выполнены. Что-нибудь такое, что всем всегда хочется услышать: "О чем думают голые женщины?" Звонит телефон. "Алло?" Бросили трубку. Кто-то на самом деле звонил или это был кусочек записи шоу трехнедельной давности? Я хочу, чтобы все было тонко, искусно – тиканье часов, скрип дверей, звуки, которые почти не слышно, но которые как раз и создают атмосферу".

Группа STORT ("Свалка"), помимо радио занимающаяся музыкой, видео и перформансом, вела на Radio Dood передачу Vox Christiana (название заимствовано у ватиканского лейбла звукозаписи). Члены

группы определяли свой жанр как "ненаправленный радиотеррор". "Мы изображали из себя новообращенных христиан – это был чистый гон. Все, что нам попадалось, мы потрошили, перемалывали, превращали в кучу-малу. Чудесная оргия звука, в которую можно уйти с головой. Наши нарезки – это очень кропотливая работа, двадцать минут ради двух минут звука. Во время шоу мы не можем поддерживать связь с аудиторией по техническим причинам, но когда мы выступаем на сцене, начинается светопреставление, настоящее буйство. Превращать общечеловеческие чувства в балаган очень легко. Просто радио – вещь менее грубая и шокирующая; контакт со слушателями опосредованный, их прямая реакция исключена. Никто не знает, где находится станция, поэтому о нападках можно не беспокоиться". Большую часть материала STORT берут с телевидения. "Мы отделяем картинку от текста. В ТВ-новостях главным идеологическим носителем служит, как правило, текст. Понимание смысла картинки приходит чуть позже. Когда слышишь только звук телевизора, в голову сразу же приходят образы. Как источник ТВ лучше радио, потому что обычно подача материала там очень проста. Тот или иной фрагмент может обладать огромным контекстом. Некоторые передачи настолько плохи, что просто руки чешутся учинить с ними что-нибудь злостное".

Сейчас STORT ведут ночное шоу на Радио 100. В качестве одного из источников они используют собственную электронную музыку. Мрачные, апокалипсические тона, перемежающиеся вкраплениями Дорис Дэй и Фрэнки Лейна. "Нас интересуют контраст между словами. Создавая нарезку, ты создаешь новую историю. Но она остается линейной, поскольку мы не используем перематку вперед-назад. Фон у нас, как правило, тяжелый и мрачный. Конечный результат микса непредсказуем. Качество не гарантируется. Записи прошлых передач мы не используем. Наш шум вовсе не предназначен изменить мир, но он выражает наш взгляд на современные медиа. Персонажи вроде Буша появляются в медиа постоянно, мы то и дело натываемся на него, и то, что он говорит, отнюдь не лишено значения. Мы не испытываем уважения к медиа, может, в этом и есть что-то политическое".

STORT не любят, когда их с ходу причисляют к индастриалу. "Это бы противоречило идеям, которые стоят за нашим творчеством. Мы создаем звуковой ландшафт, и это пространство нельзя так легко впихнуть в рамки какого-то одного жанра. Летопись миксинга стремительна: ситуационисты с их методами высвобождения "конкретная музыка", нарезки Берроуза, Джон Кейдж"...

STORT: "Да, мы, конечно же, футуристы, дадаисты и сюрреалисты все вместе взяты. Кстати, еще футуристы проводили в свое время подобные эксперименты. Как только появились магнитофоны, люди тут же начали резать звук на кусочки. Первая запись с использованием монтажа была сделана в 48-м. Ее автора, Пьера Анри, можно смело поставить в один ряд с таким индастриалом, как Etant Donnes. Мы используем те же приемы гротеска, что и сюрреалисты, но еще больше ориентированы на

карнавальным элементом, который всегда присутствует в наших оргиях. Авангард стал составной частью культуры, и на его основе можно делать все что угодно. Так что можно даже вообще ничего не знать об этих движениях, и уж тем более совершенно необязательно причислять себя к одному из них". Действительно, амстердамская школа миксинга бессознательно ставит себя вне рамок дискурса на тему истории искусства, итогом которого в любом случае было бы усталое "все это уже делали". STORT: "Мы стараемся избегать классической модели постмодернизма. Разумеется, мы много цитируем, но при этом мы не согласны с тем контекстом, который постмодернизм уготовил цитатам. У нас нет ощущения конца света, напротив, мы очень оптимистичны и при этом не впадаем в пророческое настроение. Все, что нам попадается, мы хотим контролировать, находя ему применение. Мы хотим сохранять власть. Ты не станешь жертвой медиа, пока используешь их. Поэтому-то мы с ними и не церемонимся, а устраиваем основательный, можно сказать, раблезианский разгул. Мы с преогромным удовольствием бултыхаемся в медиаболоте". Их собственная история также остается неизвестной, что ж - одним грузом меньше. Дедушка амстердамского миксинга, Radio Rabotnik, некогда создававшее аудиоландшафты с помощью записанных на пленку лупов, исчезло за чертою сумерек богов.

По принципу панка, микс - это атака на слушателя. Арьян, один из ведущих OK-Show, с этим не согласен, он видит цель микса в создании атмосферы: "У меня нет вообще никаких музыкальных предпочтений. Мой единственный критерий - это ответ на вопрос: дает ли мне что-нибудь та или иная музыка, происходит ли со мной что-нибудь, когда я ее слушаю? Когда ты делаешь передачу, ощущение очень странное - может быть, сейчас тебя слушает тысяча людей, а может быть, ты просто сидишь и говоришь в пустоту. Слушатель становится абстрактным понятием. Но при этом ты сам такой же слушатель, и можешь сказать, насколько хорошо или, наоборот, плохо, все сделано. Если что-то нравится мне самому, значит, слушатель тоже это одобрит". Согласно философии OK-Show, искусство миксинга состоит в том, чтобы бесшумно нарушать созданную атмосферу. Арьян: "Мои миксы состоят из музыки, живой речи и фоновых шумов. Я всегда хожу по улицам со своим плеером и что-нибудь записываю. Например, звуки впереди идущего человека, которые потом можно прокрутить в обратном направлении. Последняя дорожка пластинки тоже отличная штука, если дать ей позвучать минут пять. Я не прошу вас понять, как это я так перескакиваю с одного на другое. В идеале, радио - это массаж для ваших ушей. Даже если на пластинке полный китч, там должно присутствовать чувство. Если же его нет, если это просто расхожая дешевка, мне хочется над ней надругаться. Допустим, я беру какую-нибудь фоновую музыкальную запись и накладываю на него гитарное соло или какую-нибудь паршивую историю. Никакие курсы и лекции не научат тебя удачно совмещать записи. Ты просто делаешь это раз за разом и вырабатываешь слух к созданию хорошей атмосферы. Взять хотя бы

Public Enemy - у них это здорово получается, чего не скажешь об остальных рэперах". Ведущие OK-Show используют множество приемов, например, меняют скорость воспроизведения на кассетной деке, вращают пальцами играющие пластинки, или с небольшим зазором пускают две одинаковые записи на двух проигрывателях. Арьян: "Сначала мы делали нарезки из рекламных роликов, новостей и сводок погоды. Еще была целая серия - "Истории дядюшки Боба", в которых перемешивалась вся мировая история. Например, Джимми Хендрикс в Голландии во время Второй мировой - совершенно невероятно, но мы старались, чтобы все звучало как можно более правдоподобно". Среди тех, с кем некоторое время сотрудничал Арьян, были Мисс Акира и Доктор Видеодиск. "Он всегда носит с собой плеер, записывает повсюду голоса - целые пленки где-нибудь в супермаркете. Если ему понравилась какая-нибудь фраза, он тут же записывает ее на клочок бумаги и помечает время. Дома у него все завалено этими бумажками. Когда он хочет сделать историю, то берет и составляет их в определенном порядке - на самом деле, очень трудоемкое занятие. Далее кладет на пленку лупы с фоновой музыкой и соединяет голосовые фрагменты. С Мисс Акирой мы делали спонтанные шоу. Тут ты просто переключаешь мозг на нейтралку, и все выскакивает само собой".

Сейчас Арьян ведет ночные шоу на Radio Patapoe: "Шоу начинается в полночь и идет часа три-четыре, потом часов до пяти утра я занят тем, что потихоньку его сворачиваю, так сказать, желаю слушателям "спокойной ночи" посредством музыки - кручу длинные, "расширяющие сознание" композиции 60-х в миксе с психоделическими записями 30-х годов, Кэб Кэловэем, например. Последние, кстати, могли бы стать в свое время хитами, хотя, конечно, слишком уж они странные".

Многие приемы Арьян перенял от DFM Radio-Television. В течение нескольких лет DFM делали миксы в прямом эфире на Radio 100, а сейчас, уже под названием ARTburo, занимаются перформансом. "DFM были настроены критически по отношению к популярному радио, и поэтому устраивали на Radio 100 полный бардак. Могли разгромить студию, могли пустить передачу по каким-то совершенно левым рельсам, могли подойти к передатчику и как-нибудь испоганить сигнал. DFM выходили в эфир по субботам, начиная с полуночи, а потом перемещались в кафе Radio 100 и после целой ночи в студии вели оттуда утреннее шоу. Всем другим диджеям это казалось нереальным". DFM соединяли микс с театральными элементами. Члены группы постоянно принимали на себя разные роли, изображали новых персонажей. Когда становилось скучно, они придумывали новое имя и новую легенду. DFM мгновенно создавали впечатление, что в деле участвует вся медиамафия. Крис (один из участников DFM): "У нас был целый радио-оркестр. Он состоял из кучки кассет. Нехватка гостей? Не проблема, у нас в запасе всегда было несколько alter ego. Из всех медиа радио самое интимное, особенно если речь идет о ночном эфире. Пара друзей и приятная атмосфера в студии - все что нужно, чтобы

заполнить пару часов. Если звонят слушатели, ты выслушиваешь их интерпретацию своих творений. Отзывы записываются, потом транслируются, но уже в виде нарезки или микса, чтобы сохранить "деформативный аспект". Деформация означает не только повторное использование своих или чужих фрагментов. Она также показывает степень вовлечения аудитории в твой новый продукт. Только в этом случае можно сказать, что слушатель подвергся деформации". Для DFM деформация не сводится к преобразованию текущей информации. Эти понятия равноценны. Крис: "В ремиксе сырьем для деформации служат уже существующие фрагменты. Мы берем их из самых разных медиа. Запись старой передачи может стать технической основой для новой передачи. Прочти половину статьи, добавь чуточку рекламы, как следует перемешай, готово!" Вендэкс (Radio Patapoe) считает, что нужен более тонкий подход: "В случае с DFM, от слушателя требуется немало терпения. Мне кажется, сейчас короткие, интригующие радиопостановки выигрывают по сравнению с необъятным полотном звука, в котором одновременно смешаны четыре исходника. Но ощущение такое, что меньше, чем в три часа миксмастерам просто не уложиться".

Вендэкс со своим коллегой Дэном Кервеллом наткнулись на идею миксов без ритма: "В классической музыке нет перкуссии, что существенно отличает ее от подавляющего большинства прочих микс-материалов". Так родилось Cafe Bartok: "Отправной точкой стали кафе в окрестностях оперных театров - кроме яппи, там никого не увидишь, атмосфера самая что ни на есть презрительная, а фоном всегда играет классика. Мы никогда не разбирались в классике и по-прежнему ничего в ней не понимаем. Однако нас ждали замечательные открытия - например, Шестая симфония Малера, которая прекрасно сочетается с Мусоргским. Мы даже уже не смогли бы сказать, где там что, они совершенно сливаются друг с другом. Или, скажем, смесь Эрика Сати и Шопена на 45 оборотах - звучит изумительно. Потом сами собой возникли радиопьесы о композиторах. Мы помещаем их вместе в одно время. 1882 год, Гендель, Григ и Брамс сидят за столиком пивной в городке Гран-Кваль, неподалеку от Арля - пьют, постоянно ссорятся и продают друг другу свои опусы. По ходу то и дело появляется Альберт Швейцер, привезший братьев Телеман из Индонезии в Вену изучать музыку. Сам он купец и владеет монополией на сочинения композиторов". От прослушивания симфонии в убыстренном или замедленном режиме по коже бегут мурашки. Но, в конце концов, Cafe Bartok - это пародия на классические радиостанции, объявившие классику священной. Вендэкс: "Это был бы чистый панк - начать фрагментом классики, а потом напугать слушателя до смерти зверским грохотом. Но тогда они б тут же выключили радио. Куда приятнее позлить их подольше".

[^] Отаку (яп., букв. - ваш дом) - очень вежливая форма обращения к собеседнику. Ввиду редкого употребления была принята в среде поклонников научной фантастики. Как термин О. стал обозначать людей, проводящих все время за компьютерами или игровыми приставками и, как следствие, утративших связь с внешним миром. Сейчас в японском языке О. обычно используется в значении "фанатик чего-либо".- *Прим. пер.*