

УДК 811
ББК 81.2

Культура многоточий: влияние технологий на нарративные возможности сетевых СМИ

The Three Dots Culture: the Impact of the Technologies
on the Online Media Narrative Possibilities

Сергей Васильевич КУРУШКИН,
аспирант кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций
Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций
Санкт-Петербургского государственного университета

E-mail: s.kurushkin@gmail.com

Научная специальность: 10.01.10 — Журналистика

Рецензент: В.А. Сидоров, доктор философских наук

Аннотация. В статье рассматривается влияние блочных интерфейсов и высоких темпов распространения информации на нарративные возможности сетевых СМИ. Стремление выдать читателю информацию как можно быстрее приводит к формированию нового типа нарративной культуры — культуры многоточий. Культура многоточий подразумевает снижение роли развязки в структуре повествования, что приводит к разрушению классической фабулы.

Ключевые слова: культура многоточий, блочные интерфейсы, технологии, развязка, сетевые СМИ

Annotation. The article examines the impact of the block interfaces and the high rates of the information dissemination on the online media narrative possibilities. The desire to give the reader some information as soon as possible leads to the formation of the new type of the narrative culture — The Three Dots Culture. The Three Dots Culture means reducing the role of upshot in the structure of the narrative and destruction of the classical plot.

Keywords: Three Dots Culture, block interfaces, technologies, upshot, online media

В XXI в. человечество вступало, владея самой могущественной технологией, которая когда-либо была им создана, и с полным непониманием того, как адаптировать эту технологию к капитализму. В итоге спекулятивная политика раннего интернет-капитализма привела к обрушению акций технологических компаний. А это, в свою очередь, означало «перезагрузку» в отношениях между интернетом и рынком. Пришло осознание инструментальной сущности сетей — отныне они воспринимаются как средство достижения успеха в бизнесе, а не как бизнес сам по себе.

В первое десятилетие XXI в. рынок ответил технологическим компаниям взаимностью. Единственное мерило успеха в условиях рыночной экономики, как известно, — деньги. И по этому показателю технологические компании оказались в авангарде современного рынка. Затем, как это часто бывает, начали претерпевать изменения

капиталистическая система ценностей. Непрекращающаяся конкуренция глобальных технологических компаний, выпускающих на рынок все более и более совершенные гаджеты, привела к повсеместному распространению ценности апгрейда. Апгрейд сам по себе возник гораздо раньше, чем оформился в качестве всеобщей ценности общества потребления. Но его ценностная интерпретация стала возможной только тогда, когда сократилось время между выпуском усовершенствованных гаджетов, которые стали более доступными для широких слоев потребителей. Потребителю апгрейд дал возможность закреплять свой статус человека, поспевающего за технологиями, производителям — увеличение продаж и дальнейшее развитие технологий, направленное на увеличение прибыли и, следовательно, на поддержание общей капиталистической модели современного общества.



Однако технологии — лишь инструмент, бесполезный без человека. Культура использования технологий долгое время ограничивалась лишь культурой следования трендам, таким как своевременный апгрейд. Интерфейсы воспринимались как данность, создаваемая технологическими элитами для потребителя, которому не нужно вникать в их особенности. Социальные сети и прочие так называемые новые медиа дали возможность высказываться, не прилагая к этому особых усилий, а Твиттер окончательно утвердил в качестве доминирующей чатовой форму общения — короткие высказывания в угоду оперативности.

Все сказанное говорит о том, что технологии и медиа зачастую воспринимаются как магическое, раздаваемое технологическими элитами и не требующее необходимой грамотности в потреблении. В данной статье мы покажем, к чему привел этот подход применительно к медиа, рассказывающим историю, — сетевым СМИ.

Начать стоит с уже упомянутого нами *интерфейса*. С одной стороны, интерфейс дается пользователю свыше технологическими элитами. С другой — часто пользователь либо сам выбирает наиболее удобный для себя интерфейс, либо (при отсутствии выбора) адаптируется к имеющемуся. Так что интерфейс уже нельзя рассматривать как дверь, в которую нужно войти пользователю, чтобы использовать технологию. Как справедливо отмечает А.Р. Гэллоуэй: «Интерфейс, скорее, внутри объекта, между эстетической формой «произведения» и более широким историческим и материальным контекстом, в который он помещен» [2]. Следовательно, тот или иной интерфейс представляет собой и реальность, даваемую пользователю извне, и результат воздействия социального контекста и капиталистических ценностей в частности. Неудобный интерфейс, для которого существует альтернатива, не продастся, потому бизнес-элитам придется адаптироваться к существующим потребностям. Можно сказать, что интерфейс — это и есть результат адаптации к проблемам, возникающим при коммуникации между технологией и ее пользователем. Правда, эта адаптация проводится технологическими элитами, а пользователям остается в лучшем случае сделать выбор между ограниченным набором альтернатив, ограниченных блочными интерфейсами.

Такие интерфейсы адаптированы, во-первых, под потребление информации с мобильных уст-

ройств (т.е. являются реакцией на развитие технологий), во-вторых, под быстрое прокручивание страницы — скроллинг, являясь, тем самым, реакцией на изменившуюся культуру потребления. Скроллинг подразумевает невдумчивое, быстрое чтение заголовков в поисках пригодного для потребления материала. Скроллинг — это форма, в которой себя проявляет клиповое мышление — способность восприятия «коротких наборов тезисов, подающихся без определения контекста» [9].

Блочные графические интерфейсы — это и реакция на распространение клипового мышления, и инструмент для его поддержания, подкрепления и дальнейшего распространения. Безусловно, нельзя винить в распространении клипового мышления только сетевые технологии: блоки использовались и в газетах, и на телевидении, и на радио. Но интернет предложил нечто новое. И газета, и телевидение, и радио подразумевают большее количество ограничений, накладываемых на их потребителя, нежели интернет. Их пространство ограничено, равно как и ограничено время на их потребление и возможности обработки их информации. В то же время сетевые СМИ расположены в киберпространстве, которое, как писал Ф. Берарди, представляет собой «бесконечную производительность коллективного разума в сетевом измерении» [12]. Под основным свойством киберпространства Берарди понимает как раз бесконечность. Однако кибервремя — «способность сознательного организма обрабатывать (киберпространственную) информацию» [12] — вовсе не бесконечно. Отсюда и возникают попытки адаптировать бесконечное пространство к конечному времени — как мы увидим в дальнейшем, далеко не самые удачные. И клиповое мышление — лишь одна форма такой адаптации, возникающая, когда «смыслы отделяются от событий. Внутренняя речь отстает от внешней. По этой причине непонимание занимает место понимания. Сознание рассеивается. Речь становится пустым бормотанием» [1]. Блочные графические интерфейсы в сетевых СМИ — это попытка упорядочить речь, придать ей видимость связности, создать иллюзию понимания.

По мнению М. Маклюэна, «линейная последовательность знаков перестает быть базой культуры» [7]. Мы же добавим, что линия сменилась блоками клипов. Это и есть та самая многомерность, о которой писал Маклюэн.

Блочные графические интерфейсы — это лишь внешняя сторона изменившейся культуры. Внутренние изменения многочисленны и не

вление тех-
окручива-
ем самым,
потребле-
тумчивое,
пригодно-
инг — это
это мыш-
ютких на-
ния кон-

и — это и
мышле-
ния, под-
зенения. Бе-
нении кли-
хнологии:
на телеви-
ложил не-
радио под-
зничений,
ежели ин-
равно как
ие и воз-
. В то же
берпрост-
ри, пред-
ительность
нии» [12].
анства Бе-
ль. Однако
ного орга-
ственную)
значно. От-
вать беско-
ени — как
имые удач-
дна форма

и «смысли
ечь отста-
онимание
рассеива-
нием» [1].
в сетевых
ь, придать
зию пони-
ная после-
азой куль-
сменилась
многомер-
сы — это
я культу-
енны и не

подлежат рассмотрению в рамках одной статьи. Поэтому мы сосредоточимся лишь на одном изменении и рассмотрим способность современных сетевых СМИ рассказывать истории.

В принципе, рассказ актуальной бытовой истории — это черта всех СМИ, но, как мы показали ранее, блочные графические интерфейсы современных сетевых изданий в сочетании с клиповым потреблением этой информации аудиторией, а также некоторыми другими характеристиками, которые требует внешняя среда (например, пресловутая оперативность), не могут не повлиять на изменение в принципах рассказа.

Классическая журналистская история строится по классической фабуле — завязка, кульминация, развязка — и заканчивается точкой. В современных сетевых СМИ ситуация с рассказом изменилась. Истории необязательно начинаться с завязки и необязательно заканчиваться точкой. Многие истории сегодня заканчиваются *многоточием*. Это означает, что у историй нет ярко выраженной развязки. Более того, часто развязка и не подразумевается. А если развязка присутствует, то она легко может затеряться в мощном информационном потоке.

Блоки стали базой сетевой культуры, и журналистам приходится адаптироваться под непрерывно меняющиеся условия. Теперь истории рассказываются такими же блоками, какие предлагают графические интерфейсы. Делается это в погоне за оперативностью. Конкурентный капитализм делает всех неудачниками по умолчанию, заставляя опережать других. Многие сетевые СМИ уже не пытаются рассказывать истории целиком, они составляют их из блоков, которые ссылаются друг на друга и которые легко можно пропустить.

В качестве примера покажем, как некоторые истории рассказывались в сообществе «Лентач», расположенном в социальной сети «ВКонтакте». Выбор данного издания обусловлен несколькими причинами:

- популярность: в сообществе состоит 671 000 человек;
- по новой редакции Закона о СМИ сообщество является средством массовой информации;
- несмотря на то, что «Лентач» расположен на сторонней площадке, он создает и тиражирует эксклюзивный информационный контент, что делает его практически неотличимым от других сетевых СМИ с формальной точки зрения. В конце концов, нигде нет упоминания о том, что сетевое

СМИ должно обязательно располагаться на выделенном домене.

Первая история, которую мы рассмотрим, — конфликт человека, известного по кличке Компот, со школьником. 3 октября 2014 г. «Лентач» опубликовал запись, на которой Компот бьет агрессивного школьника, напавшего на него. Запись сопровождалась следующим комментарием: «На бомжа, который поставил на место агрессивного школьника, напавшего на него,звали уголовное дело. Да этому человеку надо было звание «Учитель года» присвоить» [5]. В дальнейшем «Лентач» информировал аудиторию о ситуации с Компотом, став в авангарде движения в защиту этого человека. Был запущен тег #SaveKompot, по которому можно было легко найти и распространить информацию, связанную с рассматриваемой нами историей. Второе сообщение, посвященное защите Компота, появилось уже через 55 минут после первого. Посмотрим на то, как аудитория реагировала на освещение ситуации.

Первый пост — видео и приписка: 19 881 лайк и 3357 репостов. Второй пост — предложение помочь Компоту, наняв для него адвоката и обеспечив шум в социальных сетях: 13 784 лайка и 3241 репост. Третий пост — информация о том, что Компота отпустят, а школьника отправят в Центр временного содержания несовершеннолетних правонарушителей, имеется также ссылка на региональное издание, освещающее тему: 5448 лайков и 841 репост. Четвертый пост — информация о том, что директор школы, в которой учится пострадавший ребенок, уволилась, а также о санкциях в отношении учеников и работавших с ними педагогов: 3771 лайк и 393 репоста. Пятый пост — информация о жизни Компота: 2088 лайков и 173 репоста. Шестой пост — информация о госпитализации Компота в психиатрическую лечебницу: 796 лайков и 33 репоста. Седьмой пост — расширенная информация о госпитализации Компота и проверке в отношении него: 2640 лайков и 239 репостов. Восьмой пост — информация о том, что дело в отношении Компота прекращено, объявление о победе аудитории сообщества, заявленная сообществом развязка истории: 8699 лайков и 1050 репостов.

Если посмотреть на содержание сообщений «Лентача», то из них можно сложить историю. Однако информация в ней подавалась по мере поступления, и часть истории вполне могла быть упущена кем-то из аудитории. Более того, структура истории непоследовательная как раз из-за блочной формы подачи. История началась с кульминации, которая и вызвала наибольшую актив-

ность аудитории. Нетрудно заметить и то, что развязка спровоцировала гораздо меньшую активность аудитории, чем кульминация. Мы можем предположить, что часть аудитории за восемь постов потеряла интерес к истории или потеряла саму историю. Таким образом, рассказ о Компоте закончился для этой части аудитории многоточием, а не точкой.

В пользу высказанного нами предположения говорит следующий факт: поиск по тегу #SaveKompot в социальной сети выдает посты, которые были опубликованы уже после объявления победы от «Лентача». Последнее сообщение «Лентача» о Компоте датировано 17 октября, видео же, — по сути, кульминация истории — распространяется и в конце января, причем под упомянутым нами тегом. В подавляющем большинстве случаев распространяется только видео, иногда с редкой припиской о том, что «бомж» избил атаковавшего его школьника, хотя Компот не является бездомным, а просто имеет проблемы с психикой, о чем писали СМИ. Развязки у этой истории нет, это просто результат распространения капиталистической реальности «депрессивного гедонизма», к которому аудитория пришла из-за «невозможности делать что-либо, кроме поисков удовольствия» [13].

Подтверждает высказанное и другая история, породившая мем «вятский квас». На пресс-конференции Владимира Путина в 2014 г. журналист из Кирова задал вопрос о вятском квасе, которым, по его мнению, следует заменить продукцию глобальных иностранных компаний. Странная речь журналиста вызвала отклик Владимира Путина, который предположил, что представитель прессы уже «махнул кваску». «Лентач» предоставил кировскому журналисту несколько минут славы, выдав два поста. Первый пост: «Бухой <...> журналист из Кирова, притворившись турком, рассказал президенту о животворящей силе вятского кваса. ЭТО НЕ ШУТКА» [3]. Второй пост сопровождался тем же комментарием, но если к первому был прикреплен скриншот, то во втором было выложено видео [4]. Пост с видео собрал 8094 лайка и 1276 репостов. Эти показатели довольно высоки, если учитывать, что видео выкладывалось не только «Лентачом», но и другими сообществами, а также многими сетевыми СМИ.

И снова мы видим историю, которая начинается с кульминации. Наиболее напряженный момент вызвал отклик у аудитории, нашедшей свой источник удовольствия. На этом фоне развязка — объяснение ситуации — была замечена не всеми: в третьем посте «Лентач», нако-

нец-то, сообщил имя журналиста — Владимир Маматов, а заодно добавил, что странная речь является последствием инсульта, и Маматов не был пьян. Это сообщение собрало 2601 лайк и 200 репостов.

На примере этой простой истории мы видим, как кульминация может задавить развязку, даже если развязка открывает новые факты в истории. Ценность развязки снижается, поскольку аудитория уже получила свою дозу удовольствия и нацелилась на поиск новых его источников. Блоку с развязкой часто просто не находится места в структуре коллективного сознания. Оно начинает напоминать сеть, в которой связи между узлами настолько ослаблены, что вот-вот разорвутся.

Безусловно, аудитория могла узнать о развязке истории и в других источниках. Однако разрыв между количеством лайков и репостов в двух постах столь велик, что в это верится с трудом. Не добавляет уверенности и последующее повсеместное распространение видео без приписки о болезни журналиста. «Вятский квас» перешел в разряд мемов, а мемам развязка не нужна.

Таких историй много. Как правило, они обращаются к уже известным человеку архетипам — Золушка, нелюдимый гений и т.д. — и обречены на успех, даже если не имеют никакой развязки. Происходит то, о чем писал А. Секацкий, — «авангардное выхватывание избранной веци из общего пыльно-витринного фона» [8]. В дальнейшем достаточно просто делать своеобразные «инъекции шумихи», которые будут поддерживать интерес к выхваченной персоне, превращая ее историю в набор блоков-кульминаций, каждый из которых можно пропускать без негативных последствий для себя. Многоточие, которым заканчивается история, не является наказанием для читателя, а напротив, дает ему возможность соединять блоки друг с другом в произвольной последовательности, эскалируя кульминационное напряжение без потерь для собственно кульминации, но с огромными потерями для развязки.

Культура многоточий — это и отклик сетевых СМИ на клиповое мышление своей аудитории, и инструмент для воспроизведения клипового мышления. Читателю уже не нужна точка в истории, он довольствуется регулярными инъекциями информационной шумихи, которая поддерживает интерес. Регулярность таких инъекций позволяет капитализировать образ, внедрить его в рыночную систему, заработать на нем. И когда мы говорим о развитии «интернета ве-

ми мир
речь
ев не
ик и

и ви-
звяз-
акты
, по-
удо-
о ис-
то не
о со-
кото-
тены,

раз-
нако
тов в
гся с
дую-
о без
ский
вяз-

обра-
ам —
рече-
ї раз-
екац-
їнной
» [8].
зоеоб-
г под-
, пре-
аций,
нега-
е, ко-
я на-
г ему
гом в
ирия
ь для
поте-

сете-
дито-
липо-
точка
и инъ-
я под-
нъек-
дрить
нем.
та ве-

щей», то стоит задуматься: что будет с нами, когда и эта сфера капитализируется? Далек ли тот день, когда мы будем расплачиваться за бытовые удобства просмотром рекламы, скажем, на стене своей квартиры?

Культура многоточий привнесла в СМИ еще одно деструктивное начало: опровержения начинают работать все слабее. Их слишком легко потерять в информационном потоке, да и в целом природа опровержений — ставить точку, пусть и своеобразную: «Все было так, а не иначе». Сегодня в интернете распространяется множество недостоверных пропагандистских сюжетов, которые остаются без опровержения. Удачный пропагандистский сюжет — это кульминация, не требующая развязки; сконструированное событие, существующее только в конкретном дискурсе и не работающее в других дискурсах. Потому опровержение пропагандистского сюжета будет являться развязкой в одном дискурсе и кульминацией — в конкурирующем дискурсе.

Культура многоточий работает на корпорации, на саму себя, на технологические и символические элиты, но не на рядового пользователя. Мир устроился таким образом, что с каждым днем отказ от погружения в сетевую парадигму чреват все более и более сильным наказанием. Доминирующая идеология постиндустриального общества возвеличила компании, занимающиеся производством технологий, демонстрируя их доходы, поставив технологии в авангард современного общества. Культура многоточий — результат работы идеологической машины, сделавшей апгрейд ценностью.

Правда, остается неясным, как бороться с культурой многоточий. Очевидно лишь, что она остается доминирующей культурой, сломать которую мгновенно не получится. Необходима и поддержка элит, которые сегодня вряд ли на это пойдут, и изменения в сознании рядовых пользователей, и изменения в самих технологиях.

Один из способов борьбы предложил еще Элвин Тоффлер. В своей работе «Шок будущего» он пишет: «Мы также должны создать новые политические институты, которые <...> продвигали и притормаживали (а может быть, даже запрещали) определенные предлагаемые технологии» [11]. Ограничение технологий невозможно без государственного вмешательства, поскольку только оно имеет право на легитимные запреты.

С другой стороны, должна меняться доминирующая в обществе система ценностей, а это невозможно осуществить без поддержки самого

общества. Мы не можем непосредственно повлиять на тот факт, что законопроекты зачастую обсуждаются аудиторией как почти принятые законы. Но мы можем работать на поле медиаграмотности, создавая новые идеологии потребления медиатекстов и медиа в целом. Одной из таких идеологий являются «медленные медиа». «Медленные медиа» нацелены на вдумчивое и неспешное потребление, они более ориентированы на диалог, чем «быстрые медиа», фокусируются на качестве предоставляемого контента и уважении к конкретному пользователю, а не аморфному сообществу [14]. Иными словами, медиа будут менять человека, если элиты решат, что так нужно.

Сам человек в конечном счете должен осознать, что ограничения как ценность могут быть не менее важны, чем свобода. Можно и нужно самостоятельно ограничивать себя в потреблении медиа, в пользовании технологиями. Эта простая, но эффективная борьба с доминирующей системой ценностей вряд ли возможна массово, без поддержки элит. Но если такая поддержка будет оказана, мы получим тот тип человека, о котором мечтал Петер Слотердейк и некоторые другие философы посткантанской эпохи: человека, для которого важна «располагающая к глубоким размышлению аскеза, идущая дальше всех гуманистических воспитательных целей» [10]. «Онтологическая практика покорности» [10] должна заключаться не в покорности технологиям, а в покорности своему отставанию от технологий, принятию звания «неудачника», которым капитализм награждает всех по умолчанию.

Справиться с ситуацией, в которую поставила нас культура многоточий, пока что нельзя. Г. Ловинк справедливо замечает: «Сейчас уже невозможно решить проблему ежедневного чтения и ответов на сотни электронных писем, используя парадокс выбора или принцип «лучше меньше, да лучше». Речь не идет о «тиrании малых решений». Это просто работа» [6]. Комплексная работа государственного аппарата, технологических и символических элит и рядовых пользователей должна в конечном счете привести к созданию новой этики — этики даунгрейда, в которой гуманизм реанимируется за счет снижения возможностей технологий. Подобно тому, как апгрейд в свое время стал рассматриваться как ценность, даунгрейд тоже имеет шансы стать краеугольным камнем нового мейнстрима. Но не сейчас. Сегодня даунгрейд остается маргинальным движением, и выйдет ли он из подполья — зависит от степени совпадения уже описанных нами факторов.

Список литературы

1. Гиренок Ф.И. Философия антропологии // URL: <http://filosfak.ru/lekz/философия-антропологии-по-фи-гиренк/2/>
2. Гэллоуэй А.Р. Неработающий интерфейс // Медиа: между магией и технологией / Под ред. Н. Сосна и К. Федоровой. М., Екатеринбург, 2014.
3. Лентач // URL: https://vk.com/wall-29534144_1522808
4. Лентач // URL: https://vk.com/wall-29534144_1523019
5. Лентач // URL: https://vk.com/oldlentach?w=wall-29534144_1382340
6. Ловинк Г. Психопатология информационной перегрузки // Медиа: между магией и технологией / Под ред. Н. Сосна и К. Федоровой. М., Екатеринбург, 2014.
7. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры. М., 2004.
8. Секацкий А.К. Гламурная цивилизация и ее авангард // Размышления. СПб., 2015.
9. Семеновских Т.В. «Клиповое мышление» — феномен современности // Оптимальные коммуникации / URL: <http://jarki.ru/wpress/2013/02/18/3208/>
10. Слотердайк П. Правила для человеческого зоопарка. Ответ на письмо Хайдеггера о гуманизме // URL: <http://www.nietzsche.ru/influence/philosophie/sloterdijk/>
11. Тоффлер Э. Шок будущего. М., 2002.
12. «Bifo» Berardi F. Precarious Rhapsody. Semiocapitalism and the Pathologies of the Post-Alpha generation. London, 2009.
13. Fisher M. Capitalist Realism, Is There No Alternative? Winchester, 2009.
14. Kohler B., David S., Blumtritt J. The Slow Media Manifesto // URL: <http://en.slow-media.net/manifesto>

УДК
ББК

Научн

Ан
ческий
тарный
о своя
кого эз
чили ве
диалек
кивает
ограни
Кли
вое эз
тенциа
ритари:

B

стему,
лософы
лософы
вители
Н.А. Бе
1965). 1
вых зна
тских,
мыслит
ственно
ловины
Осн
тивную
ки трак
ник сов

ИЗДАТЕЛЬСТВО «ЮНИТИ-ДАНА» ПРЕДСТАВЛЯЕТ!



Психология служебной деятельности: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Психология служебной деятельности» / Под ред. Н.В. Румянцева, В.Л. Цветкова. М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2014. — 367 с.

Учебник разработан в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования третьего поколения по специальности 030301.65 «Психология служебной деятельности». Рассмотрены основы психологической работы в органах внутренних дел. Основное внимание уделяется таким вопросам, как: психологическая подготовка сотрудников ОВД; технологии психологической помощи и психологической реабилитации сотрудников ОВД; организация психологической работы в ОВД.

Для курсантов, студентов вузов, психологов, а также всех интересующихся проблемами практической психологии.

Психология служебной деятельности – это книга о работе в органах внутренних дел. В ней изложены основы психологической работы в органах внутренних дел, технологии психологической помощи и реабилитации сотрудников ОВД, организаций психологической работы в ОВД. Книга рассчитана на студентов вузов, курсантов, практикантов, аспирантов, а также на психологов, работников правоохранительных органов, представителей общественных организаций, интересующихся проблемами практической психологии.