

КУЛЬТУРНЫЕ ВЫЗОВЫ ГЛОБАЛЬНОЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Цуркан Евгений Геннадьевич – аспирант философского факультета МГУ им. М.В. Ломоносова. Российская Федерация, 119192, г. Москва, Ломоносовский просп., д. 27, корп. 4; e-mail: unigendeth@gmail.com

Статья посвящена анализу культурных вызовов, являющихся следствием введения в эксплуатацию новой информационной технологии – сети Интернет. Логика, имманентно присутствующая в протокольной структуре Интернета, обуславливает определенные формы творческой активности, которые могут осуществлять пользователи сети. Ключом к адекватному описанию протокольной организации сети является прояснение исторического контекста, в который были вписаны люди, создававшие эти протоколы. Пользователи, встроенные в определенную архитектуру Интернет-коммуникации, своим поведением поощряют некоторые формы творческой активности, в то время как другие формы, ставшие неликвидными в пространстве сети, оказываются на периферии сети. Целью данной работы является диагностика культурных вызовов, которые несет в себе логика сетевой коммуникации. Задачами данной работы являются: прояснение исторического контекста, в который были вписаны люди, создававшие Интернет-протоколы, фундирующие сеть; обнаружение и демонстрация взаимосвязи между протокольной организацией сети и формами коммуникации, установившимися в сети; эмпирическое исследование доминирующих культурных форм, специфичных для цифрового пространства; описание взаимообусловленности таких проблематичных и устойчивых трендов современности, как открытость Интернета, даровость информации, невозможность обеспечения соблюдения авторского права, распространение количественных критериев оценки качества контента, замена экспертного сообщества на «мудрость толпы», разрушение сложившейся культурной иерархии и постоянное ускорение информационного обмена. Методологической основой исследования являются метод исторического анализа, метод эмпирического исследования, цифровой метод анализа культуры создания и использования программного обеспечения, а также элементы контент-анализа и медиа-анализа.

Ключевые слова: Интернет, программное обеспечение, протокольная организация, копирайт, повглов, мудрость толпы

CULTURAL CHALLENGES OF THE INTERNET

Evgeniy G. Tsurkan – graduate student. Lomonosov Moscow State University. 27, bld. 4, Lomonosovsky Ave., Moscow, 119192, Russian Federation; e-mail: unigendeth@gmail.com

This article analyzes the cultural challenges, which are consequent to the emergence of a new information technology – the Internet. The protocol structure of the Internet has its own logic, which defines certain forms of creative activity that network users can implement. Clarification of the historical context of creation of the Internet protocols is the key to an adequate description of the protocol organization. While some forms of creative activity are encouraged by network users, others have become illiquid in the network space and are going to the periphery of the network. This article aims to analyze the cultural challenges that the logic of network communication bears. The author pursues the following tasks: to clarify the historical context of creating the fundamental Internet protocols; to discover and demonstrate the interconnection between the protocol organization of the network and forms of the network communication; to study the dominant cultural forms specific to the digital space. The current problematic and stable network trends are the following: the free and open access to the information; inability to enforce copyright; dissemination of quantitative criteria used to evaluate the quality of content; replacement of the expert community by the «wisdom of the crowds»; destruction of the established cultural hierarchy, as well as the constant acceleration of information exchange. The article also aims to describe the interdependence between these phenomena. The methodological basis of the research includes the digital method of analyzing the culture of software creation and usage, as well as the content analysis and the media analysis.

Keywords: Internet, software, protocol organization, copyright, nobrow, wisdom of crowds

Поиск социальных законов, действующих в Интернете, сталкивается с той сложностью, что цифровое пространство является сконструированным. Современная структура сети не была неизбежной, более того, программное обеспечение (далее по тексту – ПО), фундирующее сеть, зачастую оказывается набором довольно ситуативных инженерных решений и идей. Даже такое очевидное и несомненное решение, как файл, не было неизбежным. Первое поколение Macintosh, которое так и не поступило в продажу, не имело файлов [Ланир, 2011, с. 27–29]. Однако, несмотря на указанную нами ситуативность конструирования ПО, после введения в эксплуатацию оно, с одной стороны, обрастает связями и интегрируется с другим софтом, фиксируясь в этом процессе, с другой стороны, создает когнитивные ожидания пользователей. Чем глубже эта интеграция, тем меньше вероятность того, что ПО будет изме-

нено из-за возрастающей вероятности появления ошибок и/или потери популярности на рынке. Чтобы показать объективность социальных процессов, Карл Маркс писал: «Теория становится материальной силой, как только она овладевает массами» [Маркс, 1955, с. 422]. Когда речь идет о ПО, мы можем констатировать, что идея, относительно случайно возникшая в голове у отдельных программистов, если она прошла процесс фиксации и укоренилась в инфраструктуре Интернета, влияет на когнитивный опыт пользователя не опосредованно – через убеждение, а непосредственно – через предложенный пользователю интерфейс, т. е. в его практической деятельности. Таким образом, протокольная система, обеспечивающая работу Интернета, обуславливает в том числе и способ продуцирования культуры, который устанавливается в Интернете. Ключом к адекватному описанию протокольной организации, функционирующей Интернет, является прояснение исторического контекста, в который были вписаны люди, которые эти протоколы создавали.

«Информация хочет быть свободной»

История Интернета берет свое начало с создания агентства по перспективным исследовательским проектам ARPA (Advanced Research Projects Agency), инициированного министерством обороны США в 1958 году. В сентябре 1969 года появляется ARPANET – первая сеть, разработанная IPTO (Information Processing Techniques Office), одним из подразделений ARPA. Важно заметить, что ARPANET использовался учеными для распределения вычислительных ресурсов и установления коммуникации с исследовательскими группами, находящимися в других университетах, что позволяло ускорить работу над совершенствованием технологий. Первыми узлами ARPANET стали два университета Калифорнии и университет в Юте. К 1971 году количество узлов выросло до пятнадцати, большинство из которых являлись научными центрами.

Социальная среда, в которой зарождался Интернет, конечно, отразилась на его протокольной структуре. Благодаря вкладу ученых, Интернет стал *открытым*, а информация, распространяющаяся в Интернете, получила форму *дара*. «Ученые ... даже не обсуждали других вариантов, кроме бесплатного распространения информации через новую систему коммуникаций ... Ученые... результаты исследований делают публичными ... Цитирование опубликованных работ другими исследователями ведет к признанию в профессиональной среде, а это улучшает карьерные перспективы ученого в университетской системе» [Барбрук, 2015, с. 84]. Иными словами, каждый отдельный ученый заинтересован в том, чтобы его работы цитировали другие ученые, тем самым, признавая его авторитет в какой-то специализированной области знаний. Поэтому ученый делает результаты своего исследования открытыми. Ученому выгодно, чтобы его труд был распространен и признан академическим сообществом, которое, в свою очередь,

тоже получает пользу от работ, выложенных в свободный доступ, т.к. увеличивается объем накопленных знаний. Уоррен Хагстром в своей статье «Gift giving as an organizing principle in science» [Hagstrom, 1982] пишет, что авторы научных статей «дарят» свои открытия академическому сообществу в надежде получить от академического сообщества признание их заслуг и научного вклада. Конечно, существуют научные журналы с платной подпиской и алчные издатели, ориентированные не на научные нужды, а на прибыль. Впрочем, ученые, находящиеся внутри университетов, зачастую не обращают внимание на то, что информация платная, т. к. платит университет или государство. Таким образом, научное сообщество можно считать работающим посредством информационной экономики дарения, которая в данном случае осуществляется, конечно, только при внешнем бюджетировании. Этот же способ распространения информации имплицитно заложен в протоколы, финансирующие Интернет, т. к. ученые создавали ARPANET, ориентируясь, в том числе, и на свои нужды. Информация в Интернете воспринимается как «дар». Отсюда хакерский лозунг «Информация хочет быть свободной», впервые использованный Стюартом Брендом [Ланир, 2011, с. 51]. Этот лозунг использовался в движении за «открытые исходники», одним из идейных вдохновителей которого является Ричард Столлман [Кастельс, 2004, с. 28]. Благодаря деятельности Столлмана и его коллег по цеху идеи «открытых исходников» и «свободного ПО» стали настолько популярными, что большое количество софта до сих пор пишется с открытым кодом и распространяется бесплатно.

Информация в Интернете – это очень специфический продукт, в котором затраты и усилия по производству уходят только на создание первого экземпляра: «Как только информация размещена в Сети, стоимость ее дальнейшего копирования стремится к нулю ... Хотя большинство нынешних пользователей не принадлежат к академической среде, техническая конструкция сети по-прежнему подразумевает, что информация – это подарок» [Барбрук, 2015, с. 86–87]. Программист Эрик Раймонд в своей статье «Заселяя ноосферу» [Raymond, 2001, р. 65–112] пишет, что разработчики свободного ПО с открытым кодом создали «культуру дарения», которая зафиксировалась в протоколах сети. Джонатан Зиттрейн называет такое положение вещей «системой, построенной на доверии» [Zittrain, 2008, р. 30–33], и тоже связывает такую архитектуру сети с тем, что у людей, которые создавали протоколы сети, не было цели заработать с ее помощью денег. Единственный способ исключить возможность нарушения авторского права в Интернете – отключить всех людей от Интернета.

Невозможность обеспечения соблюдения авторского права в Интернете вызвано двумя базовыми для архитектуры глобальной сети техническими решениями. Первое из них – технология коммутации пакетов, разработанная независимо друг от друга Полом Бараном и Дональдом Дэвисом. Пакет – это не файл целиком, но лишь маленький кусочек файла. У передаваемого пакета есть адрес

назначения, но маршрут не зафиксирован – каждый пакет может проходить через разные узлы сети. Незаменимых узлов нет, всегда есть обходные пути: это оптимизирует процесс доставки сообщения, делая сеть децентрализованной. Отслеживание путей передачи пакетов при такой децентрализованной архитектуре становится очень проблематичным, особенно если использовать различного вида анонимайзеры, прокси-серверы и луковичные браузеры. Второе техническое решение – это возможность неограниченного копирования одного и того же файла. Несмотря на кажущуюся очевидность такого решения, оно отнюдь не было безальтернативным. Создатель сетевой ссылки Тед Нельсон на заре появления Интернета «предложил вместо копирования медиа держать лишь по одной копии каждого культурного продукта – книги или песни – и платить автору этого произведения небольшую, приемлемую для всех сумму каждый раз, когда кто-то обращается к его произведению» [Ланир, 2011, с. 163]. Конечно, для эффективного функционирования системы в любом случае понадобилось бы больше одного файла, но фиксация идеи Теда Нельсона в коде породила бы совершенно другую экономику ссылок, это был бы уже совершенно другой Интернет.

Nobrow

Даровость информации и открытость Интернета привели к расцвету пиратства и поставили под вопрос адекватность института копирайта современным реалиям производства и обращения информации. Так же развитию пиратства способствовала технология однорангового (пирингового) включения пользователей в сеть, использующегося в сетевом протоколе Bit Torrent. Современный торрент-трекер (например, Rutracker.org) – это сайт, *координирующий* пользователей, включенных в сеть. Это означает, что пиратский контент не хранится на каком-то отдельном сервере, который можно заблокировать или арестовать – информация хранится на компьютерах пользователей. Неэффективность попыток правового лоббирования интересов медиакорпораций, принятие многочисленных бесполезных законов, неудачные попытки блокировки ресурсов – все это дискредитирует государственную систему права, подрывая доверие граждан, и, кроме того, демонстрирует полное непонимание (или игнорирование) принципов работы Интернета.

Помимо идеи равного включения пользователей в сеть, пиринговые сети и агрегаторы контента поколения web 2.0 несут с собой идею равного включения в сеть культурных артефактов, которые пользователи выкладывают через свои профили: аудиофайлов, видеозаписей, фотоснимков, etc. В этом способе включения культурных артефактов в сеть имплицитно заложен взрывной потенциал разрушения сложившейся культурной иерархии, т. е. принятого разделения культуры на высокую (элитарную) и низкую (массовую) или, если использовать термины Джона Сибрука, разделения культуры на «Highbrow» и «Lowbrow» [Сибрук, 2015, с. 32–33].

Включение культурного артефакта в сеть, предоставляя пользователю возможность его оценивания, скачивания, распространения, уравнивает его со всеми остальными включенными в сеть артефактами. Таким образом, вместо вертикальной иерархии высокой и низкой культуры, выстраивающейся на основе мнений различных экспертных сообществ, обладающих должным авторитетом, мы получаем горизонтальное культурное пространство, которое можно охарактеризовать с помощью концепта «Nobrow» [там же, с. 34], где такие различия теряют смысл.

Такой способ организации культурного пространства сети требовал изобретения нового способа оценки качества контента, не основанного на суждениях экспертного сообщества. Этим новым механизмом стала агрегированная «*мудрость толпы*» [Шуровьески, 2007]. На мудрость толпы часто ссылаются, упоминая историю об ярморочном бычке. В этой истории группе людей предложили оценить вес бычка на глаз, после чего оказалось, что усредненный показатель точнее, чем ответ каждого отдельного человека, указывает на вес животного. «Такой эффект воспроизводим, и очень многие считают его основой как рыночной экономики, так и демократии» [Ланир, 2011, с. 94]. Отдельный человек может заблуждаться в своих суждениях, его взгляды могут быть предвзятыми, прямо или опосредованно ангажированными, в то время как масса людей, с различными взглядами на жизнь, лишена индивидуальных стереотипов и неподкупна. Проблема заключалась в том, что до появления Интернета обеспечить перманентную положительную обратную связь между потребителем и производителем было невозможно.

В цифровом пространстве почти все поддается калькуляции и классификации: просмотры, лайки, количество подписчиков. Если раньше общественная оценка фильмов была задачей узкого круга кинокритиков, то теперь у этой элитарной группы есть мощный конкурент. Такие сайты как «IMDB» и «КиноПоиск» аккумулируют оценки простых зрителей. По мысли создателей, чем больше оценок оставлено на сайте, тем объективней средняя оценка фильма.

Мудрость толпы

Агрегированная «мудрость толпы», принятая за камертон качества, является отражением глубокой трансформации, которую переживает культура, начиная с середины XX века. Одновременно, способ организации культурного пространства в Интернете фиксирует эту трансформацию, превращая ее в социальный закон продуцирования культуры. Пользователи, встроенные в определенную архитектуру Интернет-коммуникации, своим поведением поощряют некоторые формы творческой активности, в то время как другие формы, ставшие неликвидными, оказываются на периферии.

Вышеупомянутая трансформация заключается в том, что культура из области эстетического рассуждения переходит в зону по-

ребительского конструирования различий между индивидами [Бодрийяр, 2009], т. е. в зону самоидентификации через потребление [Сибрук, 2015]. Культура может быть представлена в виде огромного прилавка – люди, выбирая из представленного на прилавке ассортимента, формируют свои вкусы. Таким образом, пользователь составляет свою цифровую идентичность, присваивая себе все новые и новые предикаты. Параллельно с этим пользователь вступает в коммуникацию с другими пользователями в поисках соответствий и различий. Хэштеги, мемы, тренды – это поиск соответствия с другими; несовпадение через продуцирование отличий – способ различения от других. Выбор из многообразия предложенных продуктов культуры – это работа по различению, но и одновременно работа по включению себя в общность.

Пользователь, включенный в совместное Интернет-творчество, репрезентирует себя определенным образом, соответствующим как его представлениям о себе, так и представлениям других о нем. Речь идет о соответствии его идентичности ожиданиям других, с одной стороны, и его собственных представлений об оригинальности, с другой. «Привязанности, бренды и отношения – части того, что на самом деле означает понятие “мне это нравится”. Ваше суждение вливается в поток других суждений, образуя миниатюрную экономику взаимоотношений, одну из миллиона тех, что то образуются вокруг культурных продуктов ..., то вновь растворяются. Ваша индивидуальность – это инвестиция в подобные экономики. Инвестиции в некоторые проекты “большой сети” не влекут за собой практически никакого риска, но и дивиденды здесь минимальны (сказать, что вы любите “Роллинг Стоунз”, – все равно что купить облигации тридцатилетнего займа), а инвестиции в “малые сети” рискованнее, но сулят большую прибыль» [Сибрук, 2015, с. 187]. Пользователю приходится тщательно следить за тем, во что он инвестирует свое время и свою репутацию, соблюдая баланс между чрезмерно популярными культурными явлениями (и мнениями о них) и слишком непопулярными. Выставление на показ принадлежности к совсем непопулярным брендам и мнениям грозит пользователю в лучшем случае безразличием со стороны других пользователей, в худшем – остракизмом или троллингом. В то же время демонстрация приверженности ко всем без разбора модным трендам и мнениям рискует обернуться потерей индивидуальности, что в конечном счете тоже приведет к безразличию или троллингу.

Вступая в информационный дарообмен, пользователь стремится репрезентировать себя, поделиться собой с другими: своими интересами, потребительскими предпочтениями, событиями из своей жизни. Репост чужой записи делает пользователя соучастником, соавтором этой записи. Репост заимствует «ссылку», как способ познания, из арсенала гуманитарных наук, и переводит ее в имиджево-символический план, что приводит к опасности замены реального обладания культурным капиталом на знак его репрезентации в сети. Прочитал ты книгу или нет, если она выложена на

твоей странице, то для других пользователей ты ее уже прочитал. Данная тенденция, с одной стороны, имеет огромный эмансипационный и демократизирующий потенциал становления человека тем, кем он хочет быть или кем он хочет казаться, но, с другой стороны, она открывает широкий простор для симуляции, выраженной в подмене реальной событийности на знак ее репрезентации.

«Голосование ногами» (в современных реалиях – «голосование кликами») может приводить и часто приводит не к повышению качества контента, а к увеличению производства шокирующего или упрощенного контента, который, так или иначе, привлечет внимание широкого круга пользователей. Когда основным показателем качества контента является количество просмотров, возрастает количество «кликбейта» – веб-контента, использующего сенсационные заголовки или привлекательные картинки для увеличения числа переходов по ссылке. Такой подлог не является чем-то новым. Как заметила Сьюзан Сонтаг, еще в начале 1860-ых годов Бодлер в своем дневнике писал: «Любая газета, с первой до последней строчки, как бы соткана из ужасов» [Сонтаг, 2014, с. 80]. Однако тогда у каждой газеты была своя редакционная политика. Что печатать и какую информацию сообщать людям, решали редакторы, опираясь, естественно, на реалии рынка. Соответственно, решение о том, что такое качество, лежало на их совести. Потакать вкусам публики или продолжать гнуть какую-либо культуртрегерскую линию – данное решение принимала редакция. Сегодня же архитектура новостных агрегаторов устроена таким образом, что «наверх» идет наиболее популярный контент, отмеченный наибольшим количеством просмотров. Барьер редакторского совета смысла информационная волна. Логика ясна – показать людям в первую очередь то, что интересно большому количеству других людей. Однако такая архитектура часто используется в манипулятивных целях. Ведь если контент попал в тренды, то, поскольку он висит на первом месте в рейтингах, на него будут кликать еще больше людей. Соответственно, если искусственно накрутить просмотры, то можно добиться того, что твой контент действительно увидит большое количество людей, поверивших в «мудрость толпы». Сейчас такими уловками пользуются как частные контентмейкеры, так и государственные конторы. Появляется подозрение, что в будущем, используя архитектурные уязвимости сетей поколения веб 2.0, машина государственной пропаганды заработает, как никогда раньше.

Многие исследователи хотят видеть в Интернете некий конструктор позитивного будущего, где реализовалась полная свобода слова, мысли и творчества, где каждый может быть услышан и оценен по достоинству. Такие цифровые визионеры, описывая «гениальность множества», заявляют, что «[н]ам нужно покончить с представлением, будто инновации зависят от индивидуального таланта. Мы производим и внедряем новшества все вместе и только в сетях. Если и существует гений, так это гениальность множества» [Хардт, Негри, 2006, с. 407]. Джонатан Зиттгрэйн пишет об

особой «плодовитости» открытых систем, в особенности – Интернета. Плодовитость (англ. *generativity*) – «это способность системы производить непредвиденные изменения через неограниченную совместную активность широкой и разнородной аудитории» [Zittrain, 2007, p. 70]. Клэй Ширки видит в Интернете площадку для воплощения «когнитивного избытка» (англ. *cognitive surplus*). Это означает, что большое количество людей, обладающих ресурсом свободного времени, вместо потребления занимается творчеством, потому что у людей есть внутренняя мотивация, которую Ширки обозначает как «стремление к щедрости» (англ. *desire for generosity*). По мысли Клэя Ширки, отсутствие внешних экономических мотиваторов и добровольность осуществляемого труда, создает внутреннюю мотивацию творить [Shirky, 2010]. Но все же, вопреки возложенным ожиданиям, Интернет зачастую предстает не как машина инноваций и совместного творчества, а как машина развлечений. Принцип удовольствия, возведенный в абсолют, требует постоянной стимуляции. Все, что попадает в поле зрения потребителя, необходимо должно быть китчевым, ярким, должно притягивать и доставлять удовольствие, а значит, быть простым, незамысловатым, иначе это не продашь. В подобной ситуации требование качественного контента для всех – абсурдно, ведь у него не найдется реального потребителя, который был бы заинтересован и требовал для себя сложности и интеллектуальной работы.

Количественные критерии оценивания качества, таким образом, ведут к тому, что сложные культурные формы могут оказаться вытесненными из поля зрения пользователя. Впрочем, такой капиталистический критерий оценки качества продукта культуры имел место и до Интернета: в качестве примера можно привести такое явление как «бестселлер». Однако именно появление Интернета сделало критерий «мудрости масс» наиболее эффективным и распространенным принципом оценивания культурных артефактов.

Скорость и ускорение

Еще одним культурным вызовом, исходящим от Интернета, является скорость обращения информации в сети, «ибо сообщением любого средства коммуникации, или технологии, является то изменение масштаба, скорости или формы, которое привносится им в человеческие дела» [Маклюэн, 2014, с. 10]. Интернет-сеть ускоряет обмен информацией. Децентрализованный способ подключения узлов сети друг к другу (ТСР/IP) и технология коммутации пакетов вместе позволяют оптимизировать процесс доставки сообщений, значительно ускоряя обратную связь. Обмен информацией интенсифицируется икратно возрастает. Сама скорость коммуникации отражается на ее характере: сообщения сжимаются, становятся более краткими и емкими. Скоростной режим существования Интернета в совокупности с даровым обращением информации и анонимностью приводит к накоплению информационного мусора. Речь идет не только о намеренной дезинформации и «информаци-

онных вбросах», не только о побочных продуктах сетевой жизнедеятельности – старых страницах, забытых блогах, брошенных аккаунтах, но и о качестве того контента, который миллионы пользователей ежедневно выкладывают в сеть. Если с намеренной дезинформацией и отходами сетевой жизнедеятельности все более или менее ясно, то вопрос о том, почему превалирующей формой творчества в сети является именно *мэшап и мем*, остается открытым. Попытаемся на него ответить.

«Цифровой мир не признает долгих размышлений и раздумий: он дает мгновенную стимуляцию и удовлетворение, заставляя мозг уделять больше внимания краткосрочным решениям и реакциям» [Стэндинг, 2014, с. 40]. В мире, где тренды сменяют друг друга быстрее, чем успеваешь моргнуть, постоянное выкладывание в сеть информации о себе – что ты ешь, где ты находишься, как ты выглядишь – это естественная для общества консюмеризма адаптивная реакция, возможность зацепиться за постоянно ускользающий мир. «Не фотографироваться ежедневно, пусть даже просто делать селфи, не сохранять себя в аудио- и видеоформате, не кружиться в сетевом вихре значило искушать небытие» [Кроненберг, 2015, с. 66]. При таком скоростном режиме сложно сосредоточиться, аккумулировать время и выложить что-то более объемное, чем «твит» в 140 знаков. Краткосрочная ментальность, описанная Зигмундом Бауманом [Бауман, 2005], проявляется в бесконечном потоке однотипных «селфи», «реакций», «распаковок». Учителя в школах часто сетуют на то, что поколение Интернета ничего не может запомнить. Впрочем, каждый раз, когда появляются новые медиа, поднимается вопрос о человеческой памяти – так было с письменностью и с книгопечатанием. Однако у короткой памяти есть причина: мир Интернета настолько динамичен, что «в этих условиях онтологической неустойчивости забывание становится стратегией адаптации» [Фишер, 2010, с. 103]. Чтобы постоянно воспринимать новую информацию, нужно забывать старую, иначе будет информационная перегрузка.

Помимо обычных пользователей, использующих Интернет, чтобы разнообразить свой досуг, существуют люди, которые профессионально занимаются творчеством в сети – блогеры, влогеры, Интернет-журналисты. Казалось бы, уж они-то должны делать качественный контент. Однако блог, как новый способ взаимодействия автора и читателя, требует от обоих постоянной активности. Если автор неактивен, его публика постепенно рассеивается. Из-за дарового обращения информации основным способом монетизации творчества становится рекламодатель, ориентированный на количество просмотров, лайков, репостов, что низводит творчество автора до саморекламы – привлечения к своей персоне внимания инвесторов. За творчество само по себе никто не заплатит, выгоду от него в сетевом мире получают не авторы, а владельцы облаков. Автор, вынужденный постоянно подогревать интерес публики, оказывается в ситуации перманентного дефайна, бесконечного запаздывания. Естественно, это отражается на качестве создавае-

мого материала: для того, чтобы успеть за всеми трендами, нужно членить информацию, упрощать ее, подгонять под легко воспроизводимый формат. Материал, от которого требуют ежедневности, становится однодневным. Логика аккумуляции ресурсов, следуя которой работают крупные музыкальные лейблы и издательские дома, позволяла оплачивать авторский труд, не ставя автора в положение ежедневного дедлайна, хоть и требуя от автора различных форм отчетности. В глобальной сети эта логика преломляется и перестает работать.

Информация, поступающая в общий доступ в таких количествах, девальвируется. Отличить полезное от бесполезного, правдивое от лживого зачастую становится весьма затруднительно, чтобы не сказать невозможным. Вместо обещанной «гениальности множества» мы получаем информационный шум.

Несмотря на все обозначенные проблемы, Интернет имеет мощный эмансипационный потенциал. Малоизвестным авторам музыкальных композиций, живописи, литературы больше не нужно проходить через фильтр редакционных советов, продюсерских центров, наконец, цензуры. Современный автор выходит к потребителям напрямую, более того, находит непосредственный и молниеносный отклик потребителей на свое творчество. Несмотря на то, что скорость обмена навязывается Интернет-пользователю, он не обязан подчиняться этому ритму. Культурные вызовы, описанные выше, не могут автоматически привести к тому, что в обществе перестанут производиться сложные художественные формы. Сеть все еще остается новой степенью человеческой свободы, воспользовавшись которой молодой автор может найти своих читателей, а музыкант – слушателей. В Интернете действительно много талантливых и оригинальных людей, которые не были бы услышаны, если бы мировой сети не существовало. Но чтобы найти этих людей, придется научиться слушать шепоты в потоке информационного шума.

Благодарности

Публикация подготовлена при поддержке РФФИ № 18-011-00980 «"Социальная эволюция" и "прогресс" как категории номотетического познания».

Acknowledgements

The publication was prepared with the support of the Russian Foundation for Basic Research No. 18-011-00980 «“Social evolution” and “progress” as categories of nomothetic cognition».

Список литературы

- Барбрук, 2015 – *Барбрук Р.* Интернет-революция / пер. с англ. Е. Мариничевой, Л. Левкович-Маслюка. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. 128 с.
- Бауман, 2005 – *Бауман З.* Индивидуализированное общество / пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Логос, 2005. 390 с.
- Бодрийяр, 2009 – *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть / пер. с фр. С.З. Зенкина. М.: Добросвет, 2009. 387 с.
- Вирно, 2015 – *Вирно П.* Грамматика множества: к анализу форм современной жизни / пер. с итал. А.Г. Петрова. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. 144 с.
- Кастельс, 2004 – *Кастельс М.* Галактика Интернет: Размышление об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновой. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. 328 с.
- Кроненберг, 2015 – *Кроненберг Д.* Употреблено: роман / пер. с англ. Л. Трониной. М.: АСТ: CORPUS, 2015. 416 с.
- Ланир, 2011 – *Ланир Д.* Вы не гаджет. Манифест / пер. с англ. М. Кононенко. М.: Астрель: Согрус, 2011. 320 с.
- Маклюэн, 2014 – *Маклюэн М.* Понимание медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. М.: Кучково поле, 2014. 464 с.
- Маркс, 1955 – *Маркс К.* К критике гегелевской философии права. Введение // Маркс К., Энгельс Ф. Собр. соч., изд. 2. Т.1. М.: ГИПЛ, 1955. С. 414–429.
- Сибрук, 2015 – *Сибрук Дж.* Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры / пер. с англ. В. Козлова. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. 240 с.
- Сонтаг, 2014 – *Сонтаг С.* Смотрим на чужие страдания / пер. с англ. В. Гольшева. М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. 96 с.
- Стэндинг, 2014 – *Стэндинг Г.* Прекариат: новый опасный класс / пер. с англ. Н. Усовой. М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. 328 с.
- Фишер, 2010 – *Фишер М.* Капиталистический реализм / пер. с англ. Д. Кралечкина. М.: Ультракультура 2.0, 2010. 144 с.
- Хардт, Негри, 2006 – *Хардт М., Негри А.* Множество: война и демократия в эпоху империи / пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Культурная революция, 2006. 559 с.
- Шуровьески, 2007 – *Шуровьески Дж.* Мудрость толпы. Почему вместе мы умнее, чем поодиночке, и как коллективный разум формирует бизнес, экономику, общество и государство / пер. с англ. В.Н. Логвинова. М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. 304 с.
- Hagstrom, 1982 – *Hagstrom W.* Gift giving as an organizing principle in science // Science in Context: Readings in the Sociology of Science / ed. by V. Barnes, O. David. Cambridge: MIT Press, 1982. P. 21–34.
- Pariser, 2011 – *Pariser E.* The Filter Bubble: How the New Personalized Web is Changing What We Read and How We Think. London: Penguin, 2011. 304 p.
- Raymond, 2001 – *Raymond E.S.* The Cathedral & the Bazaar. Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary. O'Reilly Media, 2001. 242 p.
- Shirky, 2010 – *Shirky C.* Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age. L.: Penguin, 2010. 256 p.
- Zittrain, 2008 – *Zittrain J.L.* The Future of the Internet – And How to Stop It. New Haven: Yale University Press, 2008. 342 p.

References

- Barbrook, R. *Internet-revoljutsija* [The Internet Revolution]. Moscow: Ad Marginem Press Publ., 2015. 128 pp. (In Russian)
- Baudrillard, J. *Simvolicheskiy obmen i smert* [Symbolic Exchange and Death]. Moscow: Dobrosvet Publ., 2009. 387 pp. (In Russian)
- Bauman, Z. *Individualizirovannoe obshchestvo* [The Individualized Society]. Moscow: Logos Publ., 2005. 390 pp. (In Russian)
- Castells, M. *Galaktika Internet: Razmyslenie ob internete, biznese i obshchestve* [The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society]. Ekaterinburg: U-Faktorija Publ., 2004. 328 pp. (In Russian)
- Cronenberg, D. *Upotrebleno* [Consumed]. Moscow: AST: CORPUS Publ., 2015. 416 pp. (In Russian)
- Fisher, M. *Kapitalisticheskiy realism* [Capitalist Realism]. Moscow: Ultrakultura 2.0 Publ., 2010. 144 pp. (In Russian)
- Hagstrom, W. Gift Giving as an Organizing Principle in Science, in: *Science in Context: Readings in the Sociology of Science* / ed. by B. Barnes, O. David. Cambridge: MIT Press, 1982, pp. 21–34.
- Hardt, M., Negri, A. *Mnozhestvo: vojna i demokratija v jepohu imperii* [Multitude: War and Democracy in the Age of Empire]. Moscow: Kulturnaja revoljutsija Publ., 2006. 559 pp. (In Russian)
- Lanier, J. *Vy ne gadzhet. Manifest* [You Are Not a Gadget. A Manifesto]. Moscow: Astrel: Corpus Publ., 2011. 320 pp. (In Russian)
- Marx, K. K kritike gegelevskoj filosofii prava. Vvedenie [Critique of Hegel's Philosophy of Right. Introduction], in: K. Marx, F. Engels. *Collected Writings*, 2nd edition. Moscow: State Publishing House of Political Literature, 1955, vol. 1, pp. 414–429. (In Russian)
- McLuhan, M. *Ponimanie media: Vneshnie rasshirenija cheloveka* [Understanding Media: The Extensions of Man]. Moscow: Kuchkovo pole Publ., 2014. 464 pp. (In Russian)
- Pariser, E. *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*. London: Penguin, 2011. 304 pp.
- Raymond, E.S. *The Cathedral & the Bazaar. Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary*. O'Reilly Media, 2001. 242 pp.
- Seabrook, J. *Nobrow: Kultura marketinga. Marketing kultura* [Nobrow: The Culture of Marketing, the Marketing of Culture]. Moscow: Ad Marginem Press Publ., 2015. 240 pp. (In Russian)
- Shirky, C. *Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age*. London: Penguin, 2010. 256 pp.
- Sontag, S. *Smotrim na chuzhie stradanija* [Regarding the Pain of Others]. Moscow: Ad Marginem Press Publ., 2014. 96 pp. (In Russian)
- Standnig, G. *Prekariat: novyj opasnyj klass* [The Precariat: The New Dangerous Class]. Moscow: Ad Marginem Press, 2014. 328 pp. (In Russian)
- Surowiecki, J. *Mudrost tolpy. Pochemu vmeste my umnee, chem poodinochke, i kak kollektivnyj razum formiruet biznes, jekonomiku, obshchestvo i gosudarstvo* [The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations]. Moscow: OOO I.D. Williams Publ., 2007. 304 pp. (In Russian)
- Virno, P. *Grammatika mnozhestva: k analizu form sovremennoj zhizni* [A Grammar of the Multitude: For an Analysis of Contemporary Forms of Life]. Moscow: Ad Marginem Press Publ., 2015. 144 pp. (In Russian)
- Zittrain, J.L. *The Future of the Internet – And How to Stop It*. New Haven: Yale University, 2008. 342 pp.

Поступила в редакцию 23.09.2018