**Иван Печищев**

Некоторые базовые представления о мире, некоторые монополии были разрушены очень быстро в 1990-х – 2000-х годах. Я хотел об этом сначала сказать несколько слов. И, конечно, то, о чем я буду говорить, происходило и ранее, давным-давно, но происходит очень часто и сейчас.

Первое: **монополия на знания закончилась**. Очень большая трагедия для многих. И это сегодня приводит, например, к кризису образования, это приводит сегодня к кризису многих сфер, которые опирались на знания. Сегодня от этого страдают библиотеки, сегодня от этого страдают ученые мужи. Страдают все, кто на знания опирался, потому что в массовом сознании сегодня существует очень простой фрейм: зашел в интернет, сделал запрос – получил ответ. То есть знания не важны, важнее, как ты ищешь. Конец монополии на знания показывает нам новые горизонты. Но мы об этом еще поговорим.

Второе: **конец монополии на внимание**. Очень важные вещь. XIX век, ХХ век, история журналистики – это монополизированное владение массовой информацией и вниманием. Сначала возникают газеты, журналы, потом радио, телевидение… Интернет эту монополию прервал. Сегодня нам не нужен никакой телеканал, чтобы узнать новости. Сегодня нам не нужна газета, чтобы узнать информацию. Знаете, один редактор воронежской газеты сказал: «Мы с удивлением обнаружили, что люди заходят в интернет не для того, чтобы читать нашу газету!». Батюшки, уже двадцать первый век! Конечно, сегодня монополии на внимание не существует, а где это внимание- об этом нам нужно тоже поговорить.

Третий тезис – **конец монополии на технологии**. Всё, что изображено на слайде, сегодня умещается в смартфон. Сегодня нет пределов для воплощения идей. Сегодня каждый из нас может создавать что угодно. Это не было доступно еще двадцать лет назад. То раньше были те, кто владел этими технологиями, сегодня – нет монополии. Мы сами себе телеканал, мы сами себе сайт, мы сами себе информационное агентство, что хотите: креативное, продюсерское бюро. Это тоже открывает многие перспективы.

Теперь давайте поговорим о вызовах, которые, в связи с этим, нас ждут, и здесь я на некоторых пунктах хотел бы остановиться более подробно.

Вот если вернуться к **монополии на знание**, здесь, прежде всего, я могу это прокомментировать как преподаватель вуза. Неудивительно, что сегодня студенты говорят нам: «Зачем я буду это слушать, если это есть в учебнике?» Тем более, что учебник в электронном виде копируется в миллионах экземплярах. Казалось бы, зачем всё это слушать на лекциях, если это можно прочитать в ночь перед экзаменом. Плюс, есть «Википедия» и прочие источники

В связи с этим меняются сложившиеся формы получения знаний, меняется система образования, меняются подходы. Теперь уже важна роль не лектора, а интерпретатора, человека, который объяснит, прояснит, прокомментирует и объяснит, как отделить важное от неважного, зерна от плевел.

Выясняется, что и в «Википедии» много ошибок. Там много «фейков», туда можно их вбрасывать, есть технологии. То есть, на самом деле, эти знания, открывшиеся аудитории, это, в общем, некий мираж. Но аудитория, то есть мы, в большей части пока об этом не знает. Но монополия на знания уже пропала.

Еще одна штука, связанная с кризисом образования: появление альтернативных вариантов. Обучения. Но и здесь не всё гладко. Существуют массовые онлайн курсы, люди обучаются, но их эффективность, на самом деле, меньше, чем ожидалось. Курсы эти оканчивают 5% студентов, а об эффективности применения этих знаний вообще никто не говорит. Казалось бы, сбылась мечта, что всю систему образования можно изменить массовыми онлайн курсами. Но нет, это не так.

В итоге, получается, монополия на знания пропала: информация повсюду, образование доступно в разных форматах. Но мы пока не знаем, что с этой свободой делать. Нужно что-то предпринимать, надо что-то придумывать.

Не менее важное изменение: **конец** **монополии на внимание**. Дело в том, что по некоторым представлениям, и я их, в общем, вполне разделяю, сегодня внимание является валютой в системе информационного общества. Внимание – это то, что необходимо каждому автору и каждому каналу.

Я часто студентам задаю вопрос: «Что самое важное в информационном мире?» Мне часто говорят: «Информация» и варианты: такая, сякая. Но что такое информация сегодня в электронном мире? Утрируя немного, это «ctrl-c» и «ctrl-v». Вся цена информации, пожалуй, только в нажатии двух этих клавиш. Конечно, мы можем ещё говорить о проверенной, достоверной информации. Но при этом внимание аудитории важнее. Почему? Потому что внимание ограничено – это важное свойство валюты, если провести параллель с экономикой. Мы не можем использовать свое внимание больше, чем 24 часа в сутки. То есть внимание ограничено.

Всякое внимание сегодня продается и покупается. Всякое наше внимание монетизируется, за ним охотятся все каналы, которые нас окружают. А этих каналов, между прочим, очень много. Их количество выросло за последние двадцать-тридцать лет на порядок: традиционные СМИ (телевидение, радио, газеты), реклама (сегодня рекламных каналов огромное количество). Про Интернет я вообще не говорю.

Всё везде требует нашего внимания. Хоть пять секунд для того, чтобы продать. Мы отдаем свое внимание, а за это получаем, как правило, развлечение. 90% аудитории хотят получить дозу развлечения в обмен на свое внимание. Внимание сегодня –основное наполнение кровеносной системы коммуникации.

Теперь к обратной стороне этого процесса. Что делает человек, попавший в такую ситуацию, когда много каналов, и все требуют к себе внимания? Правильно, человек закрывается. Человек начинает фильтровать каналы. Это происходит осознанно или нет, но это происходит. Зачем нам двести каналов на телевидении, если мы смотрим всего два? И уже в этом выборе двух каналов начинается фильтрация.

Гораздо сложнее процессы в условиях интернета. Здесь есть для этого отдельное понятие – **«пузырь фильтров».** Каждый из нас, так или иначе, погружается в этот пузырь. Это не хорошо, и не плохо. Давайте посмотрим с разных сторон. Например, с как возникает «пузырь фильтров»? Это те закладки в браузере, на которые мы привыкли щёлкать каждый день. Это френдлента в социальной сети, которая нас окружает. Это несколько приложений, которые мы открываем в мобильном устройстве каждый день. Мы целиком заключены в свой кокон.

С одной стороны, получается все очень хорошо: комфортная обстановка, интересные новости, никаких там «ватников», если вы не хотите про них слышать, никакой Украины, неприятных людей, неприятных новостей – всё классно внутри этого кокона. Но, с другой стороны, как пробиться в этот кокон, которым себя окружили люди? Когда мы встаем на позицию журналистов, которые хотят коммуницировать, этот кокон становится проблемой, потому что мы не знаем, как в него пробраться. Если мои студенты не выходят из сети «ВКонтакте», я не могу им никак передать информацию. Можно писать во всех СМИ, делать сюжеты на телевидении, писать информационные сайты, делать мультимедийные спецпроекты, но они никогда об этом в жизни не узнают. Но нам туда нужно как-то пробиваться!

Проблема «пузырей» должна быть изучена подробнее. Здесь очень важную роль играет подбор френдленты, то есть людей, которыми мы окружаем себя в социальной сети. Вы, наверное, тоже чистите ленту от каких-то странных, непонятных людей, чтоб они вам не мешали?

Идем дальше. Очень важная вещь в ситуации, когда много информации, много каналов, много всего – люди воспринимают действительность несколько иначе. Это сложно так сходу объяснить, сразу скажу главный тезис. **Апперцепция восприятия становится важнее, чем факт**.

Иными словами, сам по себе факт не важен. Например, «Городские выходные» – отличное мероприятие, в аудиториях есть люди – отлично. Но за пределами аудиторий есть еще в десять, в сто раз больше людей, которые за этим наблюдают. Если мы о «Городских выходных» не напишем, не расскажем – об этом никто не узнает. Значит, этого никогда и не было. Значит, это событие вычеркнуто из истории.

Не забываем при этом про восприятие. Как подать факт, так он и будет восприниматься. Нельзя сказать, что этого не было в XX веке. Но сегодня на порядок больше информационных каналов. Если нет непосредственного восприятия, представление будет формироваться через медиа. И самопрезентация очень важна.

Мы со Светланой Геннадьевной вспоминали про посла, приехавшего в Пермь на этой неделе. В пермской информационной повестке посол оказался важнее, чем фестиваль «После Пилорамы». Что останется в голове у людей? Какой факт? Это очень важная история, с которой стоит дальше работать, понимая, как работает восприятие.

Таким образом реальность формируется через информационные каналы. Здесь мы с вами находимся один на один, и не важно, как это происходит. Важнее, как увидят это тысячи людей. Если тысячи людей увидят, что всё классно, значит, так оно и есть.

С другой стороны, субъективное восприятие реальности проявляется другими интересными особенностями: **я фотографирую, значит, я существую**. Я делаю «сэлфи», значит, я есть. И это факт заявления своей личности в пространстве: «Вот он я!». Недаром МВД этим озаботилось.

Фотография вообще – это очень важное проявление реальности. Если чего-то нет в информационном пространстве, значит, его вообще не существует. Поэтому люди любят всё фотографировать: они демонстрируют существование своей реальности, показывают свою причастность в окружающему миру. Ведь иначе, их как будто бы и нет!

Теперь мы подходим к важному разделу – доступные технологии. Они, конечно же, меняют наш мир, и я однажды выступал с докладом «**Очарование технологиями**». Речь идет об очень простой вещи, как мне кажется: мы, в некотором роде, очаровались технологиями. Нам нравятся сервисы, гаджеты, удобства, которыми они нам предлагают, какие-то новые возможности. Но все чаще акцент делается на техническую и технологическую сторону вопроса. Я приезжаю на конференцию по журналистике, а мне там рассказывают о том, как здорово работают социальные сети и что можно делать группы в социальных сетях. Это важно? Это не важно! Важно другое: как работать с людьми, как организовывать сообщества. В конце концов, технологии – это только инструмент.

Мы очень много внимания обращаем на технологии. Вот появился гаджет, у него есть геолокация, поиск на карте – ой, как классно, давайте посмотрим, как это работает. А что стоит за этим? Содержание пропадает. Мы больше обсуждаем какие-то технологические стороны, нас это волнует, об этом все пишут. Да, мы живем в период расцвета технологий. И я, конечно, всех призываю не очаровываться как можно дольше. Хотя, надо признать сам бываю очарован. Но я выступаю, как больной человек, который старается всех предупредить от болезни.

С развитием технологий связана очень важная вещь, о которой писал Андрей Мирошниченко – это **взрыв авторства**. То есть каждый может стать автором. Авторов в XX веке было мало, а в 90-е годы произошёл мощный взрыв. Каждый из нас, пользователей сети, – блогер, которого могут читать неограниченное количество людей. Каждый из нас может делать видео, фотографии и что угодно.

Казалось бы, в этом мире должно появиться много всего интересного. Но нет. Столько мусора появилось! Столько глупостей. Столько всего нехорошего появилось в сети, просто потому что люди не изменились внутри.

В интернете популярна формула 90-9-1. 90% аудитории только читают, 9% – комментируют, 1% пишет. Даже если мы 100% населения вооружим современными устройствами, это не значит, что все станут талантливыми писателями.

Следующий тренд, очень важный, с точки зрения технологий – это **персонализация**. Мы любим Facebook. Все зарегистрированы на Facebook, ну или почти все (кроме студентов, которые в «Вконтакте»). А в Facebook очень хитрый алгоритм ленты новостей. Те, кто об этом ни разу не слышал, могут и не знать, почему у них в ленте появляются те или иные посты. Очень просто: социальная сеть не хочет показывать всё, потому что всего очень много. Поэтому Facebook начинает за вас решать, какой человек вам интереснее, какая страница вам важнее, какой пост лучше. Он за нас решает. Многие, кто об этом не задумываются, живут в таком мире. Они могут не увидеть очень важный пост от друга, который пишет раз в месяц. Они никогда его не увидят, потому что он редко пишет и его посты редко «лайкают» и комментируют. И Facebook решит, никому его посты не нужны.

Как работают поисковые системы? Если вы будете искать в Перми, то в Яндексе, например, вы автоматически будете искать по региону «Пермь». За нас решают, что и как искать. Дальше – больше. Контекстная реклама в Google опирается на вашу историю поиска, есть персональные ассистенты в мобильных устройствах, которые подсказывают, какая погода, как ехать, как добраться. Ничего не надо делать, только нажать на кнопочку, и все рекомендации посыплются. Потом можно по заданному пути дальше жить.

Приложения с геолокацией позволяют нам искать все, что рядом. И мы уже склонны забывать дорожки, пути. Зачем? Карта выручит, навигатор есть. Я постоянно встречаю таксистов с навигаторами. Но ведь когда-то таксисты ездили без навигаторов, водители всё помнили, держали в голове названия улиц. Мы и сами вместо того, чтобы запомнить дорогу, посмотрим скорее в приложение на карту. Может быть, в этом ничего нет плохого, но все это ограничивает нашу свободу, делает нас зависимыми от технологий.

Вот еще один пример: предиктивный ввод. Совсем частный пример, но, тем не менее. Предиктивный ввод появился сейчас в наших мобильных устройствах: вы начинаете вводить текст, и он вам подсказывает слова. Удобно? Да. Но потом, через некоторое время, если к этому привыкнуть, вы будете писать то, что вам будут предлагать. И словарь там не такой, как у Пушкина. Перед выступлением я попробовал написать текст, используя только предиктивный ввод, просто нажимал на варианты слов (показывает в презентации). Получается бессмыслица. Где здесь креативность, сложно сказать.

В целом все выглядит довольно печальным. Хочется надеяться, что постепенно мы сбросим с себе зависимость от технологий.

**Вопросы из зала:**

**- У меня вопрос такой. Это тенденция последних пяти лет: многие друзья, которые ранее были очень активны в соцсетях, блогах и прочее, сейчас предпочитают стратегии информационного дауншифтинга. Сознательный уход из медиапространства и предпочтение общения реального и так далее, и так далее. Это решение?**

- Я думаю, что это решение. Неолуддизм. Хотя кажется, что это слишком сильно – полное отрицание всех технологий, но это вариант. Это ответ на «очарование технологиями». Началось с телевизора, сейчас продолжается социальными сетями. Это, мне кажется, нормальная ситуация, и это здорово, потому что общение «оффлайн» лучше.

**- Какие социальные группы больше всего страдают от потери монополии на знание, в повседневной жизни или в общественной?**

- Все, кто опирается на знание. Образование, библиотеки. Консалтинг, кстати. Все же сейчас себе на уме. Вместо того, чтобы проконсультироваться, люди читают в интернете.

Но, с другой стороны, страдают и сами люди, потому что они думают, что у них знание на расстоянии вытянутой руки, а на самом деле нет. Надо учить людей правильно пользоваться источниками информации, это со школьников надо начинать.

**- Нам один участковый терапевт сказал, что люди теперь ходят к ней, как в универсам. Они не просят, что нужно выписать, они говорят: выпишите, я уже все прочитал. У меня есть вопрос: что страшнее, вообще не очаровываться или быть зачарованным?**

- Пока, в нашей ситуации, если честно, для человека активного лучше быть не зачарованным. Страшнее – не очаровываться. Все-таки чуть-чуть надо. Впустить в себя маленькую инъекцию в качестве прививки, немножко прочувствовать это очарование, чтоб потом с этим научиться бороться.

**- А почему «оффлайн»- общение – это лучше чем «онлайн»?**

- Просто потому, что здесь все органы чувств работают. Когда у нас общение в виртуальном пространстве будет со всеми ощущениями, тогда мы снова соберемся.