

С клипом во рту

Культуролог Александр Долгин — о сервере Имхонет и самообороне «культурных меньшинств» в мутном информационном потоке.

Александр Долгин — руководитель фонда «Прагматика культуры», профессор, завкафедрой Высшей школы экономики. Его специальность — именно прагматика культуры: формы ее бытия и выживания в «прекрасном новом мире». Осмысление этих форм, каковы они есть. Попытка селекции пород, отслеживание тенденции «ухудшающего отбора» (а к ней ведет победа по всем фронтам «самого востребованного» чтива и самого кассового кино).

«Новая» опубликовала фрагменты книги Долгина «Экономика символического обмена». Сегодня беседуем о рекомендательном сервисе Имхонет (www.imhonet.ru), созданном весной 2007-го. Оценив книги и фильмы на сайте (необходимо оценить от 50 до 100 произведений, чтобы сформировать свой профиль предпочтений), пользователь начинает получать от системы рекомендации. Из базы данных по литературе (около 200 000 позиций) и кино (35 500 лент) Imhonet сам «изымает» и предлагает каждому произведения, интересные ему.

Впрочем, у Imhonet много функций. О них рассказывает создатель...

— Александр Борисович, Имхонет стартовал полгода назад. Итоги?

— Рановато. 18 апреля широкой публике был представлен первый раздел — книги, старту предшествовали годы подготовки. Сейчас работают блоки литературы, бизнес-книги (отдельная, очень важная область) и кино. Запуск «Кино» — это принципиальный шаг: система стала универсальной и мультикультурной. Задействован механизм вкусовых переносов из одной области в другую.

Например, мне нравится современная музыка, и я хочу, чтобы мне посоветовали что-то стоящее, хотя я нахожусь на нулевом уровне. Имей Имхонет только музыкальный раздел, он был бы для меня бесполезен. Ведь я ничего не сообщил о своих пристрастиях (хотя бы потому, что затрудняюсь их выразить): система не может подобрать для меня советчиков. Зато ей известны мои единомышленники по кино и литературе. Возможно, их рекомендации по музыке и придутся мне в самый раз.

...Хотел бы почитать фантастику, но не ту, что ценят люди, повернутые на этом жанре. Скорее я склонен следовать совету тех, кто совпал со мной в оценках классики.

В считанные недели мы доведем до ума аппаратно-программные возможности сервиса и с этого момента начнем ритмично выдавать на-гора новые разделы — на подходе театр и вся исполнительская сфера, телегид, компьютерные игры, образовательная сфера и многое другое.

— «Телегид» нынче — важнейшее из всех искусств.

— Да, но и довольно проблемное, замусоренное. А Имхонет выделит в сетке вещания передачи по вкусу, позволит настроить персональные фильтры — по типам передач (фильмы, новости, телешоу), по жанрам, по году выпуска.

Фирменное ноу-хау Имхонета: имея базу оценок гражданина N, рекомендательный сервис прогнозирует его восприятие новых фильмов, книг, передач и т.п. Отсюда возможность расставить персональные приоритеты на каждый день.

Можно так настроить фильтры, что в «личную программу» попадут телепередачи с оценками не ниже восьми. Фильтры позволят «поймать» классные учебные фильмы (они есть в эфире!), но их очень трудно искать «в пене дней».

Сейчас готовятся новый дизайн сайта и полный сервис для общения внутри круга пользователей, так называемая социальная сеть. Она будет «сводить» людей, которым нравятся одни и те же книги, кино, песни.

Что, в свою очередь, станет предметом коммуникации единомышленников. Слоган Имхонета: «Друзья помогут найти контент. Контент поможет найти друзей».

Там можно обрести «своих» не только автоматически и по знаковым текстам. К примеру, я ценю Фернана Броделя, который у нас вышел в изумительном переводе Ю. Афанасьева. Оказалось, что в системе еще трое поклонников Броделя. Одного из них, не спрятавшегося под ником, я знаю — это мой добрый товарищ Григорий Ревзин, незаурядный культуролог и литератор. О другом мне известно лишь то, что он счел возможным рассказать о себе, — пол, возраст, профессия... — плюс мне видны его оценки сотен фильмов, книг, его письменные комментарии, участники системы, которых он назвал друзьями.

— **Возраст — 22 года, ник — Снусмумрик, переводчик...**

— Да, привычной социодемографической информации не густо, а система «вычислила» его как моего вкусового партнера. И я склонен ей верить, потому что просто так, ни с того ни с сего, Фернана Броделя не возлюбишь. Это знаковый автор. И вот, лазая по литературному профилю Снусмумрика, я натыкаюсь на прозу Мандельштама, которая выпала из моего поля зрения. Теперь «Четвертая проза» и «Шум времени» «отложены» на моей личной книжной полке в Имхонете.

— **Расскажите о деловой книге. Чьи рекомендации там найдет студент из города N? И прирастет ли «деловая книга» научной?**

— И научной, и образовательной. Раздел деловой книги, который с ними тесно пересекается, открыт в сентябре и сейчас набирает базу оценок. Процесс этот не такой скорый, как в худлите или кино. На данный момент в базе сервиса более 2 млн «книжных» оценок, а к деловой литературе относятся около 4 тысяч...

Возьмем, к примеру, такую важную для управленца дисциплину, как теория организации. Учебников по ней — три дюжины, из них пятнадцать штук с идентичным названием «Теория организации». Поди разберись. А ведь крайне важно вгрызаться в сложный материал с помощью хорошего учебника.

— **В апреле, на презентации Имхонета, вы говорили, что с помощью сервиса можно будет учитывать нереализованный спрос. Книга распродана, но еще 222 человека в Рязани, 3339 — в Томске, 5 — в городе Мариинске Кемеровской области охотно бы ее приобрели.**

— Обычная система книжной дистрибьюции нипочем не узнает, что в Мариинске есть пятеро, которым книга интересна. А Имхонет изнутри «видит» это. Равно как и тех, к примеру, 40 000 пользователей, которым эта книга попадает в рекомендации.

Дистрибьютор если и транспортирует (что вряд ли) 5 книжек в г. Мариинск — доставка удвоит их цену. А Имхонет ведь может взять на себя и интернет-доставку. Уже сейчас многое из рекомендованного Имхонетом можно почитать в партнерской онлайн-библиотеке ЛитРес.

Так вот: если система знает о предпочтениях людей, она может этой информацией распорядиться. Либо сообщить издателю: смотри, какой нереализованный спрос, издавай. Либо объявить электронную подписку — без посредников и накруток. На днях заработал онлайн-магазин ЛитРес. Оказалось, что цена файла с книжкой там в 10 раз ниже, чем цена той же книги на прилавке.

— **Сколько пользователей собрал Имхонет за полгода?**

— Под пятьдесят тысяч.

— **Не так много для такой мощной идеи. Но и сам Имхонет — зеркало наших реальных вкусов: ведь люди оценивают то, что читали. Деловую литературу предпочли художественной 0,2% пользователей (по числу оценок). Броделя любят четверо из пятидесяти тысяч.**

— Что касается численности набранной аудитории, мы до поры до времени не форсируем этот процесс. До сего дня качество важнее количества, и качество сервиса, и, кстати говоря, качество его аудитории. Хочется вывести продукт на такой уровень, когда он будет сам говорить за себя.

Но ваше удивление закономерно. Пятьдесят тысяч — крохи. По правде говоря, мне казалось, что уже в сегодняшнем виде, без «примочек», Имхонет интересен несоизмеримо большему числу людей.

Я полагал, что моя задача состоит всего из двух частей. Первое: произвести настоящую ценность — рекомендательный сервис, и второе: пригласить людей на него посмотреть.

Но нет... Оказалось, мало создать и предъявить сервис. Нужно еще подробнейшим образом объяснить, в чем его ценность, и увещать всякими милыми побрякушками.

Видимо, индустриальная культура и навязываемый ею стиль потребления деклассировали культурного потребителя, породили новый тип его. Зачем вникать и принимать решение, когда автоматически будет доведено до всеобщего сведения все, что нужно знать? Какая специальная рекомендация требуется, чтобы посмотреть «Крепкий орешек-4»? Вокруг так много приемлемого, «ненапряжного», что непонятно: почему лучшее — лучше?

— Ну да: за одноразовой посудой пришли одноразовые книги и фильмы. Глотаешь эту муви — завтра выйдет новая. Поставки отлажены.

— Кстати, в увлеченных сообществах это не так. Театралы и меломаны по-прежнему лелеют качество. И спортивные болельщики четко различают, где турнирная рутина, а где драма и восторг! Их не проведешь.

— То есть дело в возможности копирования артефакта?

— Не думаю. Дело в альтернативных стратегиях по отношению к досугу и личному времени. Согласно одной из стратегий, задача — избавиться от тягостного течения часов. День прошел, и ладно... Этот типаж — «хлеб» для рейтинговой продукции, книжной и киношной.

Но есть и другая стратегия — личностного роста и эффективности. Она предполагает разборчивость и душевное усилие. Человек помнит восторг от чтения и жаждет повторения этих переживаний.

Но если искусство длительное время ничем о себе не напоминает, как-то забываешь о том, что такое бывает. Потребность увядает...

Увы, сейчас не только поколение людей, умевших воспринимать тонкие флюиды, подзабыло, как это происходит. Родилось и оперилось поколение, в культурном багаже которого отродясь не было катарсиса. Значит, нет и тоски по нему.

— Почему все так упростилось?

— В условиях информационной перегрузки мир переходит на скоростное восприятие. Буквенный текст в этом отношении уступает быстросменным картинкам. Это изменяет род человеческий, порождая «тип быстровоспринимающий», модифицированный, приспособленный к клиповой подаче информации.

Но, когда информации много, она должна быть пресной. В противном случае человек просто лопнет от переполняющих его эмоций. Отсюда, в частности, тотальное заполнение эфира простейшими, монотонными мелодиями. Никаких душевных сил не хватило бы сутки напролет пропускать через себя Брамса и Шостаковича. А с хип-хопом справляются.

Для тех, кто привык скакать по вершкам, традиционные формы нестерпимо медленные. Они требуют вникания, сопереживания, напряжения — а от этого всего отвыкли. К тому же необходимо преодолевать барьеры вхождения во вкус... В итоге серьезное искусство теряет аудиторию.

Рынки культуры служат локомотивом процесса жесткой культурной дифференциации общества на люмпенов и гм... нелюмпенов. В избытке предлагая сладенькое, легкоусвояемое, бигмаковое, рынки заманивают человека в стадо культурно-жвачных, где ему, в общем, неплохо. Гуманизм сегодня понимается как свобода выбора. Рынками это интерпретируется как обеспечение доступа к максимально широкому ассортименту.

Изнанка процесса — трудность выбора. Переизбыток свободы при неумении ею распорядиться оборачивается добровольным закрепощением: люди «подсаживаются» на легкоусваиваемую культурную пищу.

Отчасти Имхонет — технология личностной самообороны. Опора человека в информационной буре.

Человек литературоцентрический мощно работал с воображением. Письменный текст оставлял для этого простор и служил катализатором. У такого человека развиты внутренние органы сопереживания.

Тому, кто получает готовые картинки, клипы, надо поспевать вглядываться, но уже не надо ни о чем догадываться. Все сказано-показано. Боюсь, что это будет человек менее развитый. Это не значит, что он глупее, что-то другое он будет уметь лучше. Но процесс ведет к разрыву поколений. Как минимум эти два

человеческих типа друг другу малоинтересны.

— То есть весь Муми-дол пережил мутацию. Как в этом биоценозе жить Снусмумрикам?

— Рынки найдут способ сделать рентабельным производство для узких вкусовых групп (тот же Имхонет способен помочь в этом). Выявляя нереализованный спрос, связывая людей во вкусовые сообщества, он позволяет «культурным нацменьшинствам» отстаивать свои права и оставаться самими собой. И позволит им заявить: «Посчитайте нас! Мы тоже рентабельны!».

Автор: Беседовала

Елена Дьякова

© Новая газета

ИНТЕРНЕТ, МИР

👁 1949

15.11.2007, 08:53

👍 258

URL: <https://babr24.com/?ADE=41110> Bytes: 11705 / 11591 Версия для печати

👍 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: @bur24_link_bot

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: @irk24_link_bot

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: @kras24_link_bot

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: @nsk24_link_bot

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: @tomsk24_link_bot

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: @babrobot_bot

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)