

Киберпространство артефактов

Статья посвящена некоторым эстетическим проблемам Интернет-радио на примере России. Рассмотрен процесс его становления, типы Интернет-станций. Особое внимание уделено понятию формата, которое активно используется «радийщиками», и артефакта, как мерилем его потребительской стоимости. Материалом для статьи была выбрана музыка, как наиболее

развитая часть Интернет-радио.

Ключевые слова: Сеть, интернет-радиостанции, блог, социологические исследования, формат, артефакт.

Евгений Дуков

доктор философских наук, профессор, зав. сектором Государственного института искусствознания (Москва)

Радио в Интернете освоилось быстро. Интернет-радио вышло на сцену в начале 1990-х годов. Днем рождения его считается 1 апреля 1993 года, когда американская компания IMS запустила первую в истории станцию. Через год с небольшим по всей мировой сети уже транслировался концерт Rolling Stones со стадиона Cotton Bowl в Далласе, где присутствовало 50000 зрителей и неизмеримо больше — в Сети. Для интернет-радио, — красиво сказал Мик Джаггер, — это было «первым главным концертом мультимедиа в киберпространстве»¹. Но прошло еще почти пять лет прежде, чем интернет-радио обратило на себя внимание западных инвесторов, и оно получило регулярную финансовую поддержку.

С конца 1990 годов в разных уголках России тоже стали появляться так называемые «интернет-радиостанции», которые часто назывались прямо «музыкальными интернет-радиостанциями». Они охватывали не только столичные и крупные города, но и средние, и малые. Развитие передающей техники во всем мире уравнивало ранее несопоставимые населенные пункты и давало пользователям возможность осваивать планету Земля с невероятной скоростью. В.Стрельников, один из пионеров интернет-радио, писал: «Теперь все [стало] проще. Для того, чтобы вещать на весь мир, не нужны мощные передатчики и специальные студии. Вы можете это делать **из своей спальни** (выделено мной — Е.Д.) через интернет! Называется всё это «Подкастинг»: от слов «айПод» (есть такой MP3-плеер) и «бродкастинг» (теле-радиовещание). Вам всего лишь нужны PC или Mac, звуковая-карта и микрофон! Скачайте себе free Audacity MP3 recorder for Windows, Mac, or Linux для записи и редактирования звуковых файлов (подойдет любая другая программа для редактирования), запишите передачу длиной 10-20 минут. Это может быть рассказ о вашей жизни, друзьях, семье, работе, учёбе — своего рода «звуковой живой журнал». Вас услышит вся планета!»².

По сути, этот вид коммуникации близок к музыкальным блогам. Но это не письменные тексты, точнее чаще не только они, а «тексты» визуальные, имеющие вид файлов в формате MP3 для звуковых³ или, позже, в формате MP4 для видео, распространенных во Всемирной сети. Пользователи, которые оставили ячейке такой «радиостанции» свой знак: «Мне это интересно!», попадают в соответствующую графу и в дальнейшем

имеют возможность знакомиться с новыми выпусками по мере их появления в любое удобное для них время и в любой обстановке. Происшедшее в Сети очень напоминает становление коммуникации в истории цивилизации, но разворачивающейся от конца к началу: мы движемся от Гутенберговской Галактики к галактикам преимущественно иконическим, если пользоваться терминологией Ч. Пирса.

Прилагательное «разворачивающийся» очень точно отражает сам сегодняшний процесс: человечество не меняет галактику, как несущийся космический корабль, а как бы «рассыпается» на множество минигалактик, построенных по общему принципу, в основе которого лежит принцип визуальности⁴ над которой надстраиваются музыкальные ряды. И, если в гутенберговской галактике человечество постоянно ощущало давление основного текста⁵, то в новой коммуникативной ситуации его значение значительно ослабло. Конечно, по мере вхождения в новую систему координат мы не сразу потеряем старую, какое-то время они будут сосуществовать как общее и частные. Но тенденция на сегодня достаточно ощутимая и в общественной жизни, и в индивидуальной. Недаром пространство подкаст⁶ отличается наименьшей регламентацией — оно не требует даже обязательной лицензирования частоты⁷, да и прямые финансовые вливания здесь очень незначительны — необходимо минимум оборудования для выхода в сеть, микрофон, иногда микшер. Часть программ была (и осталась) бесплатной. Не отстают от «радийщиков» и простые пользователи. «Включай кнопку, слушай и смотри!», — призывает всех пользователей E-Radio.

Профессионалы-радийщики и примкнувшие к ним «продвинутые» пользователи (часть из которых еще училась в школе) стали распространять знания об интернет-радио. Одна из интернет-радиостанций так рекламировала свои возможности помочь радиолюбителям: «Вы мечтали о создании своей радиостанции? Хотите быстро и недорого сделать настоящее интернет радио? PC-RADIO предоставляет возможность создать свое радио. Безлимитные серверы для вещания интернет радиостанции с автодиджеем практически бесплатно!»⁸. Такого рода объявления вначале 2000-х годов можно было встретить практически во всех центрах, как региональных, так и муниципальных. В результате, пока государство не вмешалось в

¹ URL: <http://rock-online.ru/index.php?nma=cates&fla=stat&idd=51>

² Стрельников В. О подкастинге. \ \ Russian podcasting. URL: <http://rpod.ru/about/>

³ Сам экран монитора превращает музыку в картинку, а некоторые из программ позволяют сопровождать музыку даже цветообразностью.

⁴ В отечественной науке самое фундаментальное исследование о феномене визуальности принадлежит Е.В.Сальниковой. См. Сальникова Е.В. Феномен визуальности и эволюция визуальной культуры. М., 2012

⁵ Это и придавало движению цивилизации целенаправленность.

⁶ Подкастинг (англ. podcasting, от iPod и англ. broadcasting - повсеместное вещание, ширококовещание) — способ фиксации обычно в формате MP3 или MP4 звуковых и видео передач в Интернете с целью распространения. Потребители связываются с «радиостанцией», оставляют свои электронные адреса и понравившийся им тип передачи, музыкальный стиль и т.п. и получают появляющиеся новые выпуски. Из них они могут формировать свою фоно- и видеотеку. Это несколько напоминает этап вхождения в массовый быт магнитофонов.

⁷ В последнее время власти начали приравнивать интернет-радиостанции к СМИ.

⁸ URL: <http://www.pcradio.ru/radiohosting>

естественный процесс, в стране образовалось огромное количество «интернет-радиостанций», которое статистически трудно оценить. Часть небольших «самодельных» станций встроилась в социальные сети. Не только маленькие городки, но и некоторые села имели в сети свое «радио».

Интернет-радио начало обрастать своей инфраструктурой. Появились научные исследования⁹. Поскольку рейтинг немаловажен для большинства радиостанций, возникли небольшие коллективы, которые проводили социологические исследования. Кто-то из проводивших такие исследования опубликовал свои «методички» — как провести социологическое исследование в интернете. Конечно же, это исследование займет только пару минут — это норма для сегодняшнего дня!¹⁰ В Интернете было «опубликовано» справочное издание «Энциклопедия интернет-радиостанций России, стран СНГ и Зарубежья, русскоязычного интернет-радио, тематического радио». Регулярно публикуемый рейтинг онлайн-радио позволяет выбрать самое популярное бесплатное онлайн радио по языку, городу и формату вещания. По сути, за неполные двадцать лет Россия, практически без помощи государства, не имея опыта, смогла создать интернет-радиоиндустрию, в основном нацеленную на производство «музыкальных» жанров. И это в стране, где в этот период практически ни одна отрасль промышленности нормально не работала!

К началу 10-х годов XXI века большинство крупных «радиостанций» представляли собой визуально хорошо оформленные порталы, предлагающие пользователям примерно одинаковые типы услуг. Новые треки, клипы, интервью, архив радиостанции, разные рубрикаторы, список радиостанций, куда можно перейти, вопросы-ответы и многое другое. Многие радиостанции предлагают своим пользователям самый разнообразный репертуар — от классики до блатной песни. Но есть и специализированные, скорее напоминающие радио-клубы, объединяющие людей по интересующим их жанрам, стилям, композиторам и исполнителям. При этом, как отмечал исследователь В. Колодкин, веб-станции очень часто передают «редкие, малоизвестные, элитарные, сложные для восприятия, альтернативные направления и жанры, которые в оффлайновом эфире появиться не могут — географически в одном регионе трудно набрать серьезную аудиторию слушателей такой музыки, а Интернет позволяет функционировать в масштабах не только страны, но и всего мира, поэтому даже «интернет-радио Лотоса» <http://ariom.ru/radio.html>, которое круглосуточно передает распевание молитв тибетскими монахами, набирает солидную аудиторию посетителей и слушателей»¹¹.

Как и человек, который, по выражению Гессе, «несет на себе следы своего рождения, слизь, остатки скорлупы из первобытного мира...»¹², интернет-радио часто подчеркивает свою независимость. И иногда действительно бывает таковой.

Так, Тульское интернет-радио, подает себя как «абсолютно неформатное». Стилистика эфиров зависит только от диджеев и слушателей, которые заказывают музыку. Никакой цензуры! Радио работает под девизом: «У каждого должен быть шанс! Каждый должен быть услышан!». Для зрителей — это место, где можно не только послушать музыку и заказать приветы или поздравления, но ещё и пообщаться с друзьями, в том числе, за границей, завести свой личный блог и поведать о

своих мыслях миру. «Неформатное радио» дает возможность малоизвестным музыкантам и группам показать себя миру. Это, по утверждению редакции, совершенно некоммерческий проект, где диджеи не получают зарплату, а музыканты «авторские» — и именно из-за этого «Неформатное радио» до сих пор считается самой любимой среди домашних радиостанций. На сегодня на «Неформатном радио» нет рекламы (хотя она наверняка когда-то будет), но не в таких количествах, обещают организаторы, как на обычных станциях. «Вообще,— пишет редакция — мы считаем рекламу неизбежным злом, но вся беда в том, что зло это приносит хоть какую-то прибыль, чтобы оплачивать все расходы по содержанию радио и нашего любимого сайта»¹³.

«Неформатное радио» присутствует почти во всех социальных сетях. На УКВ также можно поймать передачи Неформатного радио, но это следствие пиратства нелегальных станций. Отдельные треки ретранслируются в нескольких областях на УКВ и в кабельных сетях разных городов. Вся реклама, которая там звучит, не приносит дохода «Неформатному радио», а является собственностью ретранслирующих станций. «Мы на этом не барыжним, зато станем ближе к людям в этих городах» — заявляют «радийщики». Если речь идет о музыкантах, заинтересованных в промоушене, то они имеют возможность непосредственного добавления своих композиций. Треки, которые понравились редакции, ставятся в ротацию после связи с автором. Причем постановка в ротацию — следствие решения редакции. Купить место, как это делается на некоторых других радиостанциях, здесь невозможно. В этом смысле «Неформатное радио» действительно выглядит как абсолютно некоммерческое радио и абсолютно неформатное. На результаты позиций в трек-листе оказывает влияние только популярность композиций у слушателей. Такова на сегодняшний день история станции с загадочным названием «Неформатное радио».

Термин «формат» выплыл вместе с ростом интереса к интернет-радио и может считаться одним из важнейших терминов музыки, транслирующейся через Интернет. Строго говоря, «формат» не тот термин, который обязан своему рождению компьютерной эпохе. Но именно в период ее становления он начал претендовать на важную объяснительную роль в разных гуманитарных практиках. «Статья не в формате сборника...», «Выступление не в формате конференции...», — достаточно часто употребляющиеся словосочетания. И не очень внятные. Первое, на что обращаешь внимания — неразбериха, которая сегодня царит в русском языке по отношению к слову «формат», и тому почти бесконечному спектру значений, в который на практике погружено это слово. Впрочем, может это прививается в русском языке постмодернизм? Или же за этим скрывается что-то другое? Вслушаемся в речь наших современников. Разделим их высказывания на несколько условных групп.

В первую группу можно объединить лиц с психологической ориентацией. Вот типичный пример: «Никто не в силах справиться с такими масштабными явлениями, как «формат», пиратство, отсутствие частных инвестиций в индустрию. Зачастую звучащая из радиоприемников музыкальная информация, называемая «формат», настолько слаба, что может даже

⁹ Акопов А.И. Типологические признаки сетевых изданий. // Филологический вестник Ростовского университета. — 2000, №1, Колодкин В. А. Радио в интернете. \ URL: http://www.e-radio.ru/articles/specifika_radio.htm, Друтова Н.В. Радио в Рунете как самостоятельный вид массмедиа. \ URL: http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_3/dru_radio.html, Карпенко И. И. Радиовещание в Интернете: теория, типология, специфика журналистской деятельности. Белгород, 2005 <http://www.disscat.com/content/radioveshchanie-v-internete-teoriya-tipologiya-spetsifika-zhurnalistkoi-deyatelnosti#ixzz2tKldAc7Z> и др.

¹⁰ Всего три простых этапа, — убеждал автор, — пара минут времени на анкету, и вы можете проводить опрос. Он предлагает 200 шаблонов анкеты, рассылки по e-mail, объясняет, как лучше представить результаты. URL: <http://anketolog.ru/>

¹¹ Колодкин В. А. Радиовещание в Интернете (Принципы функционирования, типология и структура сайтов) : Дис. ... канд. филол. наук Тольятти, 2005.

¹² Гессе Г. Демиан // Гессе Г. Собр. соч.: В 4-х т. СПб., 1994. Т. 1. С. 10.

¹³ URL: <http://www.neformatnoe.ru/o-nas.html>

негативно действовать на психику человека»¹⁴. Такая картина формата и его функций сложилась у многих наших современников. Формат у них ставится в один ряд с совершенно разными вещами — пиратством, частным инвестициями и даже психоделиками. И это все — формат, который воздействует на психику нормального человека!

Другая группа видит в формате нечто совсем другое — замену слова идеология. «Формат» — это попросту замена слова «идеология», — писал Т.Кибиров. — Раньше редактора говорили: «идеологически чуждо», «идеологически неприемлемо». Теперь говорят — «не наш формат»¹⁵. Или из той же «оперы»: из ясного свода правил и процедур, регламентированных государством, «цензура превратилась в абсолютно субъективный, маловнятный процесс, целиком зависящий от учредителя (собственника) СМИ. При этом его собственника не позволяет ему прямо признать, что он является носителем столь недемократичных норм... Собственники, конечно, поговаривают о восстановлении цензуры в стране, но при этом очень любят намекать на Кремль, на силовиков и пр. Но их кивки не совсем по адресу. Увы, как ни печально это признавать, восстановление реальной цензуры идет семимильными шагами другим, явно маргинальным путем — на уровне каждой редакции, прежде всего, с использованием малопонятого термина «формат». Разговоры о самодисциплине, о гражданском контроле и пр., превращая «формат» и «цензуру» в синонимы. Для демократической риторики понятие формата СМИ как раз очень удобно»¹⁶.

Автору предыдущей цитаты вторит другой, у которого свой опыт встреч с форматом и «форматоносцами». Один из ведущих режиссеров документального кино, лауреат Ленинской премии Игорь Григорьев не так давно писал: «Телевидение выработало свои правила мягкой цензуры. На этом, кстати, построены многие конфликты документалистов с телевидением. Большинство, например, документальных фильмов, которые занимают первые места на кинофестивалях, практически не показывают по телевидению. Когда картина затрагивает какие-то животрепещущие проблемы, заставляет думать, в чем-то сомневаться, это тоже очень часто подводят под понятие «формат». Говорят: вы не подходите под наш формат, мы сейчас делаем только фильмы об ...»¹⁷.

Есть иное объяснение слова формат — социологическое. Размышляющие над форматом под таким углом зрения люди убеждены, что слово формат — это то, что абсолютно необходимо всем и авторам, и публике. «Не знаю, есть ли смысл придираться к этому слову и так ужасаться, что оно вошло в обиход, — писал один из авторов. — Формат всего лишь определяет, соответствует ли твой продукт ожиданиям аудитории. Чем точнее ты эти ожидания угадываешь, то есть «попадаешь в формат», тем выше рейтинг продукта, его конкурентоспособность и так далее. Оно доступнее для массового сознания, чем классическое понятие «жанр», которое уже перегружено всевозможными ассоциациями, смыслами... А «формат» — это просто: либо попал, либо нет. Конечно, эта простота — тоже примета времени. В нынешнем российском обществе очень велика тяга к упорядоченности, к структурированности (что немудрено после хаоса девяностых). И на уровне власти, и в повседневной жизни. Понятие «формат» вполне укладывается в эту тенденцию»¹⁸.

Параллель формата с жанром нет-нет да и звучит при об-

суждении формата. Например: «Формат — жанр. Но слово «жанр» предполагало наличие некоей системы: какой жанр чего требует, к чему обязывает... И тогда создание нового жанра — это действительно нетривиальное творческое усилие, это не всякому дано, это большая работа, требующая таланта, вдохновения, может, даже гениальности»¹⁹. Формат, следовательно, не требует гениальности. Он просто формат, так считает эта группа.

Но некоторые обычные слушатели однозначно выступают за формат. Ведь формат позволяет найти то, что любишь в данную минуту: «Чего плохого в понятии «формат»? Например, мне приятно слушать и «Айрон мэйдэн», и Эллу Фицджеральд. Но если на какой-нибудь гипотетической радиоволне это пойдет вперемешку... Я лично это слушать вряд ли буду»²⁰.

Впрочем, кто-то считает, что формат сугубо профессиональная категория, и слушателей не касается. Вот один из таких примеров: «Для радио и ТВ формат это то, что при прослушивании и просмотре не вызывает у подавляющего большинства слушателей (зрителей) рвотный эффект, позволяет получать бабки за размещение рекламы в данной передаче (т.н. рейтинг) и не подставлять свою жопу перед владельцами (хозяевами) канала (радио). Для слушателей (зрителей) такого понятия по определению, на мой взгляд, не существует. У нас категория прет, не прет. Т.е. формат, — это форма товара для определенной части рыночной экономики (в данном случае шоу-бизнеса), позволяющая получать максимальные прибыли в короткий период времени с минимальными затратами и расходами»²¹.

Ему вторит еще один автор: «Формат — это свод правил, регулирующих диалог: его интонацию, тип его участников и т.д. Идет телепередача в прямом эфире или в записи? Есть ли в ней ведущий? И если да, то в джинсах он или в костюме? Сидит в студии за поппитром, или ходит по ней с микрофоном, или гуляет по улице? Если ты хочешь добиться внимания определенного собеседника, ты должен вести себя определенным способом». Формат, следовательно, для этой группы — это форма передачи.

Довольно много о формате рассуждали люди современные, «экономически ориентированные». Например, так: «Слово «формат» появилось потому, что произошло разделение рынка. На советском телевидении никакого рынка не было, все передачи делались для пионеров и пенсионеров. Делались не «как-то», а «про что-то». И поэтому были неотличимы — никакой разницы между «Клубом путешественников», «В мире животных» и «Музыкальным киоском» вы не найдете, сколько ни ищите. Это называлось «редакторское телевидение» — когда передачи принимали глядя в папку и не глядя в камеру, просто читая текст... Тогда говорили так: «скучно, не скучно — для пропаганды не критерий». А потом возник рынок, возникло понятие о «продукте» и его «потреблении», и понадобилось внятно объяснить: что ты делаешь, на что тратишь деньги. Вот это требование внятности и привело к появлению «формата». И я не испытываю никаких мук большого художника, когда соизмеряю свои личные представления с требованиями «потребляемости». Другое дело, что надо рисковать, надо не бояться выйти на один шаг в «неформат» — потому что, если ты рискнул правильно, именно на этот шаг ты окажешься впереди всего рынка, переполненного форматным продуктом. Это тоже законы бизнеса. Всем хочется сорвать банк, вырваться в лидеры,

¹⁴ См.: Советская Белоруссия, 27 ноября 2007

¹⁵ Кибиров Т. Интервью ж-лу "Сеанс". 2006, №29-39. URL: <http://seance.ru/category/n/29-30/vertigo-nulevyie/format/format>

¹⁶ Иваницкий В. Формат как цензура. // Журналистика и медиарынок. 2006, №2-3.

¹⁷ ТВ-Центр: Прайм-тайм документального кино. // Литературная газета. 17.05.2006

¹⁸ Николаевич С. - Интервью ж-лу "Сеанс". 2006, №29-39. URL: <http://seance.ru/category/n/29-30/vertigo-nulevyie/format/format>

¹⁹ Соколов М. Интервью ж-лу "Сеанс". 2006, №29-39.

²⁰ URL: <http://volchansk.pp.net.ua/forum/18-274-1>

²¹ URL: <http://ps.org.ua/bbs/304>

сделать новый тренд и заработать не скучные 15 процентов, а 125. И вот носишься, бегаешь, орешь, чтобы в прайм-тайм на Первом прозвучали все восемь строк нужного тебе стихотворения, чтобы рассказать о николаевской вертикали власти во время Крымской войны... Ты делаешь «неформат», ты рискуешь — но если ты все сделал правильно, то именно он становится самым престижным из форматов. Значит, у тебя получилось»²². Формат, следовательно, это то, от чего отталкиваются талантливые, чтобы «спаять» свой продукт и получить причитающееся. И одновременно — как бы «протожанр».

Есть более простое объяснение профессионалов, принадлежащее Петру Мансилья-Крузу: «Формат — это нечто, созданное для удобства в обращении, это некоторая форма, которая создана для того, чтобы было понятно, что делать с достаточно сложными явлениями, которыми обычно являются произведения киноискусства, литературного или телевизионного дела. Когда та или иная программа выходит в определенном формате, она понятна потребителю и понятна рекламодателю. Это, вообще, такая рыночная штука — формат. Мне кажется, что здесь имеет смысл говорить об особенностях человеческого сознания, прежде чем говорить об идеологии, потому что для того, чтобы осмыслить и воспринять сложные явления, нужно их вложить в какую-то ячейку своего сознания. Если эта ячейка сознания — студийная программа с хронометражем 52 минуты, то это проще, чем говорить много других разных слов»²³.

Или так, по Парфенову: «Всегда были и будут истинные художники, которые говорят о чем-то очень важном, очень личном, и никто не сможет им этого запретить. Кроме формата. Но мы-то претендуем на то, чтобы разговаривать с массовой аудиторией, и именно это сделали своей профессией. А искусство никогда не доходило до масс. Поэтому не надо художественности. Мы стали честнее и искреннее, а если угодно — циничнее и прагматичнее; мы стали называть вещи своими именами. Есть запрос массовой аудитории, и его нужно удовлетворять. Есть привычный для нее способ восприятия, и его нужно учитывать. Мы играем во все ту же игру и все с тем же партнером; но теперь мы играем по правилам. Формат — это естественная реакция на засилье эклектики и бесстиля, в котором мы прожили все девяностые годы. Это понятие не случайно возникло именно в СМИ, но затем (тоже совсем не случайно) перешло в лексикон политиков, экономистов, бизнесменов. Значит, это понятие, которое что-то важное определяет в нашем времени»²⁴. Правда это говорится в то время, когда уже возникло множество «нишевых» каналов и все меньше педалируется идея «массовости аудитории»? Но, тем не менее, это точка зрения одного из видных тележурналистов.

Журналисты вообще вволю поупражнялись, играя со словом «формат». Ведь многие из них убеждены, что термин «формат» родился в их среде, всячески подчеркивают его разрешающие возможности и современность. Ему передаются свойства, ранее присущие только выдающимся мыслителям, либо целым научным коллективам. «Формат отменил (!) множество упрямых (интересно, кем? — Е.Д.) терминов, — саркастически утверждал Д.Быков. — Когда обобщающее слово заменяет несколько упрямых слов, а за ними и предметов — происходит нечто вроде замены многобожия (с его разветвленной системой понятий и отношений) на монотеизм (с его предель-

но упрощенной схемой отношений между клерком и боссом). Раньше мы говорили: жанр, хронометраж, требования начальства, цензурные условия, конъюнктура. Теперь все эти понятия заменены одним: формат... Форматом называется совокупность требований к произведению искусства, претендующему на известный уровень публичности и оплаты... Формат безлик, ни за что ни перед кем не отвечает, с ним не поспоришь, его не переформируешь... За формат никто не должен отвечать — он спущен сверху, как золотое сечение»²⁵.

На этом фоне противники формата оказываются в явном меньшинстве. А.Козлов, блестящей саксофонист, глубокий теоретик джазовой и рок-музыки недавно с грустью писал: «В настоящее время под понятие «формат» не попадают те, кто по настоящему талантлив... Формат — это то, что выгоднее продавать, а торговать антикварными штучными изделиями совершенно нецелесообразно»²⁶.

И в самом конце небольшого этого обзора современного термина — вопль души: «Какой кретин придумал слово «формат»? Нет такого слова! Есть понятие ВКУСА!!!»²⁷.

Профессионалы и непрофессионалы с разных сторон настойчиво пытаются укрепить термин «формат» и пытаются объяснить именно свою трактовку. Но выглядит это так, будто они пытаются оправдать свое личное вторжение в сложную структуру языка. Им кажется, в их интерпретации слово «формат» будет звучать более убедительно, чем у других. И для этого они накручивают объяснительные схемы, блещут своими «знаниями» в истории, пытаясь притянуть отдельные факты к формату. Впрочем, может быть такой ход тоже отрывка пост-модернизма?

Формат как явление возник задолго до появления самого слова. «Малые» и «большие» голландцы были не первыми образцами этого ряда. Города, и древние, и средневековые, уже жили четко по формату. И эстетика здесь издавна диктовала свои правила. Каждая социальная страта в нем имела свой прикладной и художественный язык и своих творцов»²⁸.

В XIX веке все большее число людей начали взаимодействовать с машиной в поисках новых художественных впечатлений. Появились первые массовые музыкальные автоматы. Из них возникли первые звуковоспроизводящие автоматы, протограммофоны. Тот, кто занимался историей звукозаписи может рассказать здесь много интересного. Важно, что формат в это время был связан, так сказать, с пропускной способностью машины, а не с эстетикой, эстетическим качеством. Первые пластинки были рассчитаны только на ограниченное время звучания и на ограниченное число воспроизведений²⁹. Важно следующее обстоятельство: машина попыталась диктовать человеку «свою» эстетику. И человек начал с ней бороться. И, самое интересное, — справился с ней. Научил машину быть гибкой, точно исполнять его указания. Но не справился с себе подобными — людьми, стоящими за пультами машин.

Это они довольно быстро придумали слова «концепция», «миссия», «формула» и размыли красивое средневековое содержание слова «формат». Формат стал восприниматься как то, что получается в итоге работы над моделированием и позиционированием. С поиска формулы, осознанного или неосознанного, произведение, теперь иногда называемое проектом, должно быть опущено на твердую экономическую и юридиче-

²² Парфенов А. Интервью ж-лу "Сеанс". 2006, №29-39. <http://seance.ru/category/n/29-30/vertigo-nulevyie/format/format>

²³ Файналова А. Формат. Интервью на радио "Свобода". 05.03.2006 <http://www.svobodanews.ru/article.aspx?exactdate=20060305120049057>

²⁴ Парфенов А. Интервью ж-лу "Сеанс". 2006, №29-39. URL: <http://seance.ru/category/n/29-30/vertigo-nulevyie/format/format>

²⁵ Быков Д. For mat. Триумф скорости. URL: <http://seance.ru/category/n/29-30/>

²⁶ Козлов А. Чертова дюжина. \ \ Элитный квартал. Ярославль: 2007, март.

²⁷ URL: <http://musica.mustdie.ru/ru/topic/9414/41/>

²⁸ У.Эко написал эссе о современной культуре под симптоматичным названием: "Средние века уже начались". — Эко У. Средние века уже начались. М., 2011.

²⁹ Был и еще ряд особенностей, на которых я не буду останавливаться, это увело бы рассуждения далеко от темы.

скую основу, и сопровождаться созданием материально-технической базы; иметь маркетинговый и менеджерский персонал. Но главное состоит в следующем: слово «Формат» стало эрзацем качества.

Практически все интернет-радиостанции работают с форматами, а иногда и со многими. Они позволяют искать друзей по интересам, делиться ценной музыкой и находить записи, похожие на те, что пользователи уже отметили, как любимые. Современные онлайн-радио сервисы предлагают пользователю богатый набор дополнительных возможностей — доступ к архивам эфирных радиостанций, создание собственных музыкальных потоков, основанных на музыкальных пристрастиях пользователя, рекомендательные сервисы и многое другое. И в результате — значительный прирост аудитории этих ресурсов. Пять лет подряд категория интернет-радиостанций входит среди тематик Рунета в двадцатку наиболее востребованных, причем там учитывается не только музыка, а все предложение, идущее через Сеть.

Что на самом деле передается по Сети под названием «музыка»? Вопрос не праздный. Всегда ли нужны здесь кавычки? Не имеем ли мы дело с чем-то другим, только похожим на «натуральную музыку» без кавычек, которое наше восприятие идентифицирует, как музыку, принадлежавшую композиторам и интерпретированную исполнителем? Ведь по сути дела, «настоящая» музыка похожа на «сетевую музыку», как индивид похож на дивидуума. Ясно, что в большинстве направлений музыка задумана и должна звучать в настоящей, реальной акустике. Звучание на стадионе, в телевизоре или компьютере физически другое. Оно только в большей или меньшей степени похоже. На самом деле — это один из видов артефактов.

Артефакт — еще один термин, который надо обсудить в связи с Интернет-радиостанциями.

Артефакт — в последнее время одна из самых нагруженных категорий, и не только в культурологии, а в науке вообще. Артефакт в общем случае определяется как «искусственно сделанное», появление которого в наблюдаемых условиях по естественным причинам невозможно или маловероятно. В общем случае это — любой выделенный человеком объект — сделанный или естественный. В общественные науки это понятие пришло из археологии, где оно использовалось для различия естественных и искусственных объектов. В кибернетике, по теории Винера и его последователей, существует понятие энтропийного поля, связанного с повышенным информационным тоном. Чем больше предсказуемость появления объекта, тем меньше информации несет процесс. Чем больше неожиданностей, тем выше энтропия. Артефакты являются неотъемлемой частью энтропийного процесса. Таким образом, артефакт — энтропное явление, предмет или процесс, свойство предмета или процесса.

В культуре — артефактами называются созданные людьми предметы, вещи, а также феномены духовной жизни общества: научные теории, суеверия, произведения искусства и фольклор³⁰.

В эстетике термин артефакт используется для обозначения предметов, созданных специально для функционирования в системе искусства. В этом случае под артефактом понимается любой предмет, к которому могут быть отнесены критерии искусства. При этом артефакт — не художественное произведение в общем смысле слова. Артефактом, как правило, назы-

вают всевозможные визуальные и аудиовизуальные пространственные объекты, инсталляции, ассамбляжи, акции и т. п., т. е. — любые произведения современного искусства, принадлежащие полю пост-культуры. Согласно этой классификации, артефакты являются типичными экспериментальными продуктами переходного этапа культуры, не обладающими духовной, эстетической или художественной ценностью³¹.

В современной эстетике часто проводится различие между артефактом и художественным произведением. Но это одна из версий. Другая включает в понимание артефакта художника. Один из современных художников Фр. Инфантэ так охарактеризовал артефакт: «Где артефакт, там и происходит вдохновенное художником таинство. Где взаимодействуют артефакт и природа, возникает игровое поле. Художник, поскольку он сам вдохновил такую ситуацию, находится в эпицентре игрового поля». И далее: «Пронзительность зеркальных артефактов ... в том, что их зеркало отражает ту же природу, в которой находится, но всегда с дискретным смещением. И поэтому не удваивает мир, а делает его изменившимся»³².

Так трактует этот термин русскоязычная литература. Но в английском варианте словаря Wikipedia существует еще группа значений — это объекты, которые существуют в человеческом уме или в цифровой среде. К ним авторы статьи, в частности, относят музыкальные клипы, которые представлены или архивированы в виртуальной среде, виртуальные искусства, игры³³. Само по себе уравнивание человеческого ума и цифровой среды примечательно. Чем дальше мы проникаем в компьютерную реальность, тем менее заметно становится различие между человеческим и внечеловеческим.

В целом, за совокупностью определений, трактовок, дефиниций прорисовывается центральное понятийное звено: артефакт — это неожиданное и уникальное явление или процесс, выпадающее из логики человеческой обыденности. Определение на первый взгляд кажется хорошим. Однако слово «логика» в этом контексте сильно смущает. Особенно сегодня. Пока большие группы людей жили по общим правилам, а общество делилось на классы, вход в которые был очень ограничен (процесс, который в социологии называется «вертикальной мобильностью»), логика обыденности внутри каждой из групп была общей. И, кстати, вероятно не случайно нашим предкам не приходило в голову придумать слово «артефакт», хотя часть из них вполне могла бы оставить след в истории дефиниций. Только тогда, когда логика обыденностей стала исчезать, а на смену ей одной пришли логики, которые начали члениться, уникальность как свойство предмета или процесса стала зависеть от малых неконтактных стихийных групп. И с этого момента человечество и начало «подбираться» к понятию «артефакт».

Артефакт, наряду с другими свойствами, имеет особую меру — потребительскую стоимость. Это очень важное понятие, хотя мы очень редко его используем. Основа потребительской стоимости в сфере услуг, к которой относится и Сеть, обычно называется впечатлением. Артефакт и рождается от впечатления необычности. Мы начинаем учиться платить за впечатления. Как изменилось представление об экономике! Ряд серьезных экономистов утверждают: время товарно-денежных отношений подошло к концу, ибо «товарно-денежные отношения уже выполняют не побудительные, а ограничительные функ-

³⁰ URL: <http://otvet.mail.ru/question/5133963>

³¹ Лексикон неонклассики. Художественно-эстетическая культура XX века. Под ред. Бычкова В.В. М., 2003. С. 24.

³² Инфантэ Фр. Искусственное и природное в контексте современного художественного языка. \\\Новое сакральное пространство. Мат. научной конференции. Ред. Катунян М.И. Науч. тр. Московской государственной консерватории им. П.И. Чайковского. Сб. 47 М., 2004. С. 253, 255.

³³ URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Virtual_artifact

ции»³⁴. К книге американских исследователей Б. Пайна и Д. Гилмора «Экономика впечатлений» предпослано motto: «Работа — это театр, а каждый бизнес — сцена»³⁵.

Вообще сближение экономистов с художественной культурой на Западе идет очень интенсивно. Достаточно вспомнить хотя бы шумевшую работу К.А.Нордстрема и Й.Риддерстрале «Бизнес в стиле фанк» или книгу американского журналиста Д.Сибрука «Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры»³⁶. В книге Пайна и Гилмора тоже очень много выходов в художественную культуру. В этой книге они, в частности, писали: «Нас все больше и больше окружает нематериальная экономика, в которой самые крупные источники богатства...не принадлежат миру физических предметов. Мы еще не привыкли к экономике, в которой красота, развлечение, удовольствие столь же реальны и экономически ценны, как сталь и полупроводники»³⁷.

Артефакт, впечатление, потребительская стоимость тесно связаны друг с другом. В общем случае, если артефакт не производит впечатления, он не может быть продан. Если он не может быть продан, значит, он с одной стороны, не товар по определению, а с другой — не артефакт, а так, «ошибка истории». В каком-то отношении, артефакт можно рассмотреть как в широком смысле моду на этапе вхождения ее в обиход. Многие из нас долго недоумевали: что показывают на фестивалях моды? Это функционально? Скорее всего, нет. Это кто-нибудь будет носить? Вряд ли. А зачем тогда эти фестивали моды? На этот вопрос ответила Ада Хакстейбл, главный редактор одного из популярных журналов по архитектуре: «Они улучшают реальность»³⁸, они делают людей восприимчивыми, будят любопытство. Добавим, как Сеть! Артефакт изменяет ощущение пространства, времени и, в конце концов, мода становится товаром, который найдет покупателя и тоже, возможно, в сети. Потому что именно этот покупатель из просто глазающего перейдет в новую стадию — стадию заинтересованного пользователя.

Вся история экономического развития человечества, как это ни парадоксально, заключается в расширении платного ассортимента за счет того, что раньше было бесплатным, за счет того, на что человек не обращал внимание или того, чего раньше не было. Причем фактор новизны не касается основных естественных вещей — они стары, как мир. Ведь по сути дела, все, чем пользуется человек, добытым из земли или выращен-

ным на земле, не менялось тысячи лет, самое позднее — с раннего железного века. Менялись технологии и ритуалы обращения с вещами. Они артифицировались! Английский писатель Г. Честертон писал, что человек — вообще существо странное: «Внешне он больше похож на пришельца, чем на порождение нашей Земли. Он не может спать в собственной шкуре, не может доверять собственным инстинктам. Он и волшебник, вооруженный чудесным оружием руки, и калса, вынужденный подпирать себя костылями мебели. У его сознания те же сомнительные преимущества и те же странные ограничения»³⁹. В сущности, артефакты относятся к этому типу вещей.

Артефакты начали заполнять нашу жизнь особенно активно одновременно с «волшебными ящиками» — радио — и телеприемниками. Сначала казалось, что эти сети сделают из разных групп людей некую общность, имеющую сопоставимые взгляды и логику суждений. Но вскоре выяснилось, что это не так — люди не хотели сплываться под такие логики. Конечно, телевизор, например, давал пищу для общения, общие темы. Но все житейские логики не только остались не тронутыми, различие их углубилось. Напротив, все, что демонстрирует компьютер — «выдавливание» из обычного, привычного, но поданное как «репортаж с места событий». Это подчеркнутый артефакт. Вы за стальной дверью, в безопасности, работаете на компьютере так, как «работают» другие. Пока что без камер наблюдения, но в любом случае, такая «покупка» тоже делает компьютерную реальность артефактом. Не говоря уже о том, что и само оборудование — тоже артефакт.

Тем более это касается виртуальной реальности и Интернета. Именно так, по-моему, рождается один из важных эффектов Интернет-радио в Сети: оно производит нечто очень похожее на музыку по заказу существа, похожего на индивидуума, в пространстве, которое раньше назывались реальным домом, улицей, площадью, а теперь — «удаленным доступом на компьютере-отправителе». И это «нечто» претендует на место, которое еще не родившийся человек возможно будет после рождения идентифицировать, как настоящую музыку, а живое исполнение воспринимать как цирковой трюк — ведь для него поет не человеческий голос или наигрывает музыкальный инструмент, а магнитофон и, все чаще, компьютер⁴⁰. Киберпространство погружает музыку в виртуальные залы, незаметно преобразуя ее, форматируя и артифицируя. Но, может быть, так и нужно?

³⁴ Шахназаров О. Жизнь взаимы бесперспективна, или апология артефакта. — Человек и труд, №7 2001. цит.по: URL: http://www.chelt.ru/2001/7/shaxnazarov_7.html

³⁵ Пайн Б.Дж., Гилмор Дж.Х. Экономика впечатлений. М., 2005. С.229

³⁶ Нордстрем К.А., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. М., 2004, Сибрук Д. "Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры". М.2006

³⁷ Пайн Б.Дж., Гилмор Дж.Х. Экономика... С.7

³⁸ Huxtable A.L., The Unreal America: Architecture and Illusions. — New York: New Press, 1997. — P. 75.

³⁹ Честертон Г. Вечный человек. М., 1991. С.109.

⁴⁰ В психологическую подготовку будущих мам входит слушание музыки, естественно, через магнитофон или компьютер.