

Неторопливость как жизненный стиль: философия «медленных медиа»

Последняя четверть века вызвала к жизни целый ряд движений и субкультур, общей идейной платформой для которых стала концепция «неспешности». Slowmovement – объединяющий социальный концепт, который выступает порождением современной культуры и общества и существует исключительно в силу того, что люди согласны действовать, следуя определенным условным правилам.

Начавшись с протеста Карло Петрини против появления «фастфуд»-ресторана «Макдоналдс» рядом со знаменитой римской достопримечательностью – Площадью Испании в 1986 году, вскоре возникло оппозиционное этому сугубо коммерческому проекту движение «слоуфуд» («медленное питание»). Со временем движение превратилось в субкультуру, захватившую другие области. Так появились: «медленные путешествия», «медленные города», «медленное искусство», «медленные деньги», «медленная мода», «медленная наука» и даже «медленная церковь».

Характерные для современного индивидуума недостаток участия в судьбе других и одновременно излишняя разрушительная гиперактивность и агрессия – это следствие непрерывного потребительства, медийных шумов и абсолютной коммуникативной доступности, и это причина многих психических расстройств и социальных нестроений.

Новая философия «медлительности» предлагает образ жизни, где исключаются всепроникающая суета, бесконечный стресс, угрожающее эмоциональное и психическое выгорание и проповедуется в качестве основного принцип счастливой жизни. Модным становится уход от названных издержек прогресса в культуру «замедления и торможения», созерцательности и устойчивости.

Международные движения «медленного питания», «медленной науки» или «медленных городов» – это современная попытка культивировать смыслы, поддержать изначальную роль коммуникации или даже вернуть понимание традиционных ценностей. И если возникают новые стили жизни, как могут эти процессы влиять на преобразование общества?

Сами эти поиски, как минимум, заставляют задуматься. И, возможно, вспомнить, как на протяжении веков не смолкали жалобы на скорость жизни или знаменитый тоффлеровский футурошок. Так, сами ученые эпохи Возрождения противостояли резко возросшим потокам информации, которые были вызваны изобретением книгопечатания, идеалисты-романтики предавали анафеме прогресс во времена ранней индустриализации, культурные критики выступали против опутывания мира железнодорожной паутиной. То, что они защищали, спустя уже короткое время представлялось неуклюжим и старомодным.

Как найти баланс, отказавшись от быстрого для себя и окружающих темпа жизни, но в то же время не став в позу побежденных технологиями и обиженных модернизацией и прогрессом? В этом случае следует обратить внимание на концепцию «замедления» медийного и реального миров, выраженную в 2010 году в «Манифесте медленных медиа». Документ, состоящий из 14-ти положений и переведенный на многие европейские языки, в понимании его создателей Бенедикта Кёлера, Сабрии Давид и Йорга Блумтритта не требует особых разъяснений.

Интернет-форумы предлагают различные суждения о сущности «медленности» в современной медиасфере, которые сами по себе могут быть интересны именно как примеры, адаптированные к опыту той или иной страны.

Так, на русскоязычных форумах выражается мнение, что «медленные медиа» – *«это редакция информационного ресурса, в которой работают умные и адекватные люди, готовящие хороший, полезный и выверенный материал. В концепцию «медленных медиа» входит и сама редакция, и продукт ее работы. Строго говоря, это концепция просто хороших изданий».*

С другой стороны, указывается, что уже сейчас медиакорпорации сетуют на «слишком дорогих» журналистов, предлагающих качественный контент. *«Кончится тем, что будет немного платных качественных «медленных» ресурсов. И много бесплатных «быстрых». И читатели будут и тут, и там. Как показывает практика, в конечном итоге, и в «медленных» платных, и в «быстрых» бесплатных ресурсах качественного контента всеравно не будет».*

Кроме того, встает вопрос цены-доступности. *«Судя по тому, что цена таких «медиа» будет сравнима с коллекционным изданием, круг распространения будет соответствующим – для ценителей. Но при этом одно не может заменить другого. В равной степени нужны и фастфуд, и дорогой ресторан».*

«Медленные медиа» не могут быть доступными для всех, так как это уже будут массмедиа со всеми вытекающими отсюда fastfood-последствиями...

Реально это будут потреблять все те же несколько процентов населения, которые могут себе позволить не потреблять фастфуд, а размеренно вкушать качественную еду в дорогом ресторане.

Рассматриваются вопросы бытия «медленных медиа» в контексте развития т. наз. «новых медиа». *«Блоги в принципе не приспособлены к концепции «медленных медиа», это как раз случай, когда информация подается как есть, едва пережеванной. Сейчас задача новостных медиа – рассказать о событии до того, как оно появится в Википедии. И тут важна именно скорость».*

Определяется дефинитивная сущность. *«Я бы их назвал «вдумчивые медиа». Эта концепция определенно получит распространение в будущем».*

«...концепция «вдумчивых» мне гораздо ближе «неспешных», «размеренных» и уж тем более «медленных»...

«Мой отец предлагает называть это «внимательными медиа».

«Вполне возможно, что через какое-то время все мы будем делить медиа на «быстрые» и «медленные».

Любопытными представляются суждения о коммерческой подоплеке концепции. *«Медленные медиа», обрисованные в манифесте, – это еще одна попытка маркетологов найти и застолбить свою финансовую нишу.*

«Медленные медиа» – это любой удачный бренд, где каждая деталь продумана. Неважно, что за этим брендом кроется: скоростной автомобиль, размеренно тикающие часики или журнал. Бренд, в итоге, – это стиль жизни, который выбирают на долгое время.

Если это для избранных, то это еще один трюк найти новое словосочетание для слова branding.

Еще полвека назад медиа-пророк Маршалл Маклюэн предсказывал появление Глобальной сети и спутникового телевидения. Одной лишь максимой «медиа и есть

сообщения» он перевернул сознание академических умов, по сути, указывая, что природа тех или иных медиа определяет форму и содержание определенных сообщений.

Литература

1. Маклюэн, М. Понимание медиа: Внешние расширения человека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.e-reading-lib.org/chapter.php/102820/4/Mak-Lyuen_-_Ponimanie_media_Vneshnie_rasshireniya_cheloveka.html. – Дата доступа: 11.09.2013.

2. DasSlowMediaManifest [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.slow-media.net/manifest>. – Дата доступа: 11.09.2013.

3. Поспешай медленно, или Что такое «медленные медиа» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://habrahabr.ru/post/98367/> – Дата доступа: 11.09.2013.