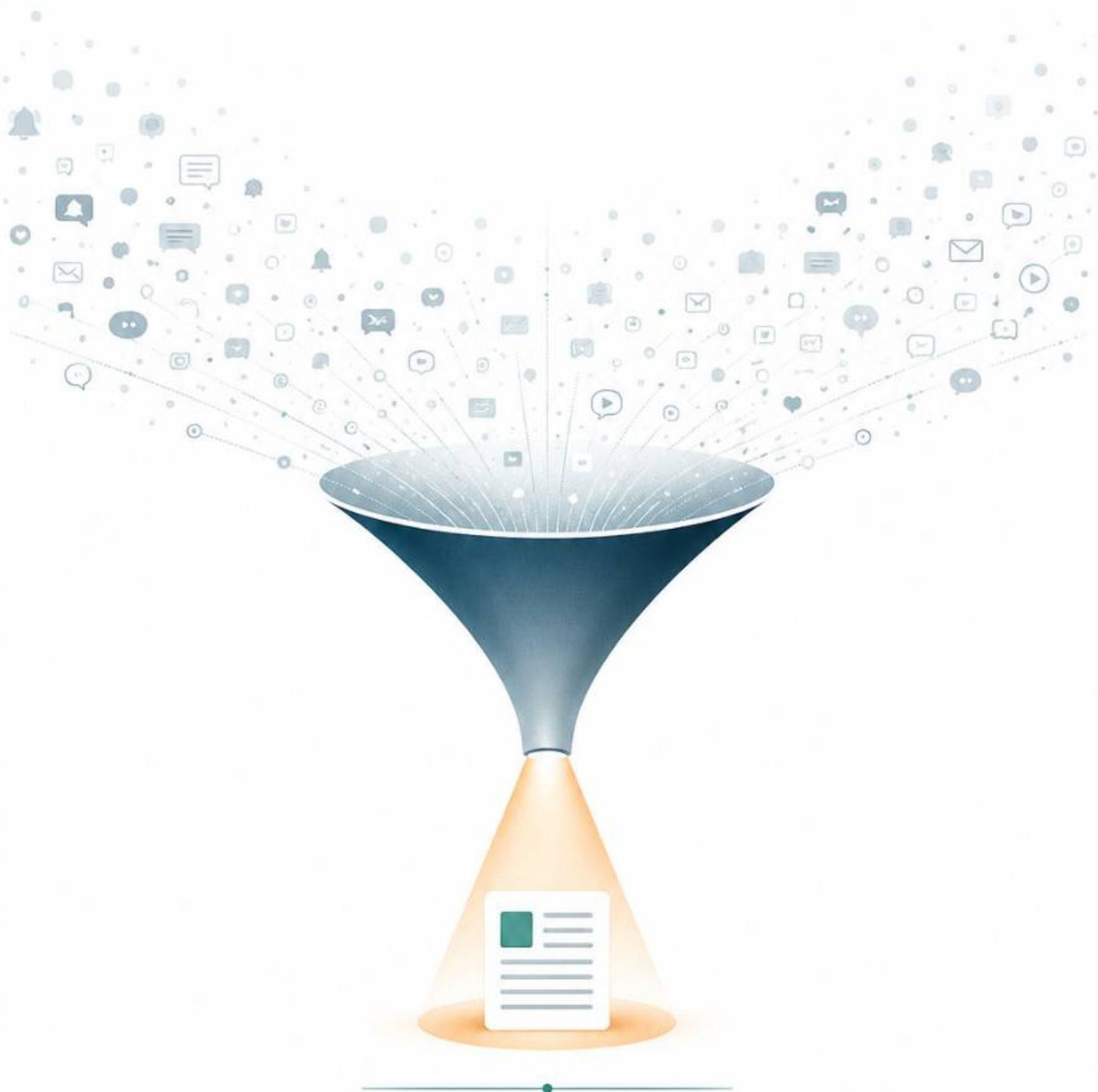


Николай Маио

# Инфо-минимализм



---

Экономика внимания  
в эпоху бесконечного контента

Николай Маио

**Инфо-минимализм**

«Автор»

2026

**Маио Н.**

Инфо-минимализм / Н. Маио — «Автор», 2026

Сегодня мы производим больше информации, чем когда-либо, но времени на ее потребление у нас больше не стало. В мире бесконечных новостей, статей, уведомлений и контента, созданного ИИ, дефицитным ресурсом стала уже не информация. Им стало внимание. Через идеи инверсии издержек, контракта внимания и Стандарта инфо-минимализма книга показывает потребителям, как осознанно выбирать источники информации, а авторам, издателям и системам ИИ — как публиковать, не отнимая у людей лишнее внимание.

© Маио Н., 2026

© Автор, 2026

# Содержание

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Инфо-минимализм: экономика внимания в эпоху бесконечного контента | 5  |
| Эта книга должна окупить потраченное вами время                   | 6  |
| Часть I: новый дефицит                                            | 9  |
| Глава 1: бесконечная публикация                                   | 10 |
| Глава 2: инверсия издержек                                        | 13 |
| Глава 3: контракт внимания                                        | 16 |
| Конец ознакомительного фрагмента.                                 | 18 |

# **Николай Маио**

## **Инфо-минимализм**

### **Инфо-минимализм: экономика внимания в эпоху бесконечного контента**

© Николай Маио, 2026  
Все права защищены.

## Эта книга должна окупить потраченное вами время

Чтение этой книги отнимет часть вашей жизни. Это касается любой книги, но здесь эта стоимость оговорена сразу. Прежде чем продолжить, вы должны знать, что книга предлагает, во что обойдётся, чего не сможет вам дать и какая часть её вам действительно нужна.

Инфо-минимализм — это исключение всего, что напрасно расходует внимание, при сохранении того, что нужно человеку, чтобы понять, принять решение или начать действовать. Он сохраняет точность, важные детали и свободу выбора. Больше слов редко когда означает больше пользы. Меньше слов не всегда означает больше уважения.

Полная книга должна помочь вам в пяти вещах: отличать полезную нагрузку от навязанного контекста; выбирать, каким источникам в социальных сетях, на новостных и образовательных платформах отдавать внимание; пользоваться ИИ-агентами для выявления источников утечки вашего внимания, отправлять краткую обратную связь и избавляться от источников, которые последовательно тратят ваше внимание впустую; создавать материалы, уважающие внимание других людей; понимать, на что способен тщательно продуманный стандарт проверки издержек внимания и почему его критерии так важны.

У этого вступления базовая задача — к его концу вы должны понять, нужна ли вам эта книга, с какого места её читать и где можно остановиться.

### Сколько это стоит

В книге около 16 000 слов, включая сопроводительное руководство и манифест, но без примечаний к источникам. При скорости 200 слов в минуту чтение займёт около 80 минут. Ваш темп может отличаться.

Практические упражнения, работа с ИИ-агентом и переходы к источникам потребуют дополнительного времени. Всё это необязательно.

Это вступление занимает около пяти минут.

### Выберите маршрут под свою задачу

Прочитать каждую страницу — не критерий успеха. Важно другое: получили ли вы то, за чем пришли, и можете ли остановиться, получив нужное.

| Ваша текущая задача                                                       | Полезный маршрут                                                                            | Где можно остановиться                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Решить, заслуживает ли сама идея больше времени                           | Прочитайте это вступление                                                                   | Остановитесь здесь, если этот подход вам ничего не даёт.                                                                                                                                |
| Понять, почему возникла проблема и что издатели контента должны читателям | Прочитайте Часть I                                                                          | Остановитесь после главы 3, когда поймёте инверсию издержек и контракт внимания.                                                                                                        |
| Улучшить свои информационные источники, не создавая себе ещё одну работу  | Прочитайте Часть II; Часть I даёт полезный контекст, но не является вступительным экзаменом | Остановитесь после главы 7, когда сможете пользоваться навыком и знаком соответствия, отправлять краткие отзывы и решать, оставить источник, отложить его или вовсе отказаться от него. |

|                                                                   |                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Принимать более продуманные решения о публикации и редактировании | Прочитайте Часть III; обратитесь к главе 3, если хотите понять, почему внимание создаёт ответственность | Остановитесь после главы 11, если вам нужны принципы публикации, сжатия, структуры, ритма и работы с обратной связью. Прочитайте также главу 12, если речь идёт о доказательствах, неопределённости или ИИ. |
| Понять, как стандарт измеряется и управляется                     | Прочитайте Часть IV; главы 9, 11 и 12 дадут наиболее сильную подготовку                                 | Остановитесь после главы 15, если вам нужен только метод. Глава 16 посвящена сертификации и управлению.                                                                                                     |
| Использовать навык оценки, не вдаваясь в детали                   | Перейдите к главе 5 или сопроводительным материалам                                                     | Остановитесь, как только получили нужные инструкции.                                                                                                                                                        |
| Прочитать обоснование целиком                                     | Продолжайте через Части I–IV и эпилог                                                                   | На границе любой части можно сделать паузу или закончить чтение. Эпилог подводит итог, но не содержит скрытого материала, обязательного к прочтению.                                                        |

Выберите нужный маршрут. В таблице также указаны более ранние главы, которые могут быть полезны.

### Чего эта книга не обещает

Уважать чужое внимание — не всегда означает использовать меньше слов. Инструкция по безопасности может требовать подробных условий. Сложной идее может понадобиться аккуратное объяснение. Убрать эти детали — не значит проявить уважение к читателю. Это значит удалить смысл, который ему нужен. Требуйте не больше внимания, чем необходимо, чтобы ваше сообщение было правильно понято и использовано.

Развлечения находятся вне этого метода. Если вы выбираете роман, игру, подкаст или видео ради удовольствия, эта книга не регламентирует, сколько вам следует потреблять и насколько «эффективным» должен быть такой досуг. Метод применяется к социальным сетям, новостям и иному контенту, который претендует на то, чтобы информировать или учить вас.

Эта книга не заменяет медицинскую или психологическую помощь. Она не предлагает одну информационную диету для всех. Она не исходит из того, что человек способен контролировать любую силу, конкурирующую за его внимание.

Стандарт, представленный ниже, преследует более узкую цель, чем книга. Он ищет устранимые издержки внимания в заявленном контексте. Он не решает, является ли утверждение истинным, хорошо обоснованным, безопасным, ценным, добродетельным или в целом достойным вашего внимания. Стандарт добровольен. Он не решает, кто имеет право говорить и какие идеи имеют право на существование.

Эти ограничения не дают этому методу превратиться в систему поощрения экстремальной краткости. Краткая ложь всё равно остаётся ложью. Предупреждение может стать бесполезным и даже опасным, если исчезнут его детали. Новичку может понадобиться название или объяснение, которое эксперт способен вывести сам. Расширенный контекст — не пустая трата внимания, если он действительно нужен читателю.

## **Зачем использовать целую книгу, чтобы доказать это?**

Подобное возражение очевидно. Книга о снижении информационной нагрузки может оказаться слишком дорогим способом передать простой принцип.

Основную идею можно выразить одним предложением. Но одного предложения недостаточно, чтобы объяснить все нюансы, без которых легко ошибиться с её применением. Такое предложение не покажет, чем пустая трата отличается от необходимой детали в посте, тредде, канале, технической документации или образовательной программе. Оно не позволит разобрать трудные случаи, привести доказательства, объяснить на практике или показать, где базовая логика перестаёт работать.

Книга оправдывает свой объём только тогда, когда рассуждения, доказательства, примеры или описываемая практика меняют то, что вы способны оценить или сделать. Она не заслуживает вашего времени просто потому, что я её написал. Если раздел перестаёт окупать затраченное время, вы можете его пропустить. Карта маршрутов превращает эту возможность в практический выбор.

Рукопись также принимает на себя полезные ограничения. Главы указывают свою цель и предполагаемое время чтения. Границы частей дают естественные точки выхода. Повторение обязано выполнять полезную функцию. Специализированные технические детали вынесены в сопроводительный Стандарт; руководство указывает, где их найти.

Это обязательства, а не заверения в непогрешимости. Если книга прячет основную мысль, откладывает вывод, повторяется без цели или мешает ориентироваться, значит, она не справилась. Не читатель «плохо сосредоточился».

Теперь все положения заключаемого контракта вам понятны. Вы можете остановиться, перейти по маршруту, который вам нужен, или продолжить по порядку. Часть I начинается с вопроса, от которого зависит вся книга: что изменилось, когда публикация (сейчас это часто называют «размещением контента») перестала быть дорогой и трудозатратной?

## **Часть I: новый дефицит**

Когда входящие переполнены, а лента не останавливается, ощущение, что вы не успеваете, легко принять за недостаток дисциплины. Ваши поступки имеют значение, но дело не только в них. Часть I предлагает отложить этот вердикт и посмотреть, что изменилось: насколько доступнее стала публикация, куда теперь переместились её издержки и что мы должны людям, когда просим у них внимания.

## Глава 1: бесконечная публикация

**Цель:** показать, насколько снизился порог доступа к публикации — и почему публичный пост следует понимать как публикацию.

**Предполагаемое время чтения:** около 6 минут.

**Основной вопрос:** что изменилось, когда публикация стала обычным действием?

### Когда у публикации был видимый порог

В июле 1801 года печатник Джеймс Лайон предложил Томасу Джефферсону еженедельную газету. Лайон хорошо знал своё ремесло, но ему всё равно были нужны печатный станок, шрифты, бумага, люди, которые будут печатать выпуски, и кто-то для ведения счетов. Чтобы запустить газету, требовался капитал. Чтобы она продолжала выходить, каждую неделю требовались новые материалы и человеческий труд. Предложение Лайона описывает одну газету, а не все виды ранней публикации, но один факт из него трудно не заметить: написать текст было лишь частью задачи по его публикации.<sup>1</sup>

Чтобы появился следующий выпуск, весь механизм приходилось запускать заново. Нужно было снова купить бумагу, набрать текст и напечатать страницы. Мысль не становилась публичной только потому, что кто-то закончил её писать.

Деньги и оборудование были не единственными барьерами. В 1950 году исследователь Дэвид Мэннинг Уайт наблюдал, как один редактор одной американской газеты в течение одной недели решал, какие сообщения информационных агентств попадут в номер. Исследование было узким, но сама точка отбора была вполне реальной. Место в газете было ограничено. Материалы поступали; редактор выбирал, что станет частью выпуска.<sup>2</sup>

Радио добавило ещё один порог. По законодательству США радиовещание, подпадавшее под действие этих норм, требовало лицензий на станцию, лицензированных операторов, разрешений на строительство и подходящего технического оборудования. Эти правила помогали предотвращать помехи и координировать использование ограниченного спектра; они не были просто редакционной цензурой. И всё же готовое сообщение и микрофон сами по себе не делали человека вещателем. Сначала должна была существовать юридическая и техническая возможность вещать.<sup>3</sup>

Публикация никогда не была полностью закрытой. Листовки (теперь их принято называть флаеры) можно было печатать относительно быстро и сразу распространять. Позже независимые авторы издавали журналы скромными тиражами, своими силами и с небольшими бюджетами.<sup>4</sup> Люди находили способы обходить устоявшиеся институты задолго до интернета. Но даже эти более дешёвые пути требовали от издателей получить материалы, изготовить физические копии и самим выполнить работу по распространению.

Эти примеры различны, но в каждом перед публикацией стоял дефицит определённого рода. Потенциальному издателю требовались материальные возможности, доступ к институту или разрешение на использование регулируемого технического канала. Публикация требовала преодолеть видимый порог.

### Порог внутри текстового поля

Теперь откройте редактор постов ВКонтакте. Публикация здесь — обычная функция пользовательского интерфейса. Описывая обновление ленты и редактора постов, VK подчёр-

кивает простой интерфейс и навигацию.<sup>5</sup> Текст не нужно нести в типографию: его можно подготовить и опубликовать в том же сервисе.

Для этого сообщения не нужно покупать печатный станок. Не расходуется бумага. Редактору газеты не приходится выделять место в полосе. Не нужно запрашивать лицензию на вещание. Человеку нужны устройство, подключение, аккаунт и имеющееся разрешение пользоваться сервисом. Но действие, превращающее частный текст в публичный материал, встроено в повседневный интерфейс.

Telegram предлагает другой вариант той же перемены. На телефоне путь к созданию канала начинается с обычной кнопки нового сообщения. Канал получает публичное имя, а его владелец может публиковать от имени канала.<sup>6</sup> То же устройство, которое служит для личной переписки, позволяет создать собственный публичный канал.

Здесь **публикация** означает сделать написанное или созданное вами доступным публичке. Что произойдёт с материалом дальше — отдельный вопрос. Публикация не требует большой аудитории. Она вообще не требует, чтобы материал кто-то увидел.

Поэтому речь не о сравнении несвободного прошлого с идеально открытым настоящим. И не о противопоставлении дорогой профессиональной работы старательной работе без издательских усилий. Репортаж, расследование, искусство, редактирование и проверка фактов могут по-прежнему требовать стараний. Устройства и связь стоят денег. Миллиарды людей всё ещё сталкиваются с барьерами доступности связи или её стоимости, а платформы могут удалять посты, ограничивать аккаунты или приостанавливать их работу в соответствии со своими правилами.<sup>7</sup>

Различие тоньше — и всё же огромно. В более ранних примерах, чтобы опубликовать что-то, требовалось физическое производство или чьё-то разрешение. В VK, Дзен или Telegram человек, чей аккаунт незаблокирован, может сделать это нажатием кнопки. Пользователь не просто получает лёгкий доступ к издателю. В его руках оказывается сама кнопка публикации.

## Издатель внутри пользователя

Наш язык скрывает масштаб перемены. Мы говорим, что газета **публикует**, а человек в социальной сети всего лишь **постит**. Одно слово звучит как значимое публичное действие. Другое — как будто вы прикрепили записку к доске.

Функционально оба действия могут сделать сообщение публичным. Это не превращает каждого владельца аккаунта в юридический или профессиональный эквивалент издательства. Но это означает, что конкретная возможность, о которой здесь идёт речь, — возможность выводить сообщение в публичное пространство — распространилась далеко за рамки тех, кто называет себя издателями.

Это важно, потому что раньше сам факт публикации сообщал нечто помимо содержания. Кто-то выделил бумагу, оборудование, дефицитное место, квалифицированный труд или институциональное разрешение. Ни одна из этих затрат не гарантировала правдивости или качества. Плохие материалы публиковались всегда. Но сам факт публикации показывал, что кто-то переступил через определённый порог стоимости.

Теперь такой вывод неочевиден. Публичный материал может быть результатом многолетней работы. А может потребовать лишь нескольких действий между открытием текстового поля и нажатием кнопки. В обоих случаях мы знаем одно: материал опубликован.

Роль изменилась быстрее, чем наши представления о ней. В исследовании от 2025 года были опубликованы результаты опроса, проведённого в 2021 году среди 395 пользователей социальных сетей. В ответах на вопросы об ответственности за онлайн-контент участники в целом возлагали её на владельцев платформ; сообщать о вредном контенте было единственной

из перечисленных обязанностей, которую большинство возложило на пользователей.<sup>8</sup> Исследование не пыталось выяснить, считают ли участники себя издателями, и не может полностью объяснить их ответы. Но оно показывает, что активное участие в публичной коммуникации может сочетаться с ощущением ограниченной ответственности за публикуемый контент.

Поэтому задайте прямой вопрос: когда вы нажимаете «Опубликовать» в своём публичном аккаунте, считаете ли вы себя издателем?

В узком смысле, используемом здесь, вы совершаете непосредственное действие издателя — публикуете. Интерфейс может называть вас пользователем. Культура может называть вас автором постов, участником, подписчиком или членом сообщества. Сообщение всё равно становится публичным потому, что вы решили сделать его публичным.

### Что значит «бесконечная»

Публикация не бесконечна буквально. У платформ есть ограничения. Аккаунты могут закрываться. Люди перестают писать. В мире всё ещё существуют барьеры, законы и неравный доступ.

«Бесконечная публикация» означает практическое исчезновение общей точки, в которой публикация могла бы закончиться. Текстовое поле не сообщает, что сегодня уже опубликовано достаточно. Оно не закрывается потому, что выпуск заполнен. После одного опубликованного сообщения кнопка остаётся готовой к следующему.

Это и есть **изобилие возможностей публикации**: для многих людей возможность опубликовать ещё одно сообщение больше не ограничивается тиражом, редакторской полосой или лицензией на вещание. Поэтому сам факт публикации сообщает нам гораздо меньше, чем раньше, об усилиях, отборе или ценности, стоящих за материалом.

Именно этот разрыв стоит «замариновать» в памяти перед главой 2. Когда сделать ещё одно сообщение публичным можно всего несколькими действиями, а знакомство с ним и его понимание всё ещё требуют человеческого времени, куда перемещаются оставшиеся издержки?

## Глава 2: инверсия издержек

**Цель:** показать, почему дешёвое цифровое копирование и доставка не делают коммуникацию столь же дешёвой для тех, кто получает сообщение.

**Предполагаемое время чтения:** около 6 минут.

**Основной вопрос:** когда копирование и доставка ещё одного сообщения становятся крайне дешёвыми, какие издержки снижаются, какие остаются и кто выполняет оставшуюся работу?

### Одно обновление, множество получателей

Представьте, что занятие по плаванию в вашем районе нужно перенести на час позже. Организатор подтверждает сведения о смене времени, редактирует календарь и отправляет обновление через канал группы. Система сохраняет новую информацию и доставляет её участникам.

Сообщение полезно. Оно может предотвратить напрасные поездки и спасти планы на вечер у десятка людей. Но оно также показывает, как изменилась структура коммуникации.

Организатор не печатает новое объявление для каждого дома. Волонтёр не обходит район, разнося копии. Как только обновление отправлено в нужный канал, программное обеспечение может выполнить значительную часть копирования и доставки. Но программное обеспечение не замыкает цепочку на стороне получателя. Каждый, кто видит обновление, должен распознать, о каком занятии идёт речь, сопоставить новое время со своими планами, решить, что изменить, и, возможно, сообщить кому-то ещё. Одно действие отправителя превращается в отдельное событие в жизни каждого получателя.

Глава 1 закончилась у кнопки публикации: для многих пользователей подготовленное сообщение может стать публичным через обычный интерфейс. Эта глава следует за сообщением дальше. Что система делает практически бесплатно, а что по-прежнему приходится делать каждому человеку отдельно?

### Проследите путь сообщения

Путь сообщения можно представить через четыре простых действия: производство, публикация, распространение и восприятие. В старых издательских системах эти этапы часто были тесно связаны. Газете нужны были репортажи и редакция, но также набор, бумага, печать, упаковка и физическая доставка. Ещё одна копия означала ещё один физический объект, который требовалось изготовить и переместить.

Цифровые платформы ослабили эти связи. Тщательно подготовленный оригинал может по-прежнему обходиться дорого, а дополнительная копия готового файла — по сути бесплатной. Экономисты иногда описывают это как различие между дорогой «первой копией» и низкой стоимостью воспроизводства следующей.<sup>9</sup> Ключевые слова здесь — **следующей копии**. Речь идёт о дополнительной стоимости после того, как устройство, аккаунт, сервер, сеть и рабочий процесс уже существуют. Это не полная стоимость создания и эксплуатации системы.

Как только информация существует в виде битов, её копирование не требует производства ещё одной книги, диска или листа бумаги. Программное обеспечение может создать и доставить материал с одного устройства на другое, не перестраивая для каждой копии физическую цепочку распространения.<sup>10</sup>

Поэтому самое резкое снижение издержек произошло не в создании ещё одного качественного оригинала. Оно произошло в копировании и доставке того, что уже существует.

### Дёшево — для кого?

В поле ввода у нового сообщения может не быть видимой цены. Из-за этого вся коммуникация может казаться почти бесплатной. Но видимая цена для одного участника — ещё не полный счёт.

Устройства, сети, серверы, программное обеспечение, безопасность и электричество всё равно требуют оплаты.<sup>11</sup> Счёт может распределяться между пользователями, рекламодателями, подписчиками, организациями и работниками; он не исчез.

Тщательная работа над содержанием тоже остаётся дорогой. Расследования, обучение, перевод, доступность, документальная работа, юридическая проверка и исправления могут требовать значительного времени и навыков.

Получатели тоже выиграли. Цифровая доставка может избавить от поездок и задержек, снизить порог входа и сделать существующий материал доступным без получения его физической копии. Это реальное преимущество. Старая структура издержек не была лучше только потому, что её ограничения были столь велики.

Перемена не в том, что коммуникация стала бесплатной. Издержки изменились неравномерно. Некоторые издержки исчезли. Некоторые уменьшились. Некоторые поглотила уже существующая инфраструктура, некоторые оплачивает кто-то другой. Но одна категория издержек по-прежнему действует при каждом реальном контакте человека с сообщением.

### Работа на стороне получателя

Вернёмся к уведомлению о занятии по плаванию. Получателю необходимо заметить его, определить занятие, понять изменение, проверить календарь, решить, важно ли оно, изменить план и вернуться к тому, чем он занимался до его получения. Не каждый получатель проходит через все этапы. Человек, который вообще не получил или не заметил сообщение, может совсем не потратить на него времени. Фильтр может его скрыть; настройка — отложить; иногда достаточно быстрого взгляда.

Но всякий раз, когда человек читает, слушает, проверяет или отвечает, проходит время. Автоматизация на стороне отправителя не создаёт дополнительных часов на стороне получателя.

В этой книге **издержками внимания** называется время и умственная работа, необходимые, чтобы получить доступ к сообщению, понять его, поместить в контекст и затем вернуться к прерванной деятельности. Размер этих издержек различается. Знакомое обновление можно понять мгновенно. Те же самые слова могут потребовать больше работы от человека, которому не хватает общего контекста.

Некоторые сообщения начинают работу, а не заканчивают её: утверждение может требовать проверки, просьба — ответа, инструкция — адаптации. Не каждое сообщение требует такой работы, но там, где она нужна, кто-то её выполняет.

Важен и момент получения: уведомление во время другой задачи может заставить получателя переключиться, а потом вернуться; в одном контролируемом эксперименте с вниманием ухудшение наблюдалось даже тогда, когда участники не касались телефона.<sup>12</sup>

Объём фоновых знаний читателя тоже изменяет требуемое усилие. Сравните два уведомления:

Перенесли на 7.

Во вторник занятие по плаванию начнётся в 19:00 вместо 18:00. Место не изменилось.

Первого может быть достаточно внутри активного разговора. За его пределами получателям придётся выяснять, что именно перенесли и что осталось прежним. Краткость у отправителя не гарантирует меньшей работы у получателя.

### Назовём инверсию

Программное обеспечение может копировать и доставлять одно сообщение много раз. Но каждый человек всё равно должен читать или слушать его отдельно. Десять человек, получивших сообщение, совершают десять отдельных актов восприятия, даже если каждый длится недолго. Тысяча доставленных копий не превращается в один акт чтения.

Эту разницу книга называет **инверсией издержек**. Во многих цифровых ситуациях отправка ещё одной копии сообщения может почти ничего не стоить отправителю. Но каждый человек, который читает или слушает такую копию, всё равно тратит часть собственного времени.

Минута, сэкономленная отправителем, не превращается ровно в одну минуту, потерянную получателем. Некоторые рутинные физические или ручные этапы исчезают. Некоторые издержки распределяются по системе. Другие остаются у создателей, платформ, модераторов и поставщиков инфраструктуры. Часть работы может перекладываться на получателей, а другие части могут поглощать фильтры или посредники. Универсального обменного курса между этими издержками не существует.

Инверсия также не является налогом на ценность. Обновление о занятии по плаванию требует внимания и может сразу окупить эти издержки. Предупреждение, диагноз, объяснение, приглашение или шутка могут быть гораздо ценнее времени, которое на них уходит. Издержки и польза — разные величины. Сказать, что сообщение требует издержек внимания, значит лишь признать, что оно использует конечные человеческие время и усилия, а не объявить, что сообщение не должно существовать.

Модель также не предполагает, что получатели беспомощны. Люди игнорируют сообщения, отказываются от подписок, отключают уведомления и используют фильтры. Часть коммуникации желанна и взаимна. Часть приносит удовольствие. Но если человек замечает и воспринимает материал, это всё равно занимает часть его времени.

Программное обеспечение может отправлять копии. Оно не может прочесть или прослушать их за всех. Какую ответственность это возлагает на человека, который создает и отправляет сообщение?

## Глава 3: контракт внимания

**Цель:** определить, что автор сообщения должен своей аудитории, сформулировать общие этические правила.

**Предполагаемое время чтения:** около 8 минут.

**Основной вопрос:** что автор сообщения должен человеку, чьё время он просит?

### Просьба внутри каждого сообщения

Когда кто-то спрашивает: «У тебя есть минутка?», просьба очевидна. Вас просят перестать делать что-то другое и послушать. Вы можете отказаться. Сам вопрос признаёт, что эта минута — ваша, и вы решаете, отдавать ли её.

Новость, сообщение, статья или видео обращаются с похожей просьбой, не произнося её вслух. Прежде чем решить, что материал не для вас, вы обычно уже тратите внимание: выясняете, что перед вами, касается ли это вас и дошли ли вы до полезной части.

Вы всё ещё можете уйти. Дело не в том, что читатель в ловушке. Дело в том, что даже отказ может требовать первоначальных затрат внимания.

Автор сообщения находится в другой позиции. Он уже знает содержание. Он решает, что поставить первым, что повторить, что оставить без объяснения и где закончить. Читатель сталкивается с последствиями этих решений уже после публикации.

Глава 2 показала, что каждое реальное прочтение отнимает отдельную порцию человеческого времени. От формы сообщения зависит, сколько работы потребует его прочтение.

Этот контроль порождает ответственность.

### Контракт без подписи

Эта книга называет такую ответственность **контрактом внимания**: когда вы просите другого человека уделить вам внимание, позаботьтесь о том, чтобы не навязывать ему работу, без которой ваше сообщение может обойтись.

Это не юридический договор. Увидеть пост не означает согласиться его прочитать. Публикация не может гарантировать, что каждый читатель сочтёт её полезной. Ни один автор не знает каждого читателя и всех обстоятельств, в которых тот может столкнуться с сообщением.

Слово *контракт* обозначает правило справедливого взаимодействия. Внимание — не абстрактный счётчик. Это часть человеческой жизни. Пока человек разбирается в вашем сообщении, он не может направить своё внимание на что-то другое.

У автора есть преимущество: он может поработать над сообщением до того, как его увидит аудитория. Если одно исправление в процессе создания устраняет одну и ту же путаницу или повторение для множества читателей, эту работу лучше сделать там. Автор исправляет один раз; в ином случае каждый читатель платит отдельно.

Обязанность не в том, чтобы гарантировать успех. Она в том, чтобы не перекладывать на других работу, которой можно было избежать разумной подготовкой.

### Удалите то, без чего сообщение может обойтись

Контракт внимания не требует минимального количества слов. Он требует просить не больше внимания, чем нужно, чтобы сообщение было правильно понято и использовано. Удалите каждую часть, без которой сообщение может обойтись.

Главное нарушение, которым занимается эта книга, — излишество. Преамбулы, повторное введение в контекст, декоративные примеры и отложенные выводы заставляют каждого читателя платить за «дополнительные опции», без которых сообщение может обойтись.

Это не означает, что сообщение можно портить ради краткости. Если без чего-то смысл становится неясным, утверждение меняется или правильное действие затрудняется, это нужно оставить. Здесь проходит граница метода, а не вторая половина задачи.

Время автора тоже конечно. Сообщение одному другу не требует той же подготовки, что регулярная публикация для тысяч людей. Чем больше времени ваших читателей вы разумно рассчитываете сэкономить, тем больше усилий следует вложить в редактирование до публикации.

## Выбор читателя не отменяет контракт

Читатели могут выбирать источники, использовать фильтры, отклонять просьбы и уходить. Они не обязаны дочитывать.

Но возможность пролистать дальше не оправдывает лишнюю трату времени читателя. Человеку может понадобиться просмотреть сообщение, прежде чем он поймёт, что оно ему не нужно. Подписчик мог рассчитывать на новую информацию, но не на бесполезные повторы.

Контракт также не решает, кому позволено говорить. Это добровольный этический стандарт, а не система разрешений. Свобода публиковать не даёт права на безграничное внимание другого человека. Сложное, незнакомое, непопулярное высказывание или позиция меньшинства не становятся пустой тратой лишь потому, что требуют от читателя больше усилий.

Контракт оценивает устранимую нагрузку, а не то, какие идеи разрешены.

## Этика внимания

Контракт начинается ещё до появления черновика. Он спрашивает, следует ли вообще публиковать, а не только как сократить результат.

Для неразвлекательного контента базовые положения этики внимания таковы:

- **Публикуйте только тогда, когда это стоит того.** Давайте только полезное знание, важную новость, урок или помощь в принятии решения. Свободное место в графике публикаций само по себе не создаёт читательской потребности.

- **Не плодите сущности. Ссылайтесь вместо копирования.** Сошлитесь на существующий материал илистройте его вместо того, чтобы заново публиковать то же самое ещё раз. Если вам есть что полезного добавить, включите только тот контекст, который нужен вашему дополнению. Указание авторства не делает ненужную копию полезной.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.