

СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО КОНТЕНТА

М. А. Вальковский

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220009, г. Минск, Республика Беларусь,
valk.1958@yandex.ru*

Рассмотрены проблемы формирования информационной картины мира личности в условиях тотальной цифровизации медиасферы. Особое внимание уделено взаимосвязи и взаимозависимости избирательности выбора контента из массива информации, доступной реципиенту, трансформации медиаконтента и перестройки медиасистемы.

Ключевые слова: информационное пространство; искусственный интеллект; картина мира; медиасистема.

STRUCTURAL AND FUNCTIONAL TRANSFORMATION OF INFORMATION CONTENT CONSUMPTION

M. A. Valkovsky

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220009, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: M. A. Valkovsky (valk.1958@yandex.ru)*

The problems of forming an information picture of the world of an individual in the conditions of total digitalization of the media sphere are considered. Particular attention is paid to the relationship and interdependence of the selectivity of choosing content from the array of information available to the recipient, the transformation of media content and the restructuring of the media system.

Key words: information space; artificial intelligence; picture of the world; media system.

Цифровые технологии сделали информационное пространство безграничным, коммуникацию простой, а выбор контента из бесконечного информационного потока – сложным. Многообразие цифровых

платформ, сервисов и устройств делает практики медиапотребления крайне вариативными, позволяет более гибко «подстраивать» их под индивидуальные стили жизни, потребности пользователей.

Адаптация к современным объемам и скоростям поступления информации происходит одновременно по нескольким направлениям.

Пользователи увеличивают время пребывания онлайн (до половины периода бодрствования!), совмещают медиапотребление с другими занятиями, отдают предпочтение коротким видео и текстам: «активность практик определяется предпочтениями аудитории к содержанию медиасообщения и форме его подачи» [1, с. 15].

При превышении неких пороговых значений информационного потока (в каждом случае величина сугубо индивидуальная), люди реагируют одним из возможных способов – отключаются от него, выбирают стратегии самоограничения, игнорирования, замещения. Изучением данного поведенческого паттерна, наверное, должны заниматься специалисты, использующие в работе социологические методы сбора и анализа данных.

Подобная реакция на кратный рост объемов информации, которую потребитель не в силах осознать, обработать и усвоить, ведет к появлению такого явления, как «информационный поток по желанию», т. е. принятию решения о сепарации контента по тем или иным критериям (интерес, польза, и т. д.),

На первый взгляд может показаться, что самоограничение – осознанный выбор человека: каждый выбирает и получает тот контент, который для него важен, нужен, интересен в личностной парадигме.

Но в формировании эхо-камер (информационных пузырей) заметное, однако трудно отслеживаемое влияние оказывают поисковые алгоритмы, которые в настоящее время рассматриваются, как один из элементов искусственного интеллекта. Они обеспечивают удобную онлайн-навигацию и, через накопление и анализ пользовательских запросов, определенную степень персонализации поиска. Осуществляя целевое разделение информационных потоков по принципу их содержательной значимости в соответствии как с ранее обозначенными потребностями личности, так и заданными разработчиками критериям, неизвестными пользователям, формируют и устанавливают круг источников информации.

Искусственный интеллект «не просто помогает собрать и проанализировать огромное количество данных – он способен построить коммуникацию совершенно нового уровня вовлечения» [2].

С одной стороны, фрагментация аудитории на основе общности интересов создает предпосылки для разобщенности социума, снижает способность понимания тех, кто придерживается иных взглядов, порождает и укрепляет негативное отношение к их системе ценностей. Односторонняя информация не способствует формированию всестороннего и объективного восприятия событий и проблем, но воздействует на интерпретацию событий, формирование тенденций и управление поведением аудитории. В то же время по темам и событиям, представляющим общий интерес, возможен взаимообмен информацией и даже конструктивный диалог. Что, гипотетически, создает предпосылки для временной консолидации на этой основе.

Информационная перенасыщенность ведет к пересмотру параметров всей медиасистемы, диктует новые условия существования информации: потребление большего числа сообщений потребовало резкого уменьшения объема каждого из них. В случае аудиовизуальной информации – времени, текстовой – «сжатия» размера текста. [3, с.106].

Новые модели потребления информации реципиентами способствовали принципиальному изменению и усложнению информационно-коммуникационной системы социума.

Структура и организация традиционных медиа зачастую не поспевали за техническими инновациями, не в полной мере соответствовали текущему моменту, что предопределило модификацию коммуникационных каналов в цифровом пространстве. Они динамично трансформировали свою информационную роль с пассивной («фиксирующей») на активную («вовлеченную»), которая обеспечивает «обратную связь» с аудиторией.

Кардинальные перемены в медиасистеме вызвали изменение фокуса исследования: в последнее время наблюдается дрейф от эмпирического подхода к изучению медиапотребления в практическом ракурсе, к постижению социального дискурса этого феномена в рамках социологии коммуникаций, определения его места и роли в системе общественных процессов в контексте развития коммуникационной среды общества.

Библиографические ссылки

1. *Коломиец В. П.* Медиа и медиаисследования // Теория и практика медиа-рекламных исследований. Выпуск 2: сбор. ст. / под ред. Коломийца В. П., Веселова С. В. Москва. 2012. 384 с.
2. Способен ли искусственный интеллект совершить революцию в индустрии рекламы? [Электронный ресурс]. URL <https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2018/06/5/171591.phtml> (дата обращения: 06.01.2024).
3. *Вальковский М. А.* Цифровые платформы и структурная трансформация массмедийного контента / М.А. Вальковский// Цифровой мир: перспективы и угрозы для человеческой цивилизации. Часть 1. Сборник научных статей по материалам Международной научно-теоретической конференции «IX Ялтинские философские чтения. Цифровой мир: угрозы и перспективы для человеческой цивилизации» (17–18 ноября 2022 г., г. Ялта) / Ответственный редактор Т. П. Разбеглова. Ялта: РИО ГПА, 2023. 451 с. С.105 – 107.