

«ИСККУСТВО» ЭКОНОМИКИ ВНИМАНИЯ

Зборина И.М., к.э.н., доцент,
доцент каф. «Экономики и бизнеса»,
Игнатенко Ю.В., к.э.н., доцент,
зав. каф. «Экономики и бизнеса»
Полесский государственный университет
г. Пинск, Республика Беларусь

Современная экономика все больше обращается вокруг концентрации внимания человека, а значит, принципы управления вниманием являются определяющим звеном функционирования такой экономики. Что привлекает ваше внимание? Бизнес по ответу на этот вопрос ежегодно привлекает сотни миллиардов долларов. Рынок человеческого внимания существует столько, сколько существует хоть что-то, что можно купить.

Экономика внимания являясь экономикой, подразумевает рынок, где пользователи платят за запрашиваемые сервисы своим вниманием. При слове «экономика» сразу представляются денежные взаимоотношения: товар-деньги-товар. Понятие «внимание» взято из психологии. Оно означает избирательную направленность восприятия на тот или иной объект. В эпоху Интернета внимание становится ценным ресурсом, вокруг которого выстраивается экономика.

Тема экономики внимания приобретает все большую актуальность по мере развития интернет-технологий и стремления отечественных регуляторов соответствовать. Ее уже нельзя игнорировать, поскольку выводы исследований в этой области активно воплощаются в решения и на уровне фирм, и на уровне государственного управления. Но здесь, как всегда, экономическая наука опаздывает, зато активное участие принимают маркетологи, специалисты в области PR, психологи, юристы и, разумеется, политики.

Привлечение внимания как основная человеческая потребность впервые рассматривается в работах пионеров экономики внимания – Георгом Франком и Майклом Голдхабером. С ростом общего благосостояния общества стремление к отличию создает спрос на характеристики, которые являются более избирательными, чем денежный доход, поэтому значительная часть сегодняшней деятель-

ности связана именно с транзакциями внимания, а не с денежными транзакциями. Все большую актуальность получает измерение дохода в терминах внимания, доход от которого ценится выше денежного. «Потребление связано с чувством собственного достоинства, поэтому в обществе, где доход, полученный от внимания, является основной целью, потребление будет следовать за стремлением к самооценке».

Анализ публикаций по цифровой экономике, поведенческой экономике, экономике внимания позволил сделать вывод о сложившихся двух тенденциях, характеризующих эти понятия. Девизом одной из них одной из них мог бы стать тезис «внимание – валюта будущего», причем в крайней форме эта идея доводится до утопии, когда внимание реально заменит деньги. Вторая имеет ярко выраженный охранительный характер. Основная идея – необходимость мер, ограничивающих «воровство» внимания у граждан с последующей перепродажей рекламодателям или иного использования не в интересах самих граждан.

Таким образом, современный подход представления информации подразумевает, с одной стороны, предложение «решений по умолчанию», рассчитывая на склонность человека предпочитать эти решения, с другой стороны, персонализированные предложения захватывают внимание быстро или даже автоматически, преследуя цель перепродажи внимания на деньги. На первый план выходит разработка стратегии для эффективного управления вниманием, подразумевающая представление структуры или смысловой компрессии информации. При этом, подходящим для управления вниманием и способствующим познанию, является тематическое моделирование, включение которого в дискурс поведенческой экономики и экономики внимания является актуальной будущей задачей.

Список литературы

1. Богданова, Д.А. О некоторых тенденциях в условиях экономики внимания / М.А. Богданова // Народное образование. – 2019. – № 6. – С. 171–176.
2. Милкова, М.А. Феномен внимания в информационной среде [Электронный ресурс] / М.А.Милкова // ЦЭМИ РАН. – Режим доступа: <http://digital-economy.ru/obzory/fenomen-vnimaniya-v-informatsionnoj-srede>. – Дата доступа: 20.02.2021.