

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ ПОТРЕБЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В СЕТЕВОЙ СРЕДЕ

Флёрв Олег Владиславович¹,
канд. пед. наук, доцент,
e-mail: olegflerov2964@gmail.com,

Кутайцева Ольга Николаевна¹,
канд. техн. наук,
e-mail: okutaitseva@yandex.ru,

Бахметьев Вадим Александрович¹,
канд. экон. наук,
e-mail: bakh@bk.ru,

¹Институт экономики и управления в промышленности, г. Москва, Россия

В статье рассматривается явление чрезмерного потребления цифровой информации, всё чаще констатируемое как в житейском, так и в социальном дискурсе. На фоне очевидного «цифрового насыщения» выдвигается гипотеза о возможном уменьшении интереса к интернету как повседневно-информационной среде в ближайшее время. Для обоснования данной гипотезы в статье проводится анализ причин завоевания интернетом столь широкой аудитории за пределами очевидного технологического контекста. В результате анализа авторы констатируют назревший кризис интернета, суть которого заключается в том, что технологичность, формы и способы информационного обмена значительно ушли вперёд в развитии по сравнению с качеством содержания самой сетевой информации. В работе проводится ряд обоснованных аналогий с телевидением как основной доцифровой информационной средой, которая набрала популярность в XX веке и утратила её на рубеже столетий по схожим причинам. В заключении авторы приходят к выводу, что сокращение массового потребления цифровой информации и снижение популярности цифровых ресурсов может иметь такие позитивные эффекты, как повышение их качества и рационализация информационного поведения пользователей.

Ключевые слова: цифровая среда, эволюция интернета, информационный ресурс, информационная деятельность

ANALYSIS OF TRENDS IN CONSUMPTION OF DIGITAL INFORMATION IN THE NETWORK ENVIRONMENT

Flerov O.V.¹,
candidate of pedagogical sciences, associate professor,
e-mail: olegflerov2964@gmail.com,

Kutaitseva O.N.¹,
candidate of technical sciences,
e-mail: okutaitseva@yandex.ru,

Bakhmetiev V.A.¹,
candidate of economical sciences,
e-mail: bakh@bk.ru,

¹Institute of Economics and Management in Industry, Moscow, Russia

The article describes the phenomenon of excessive information consumption, which is increasingly mentioned both in corporeal and social discourse. On the background of evident “digital saturation”, a hypothesis of probable decreasing interest in the internet as daily information space in the nearest future is proposed. In order to justify this hypothesis, the reasons for internet gaining popularity are analyzed beyond evident technological context. As a result, it was stated that there is an overdue internet crisis coming from technological forms of informa-

tion exchange getting a huge handicap of digital information content quality. The research draws parallels with television as the main predigital information space that gained and lost its popularity in the previous century for similar reasons. It is concluded that reducing the mass consumption of digital information and reducing the popularity of digital resources can have such positive effects as improving their quality and rationalizing the information behavior of users.

Keywords: digital environment, Internet evolution, information resource, information activity

DOI 10.21777/2500-2112-2023-2-13-26

1. Чрезмерное потребление информации как гуманитарное явление: постановка проблемы

В проживаемом нами веке фраза о том, что цифровые технологии всё более прочно входят во все сферы нашей жизни, становясь, таким образом, её неотъемлемой частью, прошла смысловую трансформацию от актуального тезиса до абсолютной банальности, служащей в большей мере сугубо языковым приёмом наполнения преамбулы текста, нежели его содержательным элементом. На фоне восторга от растущих возможностей цифровых технологий и ощутимого облегчения решения повседневных задач за счёт них, полностью затмевались два очень существенных глобальных вопроса, а именно: *когда наступит предел цифрового насыщения жизни среднестатистического человека, и может ли (и будет ли, и при каких условиях) цифровизация иметь обратный ход с точки зрения интенсивности заполнения повседневного бытия?*

Актуальность обозначенной проблематики предполагает цель исследования, которая состоит в выявлении факторов редукции цифрового и информационного насыщения жизни среднестатистического человека на основе анализа и формирования целостного понимания гуманитарной природы информационных трендов, доминировавших в мире с конца 2000-х – начала 2010-х годов.

Мы полагаем, что в 2020-х годах можно констатировать наличие ряда социальных и информационных предпосылок к замедлению чрезвычайно интенсивно протекавших в 2000–2010-х годах информационных процессов, в результате которых произошло слияние цифрового и нецифрового пространства в том плане, что большинство людей бытуют в них одновременно, находясь как бы в разных социальных измерениях. Цифровая (сетевая) среда настолько прочно вошла в нашу жизнь, что невольно может создаться впечатление, что когда интернета не было, по улицам ездили конные экипажи. В действительности же последний этап до глобальной цифровизации, а именно 1990-е – начало 2000-х – это уже чрезвычайно развитая с глобально-исторической точки зрения эпоха.

Цифровая среда современного человека основана на интернет-технологиях и обладает качественно отличительными свойствами по сравнению с информационной средой без интернета, обозначенной в гуманитарном аспекте как «доцифровой мир». Выделим основные отличительные свойства цифровой среды в рамках исследуемой проблематики.

Во-первых, это многократное увеличение объёма доступной информации, несоизмеримое с подобным ростом даже в информационном обществе до появления интернета, не говоря уже о прежних веках.

Во-вторых, это отсутствие реальной возможности оградиться от информации. Так, если прежде человек мог не включать определенные каналы, радиостанции, не покупать определенные газеты, журналы и пр., то интернет устроен так, что занимаясь даже неинтенсивной цифровой навигацией, ты будешь сталкиваться с трендовой информацией – так сегодня фактически не человек ищет информацию, а информация ищет человека.

В-третьих, это обесценение информации по причине её избыточности. Если до интернета любой информационный ресурс воспринимался человеком как нечто в принципе ценное (пусть не именно для него самого), то сегодня мы воспринимаем информационные ресурсы как нечто абсолютное и в масштабах сознания простого человека – неисчерпаемое. Неисчерпаемость любого ресурса приводит к его нерациональному использованию и потреблению.

Указанные факторы обуславливают то, что среднестатистический человек потребляет информацию практически непрерывно и в чрезмерном объёме. В целом же насыщенные информационные потоки и в XX веке были отрицательным психологическим фактором для людей, занимающихся интел-

лектуальной деятельностью, но до интернета человек, по крайней мере, мог легко контролировать их в повседневной жизни. Современная же цифровая среда содержит множество увлекательных информационных возможностей даже для пользователя, критически оценивающего информацию и свое информационное поведение, не говоря уже о тех, кто над информационными реалиями не рефлексирует.

С психологической точки зрения чрезмерное потребление информации приводит к уменьшению её осмысления, поскольку у человека уменьшаются временные и психофизиологические ресурсы для интеллектуальных операций. В целом это приводит к притуплению социальной рефлексии как на уровне глобальных процессов, так и на уровне собственной жизни. Утеря привычки к тщательному осмыслению, в принципе, приводит к тому, что человек увеличивает число бесполезных или даже деструктивных действий, которые отрицательным образом влияют на его собственное развитие и развитие пространства вокруг него.

Доступность мобильной цифровой среды за 2010-е годы привела к тому, что бесцельная цифровая навигация стала основным сценарием заполнения свободного времени. Это привело к укоренению стереотипа о том, что «сейчас люди только и делают, что сидят в смартфоне». Тем не менее, если обратить внимание на традиционные офлайн-активности, то можно заметить, что в последние годы уменьшается число людей в парках, на выставках, спортивных площадках, разнообразных очных развлекательных мероприятиях и пр., в то время как увеличение времени навигации в цифровом мире, очевидно, имело бы обратный эффект.

Эти наблюдения наряду с данными о первом в истории страны уменьшении объёма потребления мобильного трафика в 2022 году¹ позволяют предположить, что современный человек от цифровой информации устал и не может и не хочет потреблять её в большем объёме. Отсутствие мотивации к потреблению информации естественным образом порождает мотивацию к его последующему осмысленному сокращению, которое может стать трендом второй половины 2020-х годов.

2. Материалы и методы исследования

Как известно, цифровая трансформация является ведущей парадигмой исследований в настоящее время. Однако сугубо гуманитарная тема потребления цифровой информации человеком является сравнительно новой темой на фоне преобладающих работ, направленных на решение инструментальных вопросов цифровых технологий в социальных процессах. Так, несмотря на то, что бум исследований по цифровой проблематике продолжается уже примерно десять лет, платформа *elibrary.ru* при запросах «потребление информации», «потребление цифровой информации», «потребление интернет-информации» среди первых ста результатов по релевантности почти не выдаёт работы 2010-х годов, хотя это десятилетие завершилось совсем недавно. Все публикации по обозначенной тематике изданы уже в промежутке 2020–2023 годов. Подобная поисковая ситуация наблюдается и на платформе *cyberleninka.ru*.

Вероятнее всего, это можно объяснить тем, что в 2000–2010-х годах цифровая среда воспринималась как «абсолютное благо», в то время как с проникновением интернета в нашу жизнь становятся всё более очевидными побочные эффекты соответствующих технологий, и авторы переходят к сдержанным и более объективным его оценкам. Исследования большего формата на данный момент носят единичный характер. Так, например, следует отметить монографию «Медиапотребление цифровой молодёжи в России» (под редакцией Д.В. Дунаса) [1] и диссертацию кандидата культурологии М.Р. Сулейманова «Культура медиапотребления в условиях цифровизации средств массовой информации» [2]. В целом же монографий и диссертаций в данном проблемном поле в существенном количестве пока не наблюдается. В особенности этот пробел существенен, на наш взгляд, применительно к педагогическим исследованиям, поскольку цифровая среда выступает сегодня пространством развития личности наряду с пространством семейным, образовательным, социальным, профессиональным и пр. Незначи-

¹ *Кодачигов В.* Трафик сданных: в России впервые в истории сократилось потребление мобильного интернета // Известия. – 2022. – URL: <https://iz.ru/1403804/valerii-kodachigov/trafik-sdannnykh-v-rossii-vpervye-v-istorii-sokratilos-potreblenie-mobilnogo-interneta> (дата обращения: 15.03.2023). – Текст: электронный.

тельное число фундаментальных исследований по данной проблематике на фоне её явно нарастающей актуальности вызвано, на наш взгляд, причинами методологического характера. Во-первых, в условиях доминирующего цифрового тренда в работах по педагогике 2010–2020-х годов рассматриваемая нами тематика подразумевает подход от противного. Для гуманитаристики такой методологический вектор в целом является весьма редким. Во-вторых, данная тема подразумевает анализ эволюции цифровой среды от начала её распространения до современного состояния. Для гуманитариев привычно мерить эволюцию процессов веками, эпохами – в данном же случае речь идёт даже не о десятилетиях, а о годах. И наконец, очень трудным представляется проведение гуманитарного эксперимента в классическом виде (например, педагогического, психолого-педагогического), потому что повседневное потребление информации чрезвычайно стихийно для того, чтобы быть смоделированным в рамках учебного процесса. Здесь можно провести методологическую аналогию с эффектом дежа вю, который является одним из самых неизученных в психологии по причине того, что его невозможно вызвать искусственно.

Среди работ текущего десятилетия следует отметить то, что общие вопросы потребления информации в цифровой среде рассматривались в исследованиях таких авторов, как А. Ашимова, М.В. Берендеев, Д.А. Богданова, А.Б. Денисова, М.М. Друкер, Р. Кертаев, С.П. Коваленко, Е.Ю. Колобова, О.П. Ложникова, И.А. Магомедов, Х.А. Мурзаев, М.Б. Напсо, Е.А. Пашура, Г.С. Султанбаева, М.И. Чечеватов, Л.Н. Федотова, В.А. Шилова, А.А. Яковлева и др. Общая позиция данных авторов сводится к тому, что современная цифровая среда представляет собой специфическое по сравнению с прежними информационное пространство. Оно детерминирует формирование принципиально новых моделей поведения потребителей информации (пользователей) и их когнитивно-личностное развитие на данной основе [3–13]. Конкретные цифровые информационные сервисы как источник потребления информации были в фокусе внимания таких специалистов, как И.Б. Архангельская, А.С. Архангельская, Д.С. Волошкина, Е.Г. Лебедева, Е.А. Поклад, Е.Л. Трушникова и др. Обобщённая авторская позиция в данных работах состоит в том, что сетевые ресурсы XXI века имеют помимо содержательных характеристик достаточно широкую функциональность. При этом отдельные функции ресурсов могут иметь как позитивный, так и негативный эффект в процессе потребления информации и информационного обмена [14–19]. Вопросы развития личности в современных реалиях потребления цифрового контента стали предметом рассмотрения в трудах таких авторов, как С.А. Ворожейкин, А.Д. Иванова, Н.П. Леньшина, Д.В. Лукашенко, О.В. Муругова, А.Б. Неустроева, Л.Д. Филиппова и др. Общие выводы в данных работах сводятся к тому, что современную цифровую среду невозможно не рассматривать в психолого-педагогическом контексте, поскольку она содержит в себе уже очевидные признаки пространства для социализации личности наряду с пространствами образовательным, семейным, профессиональным и пр. [20–24].

На данном методологико-тематическом фоне специфика нашего исследования состоит в том, что оно не концентрируется на каких-либо конкретных информационных ресурсах либо же конкретных социальных группах, их потребляющих, а содержит в себе гуманитарную рефлексию цифровой среды как социально-информационного явления в целом, демонстрируемого в динамике своего развития параллельно с динамикой изменения восприятия информации пользователем как среднестатистическим субъектом.

В работе применяется метод комплексного гуманитарного анализа, позволяющий рассматривать информационную проблематику не в технологическом, а в социальном разрезе развития личности. Также используется метод дифференциации для демонстрации принципиальных различий информационного поведения людей на заре интернета и в наши дни. Метод синтеза позволяет выявить конкретные предпосылки сокращения потребления цифровой информации. В качестве эмпирического материала используется собственный информационный опыт, как пользовательский, так и авторский. Так как столкновение с цифровой информацией является ежедневным, естественным, а в условиях ее переизбытка – часто стихийным процессом, теоретический анализ требует сущностного уточнения рассматриваемого явления.

3. Сущностно-содержательные характеристики понятия «потребление цифровой информации» в гуманитарной парадигме

Оценить объём потребляемой информации именно в гуманитарном понимании, то есть число воспринимаемых человеком фактов, сущностей, размышлений, умозаключений и пр. в дискретном виде едва ли возможно в принципе.

С технической точки зрения объективными являются данные о потреблении интернет-трафика, которые периодически публикуются. Однако важно понимать, что потребление трафика в техническом понимании не всегда напрямую взаимосвязано с потреблением информации в гуманитарном смысле. Например, просмотр одного и того же видео в низком и высоком качестве зафиксирует различный объём информации в техническом плане, но в смысловом плане он останется неизменным. Приведём ещё один пример: скачав книгу в формате pdf, пользователь потребит в десятки раз меньше трафика, чем в случае с развлекательным роликом, однако, сравнивать информационно-смысловую насыщенность в данном случае не имеет смысла.

Так, мы предполагаем, что технический рост объема потребляемого трафика в 2010-е – начале 2020-х годов был обусловлен именно ростом популярности видеоконтента как доминирующего формата по сравнению с текстовым форматом на более ранних стадиях развития сетевого пространства (2000-е – начало 2010-х). В данном же контексте нужно вспомнить, что сегодня все больше людей смотрят традиционное телевидение и слушают ФМ-радио посредством интернета. То есть чисто технически они тоже находятся в цифровом пространстве, хотя эту же информацию можно потреблять и в нецифровом формате. Наконец, современные среднестатистические смартфоны продуцируют фотографии уже около 10 мбайт, в то время как в середине 2010-х даже объём 5 мбайт для одного снимка казался большим.

Все рассуждения, представленные выше, обосновывают тезис о том, что рост потребления трафика не означает рост потребления цифровой информации в когнитивном смысле, и увеличение первого в последние годы проходило без роста последнего.

Для содержательного анализа предпосылок, причин и факторов обозначаемых процессов обобщаем, что именно имеется в виду под «потреблением цифровой информации» в гуманитарном смысле. Данный феномен следует, на наш взгляд, понимать как выбор информационных источников, ресурсов, массивов и других элементов цифровой среды, принципиально отличных от тех, что существовали в доцифровом мире при наличии возможности альтернативного выбора нецифровой активности.

Данное обоснование подразумевает то, что невозможно ставить в один ряд нахождение в цифровой среде человека в рабочее и свободное от работы время. Сегодня профессиональная деятельность многих специалистов подразумевает активное пользование интернет-технологиями. В данном случае нахождение в сети людей в течение рабочего дня обусловлено объективными тенденциями развития мира в целом по направлению технологизации и цифровизации как доминирующими трендами. Именно по этой причине оценивать потребление цифровой информации с гуманитарной точки зрения имеет смысл, когда данный процесс происходит вне производственной необходимости.

С точки зрения влияния цифровизации на потребление информации среднестатистическим человеком существуют два сценария реализации процесса.

В первом случае потребление цифровой информации происходит лишь с формально-технической точки зрения и никак не отличается от вовлечения в информационные потоки и информационный обмен доцифрового мира, основными характеристиками которых были относительно низкая интенсивность, редкая переключаемость и высокая степень смыслового насыщения. К таким сценариям относятся, например, мобильная связь по VoLTE, просмотр классического телевидения в онлайн-формате, классическое радио, прослушивание ограниченного набора любимых музыкальных композиций (цифровые плейлисты по аналогии с переписыванием самых лучших песен на отдельную кассету) и т.п.

Ко второй группе относятся сценарии, принципиально отличающиеся от информационного бытования человека в доцифровом мире: это навигация в соцсетях, просмотр блогов, авторских каналов, видеороликов и пр.

По нашему мнению, именно последнюю группу нужно понимать как «потребление цифровой информации» в научном смысле этого термина, поскольку в этом случае в нём заложены явные дифференцирующие характеристики, определяющие кардинальную новизну описываемых информационно-поведенческих процессов людей по сравнению с теми, что наблюдались в прежние эпохи.

Первая группа сценариев является стабильной, поскольку отражает повседневную интеллектуальную деятельность человека, начиная от учебной и профессиональной, кончая интеллектуально-развлекательной в формате хобби. Информационный обмен в этих рамках развивался постепенно, что способствовало акценту на качество в большей мере, чем на количество, в то время как информационные потоки второй группы сценариев завоевали мир в формате всплеска за один десяток лет. Общая диалектика мира показывает, что нечто, появляющееся как всплеск, имеет свойство такого же быстрого угасания.

В настоящее время есть все предпосылки для предположения, что в 2020-х люди начнут возвращаться к «неагрессивным» сценариям потребления цифровой информации, максимально приближенным ко второй половине XX века – началу 2000-х годов, с естественной корректировкой на цифровую технологичность исключительно в функциональном плане. Наиболее значимым фактором этого эволюционного процесса, на наш взгляд, должно стать то, что изменение информационного поведения людей, наблюдавшееся нами за последние полтора десятилетия, было обусловлено причинами, лежащими в основном вне реальных интеллектуально-личностных информационных потребностей.

4. Причины роста интереса к новым форматам цифровой информации в 2000–2010-х годах

Если бы герой фильма «Москва слезам не верит», произнося свой известный монолог о том, что телевидение поглотит всё, узнал, что спустя полвека для многих людей фраза «смотреть телевизор» будет означать едва ли не «бесполезно проводить время», он бы не поверил, подобно тому, как сейчас среднестатистическому человеку трудно поверить в то, что в последующие десятилетия интернет может утратить популярность как информационно-развлекательный ресурс. Действительно, в середине прошлого века люди думали, что телевидение как качественно новая медиасреда со временем станет не только основным источником информации, но и заменит остальные ресурсы и сценарии социального времяпрепровождения.

Стабильно развиваясь и достигнув к 2000-м высочайшего технологического уровня, классическое телевидение пришло в кризис, когда высокая технологичность противоречила содержательной стагнации. В конце века произошел бум новых форматов развлекательных телепередач, и дефицит новых идей совпал с развитием сетевой среды, подразумевавшей не только всеобщую пространственно-временную доступность информации, но и принципиально новые форматы её преподнесения. Именно последние обусловили быстрое переключение интереса среднестатистического человека с телевидения на сетевую информацию. Точка зрения о том, что популярность интернета по сравнению с телевидением вызвана только пространственно-временной доступностью и возможностью выбора, не является исчерпывающей, потому что временную доступность телепередач обеспечивал таймер видеоматрицы ещё в XX веке, а онлайн-вещание телеканалов несколько позже обеспечило доступность пространственную. Действительно, сегодня телевидение можно смотреть со смартфона, однако, социальные наблюдения показывают, что это делается редко.

Под новыми форматами цифровой информации мы понимаем всю совокупность современных сетевых информационно-коммуникативных явлений, не свойственных классическому телевидению как «предшественнику» цифровой среды, а именно соцсети, блоги, видеоблоги, авторские каналы, чаты, комментарии, форумы и т.д. и т.п.

Во-первых, общим свойством интернета по отношению к телевидению является интерактивность. Интерактивность удовлетворяет потребность в причастности – одну из ключевых в системе потребностей человека. Согласно психологическим представлениям, именно по этой причине новые форматы распространения информации стали так популярны – они создали у человека ощущение активной вовлеченности в информационный обмен. Интерактивность весьма часто эксплуатировалась и

на телевидении, и на радио, однако в этих медиа она дозирована, точечна, контролируема и ограничена сюжетом передачи, в то время как в интернете пользователь может говорить (писать) всё, что он хочет, если это не противоречит закону.

Во-вторых, если в XX веке доступ к публике имели только представители элиты или профессиональные журналисты (тоже, впрочем, элитная для XX века профессия), то в начале XXI века этот доступ посредством цифровой среды получили простые люди. Это «стёрло социальный барьер» между пользователем и автором информационного ресурса, сделав коммуникацию комфортнее на эмоциональном уровне.

В-третьих, рубеж веков – это ещё и эпоха так называемых «ускоряющихся темпов жизни» – метафорическая фраза, которая фактически означает формирование мировоззрения, в центре которого лежат активность, продуктивность, личная эффективность как социально-профессиональные ценности [25; 26]. Это эпоха, в которую стало модно быть занятым, успешным человеком. Повышенная социальная активность с сопутствующим дефицитом времени наряду с сопровождающимся общими социальными трендами стремлением быть в курсе всего сразу и стала детерминирующим фактором предпочтения менее объёмных информационных объектов.

Классические информационные продукты XX века занимали по крайней мере 15–30 минут внимания, например, короткометражный фильм, мультфильм, колонка в журнале и пр. Для цифровой среды XXI века 15–30 минут – это очень много. Информационные продукты малого объема оказались чрезвычайно удобными для потребления, поскольку создавали у пользователя убеждение о том, что за меньшее время он узнает больше, следовательно, такая познавательная деятельность *кажется* более эффективной. Эта трансформация проходила в унисон с общим трендом переключения личности от развития в глубину (желание детально разбираться в одной-двух областях) к развитию в «ширину», то есть желанием расширять свой общий социальный кругозор, свойственный эпохе коммуникаций.

Короткие материалы не всегда хорошо вписываются в формат радио и телевидения, потому что эти медиа подразумевают системность и определенную сюжетную линию. Интернет же «бессюжетен» и в содержательном смысле значительно менее системен, по причине чего малообъемный контент вписывается в него чрезвычайно органично.

Информационным потокам, возникающим в таком процессе, помимо очевидной гиперинтенсивности свойственна постоянная смысловая переключаемость, смена сюжета. Последнее как новая норма информационного поведения привело к тому, что большинство современных информационных продуктов не потребляются до конца в отличие от доцифрового мира, когда новый сюжет не начинался до тех пор, пока не закончился предыдущий. Весьма редко не дочитывались книги, не досматривались фильмы и пр. Даже если информационный продукт не очень понравился, человек всё равно стремился завершить его потребление. Такое поведение способствовало формированию целостного представления о науке, искусстве, жизни в целом, описываемых в информационных сюжетах.

В начале XXI века человек оказался в мире информационных соблазнов, потенциальных доступных и готовых к потреблению информационных продуктов стало явно больше, чем свободного времени. Такая ситуация провоцирует смену сюжета как наиболее вероятный выбор. Когда объектов очень много, никакой не кажется идеальным, всегда кажется, что можно найти что-то получше и не тратить время на предыдущий. ***Так изобилие информации на любой вкус воспитало пользователя, который «сам не знает, чего хочет», в то время как, напротив, относительный информационный дефицит прежних эпох способствовал более рациональному информационному поведению и формированию устойчивых информационных предпочтений и интересов.***

К основным факторам роста интереса к цифровой информации в первые десятилетия XX века можно отнести активную вовлеченность потребителя в информационный обмен, сокращение социальной дистанции между ним и автором информационного ресурса и меньшую порциональность цифрового контента по сравнению с традиционным.

Очень важно, однако, отметить, что все перечисленные выше факторы увязаны с внешними параметрами информации и ни один из них не имеет никакого отношения к её ключевому внутреннему свойству, а именно содержанию. В действительности очень сложно ответить на вопрос, чем именно с содержательной точки зрения современная цифровая среда лучше доцифровой. Как ни парадоксально,

однако, вероятнее всего, правильным ответом будет «ничем». Скорее всего в 2000–2010-е этим вопросом среднестатистический пользователь интернета в принципе не задавался, потому что его технологичность и формальная инновационность уже сами по себе воспринимались подобно содержательным аспектам. Так форма в сознании фактически слилась с содержанием и, можно даже предположить, что вытеснила его. Мы полагаем, что в 2020-х годах, когда технологичность цифровой среды уже не воспринимается в инновационном контексте и интернет как информационное пространство стал обыденностью, наступило время сознательного «отделения зёрен от плевел».

Ход данных рассуждений требует уточнения понятия «содержательность информации» в гуманитарном контексте. Под ней, по нашему мнению, следует понимать локальную новизну и оригинальность, определяемую новыми точками зрения, суждениями, размышлениями, умозаключениями, выводами, взглядами и пр. – всё это аналитический компонент содержания информации. В современных цифровых информационных массивах этот компонент свёлся к минимуму, уступив место компоненту фактологическому. Пользователь всё чаще сталкивается с прямым изложением фактов, нежели с анализом. Изложение монологично по сути, анализ же – диалогичен, поскольку он призывает аудиторию к размышлению. Так рождается противоречие между интерактивностью формально-коммуникативной и интерактивностью смысловой. В качестве разрешения данного противоречия в нынешнем виде возможна медленная потеря интереса к цифровой навигации как развлечению, потому что малосодержательное общение ради общения может доставлять удовольствие только в случае эмоциональной близости, что в принципе не является свойством дистанционного сетевого мира. Так по причинам, обозначенным выше, по нашему мнению, в цифровых информационных массивах, служащих средой для сетевой навигации в свободное время и выполняющих фактически познавательную-развлекательную функцию, не наблюдается улучшения содержательного качества.

5. Современные факторы сокращения потребления цифровой информации

В предыдущей части статьи был обоснован тезис о том, что рост интереса к цифровой информации в начале XXI века был обусловлен факторами, напрямую не имеющими отношения к её содержательному наполнению, а именно формами и способами её подачи. Так, в лучшем случае, можно говорить о косвенном отношении к содержанию. В заключительной части работы мы предложим аргументы в пользу того, что природа факторов падения интереса к цифровой информации в настоящем и, возможно, в будущем, обусловлена «задним ходом» рассмотренных ранее факторов роста, что в целом увязывается с постулатом о том, что недостатки являются логичным продолжением достоинств в рамках гуманитарной диалектики.

Дискуссию о возможном падении интереса к интернету необходимо начать с рассмотрения технологического фактора новизны, который, очевидно, полностью утратил свое влияние на восприятие цифрового пространства. Самым молодым людям, которые хотя бы относительно системно помнят доцифровой мир, в настоящий момент уже почти 30 лет; последнему поколению, которое закончило школу без интернета – около 40; самым молодым людям, которые больше жили в доцифровом мире, чем в цифровом, сейчас около 50, то есть их уже меньшинство. Это позволяет предположить, что инновационность цифровой среды воспринимается в наши дни скорее по инерции.

Действительно, если в начале 2000-х фраза «вчера весь вечер просидел(а) в интернете» имела очень высокий уровень коммуникативной, дискурсивной, эмоциональной и прочей социальной отдачи, то спустя 20 лет уровень этой отдачи равен фразе «вчера ходил(а) в магазин за продуктами», то есть он является нулевым.

В социальных условиях, когда нормой является проведение свободного времени онлайн, «новыми» выступают офлайн-активности, которые как раз могут выделить человека из общей массы, что в целом идёт в унисон с социальными потребностями подросткового, юного и молодого возраста. Так, есть все предпосылки для ситуации, при которой сидеть в интернете просто перестанет быть модным, подобно тому, как перестало быть модным смотреть телевизор в качестве развлечения в конце прошлого века.

Так инновационность как технологическая предпосылка взаимодействует с предпосылками социальными. Одной из основных плоскостей этого взаимодействия выступает социальная идентичность. На заре становления цифровой среды отдельные информационные ресурсы (например, форумы, гостевые и пр.) были «местом встречи» ограниченного круга увлеченных людей, в то время как сейчас пользователь вступает во взаимодействие с толпой народа. Прежде, читая информацию, продуцируемую человеком по интересующей тематике, он понимал, что общается с кем-то, чей социальный бэкграунд схож с ним самим. Сейчас же человек понимает, что в интерактивное сетевое взаимодействие вступают люди совершенно разного возраста, уровня образования, социального положения, психоэмоционального состояния и пр. Отсутствие знания данных параметров демотивирует к социальной коммуникации. Так интерактивность, доведённая до всеобщего масштаба, нивелировала привлекательность себя самой эпохи раннего интернета, поскольку перестала поддерживать социальную идентичность пользователей.

Широко известно, что 2010-е годы маркировались не только ростом числа пользователей и объёма потребляемой ими информации, но и ростом числа авторских информационных ресурсов и самих авторов (блогеров, видеоблогеров и пр.) в цифровой среде. Массовость продуцирования информации привела к утрате «магии» информационной деятельности и нивелированию привлекательности сокращения социальной дистанции между автором ресурса и его пользователем. Популярность блогерства может привести к уменьшению априорного интереса к соответствующим информационным ресурсам, вероятнее всего, по причине подсознательного вопроса «насколько интересно то, что может делать едва ли не любой». Активное развитие блогерства подразумевает фактически депрофессионализацию информационной деятельности, приведшую к абсолютно ненормальной с интеллектуальной точки зрения ситуации, когда социальный и академический бэкграунд автора часто не выше, а иногда, вероятно, и ниже, чем большинства представителей его аудитории. В XX веке информационные ресурсы создавались только профессиональными (причём высокопрофессиональными) людьми с известной биографией и понятным социальным опытом, что являлось гарантией качества информации, которая в цифровом мире отсутствует.

Общее снижение качества цифровой информации выступает основной предпосылкой уже интеллектуально-личностного характера к уменьшению её потребления. Выше мы обозначили в качестве основного критерия содержательного качества информации доминирование аналитического и дискурсивного компонентов над фактологическим и постулативным. В этом разрезе, по нашему мнению, существуют две основные причины снижения обсуждаемого качества.

Во-первых, на заре интернета информационная деятельность, то есть создание цифровых ресурсов, не была для авторов основной, потому что не приносила доход. Фактически эта деятельность входила в разряд хобби. Хобби же, как известно, является видом активности, в которой для человека важен не только результат, но, в первую очередь, процесс, в то время как результат выполняет направляющую для процесса функцию. В таком случае при продуцировании информации автору искренне хочется поделиться ею, привлечь пусть небольшую, но заинтересованную аудиторию единомышленников, организовать общение и самому участвовать в нём – так эта деятельность выполняет исключительно позитивную социальную функцию. *Эти условия информационного обмена чрезвычайно благоприятны для повышения качества информации.* За последние 10 лет появились мощные технические возможности коммерциализации авторских информационных ресурсов. Так блогерство из хобби превратилось в ремесло, занимаясь которым, человек действует уже в парадигме эффективности, то есть вполне нормальным является желание затратить минимум интеллектуальных и временных ресурсов с получением максимальной выгоды. Разумеется, оперирование фактами и простыми понятиями занимает гораздо меньше времени и требует меньшего интеллектуального и творческого напряжения, чем оперирование аргументами, рассуждениями, умозаключениями и другими более сложными с логической точки зрения информационными элементами.

Вторая причина, по нашему мнению, заключается в стремлении пользователей потреблять малообъёмные информационные продукты, вызванном обозначенным выше желанием «быть в курсе всего и сразу». Коммерциализация авторских информационных ресурсов диктует следование рыночному закону предложения, определяемого спросом. Нельзя не признать, что массовый информационный спрос в цифровой среде сегодня весьма примитивен. В целом людей, желающих в чём-то детально разбирать

ся, размышлять, рассуждать, анализировать, рефлексировать и пр. и в прежние эпохи было меньше, чем желающих потреблять «информационный полуфабрикат», однако, законы развития информационных ресурсов, определяемые, в первую очередь, количественными параметрами, диктуют именно ориентацию на последнюю группу пользователей. Так цифровой век стал первым в истории, когда не автор задаёт мыслительные векторы аудитории, а цифровая среда, в которой автор функционирует.

В целом высокосодежательной и при этом малообъёмной информация может быть только в точных науках, где она кодируется единичными знаками. В текстовом виде изложить оригинальные размышления в сжатом виде чрезвычайно сложно и получается редко. В формально-языковом аспекте обозначенные выше информационные тренды выражаются в шаблонизации и типизации информационных материалов. Наличие «текстового лекала», позволяющего при развитых языковых навыках создавать быстро и в большом количестве текстовые продукты, убивает творческое начало. Из «ручной работы» информационные материалы превратились в продукт массового производства. Второе в любой области вызывает меньше восторга, чем первое. Так создаётся иллюзия, что в интернете большое количество информации, в действительности же имеется большое число источников информации и авторов, продуцирующих её.

Фиксация информационного содержания является простейшей интеллектуальной операцией, которой учат с раннего детства. Так можно вспомнить важные педагогические приёмы пересказа текста, части текста, озаглавливания текста и его частей, применяемые при работе с детьми. Если же взрослого пользователя, прошедшего свободный вечер в интернете, спросить: «Что нового вы узнали за эти несколько часов?», с большой вероятностью конкретного ответа не последует.

Таким образом, предпосылки уменьшения потребления цифровой информации носят технологический, социальный и интеллектуальный характер. При этом они взаимосвязаны вокруг таких концептов, как технологическая новизна и содержательное качество. С учётом того, что по обоим данным параметрам интернет 2020-х проигрывает или, по крайней мере, точно не выигрывает у себя самого 2000–2010-х годов, мы полагаем, что можно говорить о том, что цифровая среда переживает первый кризис в своей истории, причём этот кризис имеет не техническую, а содержательную природу.

Природа обозначенных нами причин лежит в уменьшении инерции факторов роста популярности цифровой среды, синергетический эффект которых привел к тому, что за десять с небольшим лет интернет превратился из информационно-справочной системы и сетевой технологии, ориентированной на решение профессиональных задач, в социальное, коммуникативное и даже экзистенциальное пространство. Уменьшение этой инерции может привести к тому, что цифровая среда вернётся в восприятие большинством людей именно в первой роли, тем более что изначально она не проектировалась как пространство для «цифрового бытования», а стала таковой во многом по причине тенденций, рассмотренных в данной статье.

Телевидение, с которым мы проводили ряд обоснованных аналогий, получило бурное развитие во второй половине XX века, а в его конце прошло «обратный путь» от ситуации, когда любимых программ ждали целую неделю и собирались у экрана всей семьёй, до ситуации «по телевизору сейчас одно и то же». В действительности уже достаточно давно в интернете одно и то же, и от аналогичного падения популярности цифровая информация не застрахована.

Безусловно, интернету сегодня нужно что-либо для освежения социального восприятия. Однако проблема здесь в том, что он не управляется централизованно и эволюционирует согласно диалектике, содержащей в себе массу разнородных факторов не только сугубо технологических и информационных, но и социальных. Выход на новый содержательный уровень не является единственным сценарием развития – так, вполне возможна ситуация, когда социальная инерция интереса начала века просто угаснет, и он вернётся к изначально проектируемому восприятию справочного пространства, куда пользователь будет заходить только за конкретной информацией для решения определённой задачи либо для удовлетворения конкретного интеллектуального запроса. Активное развитие и интерес к приложениям как цифровым объектам в конце 2010-х – начале 2020-х годов является признаком функционального вектора развития сетевой среды, идущего в унисон с представленными выше соображениями. Большие малосодержательные информационные массивы в таком случае просто будут невостребованными, и общий уровень качества цифровой информации начнёт повышаться.

Заключение

Данное исследование преследовало в качестве цели выявление факторов редукции цифрового и информационного насыщения жизни среднестатистического человека на основе анализа и формирования целостного понимания гуманитарной природы информационных трендов, доминировавших в мире с конца 2000-х – начала 2010-х годов. Опорным конструктом при этом стала гипотеза о достижении к началу 2020-х годов пика интереса к цифровой информации с последующим уменьшением роли сетевой среды в повседневной жизни.

Достижение цели и обоснование предложенной гипотезы происходило путём последовательного решения взаимосвязанных задач:

- 1) обоснована проблема переизбытка цифровой информации и его отрицательное влияние на интеллектуальную деятельность человека;
- 2) выявлено и методологически объяснено противоречие между реальной гуманитарной насущностью проблематики и сравнительно узким её охватом в научно-публикационном пространстве;
- 3) определены и систематизированы факторы роста популярности цифровой информации в последние десятилетия;
- 4) выделены и обоснованы предпосылки уменьшения потребления цифровой информации.

Анализ обозначенных факторов и предпосылок привёл к выводу о содержательном кризисе цифровой среды. Выход из обозначенного кризиса возможен либо на основе принципиального преобразования интернета именно с содержательной стороны, либо же путём возвращения к восприятию сети как справочного пространства и как технологии для решения конкретных задач, как это было в самом начале XXI века. При этом оба варианта предполагают повышение качества сетевой информации, которое должно происходить за счёт падения востребованности малосодержательных информационных массивов и «цифрового общения ради общения».

Комплексный междисциплинарный анализ, применённый в работе, показал свою эффективность тем, что позволил раскрыть технологическую проблематику в широком ряде гуманитарных контекстов (социальном, когнитивном, языковом, педагогическом и пр.). Методы дифференциации и синтеза позволили перевести общегуманитарные рассуждения на максимальный для теоретического текста уровень конкретики при описании причин и факторов рассматриваемых в работе явлений и процессов.

Являясь сугубо теоретическим, данное исследование представляет материал для рефлексии собственного цифрового поведения каждого читателя, поскольку обосновывает тезис о том, что проведение большого количества свободного времени в интернете едва ли обусловлено чем-либо, кроме привычки, полезность которой сегодня следует подвергать всё большему сомнению. Представленные размышления нацелены на переосмысление информационно-поведенческого вектора и переключение акцента цифровой траектории пользователя с количественного на качественный, при котором «внешние» характеристики информации должны уступить место внутренним, а именно содержательности, новизне и дискурсивности.

Список литературы

1. Медиапотребление цифровой молодёжи в России: монография / Д.В. Дунас [и др.]. – М.: МГУ, 2021. – 408 с.
2. Сулейманов М.Р. Культура медиапотребления в условиях цифровизации средств массовой информации: дис. ... канд. культурологии: 24.00.01. – Саратов, 2022. – 167 с.
3. Берендеев М.В., Друкер М.М. Медиаэкология киберпространства как сфера безопасности потребления информации в российской интернет-среде // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2021. – Т. 1, № 1 (34). – С. 109–117.
4. Богданова Д.А. Формирование осознанного потребления информации и противодействие распространению дезинформации в интернете: опыт западных стран // Новые информационные технологии в образовании и науке. – 2022. – № 5. – С. 17–20.
5. Денисова А.Б. Достоверность информации в современном мире // Цифровая трансформация: тенденции и перспективы: сборник трудов I Международной научно-практической конференции / под ред. Н.Л. Кетовой и М.Т. Заргарян. – М., 2022. – С. 231–237.

6. Колобова Е.Ю. Трансформация медиапотребления в условиях цифровой реальности // Петербургский экономический журнал. – 2020. – № 4. – С. 25–39.
7. Мурзаев Х.А., Магомедов И.А. Внимание людей – важнейший ресурс XXI века // Педагогический журнал. – 2020. – Т. 10, № 2-1. – С. 253–257.
8. Нансо М.Б. Информационное общество: реалии и риски // Власть истории и история власти. – 2022. – Т. 8, № 6 (40). – С. 50–58.
9. Папура Е.А. Устойчивое потребление и генерация информации в цифровой среде // Студенческий вестник. – 2021. – № 15-4 (160). – С. 60–63.
10. Чечеватов М.И., Коваленко С.П. Трансформации медиапотребления в условиях пандемии covid-19 // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2021. – № 12-6 (80). – С. 103–106.
11. Федотова Л.Н. Интернет: объемы и формы потребления // Век информации. – 2018. – № 2-1. – С. 234, 235.
12. Шилова В.А., Яковлева А.А. Потребление информации как форма проявления идентичности // Коммуникации. Медиа. Дизайн. – 2021. – Т. 6, № 3. – С. 129–147.
13. Sultanbayeva G.S., Kertayev R., Lozhnikova O.P., Ashimova A. Digital media preferences: in the focus of social research // Herald of journalism. – 2020. – Т. 56, № 2. – С. 92–101.
14. Архангельская И.Б., Архангельская А.С. Фейк-ньюс в доцифровую и цифровую эпохи // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2020. – № 3 (37). – С. 95–104.
15. Волошкина Д.С. Стриминговые сервисы в системе современного медиапотребления // Журналистика, массовые коммуникации и медиа: взгляд молодых исследователей: материалы Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции молодых исследователей, аспирантов и студентов. – Белгород, 2022. – С. 163–169.
16. Лебедева Е.Г. Блог как формат интернет-журналистики // Актуальные проблемы гуманитарных наук: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Нижневартовск, 2021. – С. 452–456.
17. Лебедева Е.Г. Блог как средство журналистской коммуникации // Национальная ассоциация ученых. – 2021. – № 36-4 (63). – С. 56–59.
18. Поклад Е.А. Фейк-ньюс как предмет потребления в эпоху цифровизации // Социологическое прочтение настоящего и контуры будущего: материалы Международной научно-практической конференции. – Минск, 2020. – С. 117–119.
19. Трушников Е.Л. Медиаскетизм как культурная практика // Теоретико-методологические и прикладные проблемы науки о человеке и обществе в условиях цифровой трансформации жизни: материалы Международной научно-исследовательской конференции. – Челябинск, 2020. – С. 147–149.
20. Ворожейкин С.А. Субъективное благополучие в поле информатизации общества // Страховские чтения. – 2022. – № 30. – С. 74–84.
21. Иванова А.Д., Муругова О.В. Психология цифрового мира: общество потребления информации // Коэволюция техники и общества в контексте цифровой эпохи: сборник докладов. – М., 2020. – С. 209–211.
22. Леньшина Н.П. Потребление цифровой информации представителями поколения Z // Молодежная наука и современность: материалы 86-й Международной научной конференции студентов и молодых ученых, посвященной 86-летию КГМУ: в 3 т. – Курск, 2021. – С. 111–113.
23. Лукашенко Д.В. Особенности восприятия информации личностью в цифровом пространстве // Естественные и технические науки. – 2021. – № 3 (154). – С. 184, 185.
24. Неустроева А.Б., Филиппова Л.Д. Компетентность и безопасность потребления цифровой среды детьми и родителями // Цифровая социология. – 2022. – Т. 5, № 1. – С. 107–116.
25. Горбунова Ю.А. Медиаэкология в образовании: pro et contra // Устойчивое развитие: исследования, инновации, трансформация: материалы XVIII Международного конгресса с элементами научной школы для молодых ученых: в 2 т. / отв. ред. выпуска: А.В. Семёнов, П.Н. Кравченко. – М., 2022. – С. 281–288.
26. Эффективность психолого-педагогической деятельности в цифровой среде: монография / А.А. Рюкина, Ю.В. Брыкин, О.В. Флеров [и др.]; под ред. Е.В. Рибокене, Е.С. Федосеевой, А.К. Луковцевой. – М.: изд. ЧОУВО «МУ им. С.Ю. Витте», 2022. – 133 с.

References

1. Mediapotreblenie cifrovoj molodyozhi v Rossii: monografiya / D.V. Dunas [i dr.]. – M.: MGU, 2021. – 408 s.
2. *Sulejmanov M.R.* Kul'tura mediapotrebleniya v usloviyah cifrovizacii sredstv massovoj informacii: dis. ... kand. kul'turologii: 24.00.01. – Saratov, 2022. – 167 s.
3. *Berendeev M.V., Druker M.M.* Mediaekologiya kiberprostranstva kak sfera bezopasnosti potrebleniya informacii v rossijskoj internet-srede // Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V.N. Tatishcheva. – 2021. – T. 1, № 1 (34). – S. 109–117.
4. *Bogdanova D.A.* Formirovanie osoznannogo potrebleniya informacii i protivodejstvie rasprostraneniya dezinformacii v internete: opyt zapadnyh stran // Novye informacionnye tekhnologii v obrazovanii i nauke. – 2022. – № 5. – S. 17–20.
5. *Denisova A.B.* Dostovernost' informacii v sovremennom mire // Cifrovaya transformaciya: tendencii i perspektivy: sbornik trudov I Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii / pod red. N.L. Ketoevoj i M.T. Zargaryan. – M., 2022. – S. 231–237.
6. *Kolobova E.Yu.* Transformaciya mediapotrebleniya v usloviyah cifrovoj real'nosti // Peterburgskij ekonomicheskij zhurnal. – 2020. – № 4. – S. 25–39.
7. *Murzaev H.A., Magomedov I.A.* Vnimanie lyudej – vazhnejshij resurs XXI veka // Pedagogicheskij zhurnal. – 2020. – T. 10, № 2-1. – S. 253–257.
8. *Napso M.B.* Informacionnoe obshchestvo: realii i riski // Vlast' istorii i istoriya vlasti. – 2022. – T. 8, № 6 (40). – S. 50–58.
9. *Pashura E.A.* Ustojchivoe potreblenie i generaciya informacii v cifrovoj srede // Studencheskij vestnik. – 2021. – № 15-4 (160). – S. 60–63.
10. *Chechevatov M.I., Kovalenko S.P.* Transformacii mediapotrebleniya v usloviyah pandemii covid-19 // Aktual'nye nauchnye issledovaniya v sovremennom mire. – 2021. – № 12-6 (80). – S. 103–106.
11. *Fedotova L.N.* Internet: ob»emy i formy potrebleniya // Vek informacii. – 2018. – № 2-1. – S. 234, 235.
12. *Shilova V.A., Yakovleva A.A.* Potreblenie informacii kak forma proyavleniya identichnosti // Kommunikacii. Media. Dizajn. – 2021. – T. 6, № 3. – S. 129–147.
13. *Sultanbayeva G.S., Kertayev R., Lozhnikova O.P., Ashimova A.* Digital media preferences: in the focus of social research // Herald of journalism. – 2020. – T. 56, № 2. – S. 92–101.
14. *Arhangel'skaya I.B., Arhangel'skaya A.S.* Fejk-n'yus v docifrovuyu i cifrovuyu epohi // Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya. – 2020. – № 3 (37). – S. 95–104.
15. *Voloshkina D.S.* Ctrimingovye servisy v sisteme sovremennogo mediapotrebleniya // Zhurnalistika, massovye kommunikacii i media: vzglyad molodyh issledovatelej: materialy Vserossijskoj (s mezhdunarodnym uchastiem) nauchno-prakticheskoy konferencii molodyh issledovatelej, aspirantov i studentov. – Belgorod, 2022. – S. 163–169.
16. *Lebedeva E.G.* Blog kak format internet-zhurnalistiki // Aktual'nye problemy gumanitarnyh nauk: materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii. – Nizhnevartovsk, 2021. – S. 452–456.
17. *Lebedeva E.G.* Blog kak sredstvo zhurnalistskoj kommunikacii // Nacional'naya associaciya uchenyh. – 2021. – № 36-4 (63). – S. 56–59.
18. *Poklad E.A.* Fejk-n'yus kak predmet potrebleniya v epohu cifrovizacii // Sociologicheskoe prochtenie nastoyashchego i kontury budushchego: materialy Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. – Minsk, 2020. – S. 117–119.
19. *Trushnikova E.L.* Mediasketizm kak kul'turnaya praktika // Teoretiko-metodologicheskie i prikladnye problemy nauki o cheloveke i obshchestve v usloviyah cifrovoj transformacii zhizni: materialy Mezhdunarodnoj nauchno-issledovatel'skoj konferencii. – Chelyabinsk, 2020. – S. 147–149.
20. *Vorozhejkin S.A.* Sub»ektivnoe blagopoluchie v pole informatizacii obshchestva // Strahovskie chteniya. – 2022. – № 30. – S. 74–84.
21. *Ivanova A.D., Murugova O.V.* Psihologiya cifrovogo mira: obshchestvo potrebleniya informacii // Koevoljuciya tekhniki i obshchestva v kontekste cifrovoj epohi: sbornik dokladov. – M., 2020. – S. 209–211.
22. *Len'shina N.P.* Potreblenie cifrovoj informacii predstaviteleyami pokoleniya Z // Molodezhnaya nauka i sovremennost': materialy 86-j Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii studentov i molodyh uchenyh, posvyashchennoj 86-letiyu KGMU: v 3 t. – Kursk, 2021. – S. 111–113.

23. *Lukashenko D.V.* Osobennosti vospriyatiya informacii lichnost'yu v cifrovom prostranstve // *Estestvennye i tekhnicheskie nauki*. – 2021. – № 3 (154). – S. 184, 185.
24. *Neustroeva A.B., Filippova L.D.* Kompetentnost' i bezopasnost' potrebleniya cifrovoj sredy det'mi i roditelyami // *Cifrovaya sociologiya*. – 2022. – Т. 5, № 1. – S. 107–116.
25. *Gorbunova Yu.A.* Mediaekologiya v obrazovanii: pro et contra // *Ustojchivoe razvitie: issledovaniya, innovacii, transformaciya: materialy XVIII Mezhdunarodnogo kongressa s elementami nauchnoj shkoly dlya molodyh uchenyh: v 2 t. / otv. red. vypuska: A.V. Semyonov, P.N. Kravchenko*. – М., 2022. – S. 281–288.
26. *Effektivnost' psihologo-pedagogicheskoy deyatel'nosti v cifrovoj srede: monografiya / A.A. Ryukina, Yu.V. Brykin, O.V. Flerov [i dr.]; pod red. E.V. Ribokene, E.S. Fedoseevoy, A.K. Lukovcevoj*. – М.: izd. CHOUVO «MU im. S.Yu. Vitte», 2022. – 133 s.