

УДК 316.72+004.9

DOI: 10.34670/AR.2026.41.33.019

Культура цифрового внимания: трансформация механизмов восприятия в современной массовой культуре

Ардилян Владислав Александрович

Аспирант,
Университет «Синергия»,
129110, Российская Федерация, Москва, ул. Мещанская, 9/1;
e-mail: v.ardilyan@gmail.com

Аннотация

Актуальность исследования обусловлена трансформацией механизмов восприятия в условиях цифровизации современной массовой культуры и усилением влияния алгоритмизированной медиасреды на практики внимания. Цель статьи заключается в выявлении особенностей культуры цифрового внимания и анализе изменений когнитивных моделей восприятия информации в современной медиакоммуникации. Методологическую основу исследования составили культурологический анализ, медиакультурный подход, дискурсивный анализ и сравнительно-исторический метод, позволившие рассмотреть цифровое внимание как комплексный социокультурный феномен. В результате исследования установлено, что цифровые платформы и социальные сети способствуют распространению клипового восприятия, сокращению устойчивой концентрации внимания и доминированию визуально-фрагментарных форм коммуникации. Выявлено, что алгоритмы медиаплатформ формируют модели ускоренного потребления контента и эмоционально ориентированного взаимодействия с информацией. Особое внимание уделяется влиянию платформ короткого видео на трансформацию практик медиапотребления. Научная новизна работы состоит в рассмотрении культуры цифрового внимания как самостоятельного механизма трансформации современной массовой культуры. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования результатов при изучении медиакультуры, цифровой коммуникации и современных культурных практик.

Для цитирования в научных исследованиях

Ардилян В.А. Культура цифрового внимания: трансформация механизмов восприятия в современной массовой культуре // Культура и цивилизация. 2026. Том 16. № 4А. С. 177-189. DOI: 10.34670/AR.2026.41.33.019

Ключевые слова

Цифровая культура, цифровое внимание, массовая культура, медиасреда, цифровые платформы, механизмы восприятия, клиповое мышление, алгоритмизация, визуальная коммуникация, медиапотребление, культурные практики, цифровая коммуникация.

Введение

Одной из ключевых характеристик современной массовой культуры становится превращение внимания в объект технологического и экономического управления. Развитие цифровых платформ, социальных сетей и алгоритмизированных медиасервисов приводит не только к изменению способов распространения информации, но и к трансформации механизмов восприятия культурного опыта [Кириллова, 2008, с. 42]. В условиях платформенной медиасреды внимание пользователя становится важнейшим ресурсом цифровой коммуникации, а логика организации информационного пространства все в большей степени определяется алгоритмами вовлечения и удержания аудитории.

Высокая скорость обновления контента, непрерывность информационных потоков и доминирование визуальных форм коммуникации формируют новые модели медиапотребления и когнитивного взаимодействия с информацией [Костина, 2008, с. 118]. Современная цифровая культура ориентирована на краткие форматы коммуникации, быстрое переключение внимания и эмоционально насыщенное восприятие контента. Данные процессы оказывают влияние не только на особенности медиапотребления, но и на читательские практики, механизмы интерпретации информации и формы культурного поведения [Хренов, 2005, с. 154]. В связи с этим феномен цифрового внимания приобретает особую значимость в рамках современных культурологических исследований.

Проблематика трансформации медиасреды и изменений механизмов восприятия активно разрабатывается в отечественной культурологии, медиатеории и исследованиях цифровой коммуникации. Значительный вклад в изучение медиакультуры как системы символического производства внесла Н. Б. Кириллова [Кириллова, 2008], рассматривающая медиа как важнейший механизм формирования культурных смыслов в информационном обществе. Особенности массовой культуры в условиях цифровизации и ускорения информационных процессов анализируются в работах А. В. Костиной [Костина, 2008], уделяющей внимание изменениям структуры культурного опыта и трансформации медиапотребления.

Исследования В. М. Розина [Розин, 2016] посвящены влиянию визуальной культуры на механизмы восприятия и интерпретации социальной реальности, тогда как Д. В. Иванов [Иванов, 2000] рассматривает процессы виртуализации общества и изменение форм социальной коммуникации в цифровой среде. Теоретические аспекты культурной трансформации информационного общества получили отражение в работах А. Я. Флиера [Флиер, 2002], М. С. Кагана [Каган, 1996] и И. В. Кондакова [Кондаков, 2007].

Особое значение для настоящего исследования имеют работы, посвященные феномену клипового мышления и фрагментации восприятия. С. И. Симакова [Симакова, 2026] рассматривает клиповое мышление как следствие развития визуально ориентированной цифровой медиасреды, характеризующейся высокой скоростью обновления информации и сокращением длительной концентрации внимания. Н. А. Хренов [Хренов, 2005] связывает трансформацию культурного опыта с усилением эмоциональной динамики массовой культуры и ускорением информационных процессов.

Несмотря на значительное количество исследований, посвященных медиакультуре, цифровой коммуникации и трансформации восприятия, проблема цифрового внимания как механизма алгоритмического регулирования культурного опыта остается недостаточно разработанной в современной культурологии. В существующих исследованиях основное внимание уделяется либо изменениям медиапотребления, либо особенностям цифровой

коммуникации, тогда как взаимосвязь между алгоритмизацией платформенной медиасреды, практиками внимания и трансформацией культурного восприятия требует дальнейшего теоретического осмысления. Кроме того, в современных гуманитарных исследованиях все более активно развивается концепция *attention economy*, рассматривающая внимание как один из ключевых ресурсов цифровой культуры и платформенного взаимодействия [Citton, 20170]. Таким образом, внимание в цифровой культуре превращается из индивидуального психического процесса в элемент экономической и платформенной организации коммуникации. Современные исследования платформенной культуры также подчеркивают зависимость цифровой коммуникации от алгоритмических механизмов регулирования пользовательского поведения [Törnberg, 2026].

Объектом исследования является современная цифровая массовая культура.

Предмет исследования — трансформация механизмов восприятия и практик внимания в условиях цифровой медиасреды.

Цель исследования заключается в выявлении особенностей культуры цифрового внимания и анализе изменений механизмов восприятия информации в современной массовой культуре.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

- Рассмотреть феномен цифрового внимания в контексте современной культурологии.
- Проанализировать влияние цифровых платформ на механизмы восприятия информации.
- Выявить особенности клипового и фрагментарного восприятия в цифровой массовой культуре.
- Исследовать влияние алгоритмизированной медиасреды на культурные практики.
- Определить последствия трансформации внимания для современной культуры.

Методологическую основу исследования составляют культурологический анализ, медиакультурный подход, сравнительно-исторический метод и дискурсивный анализ. Использование междисциплинарного подхода позволяет рассматривать цифровое внимание как комплексный культурный феномен, связанный с изменением форм коммуникации, медиапотребления и восприятия информации [Каган, 1996, с. 81].

Научная новизна исследования заключается в культурологическом осмыслении цифрового внимания как механизма алгоритмического регулирования восприятия и медиапотребления в условиях платформенной массовой культуры. Практическая значимость исследования состоит в возможности использования его результатов в дальнейших культурологических исследованиях медиакультуры, цифровой коммуникации и современных форм массовой культуры, а также при разработке учебных курсов по культурологии и медиакommunikации.

Основная часть

Развитие платформенных технологий и глобальная информатизация общества существенно изменяют структуру медиакультуры. Медиапространство становится не только средой коммуникации, но и механизмом организации культурного опыта, влияющим на способы восприятия информации, структуру повседневного взаимодействия и особенности когнитивной деятельности человека. В условиях платформенной коммуникации внимание постепенно превращается в один из ключевых ресурсов культурного взаимодействия [Кириллова, 2008, с. 64]. Цифровое внимание приобретает не только культурное, но и экономическое значение, поскольку платформенные сервисы функционируют в условиях постоянной конкуренции за вовлеченность аудитории. Длительность взаимодействия пользователя с контентом напрямую

связана с эффективностью рекламных и коммуникационных механизмов. Внимание при этом становится объектом целенаправленного технологического воздействия, а медиасреда ориентируется на поддержание непрерывной вовлеченности пользователя. Тем самым внимание становится элементом экономической организации платформенной коммуникации.

По мнению Н. Б. Кирилловой, медиакультура представляет собой совокупность информационно-коммуникационных практик, обеспечивающих производство, распространение и интерпретацию культурных смыслов [Кириллова, 2008, с. 42]. Исследователь подчеркивает, что развитие цифровых медиа изменяет не только формы передачи информации, но и сам характер восприятия культурной реальности. Если традиционная культура предполагала последовательное и относительно длительное освоение содержания, то современная цифровая коммуникация ориентирована на ускоренное потребление информации и постоянное переключение внимания между различными информационными потоками [Кириллова, 2008, с. 71].

В условиях цифровизации массовой культуры внимание становится объектом экономического и технологического воздействия. Современные цифровые платформы используют алгоритмические механизмы удержания пользователя в медиасреде максимально продолжительное время. Для этого применяются персонализированные рекомендации, системы уведомлений, автоматическое воспроизведение контента и механизмы бесконечной прокрутки информационной ленты. Подобные технологии формируют устойчивую модель непрерывного медиапотребления и способствуют фрагментации восприятия информации.

А. В. Костина отмечает, что массовая культура информационного общества характеризуется высокой скоростью обновления контента и доминированием визуальных способов коммуникации [Костина, 2008, с. 118]. Это приводит к изменению структуры культурного опыта: восприятие становится менее линейным и более фрагментарным. Пользователь цифровой среды взаимодействует преимущественно с короткими сообщениями, визуальными образами и эмоционально насыщенным контентом, что влияет на когнитивные процессы и способы осмысления информации [Костина, 2008, с. 132].

Особую роль в современной медиакультуре играет визуализация коммуникации. Видеоформаты, цифровые изображения, анимация и короткие визуальные сообщения становятся доминирующими способами передачи информации. По мнению В. М. Розина, визуальная культура оказывает существенное влияние на механизмы восприятия действительности, формируя новые способы эмоционального реагирования и интерпретации социальной реальности [Розин, 2016, с. 91]. Исследователь подчеркивает, что визуальная коммуникация ориентирована прежде всего на быстрое восприятие и эмоциональную вовлеченность, что соответствует логике современной цифровой медиасреды [Розин, 2016, с. 104].

Развитие цифровых платформ приводит к изменению структуры информационного потребления. Если традиционные формы коммуникации предполагали относительно устойчивое внимание и последовательное освоение текста, то современная цифровая культура характеризуется высокой степенью информационной динамики. Пользователь одновременно взаимодействует с несколькими потоками информации: просматривает новостные ленты, обменивается сообщениями, воспринимает аудиовизуальный контент и реагирует на уведомления цифровых сервисов. Такая модель коммуникации способствует снижению длительной концентрации внимания и формированию поверхностного типа восприятия.

Важным аспектом культуры цифрового внимания становится феномен информационной

перегрузки. Д. В. Иванов, исследуя процессы виртуализации общества, отмечает, что современная цифровая среда создает условия постоянного присутствия человека в медиaprостранстве [Иванов, 2000, с. 24]. В результате пользователь сталкивается с огромным объемом разнородной информации, требующей непрерывной когнитивной обработки. Избыточность информационных потоков приводит к необходимости быстрого отбора наиболее значимых сообщений и способствует сокращению времени концентрации внимания.

Значительное влияние на трансформацию восприятия оказывает алгоритмическая организация цифрового информационного пространства. Алгоритмы социальных сетей и медиаплатформ формируют персонализированное информационное пространство, ориентированное на интересы конкретного пользователя. При этом приоритет получают материалы, способные вызвать эмоциональную реакцию и обеспечить высокую вовлеченность аудитории. Подобная логика функционирования цифровых платформ способствует усилению эмоционализации массовой культуры и изменению характера взаимодействия человека с информацией.

А. Я. Флиер подчеркивает, что современная массовая культура тесно связана с индустриальными механизмами производства символической продукции [Флиер, 2002, с. 154]. В цифровой среде данная тенденция приобретает новые формы, поскольку алгоритмы платформ начинают активно участвовать в распределении культурного контента и формировании пользовательских предпочтений. Цифровое информационное пространство все в большей степени выполняет функцию регулирования пользовательского внимания и организации культурного опыта.

Изменение механизмов восприятия связано также с распространением кратких цифровых форматов коммуникации. Популярность коротких видеороликов, мем-коммуникации и визуальных историй свидетельствует о доминировании культуры ускоренного медиапотребления. Краткий цифровой контент ориентирован прежде всего на быстрое эмоциональное вовлечение аудитории, что способствует снижению глубины аналитического восприятия информации.

Н. А. Хренов отмечает, что современная культура все более ориентирована на производство интенсивных эмоциональных впечатлений и постоянную смену информационных стимулов [Хренов, 2005, с. 203]. В результате культурный опыт становится более краткосрочным и фрагментированным, а внимание человека оказывается включенным в непрерывный процесс переключения между различными медиасообщениями.

Анализ современной медиасреды позволяет утверждать, что культура цифрового внимания формируется под воздействием процессов цифровизации, визуализации коммуникации и алгоритмизации медиасреды. Современные цифровые платформы изменяют не только способы распространения информации, но и механизмы восприятия культурной реальности. Трансформация внимания в этих условиях становится одной из ключевых характеристик современной массовой культуры.

Характерной особенностью современной цифровой культуры становится изменение механизмов восприятия информации и способов взаимодействия человека с медиасредой. Развитие цифровых технологий, высокая интенсивность информационных потоков и распространение платформенных форм коммуникации приводят к формированию новых когнитивных практик, связанных с ускорением обработки информации, сокращением времени концентрации внимания и доминированием визуальных форм передачи содержания [Костина, 2008, с. 126].

Современная массовая культура развивается в условиях непрерывного производства и обновления медиаконтента. Цифровые платформы ориентированы на быстрое вовлечение пользователя, что способствует распространению кратких информационных форматов и фрагментарного восприятия. Восприятие культурного опыта становится менее последовательным: внимание концентрируется не на длительном анализе информации, а на быстром переключении между отдельными сообщениями, изображениями и визуальными элементами.

В культурологическом дискурсе данные процессы часто рассматриваются через феномен клипового мышления. С. И. Симакова определяет клиповое мышление как тип восприятия, основанный на фрагментарной обработке информации и высокой скорости переключения внимания [Симакова, 2026]. Исследователь отмечает, что цифровая медиасреда формирует условия, при которых человек воспринимает окружающую действительность преимущественно через короткие визуальные и текстовые фрагменты, не выстраивая между ними устойчивых логических связей [Симакова, 2026].

Клиповое восприятие связано прежде всего с изменением структуры медиапотребления. Пользователь цифровой среды ежедневно сталкивается с огромным количеством разнородной информации: новостными сообщениями, короткими видеороликами, рекламным контентом, визуальными образами и сообщениями социальных сетей. В подобных условиях внимание распределяется между множеством информационных стимулов, что приводит к сокращению глубины аналитического восприятия. В результате изменяется сама структура культурного опыта: восприятие становится менее последовательным и все в большей степени зависит от динамики информационных стимулов.

Особую роль в трансформации механизмов восприятия играет развитие визуальной культуры. Современная массовая коммуникация все в большей степени ориентируется на визуальные способы передачи информации. Популярность коротких видеороликов, вертикального видео, цифровой анимации и мем-коммуникации свидетельствует о доминировании визуального контента в современной медиасреде. Данные тенденции проявляются в распространении коротких вертикальных видеороликов, характерных для современных цифровых платформ. Подобный формат коммуникации предполагает быстрое последовательное потребление визуального контента и ориентирован на удержание внимания пользователя в режиме непрерывного просмотра. Особенности цифрового интерфейса, основанные на механике бесконечной прокрутки и автоматической смены видеоматериалов, формируют привычку к ускоренному восприятию информации и постоянному переключению внимания. Показательным примером подобной трансформации являются платформы TikTok, YouTube Shorts и Instagram Reels, основанные на механике непрерывного вертикального просмотра контента. Особенности интерфейса данных сервисов предполагают мгновенную смену визуальных стимулов и минимизацию времени принятия решения пользователем. Согласно исследованию S. Zannettou и соавторов, основанному на анализе пользовательского взаимодействия с TikTok, алгоритмы платформы адаптируют рекомендации уже после нескольких минут просмотра, а средняя продолжительность удержания пользователя в приложении существенно превышает показатели традиционных социальных сетей [Zannettou, Nemeth, Ayalon, 2026]. Исследователи отмечают, что механизм непрерывного вертикального просмотра снижает количество когнитивных пауз между единицами контента и способствует автоматизации медиапотребления.

По мнению В. М. Розина, визуальная культура формирует новые модели интерпретации

действительности, в которых эмоциональное впечатление начинает преобладать над рациональным анализом [Розин, 2016, с. 104].

Цифровые платформы создают условия для ускоренного потребления информации. Социальные сети и медиасервисы ориентированы на постоянное обновление контента и непрерывное вовлечение пользователя в коммуникационный процесс. Подобная структура медиасреды способствует формированию привычки к быстрому переключению внимания и кратковременному взаимодействию с информацией. Пользователь не задерживается на одном сообщении длительное время, а постоянно переходит к новым информационным объектам.

Существенное влияние на механизмы восприятия оказывает феномен многозадачности. Современный человек одновременно взаимодействует с несколькими цифровыми устройствами и информационными потоками: просматривает социальные сети, ведет переписку, воспринимает аудиовизуальный контент и реагирует на уведомления. Подобная форма коммуникации способствует рассеиванию внимания и снижению способности к длительной концентрации.

Д. В. Иванов отмечает, что процессы виртуализации общества изменяют характер социальной реальности и формы коммуникации [Иванов, 2000, с. 31]. В цифровой среде взаимодействие все чаще осуществляется через символические и визуальные конструкции, а непосредственный опыт замещается медиированными формами восприятия. Трансформации затрагивают не только способы коммуникации, но и механизмы культурной идентификации личности.

Важным элементом современной цифровой культуры становится мем-коммуникация. Мемы представляют собой краткие визуально-текстовые конструкции, ориентированные на быстрое распространение и эмоциональное воздействие. Подобная форма коммуникации характеризуется высокой степенью символической сжатости и требует минимального времени для восприятия. Распространение мем-культуры свидетельствует о тенденции к упрощению информационных сообщений и сокращению объема воспринимаемого содержания.

Трансформация механизмов восприятия затрагивает и традиционные практики чтения. Линейное последовательное чтение постепенно уступает место просмотрovому типу восприятия текста. Пользователь цифровой среды чаще концентрируется на отдельных фрагментах информации, заголовках, визуальных элементах и ключевых сообщениях. А. В. Костина подчеркивает, что современная массовая культура ориентирована преимущественно на быстрое получение впечатлений и эмоциональную динамику восприятия [Костина, 2008, с. 137].

Изменение читательских практик связано также с особенностями цифрового интерфейса. Гиперссылки, всплывающие уведомления, автоматические рекомендации и встроенные мультимедийные элементы формируют режим постоянного переключения внимания. Это способствует снижению последовательности восприятия и усилению зависимости пользователя от внешних информационных стимулов.

Н. А. Хренов отмечает, что современная культура развивается в условиях ускорения социальных и информационных процессов, что оказывает непосредственное влияние на эмоциональную и когнитивную сферу человека [Хренов, 2005, с. 214]. Массовая культура цифровой эпохи ориентирована прежде всего на производство интенсивных эмоциональных впечатлений и быстрое вовлечение аудитории в коммуникацию. Данная тенденция способствует усилению фрагментарности восприятия и снижению способности к длительной концентрации внимания.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что цифровая массовая культура

формирует принципиально новую модель восприятия, основанную на фрагментарности, визуальной динамике и непрерывном переключении внимания. В подобных условиях структура восприятия определяется не последовательностью анализа информации, а логикой цифрового интерфейса и интенсивностью медиакоммуникации.

Одной из наиболее значимых характеристик современной цифровой культуры становится алгоритмизация медиасреды. Цифровые платформы и социальные сети используют автоматизированные механизмы анализа пользовательского поведения, позволяющие формировать персонализированные информационные потоки и прогнозировать интересы аудитории. Алгоритмическая организация медиапространства превращает цифровую среду не только в пространство коммуникации, но и в механизм регулирования пользовательского внимания.

Алгоритмы цифровых платформ ориентированы прежде всего на поддержание высокой вовлеченности аудитории. С этой целью используются системы рекомендаций, автоматическое воспроизведение контента, персонализированные уведомления и механизмы бесконечной прокрутки информационной ленты. Организация цифровой медиасреды обеспечивает постоянное вовлечение пользователя в коммуникационный процесс и формирует устойчивую модель непрерывного медиапотребления.

А. Я. Флиер отмечает, что современная массовая культура тесно связана с механизмами индустриального производства символической продукции [Флиер, 2002, с. 154]. В цифровую эпоху данные процессы приобретают новые формы, поскольку алгоритмы платформ начинают активно участвовать не только в распространении информации, но и в организации культурного опыта пользователя. Вследствие этого внимание становится объектом технологического регулирования и экономического воздействия. Следовательно, алгоритмизация цифровой среды изменяет не только способы распространения информации, но и принципы организации культурного восприятия в современной массовой культуре.

Платформенная медиасреда функционирует в условиях постоянной конкуренции за внимание аудитории. В результате алгоритмы цифровых сервисов преимущественно продвигают контент, способный вызывать быструю эмоциональную реакцию и поддерживать непрерывную вовлеченность пользователя. Это способствует доминированию динамичных и эмоционально насыщенных форм коммуникации, ориентированных прежде всего на скорость восприятия, а не на глубину аналитического осмысления информации.

Алгоритмическая организация цифровой медиасреды способствует распространению контента, ориентированного на быстрое эмоциональное воздействие. Повышенную видимость получают материалы, вызывающие удивление, тревогу, конфликтную реакцию или интенсивное эмоциональное вовлечение пользователя. Следовательно, информационная коммуникация становится более динамичной и эмоционально насыщенной, а внимание аудитории все в большей степени зависит от силы медиастимуляции. Подобная логика цифровой коммуникации приводит к тому, что ценность информации определяется не содержательной глубиной, а способностью контента конкурировать за внимание пользователя в условиях информационного перенасыщения.

Рассматриваемая трансформация медиасреды оказывает влияние на характер культурного восприятия. Информация начинает оцениваться не столько с точки зрения аналитической значимости, сколько через способность вызывать немедленную эмоциональную реакцию и обеспечивать быстрое вовлечение пользователя в коммуникационный процесс.

Одним из результатов алгоритмизации медиасреды становится усиление информационной

перегрузки пользователя. Пользователь ежедневно сталкивается с большим количеством сообщений, изображений, видеоматериалов и рекламного контента. Д. В. Иванов подчеркивает, что процессы виртуализации общества сопровождаются постоянным расширением информационного пространства и увеличением интенсивности коммуникации [Иванов, 2000, с. 37]. В подобных условиях внимание человека функционирует в режиме непрерывной обработки разнородной информации.

Информационная перегрузка оказывает непосредственное влияние на когнитивные процессы, механизмы восприятия и способствует формированию преимущественно реактивных моделей восприятия [Chiossi, Haliburton, Ou, 2026]. Современный пользователь вынужден быстро отбирать наиболее значимые сообщения, не имея возможности сосредоточиться на длительном анализе информации. Формируется модель поверхностного восприятия, ориентированная преимущественно на эмоциональные сигналы и краткие информационные формы. Подобные изменения цифрового восприятия связаны также с постепенным снижением способности к длительной концентрации и аналитическому чтению, что отмечает Н. Карр, рассматривая влияние интернет-коммуникации на когнитивные процессы современного человека [Carр, 2020]. Отсюда следует, что в условиях алгоритмизированной медиасреды внимание перестает выступать исключительно как индивидуальная когнитивная способность и все в большей степени становится объектом технологического регулирования. Цифровые платформы не только организуют доступ к информации, но и задают ритм восприятия, определяя интенсивность, продолжительность и эмоциональный характер взаимодействия пользователя с медиаконтентом.

При этом трансформацию цифрового внимания нельзя рассматривать исключительно как процесс деградации когнитивных способностей. Изменение механизмов восприятия во многом связано с адаптацией человека к новым условиям медиакommunikации и высокой интенсивности информационного обмена. В данной ситуации речь идет не только о снижении концентрации внимания, но и о формировании новых моделей навигации в цифровой информационной среде.

Особое значение в условиях цифровой культуры приобретает кризис устойчивого внимания. Под устойчивым вниманием понимается способность человека длительное время концентрироваться на определенном объекте или информационном процессе. Однако постоянное взаимодействие с цифровыми платформами способствует сокращению времени концентрации и формированию привычки к непрерывному переключению между различными информационными потоками.

По мнению В. М. Розина, визуальная медиасреда изменяет характер восприятия действительности, усиливая зависимость человека от быстрых эмоциональных реакций и внешних информационных стимулов [Розин, 2016, с. 117]. В цифровой коммуникации внимание все чаще ориентируется не на глубину анализа, а на интенсивность эмоционального воздействия. В результате изменяется структура когнитивной деятельности и снижается способность к длительной аналитической концентрации.

Алгоритмы цифровых платформ способствуют формированию модели ускоренного медиапотребления. Пользователь получает контент в непрерывном режиме, что создает эффект постоянного обновления информации. При этом сам процесс восприятия становится менее последовательным и более зависимым от динамики цифрового интерфейса. Человек постепенно привыкает к кратким формам коммуникации и быстрому получению эмоциональных впечатлений.

Существенное влияние алгоритмизация оказывает и на культурные практики чтения. Традиционное последовательное восприятие текста постепенно уступает место просмотрovому способу взаимодействия с информацией. Пользователь все чаще концентрируется на заголовках, визуальных элементах, коротких сообщениях и эмоционально выделенных фрагментах текста. Тем самым меняется сама логика взаимодействия человека с информацией: последовательное аналитическое восприятие постепенно уступает место просмотрovому и фрагментарному типу медиапотребления.

А. В. Костина отмечает, что массовая культура информационного общества ориентирована прежде всего на производство интенсивных впечатлений и ускоренное обновление символического содержания [Костина, 2008, с. 141]. В цифровой среде данный процесс усиливается за счет алгоритмического отбора информации, который способствует постоянному воспроизводству эмоционально значимого контента.

Кризис устойчивого внимания изменяет характер культурного опыта современного человека. Восприятие становится более краткосрочным и фрагментарным, а культурные практики все чаще ориентируются на быстрое получение информации и эмоциональную вовлеченность. В подобных условиях затрудняется длительное сосредоточение на сложных аналитических текстах, что влияет на особенности интеллектуальной и культурной деятельности.

Трансформация культуры внимания в цифровую эпоху носит противоречивый характер. Цифровые платформы существенно расширяют возможности коммуникации, обеспечивают оперативный доступ к информации и формируют новые способы культурного взаимодействия. Однако одновременно усиливается зависимость восприятия от алгоритмически организованных информационных потоков, ориентированных преимущественно на удержание пользовательской вовлеченности. В результате возрастает роль эмоционально-реактивного медиапотребления, тогда как практики длительного аналитического восприятия постепенно утрачивают устойчивость.

Заключение

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что алгоритмизация медиасреды становится одним из определяющих факторов трансформации современной массовой культуры. Алгоритмические механизмы цифровых платформ изменяют характер восприятия информации, влияют на организацию внимания и формируют новые модели культурного поведения. В этих условиях кризис устойчивого внимания становится закономерным следствием ускорения медиакоммуникации, информационной перегрузки и доминирования эмоционально насыщенных форм цифрового контента. Тем самым трансформация цифрового внимания выходит за пределы исключительно медиакоммуникационных процессов и становится одной из характеристик современной культурной динамики.

Проведенный анализ позволяет утверждать, что цифровизация массовой культуры сопровождается не только изменением способов коммуникации, но и глубокой трансформацией механизмов восприятия информации. Развитие платформенной медиасреды, алгоритмизированных сервисов и визуально ориентированных форм коммуникации формирует новую модель взаимодействия человека с информацией, основанную на ускоренном медиапотреблении, фрагментации внимания и высокой интенсивности эмоциональных стимулов.

В ходе исследования было установлено, что культура цифрового внимания становится

одной из ключевых характеристик современной медиакультуры. Внимание в условиях цифровой среды приобретает не только когнитивное, но и экономическое значение, поскольку цифровые платформы ориентированы на удержание пользователя в информационном пространстве максимально продолжительное время. Алгоритмические механизмы рекомендаций, персонализированные ленты контента и системы автоматического воспроизведения информации способствуют формированию устойчивой модели непрерывного медиапотребления.

Анализ современной массовой культуры позволил выявить распространение клипового и фрагментарного восприятия информации. Установлено, что доминирование кратких цифровых форматов, визуальной коммуникации и эмоционально насыщенного контента приводит к сокращению длительной концентрации внимания и изменению структуры культурного опыта. Пользователь цифровой среды все чаще взаимодействует с отдельными информационными фрагментами, что оказывает влияние на читательские практики, способы интерпретации информации и формы культурного поведения.

Исследование показало, что алгоритмизация медиасреды способствует усилению эмоционализации коммуникации и формированию поверхностных моделей восприятия. Алгоритмы цифровых платформ ориентированы преимущественно на распространение контента, вызывающего быстрые эмоциональные реакции и высокую вовлеченность аудитории. В результате восприятие информации становится более динамичным, но одновременно менее последовательным и аналитически глубоким.

Проведенный анализ позволяет утверждать, что кризис устойчивого внимания является закономерным следствием ускорения информационных процессов и высокой интенсивности цифровой коммуникации. Постоянное взаимодействие с многозадачной медиасредой способствует рассеиванию внимания, снижению способности к длительной концентрации и формированию зависимости от непрерывного информационного потока.

Вместе с тем трансформация культуры внимания не может рассматриваться исключительно как негативное явление. Цифровая медиасреда расширяет возможности доступа к информации, способствует развитию новых форм коммуникации и формирует новые способы культурного взаимодействия. Однако данные процессы требуют дальнейшего культурологического осмысления, поскольку изменения механизмов восприятия оказывают влияние не только на медиапотребление, но и на более широкие социокультурные процессы современного общества.

Трансформация культуры внимания в цифровую эпоху затрагивает не только сферу медиапотребления, но и более широкие механизмы культурного опыта, социальной коммуникации и когнитивного взаимодействия человека с информационной средой. В этих условиях дальнейшее исследование цифрового внимания приобретает особую значимость для современной культурологии, медиатеории и исследований цифровой культуры.

Библиография

1. Иванов Д. В. Виртуализация общества. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2000. – 96 с.
2. Каган М. С. Философия культуры. – СПб.: Петрополис, 1996. – 416 с.
3. Кириллова Н. Б. Медиакультура: теория, история, практика. – М.: Академический проект, 2008. – 496 с.
4. Кондаков И. В. Культура России. – М.: Книжный дом «Университет», 2007. – 360 с.
5. Костина А. В. Массовая культура: аспекты понимания. – М.: ЛКИ, 2008. – 304 с.
6. Розин В. М. Визуальная культура и восприятие. – М.: URSS, 2016. – 272 с.
7. Симакова С. И. Клиповизация мышления у молодежи как следствие развития визуальных коммуникаций в СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klipovizatsiya-myshleniya-u-molodezhi-kak-sledstvie-razvitiya-vizualnyh-kommunikatsiy-v-smi>

8. Флиер А. Я. Культурология для культурологов. – М.: Академический проект, 2002. – 492 с.
9. Хренов Н. А. Человек играющий в русской культуре. – М.: Indrik, 2005. – 352 с.
10. Carr N. The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains. – New York: W. W. Norton & Company, 2020. – 320 p.
11. Chiossi F., Haliburton L., Ou C. et al. Short-Form Videos Degrade Our Capacity to Retain Intentions: Effect of Context Switching on Prospective Memory. – URL: <https://arxiv.org/abs/2302.03714> .
12. Cıttın Y. The Ecology of Attention. – Cambridge: Polity Press, 2017. – 240 p.
13. Törnberg P. How Platforms Govern: Social Regulation in Digital Capitalism // Social Media + Society. – URL: <https://journals.sagepub.com/doi/> .
14. van Dijck J. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. – Oxford: Oxford University Press, 2021. – 240 p.
15. Zannettou S., Nemeth O., Ayalon O. et al. Analyzing User Engagement with TikTok's Short Format Video Recommendations using Data Donations. – URL: <https://arxiv.org/abs/2301.04945> .

Culture of Digital Attention: Transformation of Perception Mechanisms in Modern Mass Culture

Vladislav A. Ardilyan

Postgraduate Student,
Synergy University,
129110, 9/1, Meshchanskaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: v.ardilyan@gmail.com

Abstract

The relevance of the study is conditioned by the transformation of perception mechanisms in the context of the digitalization of modern mass culture and the increasing influence of the algorithmized media environment on attention practices. The aim of the article is to identify the features of the culture of digital attention and to analyze changes in cognitive models of information perception in modern media communication. The methodological basis of the study comprised culturological analysis, the media-cultural approach, discursive analysis, and the comparative-historical method, which made it possible to examine digital attention as a complex sociocultural phenomenon. As a result of the study, it is established that digital platforms and social networks contribute to the spread of clip perception, the reduction of sustained concentration of attention, and the dominance of visually fragmentary forms of communication. It is revealed that the algorithms of media platforms form models of accelerated content consumption and emotionally oriented interaction with information. Particular attention is paid to the influence of short video platforms on the transformation of media consumption practices. The scientific novelty of the work consists in considering the culture of digital attention as an independent mechanism for the transformation of modern mass culture. The practical significance of the study lies in the possibility of using the results in the study of media culture, digital communication, and modern cultural practices.

For citation

Ardilyan V.A. (2026) Kul'tura tsifrovogo vnimaniya: transformatsiya mekhanizmov vospriyatiya v sovremennoy massovoy kul'ture [Culture of Digital Attention: Transformation of Perception Mechanisms in Modern Mass Culture]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 16 (4A), pp. 177-189. DOI: 10.34670/AR.2026.41.33.019

Keywords

Digital culture, digital attention, mass culture, media environment, digital platforms, perception mechanisms, clip thinking, algorithmization, visual communication, media consumption, cultural practices, digital communication.

References

1. Carr, N. (2020). *The shallows: What the internet is doing to our brains*. New York: W. W. Norton & Company.
2. Chiossi, F., Haliburton, L., Ou, C., et al. (2023). Short-form videos degrade our capacity to retain intentions: Effect of context switching on prospective memory. *arXiv*. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2302.03714>
3. Citton, Y. (2017). *The ecology of attention*. Cambridge: Polity Press.
4. Flier, A. Ya. (2002). *Kulturologiya dlya kulturologov* [Cultural studies for culturologists]. Moscow: Akademicheskii proekt.
5. Ivanov, D. V. (2000). *Virtualizatsiya obshchestva* [Virtualization of society]. St. Petersburg: Peterburgskoe Vostokovedenie.
6. Kagan, M. S. (1996). *Filosofiya kultury* [Philosophy of culture]. St. Petersburg: Petropolis.
7. Kirillova, N. B. (2008). *Mediakultura: teoriya, istoriya, praktika* [Media culture: theory, history, practice]. Moscow: Akademicheskii proekt.
8. Kondakov, I. V. (2007). *Kultura Rossii* [Culture of Russia]. Moscow: Knizhnyy dom «Universitet».
9. Kostina, A. V. (2008). *Massovaya kultura: aspekty ponimaniya* [Mass culture: aspects of understanding]. Moscow: LKI.
10. Khrenov, N. A. (2005). *Chelovek igrayushchiy v russkoy kulture* [Playing man in Russian culture]. Moscow: Indrik.
11. Rozin, V. M. (2016). *Vizualnaya kultura i vospriyatie* [Visual culture and perception]. Moscow: URSS.
12. Simakova, S. I. (2026) Klipovizatsiya myshleniya u molodezhi kak sledstvie razvitiya vizualnykh kommunikatsiy v SMI [Clip thinking in youth as a consequence of the development of visual communications in the media]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/klipovizatsiya-myshleniya-u-molodezhi-kak-sledstvie-razvitiya-vizualnyh-kommunikatsiy-v-smi>
13. Törnberg, P. (2026) How platforms govern: Social regulation in digital capitalism. *Social Media + Society*. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/>
14. van Dijck, J. (2021). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press.
15. Zannettou, S., Nemeth, O., Ayalon, O., et al. (2023). Analyzing user engagement with TikTok's short format video recommendations using data donations. *arXiv*. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2301.04945>