

УДК 004

DOI: 10.34670/AR.2020.63.92.031

Внимание людей – важнейший ресурс XXI века**Мурзаев Хамзат Ахмедович**

Студент,
Чеченский государственный университет,
364049, Российская Федерация, Грозный, ул. Кирова, 47;
e-mail: murzaev.khamzat@bk.ru

Магомедов Ислам Арбиевич

Ассистент,
кафедра программирования и инфокоммуникационных технологий,
Чеченский государственный университет,
364049, Российская Федерация, Грозный, ул. Кирова, 47;
e-mail: ismwork@mail.ru

Аннотация

В данной статье поднимается достаточно новая, но при этом немаловажная тема экономики внимания. Описаны базовые идеи и принципы экономики внимания. Говорится о необходимости правильной фокусировки внимания для плодотворного потребления необходимой информации. Актуальность исследования заключается в непростой ситуации, которая сложилась в наши дни. Каждый человек сегодня сталкивается с огромным потоком различной информации, зачастую не совсем полезной. За один день генерируются объемы, которые еще лет пятнадцать назад генерировались в рамках десятилетий. Исходя из этого, можно смело утверждать, что большое количество людей находятся в социальной группе индивидов, тратящих существенные временные ресурсы в Интернете и социальных сетях. Это отражается на всех сферах, будь то экономика, образование или социально-культурная среда. Однако среди этих больших выбросов информации есть и полезные ресурсы, которые способны менять нашу жизнь к лучшему. Отсюда вытекает значимая проблема – фокусировка внимания людей на плодотворном времяпрепровождении.

Для цитирования в научных исследованиях

Мурзаев Х.А., Магомедов И.А. Внимание людей – важнейший ресурс XXI века // Педагогический журнал. 2020. Т. 10. № 2А. С. 253-257. DOI: 10.34670/AR.2020.63.92.031

Ключевые слова

Экономика внимания, информационные технологии, влияние социальных сетей, гаджет, ресурс.

Введение

Сегодня уже ни для кого не новость, что информационные технологии являются очень важной частью жизни современного человека. Люди живут в окружении гаджетов, которые призваны упростить их жизнь. Однако в последние годы гаджеты стали забирать у человека один из самых важнейших его ресурсов – внимание. Внимание людей – один самых важных ресурсов XXI века, к тому же один из самых ограниченных.

Ученые доказали, что в среднем в день у человека есть всего несколько часов для того, чтобы сконцентрироваться и сделать что-то важное.

Если раньше мировая экономика строилась вокруг еды, земли, капитала или добычи нефти, то теперь большая ее часть строится вокруг внимания людей, которое все быстрее и быстрее становится одним из самых ограниченных ресурсов. Такую экономику также называют экономикой внимания.

Базовые идеи экономики внимания относительно просты. Являясь экономикой, она предлагает рынок, на котором пользователи соглашаются платить за предоставляемые сервисы своим вниманием. Конечной целью является, конечно же, продажа чего-либо потребителям, но эта продажа необязательно будет прямой или сиюминутной. Например, новостные потоки хорошо иллюстрируют это положение. Они требуют от пользователей их внимания в обмен на возможность показа рекламы. Поисковые движки действуют подобным образом: они показывают рекламу в обмен на помощь в нахождении ответов онлайн.

Дефицит внимания

Для того чтобы понять, почему так происходит, нужно разобраться в данном вопросе более детально. В начале XIX века произошло кое-что очень важное: газеты стали очень и очень дешевыми. И это, естественно, произошло не просто так, ведь вместо того, чтобы продавать газеты по высокой цене, можно продавать их по очень низкой цене или даже продавать их бесплатно и получать гораздо больше денег на рекламе, которая будет размещаться в этих газетах. Получается, что такая модель продажи газеты уже не является обменом информации на деньги, она является обменом внимания на деньги. Естественно, в такой модели клиентами являются не читатели газет, а компании рекламодателей [Васильчикова, 2017].

Если внимание человека будет постоянно приковано к определенным брендам, человек сам и купит, и продаст эти бренды своим родным и близким. Сегодня газеты заменили на поисковики, новостные сайты и социальные сети. За вниманием людей теперь охотятся как простые блогеры, так и крупные компании в сфере информационных технологий (Facebook, Google, Mail. ru, Yandex).

Многие даже называют внимание новой нефтью, так как, например, управляющая компания Alphabet зарабатывает на 10 млрд долларов больше, чем самая крупная американская нефтяная компания ExxonMobil. В 1997 году экономика онлайн-рекламы составляла 900 млн долларов, а к концу 2019 года – больше 300 млрд долларов. Также в 2019 году во многих странах цифровая реклама опередила печатную и телевизионную рекламу.

Онлайн-компании, которые 20-30 лет назад еще не существовали, сейчас являются одними из самых влиятельных в мире. Причина такого экономического процесса – внимание людей. У всех крупных онлайн-компаний с каждым годом все лучше и лучше получается захватывать внимание людей. Очень большое количество людей трудятся над этим, есть даже специальная

должность «attention engineer» (инженер внимания), задача которого заключается том, чтобы сделать людей абсолютными пользователями гаджетов.

Из-за гигантского количества информации в Интернете сама информация очень быстро обесценивается и устаревает, что приводит к закону об информации, который впервые сформулировал Герберт Саймон: «Стремительный рост объема информации вызывает дефицит внимания» [Иванов, 2003]. Именно поэтому Герберт не следил за новостями, поскольку считал, что, если случится что-то действительно важное, ему об этом обязательно кто-то расскажет. Именно поэтому современное образование ищет новые подходы к обучению, ведь в перенасыщенной информацией среде теряется самое главное – внимание учащихся.

Если информацию можно упаковать, например, в книгу, учебник, видеокурс, то с вниманием этого сделать нельзя, ведь его можно увеличивать только с помощью числа пользователей, зрителей и т. д. Наиболее богатыми по объему внимания являются, безусловно, развлекательные и креативные индустрии (куда также входят и социальные сети) [Магомадов, 2019]. Кино, музыка, телевидение, культура – все эти сферы полностью зависят от того, насколько эффективно они привлекают внимание. Вот почему развитые страны чаще инвестируют в развлекательные и креативные индустрии, а Голливуд, например, проводит нейроисследования, чтобы уже на этапе производства какого-либо фильма прогнозировать примерный объем внимания со стороны выбранной аудитории.

Когда такие социальные сети, как Facebook или ВКонтакте, впервые начали свою работу, это были действительно прорывные для того времени сервисы, а вместе с этим простые и ненавязчивые (добавление друзей, чтение новостей, написание своих новостей). Первый айфон (iPhone 2G), по сути, являлся всего лишь плеером с возможностью звонить и пользоваться электронной почтой. Тогда все перечисленное было инструментами, которые упрощали людям жизнь и экономили их время, а не занимали его. В 2007 году эти инструменты были доступны не всем людям, а многим они и вовсе не были нужны.

Однако всего 13 лет спустя статистика использования смартфонов составила больше 36% (т. е. каждый третий человек на земле пользуется смартфоном), хотя в 2011 году этот показатель был равен 11%. Но если взять отдельно развитые страны, то там процент использования смартфонов составляет около 70%, пользователи тратят в среднем больше трех часов в день на социальные сети [Менциев, Чебиева, 2019].

В современном мире, когда большинство профессий завязано на компьютерах, технологиях и на статическом сидении в малоподвижной позе, огромное количество пользователей допускают ошибку: они отдыхают так же, как и работают. Проще говоря, люди используют компьютеры, смартфоны, социальные сети и прочие технологии как для работы, так и для отдыха, их мозг не чувствует разницы.

Заключение

В заключение хотелось бы подчеркнуть, как важно в современном мире уметь правильно фильтровать потребляемую информацию, а также уметь отдыхать от нее. Как уже было сказано, внимание людей является одним из самых ограниченных ресурсов и сегодня, как никогда раньше, нужно уметь фокусировать внимание на действительно важных вещах.

Задача состоит не только в том, чтобы самому оптимизировать свое внимание и время, но и в том, чтобы поддерживать эту идею в обществе, помогать молодому поколению преодолевать подобные проблемы.

Библиография

1. Бердышев С. Н. Информационный маркетинг. М. : Дашков и К, 2012. 216 с.
2. Васильчикова Н. В. «Валюта участия» как стоимость потребительского внимания // Молодой ученый. 2017. № 4 (138). С. 424-428.
3. Иванов И. П. В глубины воспитания. СПб. : Созидание, 2003. 504 с.
4. Иванова Л. А. Будущее в настоящем. СПб., 1998. 200 с.
5. Магомадов В. С. Исследование роли новейших информационных технологий в экономике совместного использования // ФГУ SCIENCE. 2019. С. 130-134.
6. Магомадов В. С. Применение искусственного интеллекта в сфере обслуживания клиентов // В сборнике: Фундаментальные и прикладные разработки в области технических и физико-математических наук. Казань, 2018. С. 183-184.
7. Магомедов И. А., Ашаханова М. З. LIOT: бизнес будущего // Известия Чеченского государственного университета. 2019. № 11. С. 24-28.
8. Мендиев А. У., Чебиева Х. С. Современные угрозы безопасности в сети Интернет и контрмеры (обзор) // Инженерный вестник Дона. 2019. № 3 (54). С. 16-19.
9. Ньюфельд Г., Матэ Г. Не упускайте своих детей. М. : Ресурс, 2012. 377 с.
10. Эванс Д. Интернет вещей: как изменится вся наша жизнь на очередном этапе развития сети // Компания Cisco Systems. 2011. URL: <http://www.cisco.com/web/RU/news/releases/txt/2011/062711d.html>

People's attention is the most important resource of the 21st century

Khamzat A. Murzaev

Student,
Chechen State University,
364049, 47 Kirova st., Grozny, Russian Federation;
e-mail: murzaev.khamzat@bk.ru

Islam A. Magomedov

Assistant,
Department of programming and information and communication technologies,
Chechen State University,
364049, 47 Kirova st., Grozny, Russian Federation;
e-mail: ismwork@mail.ru

Abstract

This article raises a fairly new, but important topic of the economics of attention. The basic ideas and principles of the attention economy are described. The authors say about the need for proper focus of attention for the fruitful consumption of necessary information. The relevance of the research lies in the difficult situation that has developed in our days. Every person today is faced with a huge flow of different information, often not very useful. In one day, we generate volumes that were generated for decades fifteen years ago. Based on this, we can safely say that a large number of people are in a social group of individuals who spend significant time resources on the Internet and social networks. This affects all areas, whether it is the economy, education or the socio-cultural environment. However, among these large outflows of information, there are also useful resources that can change our lives for the better. This leads to a significant problem – focusing

people's attention on a productive pastime. The task is not only to optimize your own attention and time, but also to support this idea in society and help the younger generation overcome such problems.

For citation

Murzaev Kh.A., Magomedov I.A. (2020) Vnimanie lyudei – vazhneishii resurs XXI veka [People's attention is the most important resource of the 21st century]. *Pedagogicheskii zhurnal* [Pedagogical Journal], 10 (2A), pp. 253-257. DOI: 10.34670/AR.2020.63.92.031

Keywords

Economics of attention, information technologies, influence of social networks, gadget, resource.

References

1. Berdyshev S. N. (2012) *Informatsionnyi marketing* [Information marketing]. Moscow: Dashkov i K Publ.
2. Evans D. (2011) Internet veshchei: kak izmenitsya vsya nasha zhizn' na ocherednom etape razvitiya seti. [the Internet of things: how our entire life will change at the next stage of network development]. *Kompaniya Cisco Systems* [Cisco Systems Company]. Available at: <http://www.cisco.com/web/RU/news/releases/txt/2011/062711d.html> [Accessed 12/05/2020].
3. Ivanov I. P. (2003) *V glubiny vospitaniya* [In the depths of education]. Saint Petersburg: Sozidanie Publ.
4. Ivanova L. A. (1998) *Budushchee v nastoyashchem* [The future in the present]. n]. Saint Petersburg.
5. Magomadov V. S. (2019) Issledovanie roli noveishikh informatsionnykh tekhnologii v ekonomike sovmestnogo ispol'zovaniya [Research of the role of the latest information technologies in the economy of joint use]. *FGU SCIENCE*, pp. 130-134.
6. Magomadov V. S. (2018) Primenenie iskusstvennogo intellekta v sfere obsluzhivaniya klientov [The application of artificial intelligence in the sphere of customer service]. In: *Fundamental'nye i prikladnye razrabotki v oblasti tekhnicheskikh i fiziko-matematicheskikh nauk* [Fundamental and applied developments in the field of technical and physical and mathematical sciences]. Kazan', pp. 183-184.
7. Magomedov I. A., Ashakhanova M. Z. (2019) IIOT: biznes budushchego [IIOT: business of the future]. *Izvestiya Chechenskogo gosudarstvennogo universiteta* [News of Chechen State University], 11, pp. 24-28.
8. Mentsiev A. U., Chebieva Kh. S. (2019) Sovremennye ugrozy bezopasnosti v seti Internet i kontrmery (obzor) [Modern security threats in the Internet and countermeasures (review)]. *Inzhenernyi vestnik Dona* [Engineering Bulletin of the Don], 3 (54). pp. 16-19.
9. N'yufel'd G., Mate G. (2012) *Ne upuskajte svoikh detei* [Don't miss your children]. Moscow: Resurs Publ.
10. Vasil'chikova N. V. (2017) "Valyuta uchastiya" kak stoimost' potrebitel'skogo vnimaniya ["Participation currency" as the cost of consumer attention]. *Molodoi uchenyi* [Young scientist], 4 (138), pp. 424-428.