

Ивашко Арина Андреевна

студентка

ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный
педагогический университет им. И.Н. Ульянова»

г. Ульяновск, Ульяновская область

ЭКОНОМИКА ВНИМАНИЯ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ВРЕМЕНИ В КЛЮЧЕВОЙ РЕСУРС ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ

***Аннотация:** в статье рассматривается феномен экономики внимания как одного из наиболее значимых направлений развития современной экономической теории в условиях цифровизации общества. Исследуются причины роста ценности человеческого внимания, механизмы его коммерциализации в деятельности цифровых платформ, влияние алгоритмов персонализации на поведение потребителей, а также социально-экономические последствия конкуренции за пользовательское время. Делается вывод о том, что в XXI веке внимание человека становится стратегическим ресурсом, сопоставимым по значимости с капиталом, информацией и технологиями.*

***Ключевые слова:** экономика внимания, цифровая экономика, человеческий капитал, цифровые платформы, потребительское поведение, реклама, алгоритмы, рынок данных.*

XXI век характеризуется переходом мировой экономики к новой модели развития, основанной на знаниях, технологиях и цифровых коммуникациях. Если в индустриальную эпоху основными факторами производства выступали земля, труд и капитал, то в постиндустриальном обществе возрастает роль информации, инноваций и человеческого времени. В данных условиях особую научную и практическую значимость приобретает феномен экономики внимания.

Понятие экономики внимания отражает систему отношений, при которой ограниченным и наиболее ценным ресурсом становится способность человека концентрироваться на определенном объекте, информации или действии. Современный человек ежедневно сталкивается с огромным объемом данных:

новостями, рекламой, видеоконтентом, сообщениями, уведомлениями и цифровыми сервисами. Однако возможности восприятия информации остаются ограниченными. Следовательно, внимание становится дефицитным ресурсом, за который ведется активная конкурентная борьба.

Экономическая сущность внимания заключается в его способности преобразовываться в доход. Чем больше времени пользователь проводит на платформе, тем выше вероятность совершения покупки, просмотра рекламы, оформления подписки или передачи персональных данных для дальнейшего анализа. Таким образом, внимание перестает быть исключительно психологической категорией и становится экономическим активом.

Наиболее ярко данная тенденция проявляется в деятельности цифровых платформ. Социальные сети, видеохостинги, поисковые системы и маркетплейсы выстраивают бизнес-модели, основанные на максимальном вовлечении аудитории. Для достижения этой цели используются алгоритмы персонализации контента, автоматические рекомендации, push-уведомления, бесконечная лента публикаций и игровые механики взаимодействия с пользователем.

Алгоритмы рекомендаций стали одним из ключевых инструментов экономики внимания. Они анализируют историю просмотров, интересы, геолокацию, поисковые запросы и поведенческие характеристики человека. На основе полученных данных формируется индивидуальный информационный поток, способный удерживать пользователя максимально долго. Это повышает удобство сервиса, но одновременно усиливает зависимость человека от цифровой среды.

Следует отметить, что экономика внимания тесно связана с современным рекламным рынком. Рекламодатели заинтересованы не просто в размещении объявлений, а в получении реального пользовательского интереса. Именно поэтому стоимость рекламы определяется числом просмотров, переходов, временем удержания аудитории и уровнем вовлеченности. Внимание пользователя становится измеряемым показателем, который имеет рыночную стоимость.

Значительное влияние экономика внимания оказывает на структуру потребления. Под воздействием цифровых платформ человек чаще принимает

импульсивные решения, ориентируется на визуально привлекательный контент и доверяет рекомендациям лидеров мнений. Социальные сети формируют спрос на товары и услуги быстрее традиционных каналов продвижения. Один популярный видеоролик способен обеспечить компании многомиллионные продажи за короткий период времени.

Одновременно наблюдается трансформация рынка труда. Возникают новые профессии: контент-менеджер, таргетолог, SMM-специалист, аналитик пользовательского поведения, digital-маркетолог. Их деятельность направлена на привлечение, удержание и монетизацию внимания аудитории. Следовательно, экономика внимания влияет не только на потребление, но и на занятость населения.

Кроме того, экономика внимания оказывает существенное влияние на систему образования. Современные студенты и школьники получают информацию не только из учебников и лекций, но и через цифровые платформы, видеохостинги, образовательные приложения и социальные сети. Это расширяет доступ к знаниям, однако одновременно формирует привычку к быстрому восприятию короткого контента. В результате снижается интерес к длительному изучению сложных материалов, требующих концентрации внимания и аналитического мышления.

Следует отметить, что экономика внимания изменила и медиасферу. Если ранее основным критерием успешности средств массовой информации являлось качество аналитики и достоверность материалов, то сегодня важную роль играют скорость подачи информации, яркость заголовков и способность вызвать эмоциональную реакцию аудитории. По этой причине многие медиа ориентируются на создание контента, способного быстро привлечь внимание пользователя.

Особое место в экономике внимания занимают блогеры и лидеры общественного мнения. Они становятся посредниками между брендом и потребителем, формируя доверие аудитории. Компании активно используют сотрудничество с блогерами для продвижения товаров и услуг, поскольку рекомендации известных личностей воспринимаются более естественно, чем традиционная

реклама. Таким образом, личная популярность и внимание подписчиков становятся самостоятельным экономическим капиталом.

Однако развитие рассматриваемого феномена сопровождается рядом рисков. Прежде всего это информационная перегрузка, снижение способности к длительной концентрации и рост зависимости от цифровых сервисов. Пользователь вынужден постоянно распределять внимание между множеством сигналов, что снижает продуктивность труда и качество отдыха. Дополнительной проблемой является формирование информационных пузырей, когда алгоритмы демонстрируют человеку преимущественно схожие взгляды и интересы.

Необходимо учитывать и этическую сторону рассматриваемой проблемы. Некоторые цифровые сервисы используют психологические механизмы удержания пользователя: постоянные уведомления, ограниченные предложения, эффект новизны и социального одобрения. Это может способствовать формированию зависимости от цифровых платформ и нерациональному использованию времени. Поэтому возрастает значение правового регулирования цифровой среды и защиты интересов пользователей.

С точки зрения макроэкономики экономика внимания способствует росту сектора цифровых услуг, развитию электронной коммерции и ускорению оборота капитала. Компании получают возможность быстрее взаимодействовать с потребителем, снижать транзакционные издержки и точнее прогнозировать спрос. Это повышает эффективность бизнеса и стимулирует инновационное развитие.

Для России данная тенденция также имеет существенное значение. Активное распространение отечественных цифровых платформ, маркетплейсов, онлайн-банкинга и образовательных сервисов подтверждает рост экономики внимания в национальном масштабе. Конкурентоспособность российских компаний во многом зависит от способности создавать качественный цифровой продукт и удерживать интерес пользователей.

В будущем экономика внимания может стать еще более масштабным явлением. Развитие метавселенных, технологий дополненной реальности и интеллектуальных помощников создаст новые формы взаимодействия бизнеса и

потребителя. Компании будут бороться не только за экранное время пользователя, но и за его присутствие в виртуальной среде, эмоциональную вовлеченность и лояльность бренду.

В перспективе значение внимания как экономического ресурса будет только возрастать. Развитие искусственного интеллекта, виртуальной реальности и нейросетевых технологий усилит персонализацию цифровой среды и повысит конкуренцию за пользовательское время. В данных условиях особую роль приобретут цифровая грамотность населения, самоконтроль и рациональное управление информационными потоками.

Таким образом, экономика внимания представляет собой закономерный этап эволюции современной рыночной системы. В XXI веке внимание человека становится стратегическим ресурсом, способным приносить прибыль, формировать спрос и определять конкурентные преимущества компаний. Вместе с тем эффективное развитие данной модели требует соблюдения баланса между коммерческими интересами бизнеса и сохранением качества жизни общества.

Список литературы

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: Изд. дом ВШЭ, 2020.
2. Котлер Ф. Маркетинг 4.0: от традиционного к цифровому / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван. – М.: Эксмо, 2022.
3. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М.: АСТ, 2021.
4. Davenport T., Beck J. The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business. Boston: Harvard Business School Press, 2001.
5. OECD. Digital Economy Outlook 2024. Paris: OECD Publishing, 2024.
6. World Bank. World Development Report: Data for Better Lives. Washington, 2024.