

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»

На правах рукописи



Калайкова Юлия Владимировна

**СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ ВЫБОРА
В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ**

5.10.1. – Теория и история культуры, искусства

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата культурологии

Екатеринбург – 2024

Работа выполнена на кафедре культурологии и дизайна Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»

Научный руководитель:

доктор культурологии, доцент
Панкина Марина Владимировна

Официальные оппоненты:

Прокудин Дмитрий Евгеньевич,
доктор философских наук, доцент, ФГБОУ ВО
«Санкт-Петербургский государственный
университет», доцент кафедры философии
науки и техники

Тузовский Иван Дмитриевич,
доктор культурологии, доцент, ФГБОУ ВО
«Челябинский государственный институт
культуры», доцент кафедры философии
и культурологии


Шлыкова Ольга Владимировна,
доктор культурологии, профессор, ФГБОУ ВО
«Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте
Российской Федерации» (г. Москва),
профессор кафедры ЮНЕСКО

Защита состоится «23» января 2024 г. в 11:00 часов на заседании диссертационного совета УрФУ 5.10.10.24 по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, зал диссертационных советов (к. 248).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», <https://dissovet2.urfu.ru/mod/data/view.php?d=12&rid=5489>

Автореферат разослан «___» _____ 2023 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
доктор культурологии, доцент


М. В. Панкина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Возможность, равно как и необходимость постоянно совершать выбор — одна из ключевых специфических особенностей поведения человека, его взаимоотношения с окружающим миром. В современную эпоху проблема выбора доведена до максимально реализуемых в истории человечества масштабов — по актуальности, разнообразию и значимости. Идея свободного выбора фундирует базовые ценности современной западной культуры: индивидуализма, гуманизма, автономии и прогресса, самовыражения и самореализации, рационализма и инструментализма. Политика неолиберализма с развитой конкурентной средой, растущим разнообразием благ и возможных способов реализации жизненных сценариев делает выбор неотъемлемой константой социального существования миллиардов людей. Современному человеку представляются естественными условия пребывания в перманентном рефлексивном выборе еды и одежды, досуга, места жительства, работы, друзей и партнеров. Вера в свободный выбор имеет основополагающее значение для автономии и психического благополучия индивидов. Люди формируют собственную идентичность и определяют других через бесконечную череду сделанных выборов. При этом управление выбором во многом осуществляется посредством детерминированных культурой установок сознания.

Выбор как культурный механизм самореализации людей и их социального функционирования с развитием информационных технологий претерпевает инструментальные и концептуальные трансформации. Многочисленные способы производства и потребления информации постепенно видоизменяют практики совершения выбора, которые, в свою очередь, находят выражение в продуктах цифрового мира. Становятся цифровыми основания и инструменты выбора, модифицируются технологии управления выбором — и возникают соответствующие пользовательские реакции на эти технологии. Самобытные артефакты цифровой среды: элементы интерфейсов, цифровая архитектура выбора, алгоритмические системы рекомендаций, — играют значительную роль в концептуальной перестройке выбора. На фоне нового цифрового ландшафта в условиях информационной перегрузки меняются принципы принятия решений: оценка и анализ данных делегируется обезличенным системам, в основе которых лежат алгоритмы машинного обучения, а неоднородный доступ к информации и различие в навыках работы с цифровыми инструментами обуславливают цифровое неравенство. С формированием нового пользовательского опыта в отношении выбора влияние цифровой среды выходит далеко за ее пределы. Трансформируются ожидания от выбора и критерии привлекательности альтернатив, изменяются установки, детерминирующие выбор. Реконструированные представления о принципах принятия решений, используемых инструментах и механизмах выбора, в свою очередь, становятся индикатором новых социокультурных условий.

Несмотря на расширение диапазона альтернатив с появлением новых возможностей для выражения интересов и достижения целей пользователей, развитие информационных технологий всё более усиливает механизмы воздействия на совершаемый индивидами выбор. Утрачивается контроль и способность акторов принимать решения на основании установленных ими самими правил. Проблемное поле исследования определено противоречием между современными гуманистическими ценностями, в основе которых лежит индивидуальная свобода, самореализация и самоактуализация, и зависимостью процесса совершения выбора

от конструктивных особенностей цифровой среды, ограничивающих автономию пользователей. Актуальность исследования обусловлена необходимостью в теоретических разработках, расширяющих представление о характере воздействия информационных технологий на совершаемый пользователями выбор.

Степень разработанности темы исследования

Теоретической основой исследования проблемы социокультурных детерминант выбора в цифровой среде послужили источники, раскрывающие ее отдельные аспекты. Во-первых, литература, посвященная природе выбора, в частности, философским и социокультурным аспектам феномена выбора. Во-вторых, книги и научные статьи в области социологии культуры, описывающие взаимосвязь информационных технологий и выбора в социокультурном контексте. В-третьих, научные работы, в которых рассматриваются концепции культурной трансформации, связанные с распространением и развитием информационных технологий. В-четвертых, теоретические наработки, дающие представление о влиянии цифровых технологий на выбор в аспекте информационного обмена, в т.ч. исследования в области поведенческого дизайна и человеко-компьютерного взаимодействия.

Первая группа состоит из источников, посвященных исследованиям феномена выбора. Она, в свою очередь, делится на три подгруппы. Первую подгруппу составляют работы, рассматривающие проблематику выбора в рамках философского знания. Проблема выбора в философии ключевая — она связана с проблемами сознания, свободы, морали, ответственности и вины, поднимает вопросы о причинности, времени, субстанции, природе мотивации, личности и т. д. Зачастую человек в своем выборе представляется как управляемый непреодолимыми силами, пребывающими над ним или внутри него. Однако одни философы считают, что влияние обстоятельств непреодолимо, а субъективный опыт переживания выбора ничтожен и переходит в категорию эпифеномена (Т. Гоббс, П.-С. Лаплас, Б. Спиноза, А. Шопенгауэр и др.). В то время как другие постулируют реальность и значимость выбора в жизни человека, наделенного субъектностью. Во многом обуславливает характер выбора в современном обществе философия экзистенциализма, где индивид посредством выбора формирует себя и свои ценности и действует сообразно с ними. В позиции экзистенциальной философии выбор является основой существования индивидов (С. Кьеркегор), жизнь воспринимается как сумма выборов, и даже отказ от выбора трактуется как выбор (Ж.-П. Сартр). Анализ философских дискуссий необходим для выявления проблемных аспектов, возникающих в ходе выработки концепции выбора.

Во второй подгруппе располагаются социокультурные исследования, дающие представление о таких факторах выбора, как диспозитивы власти, социальные структуры и культурные нормы. Основы социокультурного подхода к исследованию выбора отражены в классической теории модернизации, где феномен выбора рассматривается как во многом сконструированный внешними по отношению к индивиду социальными и материальными силами (Э. Дюркгейм, М. Вебер, Т. Парсонс). П. Бурдьё в рамках диспозиционной теории, в свою очередь, подвергает критическому анализу миф свободного выбора, способствующий легитимизации существующей власти. Как главная характеристика современной культуры и основа формирования персональной идентичности идея свободного выбора раскрывается у теоретиков рефлексивной волны модернизации (Э. Гидденс, У. Бек, З. Бауман, С. Лэш и др.). Согласно данной теории, в традиционных обществах действия индивида и его выбор были детерминированы обычаями и правилами, однако в современном мире со снижением значимости традиций происходит реструктуризация поведения, основой

которого становятся индивидуальные интересы и потребности. Характер «несвободы» меняется и усложняется: *homo eligens* (З. Бауман) и *homo optionis* (У. Бек), вынужденный жить в вечно меняющемся мире с доступом к разнообразным источникам знаний, попадает в ловушку неизбежности состояния перманентного выбора.

Исследования третьей подгруппы представляют собой самостоятельный массив текстов, посвященных анализу феномена выбора в рамках социологии культуры. Данная тематика широко освещена через призму критической теории, разоблачающей присущий современной культуре миф свободного выбора (Ш. Айенгар, К. Гринфилд, М. Кларк, С. Леппер, Дж. Огден, Э. Розенталь, С. Розенфельд, Р. Салецл и др.). Актуальны исследования механизмов влияния культуры на совершаемый индивидами выбор (Е. Иллуз, М. Ламонт и др.), особенностей и последствий ситуации *гипервыбора* (Ф. Ларсене, Д. Г. Мик, Б. Шварц). Соответствующая проблематика раскрывается в аспекте изучения роли материальных объектов, опосредующих выбор (С. Вулгар, Д. Нейланд, К. А. Оверманн, О. Шварц и др.). Работы данной подгруппы раскрывают актуальные направления научной мысли, демонстрируют сложившиеся традиции понимания и изучения феномена выбора, методы его исследования, позволяют определить специфику выбора как социокультурного феномена.

Во вторую группу источников вошли научные труды по культурологии и исследованиям цифровых медиа. Авторы рассматривают культурную трансформацию, вызванную развитием информационных технологий и сети Интернет, в контексте общих норм, ценностей и практик. Описание особенностей перехода к компьютерным формам коммуникации, производства и распространения информации отражено в концепциях: компьютерной культуры Л. Мановича, культуры Интернета М. Кастельса, цифровой культуры Ч. Гира, культуры интерфейса С. Джонсона, киберкультуры П. Леви, электронной культуры М. Шварца и др. Феномен цифровой культуры был концептуализирован отечественными теоретиками новых медиа, в частности: О. Н. Астафьевой, Д. В. Галкиным, Е. В. Грунт, М. Ю. Гудовой, А. В. Дроздовой, Е. Е. Елькиной, Л. А. Заксом, Н. Б. Кирилловой, А. В. Костиной, И. Я. Мурзиной, Е. В. Никоноровой, Д. Е. Прокудиным, Н. Л. Соколовой, Е. Г. Соколовым, И. Д. Тузовским, Е. Н. Ярковой, О. В. Шлыковой, Е. И. Ярославцевой и др. И зарубежными исследователями — М. Андреевичем, Г. Д. Боллмером, М. Деузом и др. В данную группу вошли разработки в области цифровых и сетевых технологий и коммуникаций, образующие нарративное ядро современных концепций цифрового выбора: концепции социодинамических изменений современной культуры и общества, определения границ цифрового и нецифрового, онтологии цифровой среды (Д. Белл, Л. Лессиг, А. Маккензи, М. Маклюэн, Э. Тоффлер и др.). А также работы, посвященные социокультурным эффектам программного обеспечения (*software studies*) и технических устройств (STS). Цифровая культура предстает и как особая форма бытия, и как этап в культурном развитии, приводящий к формированию принципиально новой концепции выбора.

Третья группа состоит из широкого спектра материалов, посвященных социокультурному исследованию цифровых инструментов и механизмов, влияющих на пользовательский выбор: алгоритмической культуре (А. Гэллоуэй, Л. Д. Интрона, Н. Сивер, Т. Стрипхас и др.), агентности цифровых алгоритмов (Л. Селлард, С. Штайнер), ограничению свободы пользовательского выбора посредством алгоритмов (С. У. Нобл, В. Юбэнкс), связи алгоритмических систем с практиками совершения выбора (Дж. Кон, Т. Грэм), критике алгоритмических инструментов принятия решений (Т. Зарски), социотехническим аспектам формирования

алгоритмически индуцированного выбора (Д. М. Котляр), этнометодологии алгоритмов (М. Цивиц), эффекту *мудрости толпы* (Д. Гилмор, Дж. Суrowецки и др.), феномену *пузырей фильтров* (Э. Паризер, К. Санстейн), а также социокультурному потенциалу систем, работающих в парадигме *Веб 2.0* (Т. О'Райли и др.). Исследователи обращаются ко всевозможным частным аспектам организации цифрового выбора, при этом отсутствуют специальные комплексные исследования, посвященные влиянию цифровой среды на совершаемый пользователями выбор.

Дополняет источниковую базу четвертая группа междисциплинарных исследований, посвященных управлению действиями пользователей в цифровой среде. Это научные работы в сфере поведенческого дизайна (А. Г. Гринвальд, Д. Норман, Б. Дж. Фогг и др.), технологий цифрового выбора (К. Такер, Т. Грэм), социокультурных перспектив *теории подталкивания* (Р. Талер, К. Санстейн), в т. ч. *цифрового* и *гиперподталкивания* (С. Миллс, Х. С. Сетра, С. Шнайдер и др.). А также работы, посвященные особенностям и последствиям манипулятивного воздействия *темных паттернов* (А. Матур, Дж. Майер, А. Нараянан и др.). Данные исследования послужили основой выявления и систематизации инструментов и механизмов выбора в цифровой среде.

Несмотря на представленное разнообразие литературы, ее анализ показывает, что инструменты и механизмы цифровой среды, выраженные как социокультурные детерминанты выбора, на уровне культурологической концепции до сих пор не рассматривались.

Гипотеза исследования. Культура выступает в качестве одного из ключевых факторов выбора, формирует внешние условия выбора и его субъектные основания-детерминанты, включая особенности личной интерпретации происходящих событий, исходящей из установок индивида. Со становлением цифровой среды и сменой культурных парадигм происходит концептуальное изменение природы выбора, его сущностных характеристик: автономии, субъектности, рациональности, принципа базированности на знании. Инструменты и механизмы цифровой среды можно представить как подлежащие интерпретации продукты (элементы и компоненты) культуры, анализ которых позволит предвидеть результаты преднамеренного или непреднамеренного воздействия, оказываемого ими на пользовательский выбор.

Объект исследования — выбор как социокультурный феномен.

Предметом исследования являются социокультурные факторы, инструменты и механизмы пользовательского выбора в цифровой среде.

Цель исследования — выявить особенности социокультурных факторов и механизмов пользовательского выбора в цифровой среде, а также их влияние на выбор за ее пределами. В соответствии с целью исследования в работе поставлены и решены следующие задачи:

1. Концептуализировать феномен выбора путем анализа основных представлений о нем в гуманитарном знании.
2. Определить специфику выбора как социокультурного феномена, обосновать актуальность культурологического подхода при его рассмотрении.
3. Выявить и охарактеризовать социокультурные детерминанты выбора.
4. Проанализировать специфику пользовательского выбора в цифровой среде и показать конкретную роль ее компонентов в качестве факторов (инструментов и механизмов) пользовательского выбора.
5. Раскрыть основные особенности социокультурной трансформации выбора за пределами цифровой среды, обусловленные ее влиянием.

Хронологические рамки исследования: к. XVII–XXI вв. Полагается, что широкие социокультурные трансформации, которые приходится на становление и развитие культуры модернизма и сопровождаются заменой традиционных ценностей и убеждений ценностями инструментальной рациональности и эффективности, во многом определяют современные представления о выборе. С некоторыми допущениями можно утверждать, что типологические черты эпохи модернизма сохраняют актуальность в настоящее время. Характер цифровой трансформации выбора, в свою очередь, обусловлен сменой культурной парадигмы модернизма парадигмой цифровой культуры.

В эмпирическую базу с целью реализации метода кейсов включены, прежде всего, артефакты цифровой среды, созданные в период с 2000-х гг. по настоящее время — интерфейсы и элементы навигации мобильных приложений и веб-сайтов. Выбор эмпирической базы обусловлен качественным изменением инструментов и механизмов выбора, произошедшим в связи с появлением и распространением систем, работающих в парадигме Веб 2.0. Платформы Веб 2.0 характеризуются созданным пользователями контентом, активным социальным взаимодействием, партисипацией и персонализированным опытом. Предполагается, что сайты Веб 1.0 качественно не меняют подход к совершению выбора в цифровой среде, поскольку для них свойственно статичное содержание с ограниченной интерактивностью и преимущественно односторонней передачей информации.

Эмпирический материал охватывает:

- опросы и статистические данные, формирующие представление о поведении пользователей в цифровой среде и их отношении к цифровым продуктам;
- новостные статьи и публикации, посвященные последним достижениям в сфере информационных технологий;
- отраслевые отчеты и мнения экспертов, демонстрирующие влияние информационных технологий на стратегии управления пользовательским выбором;
- нормативные документы, регламентирующие и регулирующие использование поведенческих технологий.

Теоретико-методологическая база исследования

Методологическую основу исследования составляет *культурологический подход*, обеспечивающий анализ выбора как социокультурного феномена в разрезе различных типов культур. Культура в рамках данного исследования понимается как система детерминант, регуляторов и регулятивов (совокупность ценностей, норм, знаний, а также технологий и искусственно созданных предметов и устройств), которые оказывают на человека управленческое воздействие, предписывая ему определенные мысли, переживания и поведение. С целью обеспечения целостности и интегрированности гуманитарного знания мы прибегаем к *принципу междисциплинарности* с обращением к теориям и методам разных наук: философии, культурологии, социологии, психологии, теории принятия решений и теории дизайна.

Значимыми для исследования являются положения *акторно-сетевой теории (АСТ)* (Б. Латур, Дж. Ло, М. Каллон). Подход АСТ, основанный на выравнивании в онтологическом статусе людей и не-людей (в т. ч. технических объектов), позволяет включить, «вписать» субъекта и его выбор в системные объективные связи и взаимозависимости сложной социокультурной системы. В нем акцентируются главным образом закономерности, возникающие в результате взаимодействия множества акторов: культуры, людей и объектов цифровой среды (интерфейсов, программного кода, алгоритмов). В понимании особенностей выбора как феномена

современной культуры особую роль сыграли работы теоретиков рефлексивной волны модернизации: Э. Гидденса, У. Бека, З. Баумана, С. Лэша. Ключевыми в аспекте осмысления социокультурных трансформаций, вызванных процессом цифровизации человеческой жизнедеятельности, стали положения Ч. Гира с опорой на классификацию конститутивных черт цифровой культуры М. Деуза, а также характеристики эпохи информационной перегрузки М. Андреевича.

Для решения более конкретных задач был использован *метод абстрагирования* для отвлечения от иных (психологических, биологических, экономических) факторов выбора; *историко-генетический метод* — с целью понимания происхождения технических ресурсов, находящихся в распоряжении у совершающих выбор акторов, а также причин активации некоторых практик выбора; *методы обобщения, анализа и синтеза* теоретических источников по теме; *метод кейсов* для демонстрации возможностей конкретных интерактивных систем и их элементов в ситуациях пользовательского выбора. Детальное изучение культурных репертуаров выбора было реализовано посредством *компаративного анализа* практик совершения выбора в цифровой и нецифровой среде.

Научная новизна результатов исследования заключается в разработке теоретического аппарата анализа выбора как социокультурного феномена и его апробации на материале цифровой среды. Наиболее существенные научные результаты отражены в следующих положениях:

1. Представлен генезис исследований выбора в рамках социокультурного подхода, доказана актуальность культурологического подхода в рассмотрении данного феномена. Показана актуальность выбора как универсального культурантропологического феномена, неотъемлемого атрибута человеческого существования, возрастание его роли и значимости в качестве функционального механизма и основы формирования персональной идентичности в условиях современной культуры.

2. Выявлены и раскрыты социокультурные детерминанты выбора: внешние по отношению к индивиду (особенности среды выбора — информация, которую человек обрабатывает в настоящем) и внутренние (освоенная и интериоризированная индивидом культура).

3. Показано, что цифровая среда посредством своего устройства проблематизирует выбор, поднимая вопросы субъектности, рациональности, автономии и управления. Предлагается авторская концепция *пользовательского выбора*.

4. Определены и описаны инструменты и механизмы пользовательского выбора в цифровой среде: интерфейсные, алгоритмические и партисипативные.

5. Доказано, что влияние цифровой среды выходит далеко за ее пределы, формируя новый универсальный пользовательский опыт в отношении выбора, трансформируя ожидания от выбора и представления о критериях оценки альтернатив.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Выбор как процесс и результат зиждется на культурных, социальных и психологических факторах, в основе которых лежат интериоризированные человеком знания, внешне распределенные между множеством социальных и материальных агентов. Процесс совершения выбора можно представить как культурную практику — культурно-специфический способ действий, основанный на нормативности с опорой как на практические знания, так и на отражение действительности в сознании человека.

2. Для совершения выбора человеку необходимы конвенциональные основания: нормы, правила и принципы; ценности как иерархизированная система критериев оценки эффективности и приемлемости выполняемых действий; различные

материальные объекты, опосредующие выбор (в т. ч. наличествующие альтернативы, средства его осуществления, а также среда, в которой происходит выбор). Эти основания модифицируются для цифровой эпохи и созданной ею среды.

3. Информационно-компьютерная революция касается концептуального ядра выбора во всех его аспектах — основаниях, инструментах, содержаниях и формах. Происходит переосмысление его ключевых параметров: субъектности, рациональности, избирательности по принципу базированности на знании. Граница принципиально новой системы координат понятия *выбор* проходит по парадигмам культуры модернизма и цифровой культуры, основой которой является цифровая среда.

4. Интерфейсы цифровой среды оформляют поведение акторов и вместе с тем выражают социальный опыт совершения выбора. Организационная структура цифровой среды, элементы и принципы работы интерактивных систем инструментально обеспечивают пользовательский выбор как вид деятельности и обуславливают становление специфических способов его осуществления: алгоритмического и партисипативного.

5. Появляются новые инструменты и механизмы пользовательского выбора. Формируется особое пространство — динамическое и персонализированное, связанное с другими пользователями, — и новые подходы к его организации (цифровые подталкивания и темные паттерны). Алгоритмические системы позволяют автоматизировать отбор информации, генерировать персональные рекомендации на основе цифровых следов пользователя. Партисипативные способы оценки — отзывы, комментарии, обзоры, системы рейтингов — задают новые критерии выбора.

6. Опыт совершения пользовательского выбора трансформирует технологии выбора как информационного процесса и установки, детерминирующие выбор, совершаемый индивидом за пределами цифровой среды. Цифровизация стирает границы ситуаций, в которых акторы делают выбор. Формируется пользовательский опыт в отношении выбора: меняются ожидания от выбора; представления о привлекательности альтернатив и критериях их оценки; принципах принятия решений; используемых инструментах и механизмах выбора.

Теоретическая и практическая значимость исследования

Диссертационное исследование способствует развитию научных изысканий в сфере digital studies — дополняет работы в области изучения цифровых инструментов и практик. Впервые представлен анализ зарубежных исследований проблематики выбора в рамках культурологической парадигмы, раскрывающий актуальные направления научной мысли. Разработанный теоретический инструментарий может быть применен для анализа феномена выбора в иных культурных контекстах, исторических эпохах и средах. Результаты исследования могут послужить базой дальнейших научных разработок со следующими целями: определение различий в пользовательском опыте совершения выбора у представителей разных национальных культур; изучение проблемы цифрового неравенства в аспекте совершения выбора; рассмотрение распределения диспозитивов власти и этических аспектов технологий пользовательского выбора в цифровой среде; детальное изучение культурных репертуаров выбора в разных сферах и др.

Имплементация результатов исследования в область прикладной культурологии будет способствовать повышению цифровой грамотности населения, формированию навыков критического восприятия цифрового контента и распознавания технологий поведенческого дизайна. Полученные выводы способны послужить базой для проведения этической экспертизы объектов цифровой среды. Материалы диссертации

могут быть использованы: при подготовке широкого спектра курсов по культурологии, психологии, теории дизайна, посвященных изучению культуры выбора, цифровой культуры; в качестве основы формирования учебного материала программы подготовки специалистов в сфере проектирования объектов цифровой среды. Данное исследование имеет практическую значимость для специалистов, работающих в сферах педагогики, маркетинга, дизайна, проектирования сложных информационных систем — с целью рационализации и оптимизации профессиональной деятельности.

Степень достоверности результатов исследования обеспечивается: обращением к обширной теоретической базе, представляющей собой совокупность культурологической, социологической, психологической, философской литературы, а также исследований в сфере экономики, теории принятия решений, маркетинга и теории дизайна, позволяющих осветить различные аспекты исследуемого вопроса; использованием обширного эмпирического материала; методологической оснащённостью исследования, соответствующей поставленным целям и задачам, структуре и содержанию работы.

Апробация результатов исследования

Основные положения и результаты диссертационного исследования докладывались на международных, всероссийских и межвузовских конференциях. Среди них: Международная НПК «Инновации и инновационные технологии в науке» 10 апреля 2016 г., Москва; Международная НПК «Современные технологии и методики в архитектурно-художественном образовании» 21–22 сентября 2016 г., Новосибирск; Международный НМС «Совершенствование гуманитарных технологий в образовательном пространстве вуза: факторы, проблемы, перспективы» 15 марта 2017 г., Екатеринбург; Международная НПК «Философия и культура информационного общества» 26–28 октября 2017 г., Санкт-Петербург; Международный форум «Культура и экология — основы устойчивого развития России. Человеческий капитал как ключевой ресурс зеленой экономики» 13–16 апреля 2018 г., Екатеринбург; Международная НПК «Информация и образование: границы коммуникаций» 6–9 июля 2020 г., Горно-Алтайск; Международная конференция «Вопросы экспертизы в области культуры, искусства, дизайна» 20–22 октября 2020 г., Екатеринбург; Международная НПК «Коммуникационные тренды в эпоху постграмотности: полилингвизм, мультимодальность и поликультурность как предпосылки новой креативности» 26–28 ноября 2020 г., Екатеринбург; НМС «Совершенствование гуманитарных технологий в образовательном пространстве вуза: факторы, проблемы, перспективы» 17–19 марта 2021 г., Екатеринбург; «Второй российский эстетический конгресс» 1–3 июля 2021 г., Екатеринбург; Международная НПК «Современные научные гипотезы и прогнозы: от теории к практике», 30–31 августа 2021 г., Санкт-Петербург; Международная конференция «Вопросы экспертизы в области культуры, искусства, дизайна» 12–14 октября 2022 г., Екатеринбург; Седьмой Международный молодежный конвент УрФУ «Гуманитарное знание и современные технологии: стратегии, практики, перспективы» 23–25 марта 2023 г., Екатеринбург; Международная НПК «Новые тенденции в системе современного культурологического образования как основы мировоззренческой подготовки» 17 ноября 2023 г., Екатеринбург.

По теме диссертации опубликовано 13 статей и тезисов докладов, в том числе 5 статей в изданиях, рекомендованных ВАК РФ. Существенную роль в раскрытии темы диссертации играет личный опыт автора, для которого проектирование объектов цифровой среды (UX/UI-дизайн) является областью профессиональной деятельности.

Соответствие диссертации паспорту специальности

Основные положения диссертационного исследования напрямую связаны со следующими направлениями исследований паспорта научной специальности 5.10.1. — Теория и история культуры, искусства: 15. Возникновение и развитие исторически удаленных и современных феноменов культуры; 32. Культура и общество. Социокультурная динамика; 75. Медиакультура. Цифровая культура; 103. Концепции информационной культуры; 104. Роль цифровой среды в становлении новых культурных форм и практик.

Структура и объем работы

Диссертация состоит из введения, двух глав (по 3 параграфа каждая), заключения, списка литературы, включающего 245 наименований, списка иллюстративного материала, включающего 34 иллюстрации, и двух приложений. Каждую главу предваряет краткое изложение ее содержания, а завершает обзор полученных результатов. Общий объем работы составляет 173 страницы.

Обоснование структуры диссертации

Первая глава объединена задачей обоснования актуальности культурологического подхода в исследованиях выбора и выработки теоретико-методологической базы анализа социокультурных детерминант выбора. Вторая глава посвящена выявлению цифровых инструментов и механизмов, детерминирующих пользовательский выбор, и их влиянию на принимаемый индивидами выбор за пределами цифровой среды. Неоднозначность трактовки основного исследуемого понятия *выбор* обусловила необходимость дополнительного рассмотрения авторитетных концепций с целью выявления его категориального содержания и основных характеристик, что отражено в первом параграфе первой главы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе «Теоретические подходы к исследованию феномена выбора» осуществляется анализ теоретико-методологических оснований выбора как социокультурного феномена. Основными задачами главы являются: выработка адекватной концепции выбора, обоснование актуальности культурологического подхода при его рассмотрении, а также определение методологического аппарата исследования социокультурных детерминант выбора в цифровой среде.

В первом параграфе **«Проблема выбора в гуманитарном знании»** проанализировано многообразие подходов к определению выбора; устанавливаются границы использования понятия *выбор*; выявляются проблемные аспекты, возникающие в ходе выработки концепции выбора.

Для уточнения предмета исследования были выделены ключевые характеристики понятия *выбор*, накопленные многовековым опытом его обыденного и научного употребления, и прояснены некоторые концептуальные различия между понятиями *выбор* и *принятие решения*. Было показано, что *выбор* может охватывать как внешний контекст ситуации отбора (атрибуты наличествующих альтернатив и характеристики среды, в которой происходит выбор), так и внутреннюю реальность человека выбирающего (интериоризированные нормы, ценности, принципы, механизмы принятия решений). Основная проблема концептуализации выбора заключается в разнообразии философских и теоретико-методологических позиций. Обозначены противоречивые аспекты феномена выбора, возникающие из проблем воли, сознания, не-человеческих сущностей, привычки, темпоральности и пр.

С целью выработки концепции выбора и обоснования актуальности культурологического подхода при его рассмотрении был проведен анализ современных зарубежных публикаций, обращающихся феномену выбора — статей, проиндексированных в базе рецензируемой научной литературы Scopus в период 2017–2022 гг. Предметом научного интереса авторов статей являлись общепринятые интерпретации выбора, подходы и методы его исследования, представления о месте культуры в структуре современного знания о выборе в разных научных сферах. Было показано, что основные дискуссии на тему выбора посвящены трактовкам его индивидуальных аспектов, принципам и закономерностям рационального и иррационального выбора, проблемам осознания и свободы воли. В прагматических исследованиях, посвященных механизмам, инструментам и принципам, которыми руководствуется человек как рациональный (или ограниченно рациональный) агент, большое внимание уделяется социокультурному контексту — механизмам приобретения знаний, а также особенностям социокультурной среды, в которой совершается выбор. В работах, исследующих наличие свободы воли, культурные конвенции во многом детерминируют совершаемый индивидами выбор (как сознательный, так и бессознательный). Однако определение характера и степени этого воздействия комплексно и междисциплинарно возможно исключительно в рамках культурологического исследования.

Во втором параграфе **«Культурологический подход к исследованию феномена выбора»** проводится анализ и систематизация существующих социокультурных исследований феномена выбора. Данные работы показывают актуальные направления гуманитарной мысли при его рассмотрении: сложившиеся в социокультурном знании традиции изучения и понимания феномена выбора, отношения к нему, основные методы его исследования.

Обращение к фундаментальным в социогуманитарном знании работам позволило отследить генезис социокультурных исследований выбора. Совершаемый индивидами выбор в рамках позитивистской парадигмы Э. Дюркгейма обусловлен воздействием на него социальных и материальных сил. Главными основаниями в теории социального действия Т. Парсонса, руководствуясь которыми делает выбор актор, являются интернализированные культурные ценности, не обусловленные факторами выживания. В рамках неокантианской парадигмы М. Вебера культура определяет восприятие реальности актора и, следовательно, его возможность и необходимость совершения выбора; эпоха модернизации знаменуется ослаблением культурных традиций, разрушением некогда единых принципов действий и переходом к целерациональному выбору. Теория диспозиций П. Бурдьё отрицает существование выбора, представляя его исключительно как эпифеномен — иллюзию, детерминированную и выпестованную культурой, необходимую для сокрытия механизмов манипуляции индивидами, в то время как культурный капитал обуславливает наличие ресурсов, необходимых для принятия решений. В теории рефлексивной волны модернизации (Э. Гидденс, У. Бек, С. Лэш, З. Бауман) возможность и необходимость постоянно совершать выбор является основополагающей характеристикой современной культуры и основой построения персональной идентичности. Идея выбора, являясь центральной в дискурсе неолиберализма, усиливает господство рынка и вместе с тем маскирует способы, с помощью которых власть контролирует общество (С. Лэш). Современный опыт выбора сопряжен с неуверенностью и тревогой (З. Бауман), сопровождается чувством риска и неопределенностью (У. Бек).

В исследованиях последних лет всё чаще подвергается критическому анализу миф, присущий современной культуре, согласно которому выбор предстает как универсальное благо, а разнообразие альтернатив способствует расширению индивидуальной свободы и увеличению возможностей конструирования персональной идентичности. Выбор предстает как «парадокс» (Б. Шварц), «взрыв» (Ш. Айенгар), «тирания» (Р. Салецл), «миф» (К. Гринфилд). Введенное понятие *гипервыбор* (Д. Г. Мик, Ф. Ларсене, Б. Шварц) описывает объективное состояние общества потребления, при котором люди сталкиваются со слишком большим количеством разнообразных вариантов, что, в свою очередь, подавляет их способность к совершению выбора. Вместе с тем исследователи полагают, что удовлетворение от возможности самостоятельного совершения выбора специфично для представителей разных культур (Ш. Айенгар, С. Леппер). Под влиянием акторно-сетевой теории в социокультурных исследованиях выбора наблюдается поворот к материальному — рассмотрению списков, таблиц, монет, алгоритмов и пр. в качестве действующих *нечеловеческих агентов* или *акторов* (nonhuman actors, agents) (С. Вулгар, Э. Маршал, Д. Нейланд, К. А. Оверманн и др.).

На основании вышеизложенного показано, что феномен выбора в представлении социологов и теоретиков культуры XX в. конструируется не только индивидуальными предпочтениями и рациональными расчетами, но вместе с тем определяется культурными ценностями и социальными структурами. Возможность, а также необходимость постоянно совершать выбор становится одной из основных характеристик современности. Индивиды формируют персональную идентичность через бесконечную последовательность выборов и верят в высокую степень значимости последствий принятых ими решений. Основной контекст современных исследований выбора — критика идеологии потребления и императива потребительского выбора. Выбор, коренным образом ассоциирующийся со свободой, становится ментально связанным не только с открывающимися перед индивидами перспективами, но также с налагаемыми на них ответственностью, обязательствами, риском, сожалением и виной. Вместе с тем аналитический инструментарий культурологии используется в определении: инструментов, механизмов выбора и технологий управления выбором, специфичных для той или иной культуры; значения и доли рациональности в процессе принятия решений; степени удовлетворения от возможности самостоятельного совершения выбора у представителей разных культур; роли материальных объектов в процессе совершения выбора и т. д.

Проведенный анализ литературы показал, что исследователи по-разному определяют понятие *выбор*, имеют разные позиции относительно наличествования подлинно свободного выбора и степени осознания, необходимого для определения того или иного действия как выбор, считают возможным/невозможным совершение выбора не-человеческими сущностями (животными, алгоритмами и др.). Авторы занимают одну из следующих позиций: *выбор* трактуется предельно широко, применяется на любое действие и объект; концепция *выбора* коррелирует с представлениями исследователя о смысле *выбора*, которые отражают его мировоззрение; выработка концепции происходит с учетом ее адекватности и полезности для достижения научного результата; значение *выбора* не учитывается.

В третьем параграфе «Социокультурные детерминанты выбора» на основе выполненного анализа корпуса исследований предложена и описана структура культурных детерминант выбора. Культура рассматривается как система, которая имеет определяющее влияние на процессы и результаты выбора. Выделены основные

аспекты и элементы культуры как типы детерминант выбора. Рассматриваются «функции» этих детерминант: позитивные, открывающие и расширяющие возможности, стимулирующие выбор, и негативные, закрывающие, ограничивающие или выступающие в роли «табу» конкретных вариантов выбора.

Ограничения культуры, влияющие на совершаемый индивидом выбор, можно условно разделить на *внешние* и *внутренние*. Внешние детерминанты относятся к социокультурному окружению, в котором существует индивид, и могут быть тем или иным образом восприняты. Внутренние — представляют собой интериоризированные человеком установки культуры, относятся к жизненному опыту человека, формируют структуры и функции его психики. Так, варианты могут быть недоступны как «физически» — в результате определенного материального или социального положения человека, так и «ментально» — в результате его внутренних установок и самоограничений. Внешние факторы постепенно становятся частью психических структур, способствуя формированию новых представлений индивида о выборе. Такие усвоения социокультурной деятельности должны быть характерны для представителей всего общества, а не быть проявлением индивидуальных черт. Выдвинутое разграничение позволит выстроить логику исследования на двух уровнях, что будет реализовано во второй главе.

Внешние (средовые) детерминанты представляют собой особенности среды как совокупности материальных и нематериальных объектов — контекст, в котором индивид совершает выбор: поступающую в настоящий момент информацию об альтернативах, инструментах («что» используется для совершения выбора) и механизмах выбора («как» он совершается). *Архитектура выбора* обуславливает вектор совершения выбора путем оформления его представления. Инструментами и механизмами выбора могут быть как источники информации (различного рода СМИ, экспертные мнения, рекомендации, рейтинги, отзывы, комментарии и др.), так и инструменты поиска, сортировки, фильтрации и классификации информации.

Внутренние детерминанты выбора — это интериоризированные индивидом установки, ценности и нормы. *Система ценностей* как мировоззренческий ориентир задает вектор, определяющий желаемый результат и средства его достижения. Ценности влияют на воспринимаемую привлекательность альтернатив, обуславливают предпочтение рационального или интуитивно-чувственного мышления в процессе совершения выбора в разных сферах жизни.

Интериоризированные нормы, правила и принципы в отношении процесса совершения выбора и текущей ситуации — это культурные установки, определяющие границы действий индивида, которые:

- открывают возможности и стимулируют выбор или налагают на него ограничения вплоть до убежденности в его отсутствии;
- предписывают допустимые для различных ситуаций алгоритмы совершения выбора, формируют представления о том, как следует совершать выбор в той или иной ситуации: какими следует руководствоваться принципами принятия решений, какие использовать инструменты и механизмы выбора;
- фундируют оценку совершаемого выбора — это может быть степень значимости того или иного решения для дальнейшей судьбы индивида, либо отношение к текущей ситуации в соответствии с общепринятыми представлениями.

В ходе проведенного анализа было показано, что феномен выбора не раз становился предметом осмысления. Вместе с тем социокультурные факторы играют важную роль в формировании выбора, совершаемого индивидом. Культурные нормы,

ценности, убеждения и ожидания влияют на отношение к выбору, его альтернативам и результатам: как к приемлемым или желательным, так и неприемлемым или нежелательным. Культура формирует контекст, в котором совершается выбор, определяя характеристики альтернатив, способы их представления и используемые принципы принятия решений.

Анализ научных источников показал, что в последние десятилетия изменились как понимание выбора, так и способы его изучения. Меняется понятийный аппарат философии и гуманитарного знания. У представителей эпохи модернизма при некоторых тонких различиях прослеживается концептуальное единство: выбор понимается в основном рационально, присутствует сквозное понятие субъекта. Современные же исследователи всё чаще обезличивают человека, лишая его автономии. М. Вебер для описания совершающего выбор использует понятие «человек» или «индивид» (*individual*). В свою очередь в понятийной схеме Т. Парсонса человек заменяется «актором» (*actor*), а в диспозиционной модели П. Бурдьё отрицание субъектности маркируется словом «агент» (*le agent*). Сегодня зачастую за выбор принимаются как сознательные, так и бессознательные действия, а не-человеческие сущности ставятся в один ряд с человеком и исследуются как акторы, способные совершать выбор.

С переходом в цифровую среду происходит радикальная трансформация самой проблематики выбора как феномена. Все параметры выбора — субъектность, рациональность, избирательность по принципу базированности на знании, — последовательно переосмысляются. В цифровой среде выбор происходит ежесекундно, более того — сама цифровая среда устроена как ситуация бесконечного выбора. Вместе с тем цифровая среда посредством своего устройства проблематизирует выбор, поднимая вопросы субъектности, автономии и управления. Граница принципиально новой системы координат понятия *выбор* проходит по парадигмам культуры модернизма и цифровой культуры, основой которой является цифровая среда. В цифровой среде субъект нерелевантен — она уравнивает в онтологических статусах всех участников взаимодействия, появляются вещи и предметы, способные действовать независимо от человека. С развитием искусственных нейронных сетей и алгоритмов в цифровой среде выбирает не (только) человек, но и структуры, которые обеспечивают выбор, задают его, генерируют и воспроизводят. Проблематика рациональности выбора, будучи значимой в эпоху модернизма, в цифровой среде теряет актуальность.

Цифровая среда постоянно провоцирует к совершению выбора, она же манипулирует и управляет им. В парадигме модернизма культура как совокупность традиций, ценностей, ритуалов и обычаев детерминировала выбор, задавала человеку параметры выбора. Человек совершал выбор из предложенных культурой ресурсов и возможностей, следуя заданным культурой правилам. В текущей ситуации можно говорить не столько о детерминации, сколько об управлении выбором цифровой средой. Происходит концептуальный слом: меняется выбор и его параметры, что требует новой методологии и выработки иного содержания понятия *выбор*.

Для уточнения предмета исследования мы вводим концепт *пользовательского выбора*, который применяется к зафиксированному действию или к бездействию, совершенному не только осознанно, но и на основе бессознательного мышления, имплицитных установок и автоматических процессов. Таким образом, для осуществления пользовательского выбора требование действия либо осознания не обязательно. При этом выбор, совершенный алгоритмами, протоколами,

интерактивными системами и другими не-человеческими сущностями, может считаться *выбором*, но не может считаться *пользовательским выбором*.

Во второй главе «**Пользовательский выбор в цифровой среде**» обозначен характер трансформаций выбора, связанных с распространением и развитием информационных технологий. Рассматривается, каким образом структура, функционал и технические особенности цифровой среды конструируют пользовательский выбор и управляют им, как меняется отношение к выбору за пределами цифровой среды.

В первом параграфе «**Особенности цифровой среды в контексте совершения пользовательского выбора**» изложен авторский подход к анализу цифровой среды в аспекте условий и влияния информационных технологий на совершаемый пользователями выбор.

Цифровая среда представляет собой динамическую информационно-коммуникационную систему, которая формируется посредством компьютерных технологий и обеспечивает возможность использования цифровых инструментов и механизмов в процессе совершения выбора. Цифровая среда нормирует, стандартизирует, регулирует выбор, устанавливает ограничения на действия пользователя. Цифровой ландшафт преобразует реальность, зачастую стихийно становясь технологией внедрения норм и правил совершения выбора, олицетворяя и транслируя социокультурные смыслы и ценности. Интерфейсы цифровой среды оформляют и программируют поведение пользователя, аккумулируя ресурсы цифровой культуры и отражая социальный «цифровой» опыт совершения выбора.

Цифровая среда изменила характер доступа, создания и обмена информацией, упростив ее копирование, редактирование и распространение. Основными особенностями информации в цифровой среде являются ее обилие, скорость и доступность, высокая степень дифференциации и индивидуализации. Освобождение информации от временных и пространственных факторов коренным образом влияет на выбор, который впредь должен происходить молниеносно и повсеместно. Цифровизация трансформирует выбор во всех областях жизнедеятельности — технологизм, проникающий в сферу выбора, привлекает разнообразием представленных альтернатив и вместе с тем обуславливает программируемость пользовательского выбора, его зависимость от цифровых кодов. Пользовательский выбор напрямую связан с архитектурой цифровой среды — какой код будет управлять киберпространством, и кто будет его контролировать.

При всех ограничениях в цифровой среде появляется технология, позволяющая пользователю влиять на результат своего выбора и выбор, совершаемый другими. Эту технологию олицетворяют платформы Веб 2.0, обеспечивающие среду обмена информацией, мнениями и знаниями в режиме реального времени. Они позволяют агрегировать индивидуальные знания в коллективный разум, который можно использовать для принятия более эффективных решений, — т. н. эффект *мудрости толпы*. Однако при более детальном рассмотрении инструментов и механизмов пользовательского выбора становится очевидным, что, несмотря на кажущуюся свободу, платформы, работающие в парадигме Веб 2.0, еще более сковывают человека, ограничивая его действия. Веб 2.0, равно как и мудрость толпы — лишь идеологические конструкции, призванные маскировать механизмы управления пользовательским выбором.

Во втором параграфе «**Инструменты и механизмы пользовательского выбора в цифровой среде**» рассмотрены особенности цифровой среды, в которой пользователь совершает выбор (внешние детерминанты): определена специфика цифровой

архитектуры выбора, выявлены инструменты и механизмы пользовательского выбора. В том числе интерфейсные — цифровая архитектура выбора: мягкие подталкивания и темные паттерны; алгоритмические — рекомендации, персонализации, ранжирование; партисипативные — отзывы, комментарии, обзоры, оценки и рейтинги.

В ходе проведенного исследования были выявлены следующие акторы, образующие сеть пользовательского выбора:

- пользователь, непосредственно совершающий выбор;
- другие пользователи, действия которых изменяют архитектуру выбора;
- интерфейсы и элементы интерфейсов цифровых платформ, определяющие возможности пользовательских действий;
- программный код и алгоритмы, управляющие вектором выбора.

В соответствии с типом воздействия были выделены три группы специфичных для цифровой среды инструментов и механизмов пользовательского выбора: интерфейсные, алгоритмические и партисипативные. Интерфейсные инструменты и механизмы влияют на способ отображения информации пользователю, в т. ч. формируя представления о наличествующих вариантах и способах совершения выбора, ведут пользователя по спроектированному разработчиками заранее заданному пути. Выстраивается новое пространство выбора — цифровая архитектура выбора по сравнению с нецифровой отличается ризоматичностью, динамичностью и персонализацией, связанностью с другими пользователями. Появляются новые инструменты сортировки, фильтрации, ранжирования, классификации информации, поисковые системы. Оформляются интерфейсные приемы: цифровые подталкивания и темные паттерны. Цифровые подталкивания усиливают общую восприимчивость пользователя к манипуляции благодаря их сетевому, динамическому и персонализированному характеру.

Алгоритмические механизмы представляют собой логику конструирования и функционирования цифровой среды. Они определяют принципы работы информационных систем и влияют в т. ч. на динамическое и ситуативное формирование интерфейсов. Алгоритмические системы используются в качестве дополнительного инструмента, позволяющего автоматизировать отбор информации, генерировать персональные рекомендации на основе цифровых следов пользователя.

Поскольку выбор впредь определяется программным кодом и алгоритмами, партисипативный механизм предлагает пользователям новый формат обретения контроля над цифровой средой. Партисипативные инструменты определяют степень опосредованного влияния пользователей на свой будущий выбор и выбор других пользователей через систему рейтингов, комментариев, обзоров и отзывов. Появляются системы оценки альтернатив, задающие новые критерии отбора. Пользователь цифровой среды не только получает контроль над диапазоном и типом потребляемого контента, но и становится частью распределенных сетей. Однако максимизация выбора и воссоздание активности пользователя усиливают иллюзию автономии и контроля. Веб 2.0 — маскирующая идеологическая конструкция, которая прикрывает реальность монополизации Интернета и возникновение капитализма платформ. В действительности выбор становится более структурированным, принудительным и управляемым.

В третьем параграфе «Трансформация выбора в цифровую эпоху» выявлены изменения установок, детерминирующих выбор, в связи с развитием информационных технологий; описываются ключевые аспекты цифровой грамотности, связанные с пользовательским выбором.

Влияние цифровой среды выходит далеко за ее пределы, создавая новый пользовательский опыт в отношении выбора, трансформируя ожидания от него, представления о критериях оценки альтернатив. Дигитализация трансформирует практику выбора в различных экономических отраслях — цифровые платформы заменяют риелторов, автодилеров и рекрутеров. Происходит трансформация культурных установок, детерминирующих выбор, а также представлений человека о принципах принятия решений, об используемых инструментах и механизмах выбора. С расширением количества товаров и услуг, сокращением времени достижения желаемых целей люди все чаще делегируют свое мышление и саморефлексию цифровым технологиям, а основанные на цифровом кодировании артефакты постепенно заменяют логические эвристики принятия решений. С возрастающей ролью искусственных нейронных сетей, использующих большие данные и облачные вычисления, эффективность принятых решений всё более обуславливается работой гибрида человеческого мышления и цифровых инструментов.

Пользовательский опыт взаимодействия с цифровыми платформами и распространение информационных технологий стирают границы ситуаций выбора и трансформируют представления индивидов о нем. Так, сайты, располагающие множеством профилей и архитектурно упрощающие коммуникацию и работу с информацией, способствуют размыванию границ между категориями «жизненно значимого» и «повседневного» выбора. Цифровая культура меняет критерии привлекательности альтернатив, появляются новые способы их оценки. Системы онлайн-оценок постепенно переходят офлайн и становятся ориентирами в совершении выбора за пределами цифровой среды.

Проблема, заключающаяся в отсутствии контроля и автономии пользователя в жестко регламентированных условиях цифровой среды, отчасти решается развитием цифровой грамотности. Цифровая грамотность в аспекте выбора означает умение эффективно работать с большими объемами данных, производить поиск, обрабатывать информацию, использовать цифровые инструменты выбора. Были выделены следующие аспекты цифровой грамотности, связанные с пользовательским выбором:

- Навык распознавания механизмов подталкивания, шаблонов проектирования и иных методов побуждения к целевым действиям.

- Понимание механизмов влияния алгоритмов и стимульного материала в контексте их способности к усилению привлекательности отдельных вариантов.

- Способность к критическому анализу, объективному сравнению альтернатив, проверке источников и оценке достоверности информации.

- Сохранение пользовательского контроля над автоматизированными решениями путем персонализации параметров конфиденциальности, управления новостными лентами, настроек алгоритмов рекомендаций.

- Избегание «пузырей фильтров» и «эхо-камер» — поиск разнообразных источников информации при оценке и отборе вариантов.

- Приоритет автономии над продуктивностью. Цифровая среда ведет пользователя по конформному пути, увлекая и заманивая разнообразными благами: экономией, эффективностью и удобством. Возвращение автономии лишает пользователя этих благ, что парадоксально негативно сказывается на частоте, скорости и возможности совершать выбор в условиях цифровой среды.

В цифровой среде пользователь не способен полностью сопротивляться подталкиваниям и отказаться от алгоритмических рекомендаций — единственный способ обретения контроля над выбором заключается в знании ее особенностей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты, полученные в ходе работы, позволяют сделать следующие выводы:

1. Понятие «выбор» не имеет однозначной трактовки — он определяется и как набор альтернатив, и как процесс предпочтения одной из нескольких возможностей, и как результат этого процесса. Акцентируется связь выбора с контекстом, в котором происходит выбор, и интериоризированными установками человека выбирающего.

2. Выявлены особенности выбора в современную эпоху, такие как тотальность, универсальность, обыденность, парадоксальность, а также масштабность и значимость сопутствующих выбору состояний, таких как ответственность, сожаление и вина.

3. Культура накладывает ограничения на совершаемый индивидом выбор: внешние по отношению к нему (особенности среды выбора — информация, которую человек обрабатывает в настоящем) и внутренние (влияние культуры на индивида — формирование мотивационных предпочтений и алгоритмов выбора).

4. В цифровой среде происходит радикальная трансформация феномена выбора, касающаяся его концептуальных оснований. Предложена авторская концепция пользовательского выбора.

5. Цифровая среда управляет пользовательским выбором, а ее инструменты и механизмы: интерфейсные, алгоритмические, партисипативные, — упрощают совершение целевых действий, усиливая иллюзию свободы и контроля.

6. Цифровая среда трансформирует установки, детерминирующие выбор, за ее пределами. Формируется новый пользовательский опыт в отношении ситуаций выбора, меняются ожидания от него, представления о привлекательности альтернатив, критериях оценки вариантов, принципах принятия решений, используемых инструментах и механизмах выбора.

В ходе работы выполнены задачи, соответствующие поставленной цели, намечены перспективы дальнейших исследований по теме.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ:

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных ВАК РФ и Аттестационным советом УрФУ:

1. Калайкова, Ю.В. Социокультурные аспекты выбора в цифровой среде / Ю. В. Калайкова // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. — 2023. — № 1. — С. 215–222. (0,57 п. л.).

2. Калайкова, Ю.В. Культура выбора в парадигме культурологического знания / Ю. В. Калайкова, М. В. Панкина // Культура и искусство. — 2022. — № 9. — С. 28–40. (0,8/0,75 п. л.).

3. Калайкова, Ю.В. Выбор как объект культурологического исследования / Ю. В. Калайкова, М. В. Панкина // Культура и искусство. — 2022. — № 7. — С. 31–42. (0,7/0,6 п. л.).

4. Калайкова, Ю.В. Проявления мультимодальности в дизайне / Ю. В. Калайкова // Артикульт. — 2021. — № 1(41). — С. 6–18. (0,75 п. л.).

5. Калайкова, Ю.В. Дизайн виртуальной информационной среды как социокультурная практика / Ю.В. Калайкова, М.В. Панкина // Культура и цивилизация. — 2018. — Т. 8. — № 2А. — С. 108–115. (0,53/0,45 п. л.).

Другие публикации:

6. Калайкова, Ю.В. Что мы знаем о тёмных паттернах? / Ю.В. Калайкова // Современные научные гипотезы и прогнозы: от теории к практике: сборник научных статей по итогам международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 30–31 августа 2021 г. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2021. — С. 35–37. (0,36 п. л.).

7. Калайкова, Ю.В. Экспертиза эстетической составляющей дизайна интерактивных систем / Ю.В. Калайкова, М.В. Панкина // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. — 2021. — № 4(51). — С. 72–78. (0,81/0,6 п. л.).

8. Калайкова, Ю.В. Итерационное дизайн-проектирование в виртуальной информационной среде / Ю.В. Калайкова // Совершенствование гуманитарных технологий в образовательном пространстве вуза: факторы, проблемы, перспективы. Материалы Всероссийского (с международным участием) научно-методического семинара, Екатеринбург, 17–19 марта 2021 г. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2021. — С. 57–62. (0,26 п. л.).

9. Калайкова, Ю.В. Особенности психологической диагностики в виртуальной образовательной среде / Ю.В. Калайкова // Информация и образование: границы коммуникаций INFO'20: сборник научных трудов № 12 (20). — Горно-Алтайск: Горно-Алтайский государственный университет, 2020. — С. 34–35. (0,19 п. л.).

10. Kalaykova, Ju. Boundaries of Multimodality in Virtual Information Environment Design / Ju. Kalaykova, M. Pankina // Communication Trends in the Post-Literacy Era: Polylingualism, Multimodality and Multiculturalism As Preconditions for New Creativity. — Ekaterinburg: Ural University Press, 2020. — P. 353–368. (0,93/0,7 п. л.).

11. Калайкова, Ю.В. Виртуализация информационной среды: средства и возможности дизайна / Ю.В. Калайкова, М.В. Панкина // Философия и гуманитарные науки в информационном обществе. — 2017. — № 4(18). — С. 49–54. (0,39/0,25 п. л.).

12. Калайкова, Ю.В. Принципы дизайна в виртуальной среде / Ю.В. Калайкова // Символ науки: международный научный журнал. — 2016. — № 4–4(16). — С. 126–129. (0,34 п. л.).

13. Калайкова, Ю.В. Графический дизайн в виртуальной информационной среде: навыки эффективного проектирования / Ю.В. Калайкова // Актуальные проблемы художественного образования: перспективы, инновации, поиск. Материалы Международной научно-практической конференции. 27 октября 2015 г. — Шадринск, 2015. — С. 26–31. (0,24 п. л.).