

УДК 007; 316.776.22; 791.43

ББК 60.524; 71.07; 85.37

Малолеткин Максим Федорович

Аспирант, Всероссийский государственный университет
кинематографии им. С.А. Герасимова (ВГИК), 129226, Россия, Москва,
ул. Вильгельма Пика, 3
ORCID ID: 0000-0003-3724-5346
ResearcherID: JRY-9737-2023
mail@fbsoffa.org

Ключевые слова: информационный шум, информационная перегрузка,
кинематограф, телевидение, социальная коммуникация, ценность,
замысел, сторис, клипы, нелинейные экранные искусства, эфемерный
контент, моментальность, подлинность, симулякры

Малолеткин Максим Федорович

О критике информационной цепи между создателем и зрителем



This is an open access article distributed under
the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

DOI: 10.51678/2226-0072-2025-4-770-795

Для цит.: Малолеткин М.Ф. О критике информационной цепи между
создателем и зрителем // Художественная культура. 2025. № 4.
С. 770-795. <https://doi.org/10.51678/2226-0072-2025-4-770-795>

For cit.: Maloletkin M.F. On the Critique of the 'Creator – Viewer' Information
Chain. *Hudozhestvennaya kul'tura* [Art & Culture Studies], 2025, no. 4,
pp. 770-795. <https://doi.org/10.51678/2226-0072-2025-4-770-795> (In Russian)

Maloletkin Maksim F.

PhD Student, S.A. Gerasimov All-Russian University of Cinematography
(VGIK), 3 Wilhelm Pieck Str., Moscow, 129226, Russia
ORCID ID: 0000-0003-3724-5346
ResearcherID: JRY-9737-2023
mail@fbsoffa.org

Keywords: information noise, information overload, cinema, television,
social communication, value, artistic conception, stories, clips, non-linear
screen arts, ephemeral content, momentariness, authenticity, simulacra

Maloletkin Maksim F.

On the Critique of the 'Creator – Viewer' Information Chain

Аннотация. Настоящая статья продолжает серию материалов, посвященных исследованию феномена «информационного шума» в экранных искусствах. Рассматривается взаимосвязь компонентов коммуникативной цепи «создатель — фильтры — зритель» в контексте современных экранных произведений. Исследуются особенности возникновения информационного шума в процессе авторского творчества, при прохождении контента через различные системы фильтрации (от традиционной цензуры до алгоритмической модерации), а также на этапе зрительского восприятия. В разделе о создателе изучаются источники шума на этапе трансформации художественного замысла в аудиовизуальное произведение, включая субъективные аспекты авторской интерпретации реальности. В анализе промежуточных фильтров рассматривается эволюция от традиционной цензуры к алгоритмической модерации и влияние рекомендательных систем на медиаландшафт. В части о зрителе анализируются когнитивные механизмы восприятия и трансформация концепции «аттракциона» С. Эйзенштейна в условиях нелинейных экранных искусств. Предлагаемая модель информационной цепи опирается на теоретические концепции К. Шеннона, С. Холла и Дж. Миллера, дает возможность выявить потенциальные точки искажения информации при передаче художественного замысла от создателя к зрителю в различных форматах экранных искусств.

Abstract. This article extends the ongoing research on the phenomenon of information noise in screen arts by examining the interconnected components of the 'creator — filters — viewer' communication chain within contemporary screen productions. The study analyses the distinctive manifestations of information noise across three critical domains: the creator's artistic process, intermediary filtration systems, and the viewer's perceptual mechanisms. In the creator domain, the study explores noise origination during the transformation of artistic conception into the audiovisual expression, including subjective dimensions of authorial reality interpretation. The filtration analysis traces the evolution from institutional censorship to algorithmic content moderation and examines the impact of recommendation systems on media landscape formation. The viewer domain investigates cognitive reception processes and the transformation of S. Eisenstein's theory of attractions within non-linear screen arts contexts. The proposed information chain model synthesizes C. Shannon's information theory, S. Hall's encoding/decoding framework, and G. Miller's cognitive processing principles to identify potential information distortion points in the transmission of artistic intent across diverse screen art formats.

Предисловие

Настоящая статья посвящена взаимодействиям между создателем контента и его аудиторией в условиях информационного шума. В предыдущих работах были осмыслены первичные признаки феномена в рамках кинематографа [Малолеткин, 2024, с. 534–567], был предложен (с последующим обоснованием) термин «нелинейные экранные искусства» (для возможности изучения феномена в рамках современных форматов: сторис, клипов, медиаэкранов) [Малолеткин, 2025, с. 414–447]. Однако в этих исследованиях не были в полной мере учтены существенные аспекты взаимосвязи между механизмами создания и восприятия экранных произведений.

В ходе углубления в исследование становится очевидной масштабность задачи и необходимость расширения методологических подходов. Именно *междисциплинарность* определяет сложность и объем аналитической работы. Исследование соприкасается с культурологией при анализе знаковых систем (на примере клиповой культуры), взаимодействует с философией через концепции Ж. Бодрийера о симулякрах (применительно к нелинейным форматам), заимствует из психологии представления о когнитивной нагрузке и механизмах восприятия (информационная перегрузка при фрагментарном просмотре). Дополнительным аспектом становится взаимодействие с информационными технологиями, формирующее уникальное сочетание теории и практики (создание видеоплеера TareXPlayer [см.: Малолеткин, 2025, с. 412–441]).

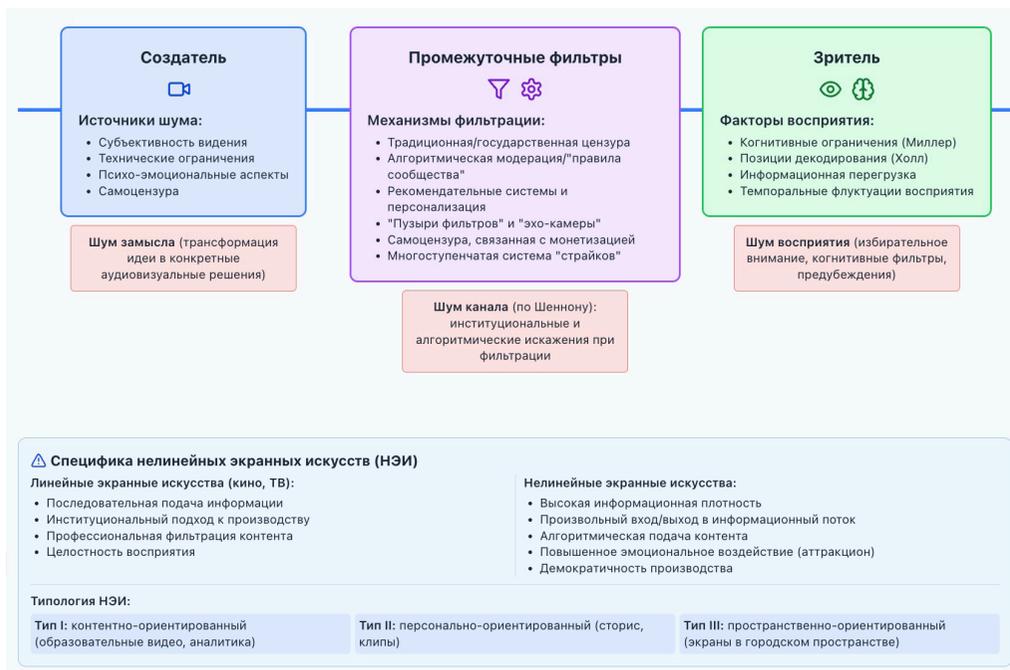
Однако был выявлен ряд проблем, требующих конкретизации для более целостного понимания феномена в экранных искусствах.

Первая проблема связана с неполным описанием специфики информационного шума. В нашей статье 2024 года была показана двусторонняя природа феномена, возникающего на стороне создателя и зрителя. Анализ включал рассмотрение сюжетных транскрипций фильмов, влияния государственной цензуры в разных странах (Китай, СССР, Швеция), вербальных несовершенств в диалогах и социокультурных особенностей зрителя. Однако применительно к нелинейным форматам (контентно ориентированный, персонально ориентированный и пространственно ориентированный типы) эти положения требуют дальнейшего развития. Особенно это касается цитатного

типа контента, который составил 40% проанализированных материалов в предыдущем исследовании и представляет собой наиболее яркий пример трансформации исходной информации с высоким потенциалом возникновения информационного шума. Необходимо также исследовать механизм возникновения шума в условиях алгоритмической среды, где системы рекомендаций и ранжирования контента вносят дополнительные искажения в передачу информации. Расширение модели требует включения этих источников в информационную цепь, учитывая их влияние на коммуникацию между автором и зрителем.

Вторая проблема связана с недооценкой роли технологических посредников. В описании рекомендательных систем следует раскрыть их активное влияние на восприятие контента. Последние не просто транслируют информацию — они влияют на намерения автора и предпочтения зрителя, формируя уникальную информационную среду. В нашей статье 2025 года был представлен статистический анализ контента в нелинейных форматах (с выявлением шести жанров: игровой, информационно-документальный, цитатный, образовательный, интерактивно-игровой и иммерсивно-созерцательный), однако он не был дополнен исследованием механизма обратного влияния платформ на создателей контента через систему статистики и монетизации. Такие механизмы подталкивают авторов к созданию форматов, соответствующих алгоритмическим предпочтениям, что порождает особую проблему «информационных пузырей» (персонализированных информационных пространств, ограничивающих разнообразие контента и создающих искаженное представление о медиаландшафте).

Третья проблема связана с необходимостью преимущества в анализе механизмов фильтрации информации. Необходимо соотносить государственную цензуру как фактор, влияющий на информационный шум [Малолеткин, 2024, с. 534–567], с современными системами модерации контента — «алгоритмической цензурой». Такая практика представляет собой многоуровневую систему контроля содержания, включающую редакционную политику, самоцензуру создателей, автоматизированную модерацию и «правила сообщества» платформ, функционирующих на основе программных алгоритмов без прямого человеческого участия в каждом акте контроля. Требуется



Ил. 1. Модель информационной цепи в экранных искусствах

Fig. 1. Model of the information chain in screen arts

сравнительный анализ институциональных механизмов фильтрации, характерных для традиционного кинематографа и телевидения, с алгоритмическими механизмами цифровых платформ.

Четвертая проблема заключается в недостаточной интеграции теоретических моделей. Для полного понимания феномена информационного шума целесообразно создание модели, объединяющей технические аспекты передачи информации (К. Шеннон), социокультурные механизмы ее интерпретации (С. Холл) и психологические основы восприятия (Дж. Миллер).

Такая модель могла бы стать перспективным направлением дальнейшего исследования. Вместо создания отдельных теоретических конструкций для разных форматов целесообразно разработать модель, охватывающую все многообразие экранных искусств. Учитывая временную природу аудиовизуального контента, она могла

быть представлена в виде линейной структуры, по которой движется информация. На этой схеме последовательно располагаются: автор контента (режиссер или редакция, создатель), промежуточные фильтры (цензура, ОТК, алгоритмические системы) и зритель с его механизмами восприятия. На каждом этапе пути могут быть интегрированы концепции Холла (для анализа интерпретации) и Миллера (для оценки когнитивной нагрузки). Такая модель дала бы возможность проследить движение информации от создателя к потребителю и выявить ключевые точки возникновения информационного шума в различных форматах экранных искусств.

О зрителе как конечной точке в цепи информационного шума

Продолжая анализ предложенной модели, логично обратиться к фигуре зрителя — конечной точке коммуникативной цепи.

Современный зритель существует в условиях беспрецедентной медианасыщенности, что принципиально меняет механизмы восприятия и интерпретации. Если в классическом кинематографе зритель обычно сохранял целостность восприятия произведения, следуя авторскому замыслу от начала до конца, то в нелинейных экранных искусствах наблюдается фрагментарность и избирательность потребления контента.

Возвращаясь к теории декодирования Холла, нужно развивать наблюдение о качественных изменениях в процессах интерпретации. Ранее упоминалось, что информационный шум может возникать в случае, когда зритель не в состоянии соотнести полученное сообщение ни с одной из трех позиций декодирования (доминирующей, переговорной, оппозиционной) [Малолеткин, 2025, с. 437]. Это происходит, когда материал лишен связности или созвучности с субъективным опытом зрителя.

Современные исследования подтверждают актуальность модели Холла даже в условиях фрагментированного медиапотребления. Работы Е.Г. Дьяковой показывают, что все три позиции декодирования отчетливо наблюдаются в процессе взаимодействия аудитории с современными медиаформатами, а цифровая среда создает дополнительные возможности для «семантической герильи» как формы оппозиционного декодирования [Дьякова, 2007, с. 215–223].

О.Н. Горячева и О.Г. Гунько, анализируя процессы интерпретации в современных российских медиа, подчеркивают, что в информационном пространстве важную роль играет эксформация — «надтекстовый смысл, ориентированный на метаконтекст, прямо не представленный, но предполагаемый для декодирования», при этом «конечный вариант декодирования зависит от коммуникативной насыщенности текста и тех способов и жанров, которые использовались при его оформлении» [Горячева, Гунько, 2016, с. 29].

В случае нелинейных экранных искусств, где единицей восприятия становится не целостное произведение, а его обособленный фрагмент, зритель воспринимает материал через призму личного опыта, и это определяет степень вовлеченности в коммуникацию. Когда аудиовизуальное произведение резонирует с опытом зрителя, вероятность его полноценного декодирования возрастает. Но этот процесс подвержен темпоральным флуктуациям — временным изменениям в способности и готовности зрителя к интерпретации информации. В разные моменты времени одно и то же сообщение может восприниматься зрителем различно, в зависимости от его актуального психоэмоционального состояния и контекста просмотра. Эту изменчивость восприятия во времени невозможно полностью контролировать, что создает дополнительный источник информационного шума.

Концепция Дж. Миллера о том, что человеческий мозг способен одновременно обрабатывать ограниченное количество информационных единиц [Miller, 1956, p. 81–97], получает новое прочтение в нынешних условиях. Исследования Б.Б. Величковского подтверждают применимость концепции Миллера к современным медиаформатам и демонстрируют, как когнитивные ограничения влияют на информационное восприятие. В его экспериментах доказано, что «нагрузка на вербальную рабочую память приводит к снижению эффективности выполнения задач зрительного поиска» и уменьшает степень сознательного контроля над воспринимаемой информацией [Величковский, 2015, с. 93–100, 197–201], что особенно актуально при восприятии фрагментированного контента в нелинейных медиа. Экспериментальные исследования А.В. Микляевой и С.А. Безгодовой подтверждают эту взаимосвязь, демонстрируя, как клиповое мышление становится

когнитивно-стилевой характеристикой, влияющей на механизмы восприятия информации [Микляева, Безгодова, 2016, с. 62–64].

Когда зритель сталкивается с потоком коротких, не связанных между собой аудиовизуальных фрагментов, возникает «информационная перегрузка». Мозг, стремясь минимизировать энергетические затраты, упрощает восприятие, фокусируясь на поверхностных аспектах сообщения и игнорируя более глубокие смысловые пласты.

Такой механизм объясняет парадоксальное явление — расширение медиадоступности при одновременном сужении глубины восприятия. Зритель, получивший доступ к бесконечному разнообразию контента, на практике оказывается ограничен собственными когнитивными возможностями. В традиционном кинематографе этот эффект смягчается целостностью произведения и заданным темпом повествования, в то время как в нелинейных форматах он усугубляется самой структурой контента, требующей постоянного переключения внимания.

В этой ситуации особый интерес представляет трансформация концепции аттракциона С.М. Эйзенштейна в контексте современных медиа. В теории кино аттракцион представлял собой «агрессивный момент» [см.: Ключева, 2020]. Это был осознанный художественный прием, встроенный в общую композицию произведения. И.Н. Кемарская отмечает, что принцип эмоционального стимула приобретает новую актуальность в цифровой среде, где он становится основой для создания привлекательного короткоформатного видеоконтента [Кемарская, 2018, с. 17–30]. Кроме того, в своей более поздней работе исследовательница развивает эту мысль, рассматривая драматургию телевизионного зрелища как структурообразующую для форматной основы современных медиапродуктов, где элемент эмоционального воздействия становится ключевым синтаксическим элементом аудиовизуального языка [Кемарская, 2021, с. 99–106].

В нелинейных экранных искусствах происходит фундаментальная трансформация этой концепции — из художественного приема в доминирующий принцип организации материала. А.И. Липков определяет этот элемент как составляющий элемент информационного процесса [Липков, 1990]. Н.В. Самутина развивает гипотезу о родственных признаках визуальной эффектности раннего кино и пользовательской аудиовизуальной деятельности в интернете [Самутина, 2009,

с. 3–21]. В.А. Подорога, анализируя «авангард и его машины», также обращает внимание на механику этого приема в кинематографе Эйзенштейна — он становится «машиной по производству эффектов», создающей иллюзию хаоса, что находит отражение в конвейерной парадигме современных медиа [Подорога, 2010].

Такая трансформация наглядно проявляется при сравнении современных короткоформатных видео (НЭИ (нелинейные экранные искусства), тип II, персонально ориентированный) с классическими кинематографическими произведениями. Если в фильме «Броненосец “Потемкин”» (1925) сцена с коляской на Одесской лестнице функционирует как значимый аттракцион в рамках целостного нарратива, то в современных нелинейных форматах каждый фрагмент стремится стать самодостаточным элементом эмоционального воздействия, вырванным из нарративного контекста. Такая «атомизация эффектов» приводит к их смысловой и эмоциональной инфляции — количественное увеличение снижает качественную эффективность воздействия.

Зритель, постоянно подвергающийся воздействию таких интенсивных стимулов, развивает резистентность, требующую новых впечатлений для поддержания интереса. Эта динамика иллюстрирует связь между концепцией аттракциона Эйзенштейна и когнитивными ограничениями Миллера: в условиях постоянной стимуляции происходит адаптация восприятия, снижающая чувствительность к содержанию, и это требует дополнительных ресурсов для обработки нарастающего потока визуальных стимулов.

Исследования подтверждают значимые последствия такого процесса. К.С. Эльбекьян и соавторы выявили, что при клиповом мышлении доминирует кратковременная память, что приводит к быстрому стиранию информации, снижению способности к анализу и возникновению трудностей с воспроизведением ранее изученного материала [Эльбекьян, Пажитнева, Маркарова, 2017, с. 289–292].

Особенно показательны результаты Н.В. Сивриковой и коллег, доказавших, что фрагментированное медиапотребление созвучно с более низкими показателями когнитивного контроля [Сиврикова, Жеребкина, Постникова, 2017, с. 70–77]. Есть взаимосвязь между использованием мультимедийных устройств и сниженным уровнем внимания: постоянное переключение внимания истощает когнитивные ресурсы [Ли, 2015].

Вышеизложенное поднимает вопрос о долгосрочных последствиях доминирования нелинейных форматов для аудитории. Интеграция моделей Холла, Миллера и Эйзенштейна позволяет увидеть, как изменения трансформируют взаимодействие между сообщением и зрителем. Если модель Холла описывает социокультурные аспекты интерпретации, концепция Миллера очерчивает когнитивные ограничения восприятия, а теория аттракционов Эйзенштейна объясняет механизмы эмоционального воздействия, то вместе они формируют целостную картину современного медиавосприятия, где информационный шум становится не просто помехой, но структурным элементом коммуникации. Зритель, будучи конечной точкой в информационной цепи, не просто пассивно воспринимает сообщение, но активно соучаствует в формировании информационного шума через механизмы избирательного внимания, когнитивные фильтры и привычные паттерны медиапотребления.

О цензуре и модерации как промежуточных фильтрах в цепи информационного шума

Центральным звеном между создателем и зрителем выступают системы фильтрации информации. История этих механизмов уходит корнями в традиционную цензуру, видоизменявшуюся вместе с эволюцией медиа.

Анализируя промежуточные фильтры с позиции трехкомпонентной модели «создатель — фильтры — зритель», можно выявить, как институциональные и алгоритмические механизмы трансформируют исходное сообщение. Применение теории информации Шеннона к этому звену коммуникационной цепи позволяет рассматривать фильтры как источники «шума канала», вносящие искажения в передаваемую информацию. Такой подход позволяет различать не только явные, но и скрытые формы искажений, возникающие в процессе фильтрации контента.

С развитием технологий трансформировались и механизмы фильтрации. Телевизионное производство выработало многослойную систему контроля: редакция, режиссер, технический контроль, итоговая редакция. В этой структуре самоцензура играла не менее важную роль, чем официальные ограничения. В цифровую эпоху

институциональные фильтры во многих случаях дополняются алгоритмическими системами, особенно в сфере нелинейного экранного искусства, где восприятие контента определяется не только создателем, но и алгоритмами платформ.

Современные платформы создали новый тип фильтрации через «правила сообщества» — формально добровольные, но фактически обязательные нормы. В социальной сети VK («ВКонтакте») существуют определенные ограничения на публикуемый контент — это информация, размещение которой запрещено не только правилами сайта, но также законодательством Российской Федерации [ВКонтакте, 2023]. Однако многие формулировки оставляют пространство для интерпретации, создавая дополнительный источник информационного шума.

Платформы применяют различные подходы к модерации: RuTube использует предварительную проверку [RuTube], что контрастирует с постпубликационной модерацией VK. Подобные различия формируют разнородную информационную среду и вариативные типы информационного шума.

Количественные показатели модерации демонстрируют значительный объем фильтруемого контента. По данным Citizen Lab, только за 2023 год в VK было заблокировано «94 942 видео, 1 569 сообщества и 787 личных аккаунтов» [Citizen Lab, 2023]. На RuTube к началу 2025 года количество загруженных видео выросло с 60 млн до 388 млн что увеличило и объемы модерлируемого контента [Библиотека, 2025]. Масштабные блокировки порождают коммуникационные разрывы между авторами и аудиторией, существенно трансформируя зрительский опыт.

Особого внимания заслуживает самоцензура, связанная с монетизацией. Авторы, стремясь сохранить доход, избегают спорных тем. Согласно исследованию И. Лю и коллег (Y. Liu, P. Yildirim, Z. J. Zhang), существует прямая зависимость между моделью дохода платформы и подходом к модерации [Liu, Yildirim, Zhang, 2022]. Платформы с рекламной моделью более склонны к жесткой модерации контента, чем платформы на подписке, что создает разные условия для творчества. Авторы показали, что самоинтересованная платформа не нуждается в заботе о социальной миссии, чтобы активно заниматься модерацией контента — она использует модерацию как маркетинговый

инструмент для расширения пользовательской базы и увеличения дохода [Liu, Yildirim, Zhang, 2022].

Современные системы модерации интегрированы в инфраструктуру медиапотребления и влияют не только на блокировку контента, но и на его ранжирование и видимость. Правила постоянно обновляются в ответ на социальные и политические изменения. Согласно индексу ответственности ИТ-корпораций Ranking Digital Rights за 2025 год, VK («ВКонтакте») «улучшил прозрачность в отношении контент-модерации, публикуя подробные данные об ограничениях контента и правительственных запросах на удаление»; однако эксперты отмечают, что компания заняла последнее место в рейтинге из-за прекращения раскрытия ключевой информации и отсутствия решения критических проблем конфиденциальности и безопасности [VK Co, 2025]. Такие изменения формируют новую эстетику, где ограничения становятся частью творческого процесса. Симптоматично, что информационный шум в этом контексте имеет двойственную природу: с одной стороны, он возникает как результат адаптации материала к требованиям модерации (создатели намеренно избегают определенных тем и выражений, что может исказить исходное сообщение), с другой — как побочный эффект самих систем фильтрации, которые неизбежно вносят искажения в процесс передачи информации от автора к зрителю.

Параллельно с системами модерации контента функционируют алгоритмы рекомендаций, представляющие собой не менее значимый фильтрационный механизм в цепи коммуникации. Если модерационные механизмы определяют, что может быть опубликовано, то рекомендательные алгоритмы решают, что будет увидено аудиторией, создавая эффект «фильтрующего пузыря». В отличие от «эхо-камеры», где происходит циркуляция и усиление уже существующих убеждений, фильтрующий пузырь формируется в результате технологической персонализации контента. Согласно концепции Э. Парайзера (E. Pariser, 2011) [цит. по: Грушевская, 2022, с. 396], пользователи оказываются в «замкнутом персонализированном информационном пространстве, называемом “пузырем фильтров”». Эффект связан с психологическими особенностями пользователей интернета, предпочитающих контент, подтверждающий их взгляды.

Современные рекомендательные системы цифровых платформ прошли эволюцию от простой коллаборативной фильтрации («пользователи, которым понравилось это, также смотрели то») до многосигнальных нейросетевых алгоритмов. Рекомендательная система VK, известная как «умная лента», использует гибридную модель, анализирующую как характеристики контента (жанр, качество), так и пользовательские сигналы (просмотры, лайки, комментарии, показатели завершения просмотра). В 2023 году VK внедрил новый механизм, специально разработанный для разрушения «рекомендательных пузырей» путем демонстрации пользователям контента из новых категорий [Сорокина, 2023]. Иными словами, сами платформы признают проблему информационных пузырей в нелинейном экранном искусстве и предпринимают шаги для ее смягчения.

Аналогичные тенденции наблюдаются и на других платформах. RuTube, несмотря на значительное отставание от других видеоплатформ по популярности, активно развивает свои алгоритмы рекомендаций, внедряя нейронные сети для улучшения персонализации [Котов, 2025]. Однако эта же система демонстрирует большую гомогенность контента — 68% рекомендуемых материалов относятся к той же категории, что и ранее просмотренный контент. И это усиливает эффект информационного шума в ситуациях, когда созвучный с интересами пользователя контент остается за пределами алгоритмической видимости.

Процесс алгоритмической фильтрации порождает новые явления в потреблении контента, в том числе экранных искусств. Подобно модерационным механизмам, рекомендательные алгоритмы также претерпевают постоянные изменения в ответ на трансформацию медиасреды и пользовательских привычек. Это создает динамичную систему фильтрации, где как создатели контента, так и платформы находятся в постоянной адаптации. Эту картину дополняет и прямая зависимость между моделью монетизации платформы и подходом к алгоритмической фильтрации контента [Liu, Yildirim, Zhang, 2022]. Платформы, работающие на рекламной модели, более склонны к созданию эхо-камер для максимизации вовлеченности зрителей.

Таким образом, механизмы фильтрации — как модерационные, так и рекомендательные — представляют собой центральное звено в цепи распространения информационного шума. Описанные системы

выполняют двойственную функцию: с одной стороны, призваны упорядочивать информационный поток и снижать энтропию, с другой — неизбежно создают новые источники шума через искажение авторского замысла, фрагментацию восприятия и формирование ограниченных информационных пространств. Подобная амбивалентность делает промежуточные фильтры ключевым объектом для понимания трансформации информационного шума в экранных искусствах.

О создателе как точке в цепи коммуникации

Уделим внимание создателю как начальной точке в цепи коммуникации. Информационный шум зарождается уже на этапе формирования авторского замысла и его трансформации в аудиовизуальное произведение. Режиссер, оператор, сценарист — все они являются первичными фильтрами информации, преобразующими абстрактные идеи в конкретные аудиовизуальные решения. Сама природа этого преобразования несет в себе потенциал для возникновения информационного шума.

Режиссер, обладая своим уникальным мировидением, выступает не столько как передатчик объективной реальности, сколько как ее интерпретатор. В этом процессе интерпретации неизбежно происходит селекция информации — одни элементы реальности акцентируются, другие минимизируются или полностью исключаются. И этот процесс селекции и трансформации по своей сути является источником информационного шума — не в значении помехи, а в значении авторской переработки информации о мире.

Размышления Эйзенштейна о природе кинематографического творчества раскрывают глубинную связь между психическими процессами и формами киноязыка. Режиссер указывал на особую роль внутреннего монолога как проявления чувственного мышления, отражающего реальный опыт человека. Эйзенштейн утверждал: «Нет ни одной специфической черты кинематографического приема или явления, которая не отвечала бы специфической форме протекания психической деятельности человека» [Эйзенштейн, 2002, с. 117]. Таким образом, авторский киноязык становится одновременно и отражением психических процессов создателя, и инструментом воздействия на психику зрителя.

В процессе трансформации творческого замысла в аудиовизуальный текст режиссер сталкивается с фундаментальной проблемой перевода — перевода между системами знаков различной природы. Абстрактная идея, существующая в сознании автора, должна быть переведена сначала в вербальную форму сценария, затем в визуальные образы и звуковые решения. Ю.М. Лотман указывал на неизбежность «непереводимых остатков» при любом переходе между семиотическими системами [см.: Лотман, 1973, гл. 4], что прямо соотносится с понятием информационного шума в теории коммуникации.

Современные исследователи кинотекста, в частности Л.Б. Ключева, рассматривают произведение экранного искусства как особую форму дискурса, определяемую стратегией и волей режиссера. В такой трактовке «режиссерский дискурс» выступает как «кристаллизованная в структуре фильма воля режиссера, которая ведет, строит, определяет весь процесс коммуникации от начала и до конца» [Ключева, 2020, с. 23]. Структура фильма становится своеобразным субститутотом психики зрителя, на которую направлено воздействие авторского замысла.

Психологические и эмоциональные аспекты творчества также выступают источниками информационного шума. Намерение режиссера вызвать определенную эмоциональную реакцию часто приводит к избыточности выразительных средств. Стремясь усилить эмоциональное воздействие на зрителя, автор может прибегать к гиперболизации образов, избыточной экспрессивности, повторм ключевых элементов, что создает дополнительные «шумовые» наслоения в аудиовизуальном тексте. Л.В. Кулешов отмечал в своих экспериментах с монтажом, что зрительское восприятие формируется не столько отдельными кадрами, сколько их сопоставлением и контекстом [Кулешов, 1929, с. 22–24]. Согласно А.О. Коваловой, история сценария в кинематографе демонстрирует сложный путь трансформации от технического инструмента до полноценного литературного жанра. На разных этапах развития кино менялось представление о роли сценария: от «протокольного», фиксирующего лишь основные события, до «эмоционального», передающего авторское видение и психологические нюансы [Ковалова, 2013, с. 44–46]. Эти изменения отражают поиск баланса между техническими требованиями кинопроизводства и необходимостью передачи авторского замысла во всей его полноте.

Еще одну грань информационного шума в процессе кинокоммуникации представляют технические средства, используемые создателями при производстве фильмов. Выбор оптики, движение камеры, цветовое и звуковое решения непосредственно влияют на трансформацию исходного сообщения автора. При этом любой технический выбор уже содержит в себе элемент избирательности. Как замечал А. Базен, кинематограф имеет «обязательство по отношению к реальности», а его «принципиальная ответственность заключается в том, чтобы задокументировать мир прежде, чем пытаться интерпретировать или критиковать его» [Базен, 1972, с. 40]. Однако даже в подходе, ориентированном на минимальное вмешательство в реальность, технические решения выступают как факторы, искажающие первичную информацию.

В контексте нелинейных экранных искусств трансформация авторского замысла приобретает дополнительные сложности. Создатели контента для социальных сетей и стриминговых платформ сталкиваются с необходимостью адаптировать свое творческое видение к требованиям алгоритмических систем.

Режиссеры часто используют визуальную избыточность, насыщенность кадра деталями, быструю смену планов, сложное цветовое решение не только как художественные приемы, но и как стратегии удержания внимания в условиях высококонкурентной среды. При этом граница между функциональным использованием информационного шума как выразительного средства и дисфункциональной информационной перегрузкой становится все более размытой. Особенно важна в этом контексте мысль Л. Мановича о «программируемости новых медиа» — это те процессы, что позволяют «убрать “шум” с фотографии, улучшить контрастность, установить нужные углы, изменить пропорции» [Манович, 2018, с. 61]. Парадоксальным образом, технологии, способные устранять физический шум из материала, одновременно становятся источником информационного шума другого порядка. В результате некоторые современные кинематографисты превращают информационный шум в эстетический принцип, намеренно создавая произведения, основанные на сложных сюжетных конструкциях, многослойности и принципиальной неоднозначности визуальных образов [см. подробнее: Малолеткин, 2024, с. 541–546]. Такой подход можно интерпретировать как художественную рефлексию на текущее

состояние информационной среды, где избыточность информации становится не аномалией, а нормой человеческого восприятия.

Для понимания процессов возникновения информационного шума в творчестве создателей экранных произведений важно рассматривать и обратную связь между автором и зрителем. В условиях цифровой дистрибуции контента авторы получают мгновенные метрики вовлеченности аудитории, данные о просмотрах, удержании внимания, эмоциональных реакциях. Это создает своеобразный «контур обратной связи», когда творческие решения автора корректируются в зависимости от реакции аудитории. Создатель больше не является изолированным источником информации, а становится участником сложного коммуникативного процесса с множественными точками обратной связи.

Ярче всего это проявляется в цитатном контенте, который в эмпирическом анализе персонально ориентированных НЭИ [Малолеткин, 2025, с. 426–428] составил значительную долю (40%) исследованных материалов. Выделенный как самостоятельный жанр нелинейного контента, он представляет собой особый случай информационного шума, когда автор, сталкиваясь с когнитивными, временными или ресурсными ограничениями, использует готовые фрагменты для конструирования нового сообщения. Такая «сборка» медиапроизведения из предсуществующих элементов создает многослойность информационного шума: к искажениям первичного источника добавляются искажения нового контекста. При этом сама практика цитирования становится не только вынужденной стратегией экономии ресурсов, но и эстетическим принципом, своеобразной метакоммуникацией, отражающей фрагментарность современного информационного пространства. Автор, использующий цитатный метод, одновременно выступает и как создатель, и как первичный «декодировщик» исходного сообщения, что принципиально меняет структуру коммуникативной цепи, описанную в модели передачи информации.

Признаки возникновения информационного шума в экранном произведении разнообразны и требуют дальнейшего изучения. Для более глубокого понимания проблематики информационного шума в творчестве создателей экранных произведений требуются дополнительные исследования с применением разработанного теоретического инструментария.

Вместо заключения

Рассмотрев различные аспекты информационного шума в экранных искусствах — от субъективности создателя до алгоритмических фильтров и когнитивных особенностей восприятия, — можно увидеть этот феномен как системное явление, проявляющееся на всех этапах коммуникации.

У создателя контента шум возникает из неизбежного несоответствия между авторским замыслом и его воплощением. Эта неопределенность может быть как ограничивающим фактором, так и продуктивной силой, открывающей пространство для множественных интерпретаций и диалога со зрителем.

Если традиционная цензура была видимым и осязаемым барьером, то современные «правила сообщества» и алгоритмические рекомендации представляют собой более тонкий и менее заметный фильтр, интегрированный непосредственно в инфраструктуру медиапотребления. Информационный шум здесь приобретает характер структурной особенности самой системы распространения контента, где всякий пользователь получает персонализированную версию медиареальности.

Современный зритель, несмотря на теоретические возможности активного соучастия, на практике чаще демонстрирует пассивное восприятие контента, особенно в условиях нелинейных экранных искусств. Алгоритмические системы формируют непрерывный поток персонализированного контента, не требующий осознанного выбора, что способствует снижению критического восприятия информации. Даже когда зритель декодирует сообщение в различных режимах — от доминирующего до оппозиционного — сам набор предлагаемых сообщений уже предопределен системами рекомендаций.

Вопрос о том, является ли информационный шум исключительно негативным феноменом, ограничивающим эффективность коммуникации, или он может быть продуктивной силой, стимулирующей творческую интерпретацию и переосмысление, остается открытым. Возможно, в самой этой неопределенности, в этом постоянном колебании между сигналом и шумом, между ясностью и неоднозначностью, и заключается неисчерпаемый потенциал экранных искусств как пространства для диалога, осмысления и преобразования реальности.

Список литературы:

- 1 *Базен А.* Что такое кино?: Сборник статей / Пер. с фр. В. Божовича, И. Эпштейн. М.: Искусство, 1972. 384 с.
- 2 Библиотека RuTube выросла до 388 млн единиц контента // ТАСС. 02.04.2025. URL: <https://tass.ru/obschestvo/23572905> (дата обращения 29.04.2025).
- 3 *Вартанова Е.Л.* Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова; Издательство МГУ, 2019. 224 с.
- 4 *Величковский Б.Б.* Рабочая память человека: структура и механизмы. М.: Когито-Центр, 2015. 247 с.
- 5 ВКонтакте: Правила сообществ // VK.com. 23.08.2023. URL: <https://vk.com/@authors-pravila-soobschestv> (дата обращения 02.05.2025).
- 6 *Горячева О.Н., Гунько О.Г.* Экспресс-анализ в средствах массовой информации // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 5 (47). <https://doi.org/10.18454/IRJ.2016.47301>. URL: <https://research-journal.org/archive/5-47-2016-may/eksformaciya-v-sredstvax-massovoj-informacii> (дата обращения 02.05.2025).
- 7 *Грушевская В.Ю.* Модель фильтрации информации в социальных медиа // Журнал исследований социальной политики. 2022. Т. 20. № 3. С. 393–406.
- 8 *Дьякова Е.Г.* К вопросу о декодировании доминантного культурного кода: «Семантическая герилья» в пространстве Рунета // Антиномии. 2007. № 7. С. 215–223. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-dekodirovanii-dominantnogo-kulturnogo-koda-semanticheskaya-gerilya-v-prostranstve-runeta> (дата обращения 04.05.2025).
- 9 *Кемарская И.Н.* Атракцион как элемент экранной драматургии // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2018. № 3. С. 17–30. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.3.2018.1730>.
- 10 *Кемарская И.Н.* Драматургия телевизионного зрелища как аналог синтаксиса аудиовизуального языка // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2021. Т. 26. № 1. С. 99–106. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2021-26-1-99-106>.
- 11 *Клюева Л.Б.* Фильм как «текст». К проблеме «текста» и его анализа // Вестник ВГИК. 2013. № 16. С. 6–16.
- 12 *Клюева Л.Б.* С. Эйзенштейн. Агрессия дискурса: теоретическое обоснование // Вестник ВГИК. 2020. Т. 12. № 3 (45). С. 8–28.
- 13 *Ковалова А.О.* Сценарий в русском кино 1910–1920-х годов: к истории вопроса // Вестник Санкт-Петербургского университета. Искусствоведение. 2013. Вып. 3. С. 33–47.
- 14 *Котов П.* RuTube не смог обогнать замедленный YouTube⁽¹⁾ по популярности в России — это удалось только VK Видео // 3DNews.ru. 04.04.2025. URL: <https://3dnews.ru/1120809/rutube-ne-smog-obognat-zamedlenniy-youtube-po-populyarnosti-v-rossii-eto-udalos-tolko-vk-video> (дата обращения 03.05.2025).
- 15 *Кулешов Л.В.* Искусство кино: (мой опыт). М.: Теакинопечать, 1929. 153 с.
- 16 *Ли А.В.* Гаджет-аддикция и ее влияние на когнитивные процессы у подростков // Бюллетень медицинских Интернет-конференций. 2015. Т. 5. № 5. С. 559. URL: <https://medconfer.com/files/archive/2015-05/2015-05-231-T-4814.pdf> (дата обращения 04.05.2025).
- 17 *Липков А.И.* Проблемы художественного воздействия: принцип атракциона. М.: Наука, 1990. 240 с.
- 18 *Лотман Ю.М.* Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин: Ээсти раамат, 1973. 135 с.
- 19 *Малолеткин М.Ф.* Проблематика информационного шума в контексте современного кинематографа // Художественная культура. 2024. № 3. С. 534–567. <https://doi.org/10.51678/2226-0072-2024-3-534-567>.
- 20 *Малолеткин М.Ф.* «О, дивный эфемерный мир!» Размышления о нелинейности в экранных искусствах // Художественная культура. 2025. № 2. С. 414–447. <https://doi.org/10.51678/2226-0072-2025-2-414-447>.
- 21 *Манович Л.* Язык новых медиа / Пер. Д. Кульчицкой. М.: Ад Маргинем Пресс, 2018. 400 с.
- 22 *Микляева А.В., Безгодова С.А.* Экспериментально-психологическое исследование «клипового мышления»: результаты апробации программы эксперимента // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Психология. 2016. Т. 17. С. 59–67.
- 23 *Подорога В.* Homo ex machina. Авангард и его машины. Эстетика новой формы // Философско-литературный журнал «Логос». 2010. № 1 (74). С. 22–50. URL: <https://logosjournal.ru/archive/2010/2438/> (дата обращения 23.04.2025).
- 24 *Полудина В.П.* Информационный шум в интернете как проблема потребления коммуникации // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14. № 5. С. 386–394.
- 25 *Пудовкин В.И.* Собрание сочинений: В 3 т. Т. 1. М.: Искусство, 1974. 439 с. Т. 2. М.: Искусство, 1975. 478 с. Т. 3. М.: Искусство, 1976. 550 с.
- 26 *Рукина Н.А.* Информационное воздействие на общественное мнение: теоретические подходы // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2015. № 1. С. 245–256. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2015-0-1-245-256>.
- 27 *Самутина Н.В.* Теория, история, атракцион: раннее кино и новые медиа. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2009. 44 с. (Серия WP6 «Гуманитарные исследования»). Препринт WP6/2009/07. URL: <https://publications.hse.ru/pubs/share/folder/iuhcipz1m/78014265.pdf> (дата обращения 04.04.2025).
- 28 *Сиврикова Н.В., Жеребкина В.Ф., Постникова М.И.* Взаимосвязь проявлений внутрилличностного конфликта и стиля медиапотребления студентов // Российский психологический журнал. 2017. Т. 14. № 3. С. 70–77. <https://doi.org/10.21702/rpj.2017.3.4>. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimosvyaz-proyavleniy-vnutrilichnostnogo-konflikta-i-stilya-mediapotrebleniya-studentov> (дата обращения 04.05.2025).
- 29 *Сорокина А.* Изменится ли постинг в VK после раскрытия информации о работе алгоритмов и что теперь учитывать // SMM Planner. 19.12.2023. URL: <https://smmplanner.com/blog/izmenitsia-li-postingh-v-vk-poslie-raskrytia-informatsii-o-rabote-alghoritmov-i-chto-tiepier-uchityvat/> (дата обращения 30.04.2025).
- 30 *Холодная М.А.* Когнитивные стили: О природе индивидуального ума. 2-е изд. СПб.: Питер, 2004. 384 с.
- 31 *Чудинов А.П.* Когнитивная наука — когнитивные науки — федерация когнитивных наук (из истории российской когнитивной лингвистики) // Вопросы когнитивной лингвистики. 2015. № 1 (042). С. 117–121.
- 32 *Эйзенштейн С.М.* Монтаж. М.: Музей кино, 2000. 588 с.
- 33 *Эйзенштейн С.М.* Метод: В 2 т. / Сост., предисл., коммент. Н.И. Клейман. Т. 1: Grundproblem. М.: Музей кино; Эйзенштейн-центр, 2002. 494 с.

(1) Роскомнадзор: иностранный владелец ресурса нарушает закон РФ.

- 34 Эльбекьян К.С., Пажитнева Е.В., Маркарова Е.В., Муравьева А.Б. Особенности клипового мышления современного студента // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 4. Ч. 1. С. 289–292.
- 35 Citizen Lab. An Analysis of In-Platform Censorship on Russia's VKontakte // Citizenlab.ca. 2023. URL: <https://citizenlab.ca/2023/07/an-analysis-of-in-platform-censorship-on-russias-vkontakte/> (дата обращения 02.05.2025).
- 36 Liu Y., Yildirim P., Zhang Z.J. Implications of Revenue Models and Technology for Content Moderation Strategies // Marketing Science. 2022. Vol. 41. № 4. P. 831–847.
- 37 Miller G.A. The Magical Number Seven, Plus or Minus Two: Some Limits on Our Capacity for Processing Information // Psychological Review. 1956. Vol. 63. № 2. P. 81–97.
- 38 RuTube: Модерация // RuTube.ru. URL: <https://rutube.ru/info/moderation> (дата обращения 30.04.2025).
- 39 VK Co Ltd. // The 2025 Ranking Digital Rights Big Tech Edition. 2025. URL: <https://rankingdigitalrights.org/bte25/companies/VK> (дата обращения 01.05.2025).

References:

- 1 Bazen A. *Chto takoe kino?: Sbornik statei* [What is Cinema?: Collection of Articles], transl. from French V. Bozhovich, I. Epstein. Moscow, Iskusstvo Publ., 1972. 384 p. (In Russian)
- 2 Biblioteka RuTube vyroslo do 388 mln edinitov kontenta [The RuTube Library Has Grown to 388 million Pieces of Content]. TASS, 02.04.2025. Available at: <https://tass.ru/obschestvo/23572905> (accessed 29.04.2025). (In Russian)
- 3 Vartanova E.L. *Teoriya media: otechestvennyi diskurs* [Media Theory: Russian Discourse]. Moscow, Fakultet zhurnalistiki MGU im. M.V. Lomonosova Publ., Izdatelstvo MGU Publ., 2019. 224 p. (In Russian)
- 4 Velichkovskiy B.B. *Rabochaya pamyat' cheloveka: struktura i mekhanizmy* [Human Working Memory: Structure and Mechanisms]. Moscow, Kogito-Tsentr Publ., 2015. 247 p. (In Russian)
- 5 VKontakte: Pravila soobshchestv [VKontakte: Community Rules]. *VK.com*, 23.08.2023. Available at: <https://vk.com/@authors-pravila-soobshchestv> (accessed 02.05.2025). (In Russian)
- 6 Goryacheva O.N., Gunko O.G. Ehksformatsiya v sredstvakh massovoi informatsii [Exformation in Mass Media]. *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal*, 2016, no. 5 (47). <https://doi.org/10.18454/IRJ.2016.47.301>. Available at: <https://research-journal.org/archive/5-47-2016-may/eksformatsiya-v-sredstvax-massovoj-informatsii> (accessed 02.05.2025). (In Russian)
- 7 Grushevskaya V.Yu. Model' fil'tratsii informatsii v sotsialnykh media [Information Filtering Model in Social Media]. *Zhurnal issledovaniy sotsialnoi politiki*, 2022, vol. 20, no. 3, pp. 393–406. (In Russian)
- 8 Dyakova E.G. K voprosu o dekodirovanii dominantnogo kul'turnogo koda: "Semanticheskaya gerilya" v prostranstve Runeta [On the Question of Decoding the Dominant Cultural Code: "Semantic Guerrilla" in the Runet Space]. *Antinomii*, 2007, no. 7, pp. 215–223. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-dekodirovanii-dominantnogo-kulturnogo-koda-semanticheskaya-gerilya-v-prostranstve-runeta> (accessed 04.05.2025). (In Russian)
- 9 Kemarskaya I.N. Attraksion kak element ehkrannoi dramaturgii [Attraction as an Element of Screen Dramaturgy]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, 2018, no. 3, pp. 17–30. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.3.2018.17-30>. (In Russian)
- 10 Kemarskaya I.N. Dramaturgiya televizionnogo zrelischa kak analog sintaksisa audiovizualnogo yazyka [Dramaturgy of Television Spectacle as an Analogue of Audiovisual Language Syntax]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistika*, 2021, vol. 26, no. 1, pp. 99–106. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2021-26-1-99-106>. (In Russian)
- 11 Klyueva L.B. Film kak "tekst". K probleme "teksta" i ego analiza [Film as a "Text". On the Problem of "Text" and Its Analysis]. *Vestnik VGIK*, 2013, no. 16, pp. 6–16. (In Russian)
- 12 Klyueva L.B. S. Eizenshtein. Agressiya diskursa: teoreticheskoe obosnovanie [S. Eisenstein. Aggression of Discourse: Theoretical Foundation]. *Vestnik VGIK*, 2020, vol. 12, no. 3 (45), pp. 8–28. (In Russian)
- 13 Kovalova A.O. Stsenarii v russkom kino 1910–1920-kh godov: k istorii voprosa [Screenplay in Russian Cinema of 1910s – 1920s: On the History of the Issue]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Iskusstvovedenie*, 2013, issue 3, pp. 33–47. (In Russian)

- 14 Kotov P. RuTube ne smog obognat' zamedlenniy YouTube*(2) po populyarnosti v Rossii — ehto udalos' tol'ko VK Video [RuTube Could Not Surpass the Slowed-Down YouTube* in Popularity in Russia — Only VK Video Succeeded]. *3DNews.ru*, 04.04.2025. Available at: <https://3dnews.ru/1120809/rutube-ne-smog-obognat-zamedlenniy-youtube-po-populyarnosti-v-rossii-eto-udalos-tolko-vk-video> (accessed 03.05.2025). (In Russian)
- 15 Kuleshov L.V. Iskusstvo kino: (moi opyt) [The Art of Cinema: (My Experience)]. Moscow, Teakinopechat' Publ., 1929. 153 p. (In Russian)
- 16 Li A.V. Gadzhiet-addiksiya i ee vliyaniye na kognitivnyye protsessy u podrostkov [Gadget Addiction and Its Impact on Cognitive Processes in Adolescents]. *Byulleten' meditsinskikh Internet-konferentsii*, 2015, vol. 5, no. 5, p. 559. Available at: <https://medconfer.com/files/archive/2015-05/2015-05-231-T-4814.pdf> (accessed 04.05.2025). (In Russian)
- 17 Lipkov A.I. *Problemy khudozhestvennogo vozdeistviya: printsip attraktsiona* [Problems of Artistic Impact: The Principle of Attraction]. Moscow, Nauka Publ., 1990. 240 p. (In Russian)
- 18 Lotman Yu.M. *Semiotika kino i problemy kinoestetiki* [Semiotics of Cinema and Problems of Film Aesthetics]. Tallinn, Eesti raamat Publ., 1973. 135 p. (In Russian)
- 19 Maloletkin M.F. Problematika informatsionnogo shuma v kontekste sovremennogo kinematografa [Problems of Information Noise in the Context of Modern Cinema]. *Hudozhestvennaya kul'tura* [Art & Culture Studies], 2024, no. 3, pp. 534–567. <https://doi.org/10.51678/2226-0072-2024-3-534-567>. (In Russian)
- 20 Maloletkin M.F. "O, divnyi epfemernyi mir!" Razmyshleniya o nelineinosti v ehkrannykh iskusstvakh ["Oh, Wondrous Ephemeral World!" Reflections on Non-Linearity in Screen Arts]. *Hudozhestvennaya kul'tura* [Art & Culture Studies], 2025, no. 2, pp. 414–447. <https://doi.org/10.51678/2226-0072-2025-2-414-447>. (In Russian)
- 21 Manovich L. *Yazyk novykh media* [The Language of New Media], transl. D. Kulchitskaya. Moscow, Ad Marginem Press Publ., 2018. 400 p. (In Russian)
- 22 Miklyaeva A.V., Bezgodova S.A. Ekhspierimental'no-psikhologicheskoe issledovanie "klipovogo myshleniya": rezul'taty aprobatsii programmy ehkspierimenta [Experimental-Psychological Study of "Clip Thinking": Results of Testing the Experimental Program]. *Izvestiya Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Psikhologiya*, 2016, vol. 17, pp. 59–67. (In Russian)
- 23 Podoroga V. Homo ex machina. Avangard i ego mashiny. Ehstetika novoi formy [Homo ex machina. Avant-Garde and Its Machines. Aesthetics of a New Form]. *Filosofsko-literaturnyi zhurnal "Logos"*, 2010, no. 1 (74), pp. 22–50. Available at: <https://logosjournal.ru/archive/2010/2438/> (accessed 23.04.2025). (In Russian)
- 24 Poludina V.P. Informatsionnyi shum v internete kak problema potrebleniya kommunikatsii [Information Noise on the Internet as a Problem of Communication Consumption]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoi antropologii*, 2011, vol. 14, no. 5, pp. 386–394. (In Russian)
- 25 Pudovkin V.I. *Sobranie sochinenii: V 3 t.* [Collected Works: In 3 vols.]. Vol. 1. Moscow, Iskusstvo Publ., 1974. 439 p. Vol. 2. Moscow, Iskusstvo Publ., 1975. 478 p. Vol. 3. Moscow, Iskusstvo Publ., 1976. 550 p. (In Russian)
- 26 Rukina N.A. Informatsionnoe vozdeistvie na obshchestvennoe mnenie: teoreticheskie podkhody [Information Impact on Public Opinion: Theoretical Approaches]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sotsiologiya i politologiya*, 2015, no. 1, pp. 245–256. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2015-0-1-245-256>. (In Russian)
- 27 Samutina N.V. *Teoriya, istoriya, attraktsion: rannee kino i novye media* [Theory, History, Attraction: Early Cinema and New Media]. Moscow, Izdatelskii dom Vysshei shkoly ehkonomiki Publ., 2009. 44 p. (Seriya WP6 "Gumanitarnye issledovaniya" [Series WP6 "Humanitarian Studies"]). Preprint WP6/2009/07. Available at: <https://publications.hse.ru/pubs/share/folder/iuuhcipz1m/78014265.pdf> (accessed 04.04.2025). (In Russian)
- 28 Sivrikova N.V., Zherebkina V.F., Postnikova M.I. Vzaimosvyaz' proyavlenii vnutilichnostnogo konflikta i stilya mediapotrebleniya studentov [Relationship Between Manifestations of Intrapersonal Conflict and Students' Media Consumption Style]. *Rossiiskii psikhologicheskii zhurnal*, 2017, vol. 14, no. 3, pp. 70–77. <https://doi.org/10.21702/rpj.2017.3.4>. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimosvyaz-proyavleniy-vnutilichnostnogo-konflikta-i-stilya-mediapotrebleniya-studentov> (accessed 04.05.2025). (In Russian)
- 29 Sorokina A. Izmenitsya li posting v VK posle raskrytiya informatsii o rabote algoritmov i chto teper' uchityvat' [Will Posting on VK Change After the Disclosure of Information About How Algorithms Work and What to Consider Now]. *SMM Planner*, 19.12.2023. Available at: <https://smmplanner.com/blog/izmenitsya-li-posting-v-vk-posle-raskrytiya-informatsii-o-rabote-algoritmov-i-chto-tiepier-uchityvat/> (accessed 30.04.2025). (In Russian)
- 30 Kholodnaya M.A. *Kognitivnye stili: O prirode individual'nogo uma* [Cognitive Styles: On the Nature of the Individual Mind]. 2nd ed. St. Petersburg, Piter Publ., 2004. 384 p. (In Russian)
- 31 Chudinov A.P. Kognitivnaya nauka — kognitivnye nauki — federatsiya kognitivnykh nauk (iz istorii rossiiskoi kognitivnoi lingvistiki) [Cognitive Science — Cognitive Sciences — Federation of Cognitive Sciences (From the History of Russian Cognitive Linguistics)]. *Voprosy kognitivnoi lingvistiki*, 2015, no. 1 (042), pp. 117–121. (In Russian)
- 32 Eizenshtein S.M. *Montazh* [Montage]. Moscow, Muzei kino Publ., 2000. 588 p. (In Russian)
- 33 Eizenshtein S.M. *Metod: V 2 t.* [Method: In 2 vols.]. Vol. 1: Grundproblem. Moscow, Muzei kino Publ., Eizenshtein-tsentr Publ., 2002. 494 p. (In Russian)
- 34 Elbekyan K.S., Pazhitneva E.V., Markarova E.V., Muravyeva A.B. Osobennosti klipovogo myshleniya sovremennogo studenta [Features of Clip Thinking of a Modern Student]. *Mezhdunarodnyi zhurnal prikladnykh i fundamentalnykh issledovaniy*, 2017, no. 4, part 1, pp. 289–292. (In Russian)
- 35 Citizen Lab. An Analysis of In-Platform Censorship on Russia's VKontakte. *Citizenlab.ca*, 2023. Available at: <https://citizenlab.ca/2023/07/an-analysis-of-in-platform-censorship-on-russias-vkontakte/> (accessed 02.05.2025).
- 36 Liu Y., Yildirim P., Zhang Z.J. Implications of Revenue Models and Technology for Content Moderation Strategies. *Marketing Science*, 2022, vol. 41, no. 4, pp. 831–847.
- 37 Miller G.A. The Magical Number Seven, Plus or Minus Two: Some Limits on Our Capacity for Processing Information. *Psychological Review*, 1956, vol. 63, no. 2, pp. 81–97.
- 38 RuTube: Moderatsiya [RuTube: Moderation]. *RuTube.ru*. Available at: <https://rutube.ru/info/moderation> (accessed 30.04.2025). (In Russian)
- 39 VK Co Ltd. *The 2025 Ranking Digital Rights Big Tech Edition*, 2025. Available at: <https://rankingdigitalrights.org/bte25/companies/VK> (accessed 01.05.2025).

(2) Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Communications (Roskomnadzor): foreign owner of the resource violates the legislation of the Russian Federation.