

## ГЛАВА 7

# ФИЛЬТРАЦИЯ

В истории человечества еще не было эпохи, настолько благотворной для читателей, зрителей, слушателей или людей, желающих участвовать в человеческом самовыражении. К нашему восторгу, ежегодно создается целая лавина новых произведений. Каждые 12 месяцев мы производим восемь миллионов новых песен<sup>183</sup>, два миллиона новых книг<sup>184</sup>, 16 000 новых фильмов<sup>185</sup>, 30 миллиардов записей в блогах<sup>186</sup>, 182 миллиарда твитов<sup>187</sup> и 400 000 новых товаров<sup>188</sup>. Сегодня при минимальных усилиях буквально одним кликом обычный человек может открыть «библиотеку всего на свете». При желании вы можете прочесть больше текстов на древнегреческом, чем высокопоставленный греческий аристократ в эпоху Античности. С той же легкостью можно найти тексты китайских свитков — сегодня у вас больше возможностей читать их дома, чем у китайских императоров в былые времена. Гравюры эпохи Ренессанса и живая музыка Моцарта, к которым в свое время имели доступ очень немногие, теперь всегда под рукой. Как ни посмотри, в наши дни медиа находятся на пике изобилия.

По последним подсчетам, которые я смог найти, общее число песен, записанных на нашей планете, превышает 180 миллионов<sup>189</sup>. При стандартном сжатии в формате MP3 вся зафиксированная людьми музыка поместится на жесткий диск объемом в 20 терабайтов. Сегодня он стоит \$2000. Через пять лет он будет продаваться за \$60 и помещаться в карман. Очень скоро вы сможете держать всю музыку, созданную человечеством,

при себе. С другой стороны, если это такая крошечная библиотека, зачем носить ее с собой, когда в любой момент можно получить ее из облачного хранилища?

Что справедливо для музыки, подходит для любых материалов, которые можно передавать по частям. Еще при нашей жизни библиотека всех книг, игр, фильмов и когда-либо напечатанных текстов будет доступна 24 часа в сутки семь дней в неделю на любом гаджете с дисплеем или в одном облаке. И каждый день эта библиотека увеличивается. Обилие возможностей, которое открывается перед нами, расширилось благодаря растущему населению, а потом еще больше благодаря появлению технологий, облегчающих создание нового. Сегодня на планете в три раза больше людей, чем в год моего появления на свет (1952). Еще миллиард родится за следующие десять лет. Все больше людей из этих дополнительных пяти или шести миллиардов, появившихся после моего рождения, получают возможность генерировать новые идеи, создавать новое искусство и делать новые вещи благодаря современному изобилию и свободному времени. Сегодня в десять раз легче создать простое видео, чем десять лет назад. Сегодня в сто раз легче сделать небольшую механическую деталь, чем сто лет назад. Сегодня в тысячу раз легче написать и опубликовать книгу, чем тысячу лет назад.

В результате нам открывается бесконечное число возможностей. Во всех направлениях появляется множество вариантов. Хотя некоторые профессии уходят в прошлое, как, например, произошло с телефонистками, выбор в целом постоянно расширяется. Места, куда можно поехать в отпуск, кафе и рестораны и даже виды блюд множатся каждый год. Возможности для инвестиций переживают взрывной рост. Учебные курсы, навыки, которыми можно овладеть, варианты развлечений растут в астрономических масштабах. Ни одной жизни не хватит, чтобы оценить потенциал каждого варианта, если рассматривать их один за другим. Чтобы просто предварительно оценить все новые вещи, изобретенные или созданные за предыдущие 24 часа, потребуется больше года внимания.

Огромный размер «библиотеки всего на свете» не соответствует узким колеям наших потребительских привычек. Нам нужна помощь в навигации по этим диким джунглям. Жизнь коротка, а книг, которые можно прочитать, слишком много. Кто-то или что-то должен сделать выбор или нашептать подсказку, которая поможет принять решение. Нам нужен

метод для сортировки. И единственный вариант — воспользоваться помощью. Мы применяем самые разные типы фильтров, чтобы просеять безграничность вариантов. Многие из этих фильтров существуют давно и до сих пор хорошо работают.

- **Охранители.** Власти, родители, священнослужители и преподаватели огораживают от плохого и выборочно передают нам хорошее.
- **Посредники.** В офисах издательств, звукозаписывающих компаний и киностудий до потолка громоздятся материалы, авторам которых решили отказать. Там говорят «нет» гораздо чаще, чем «да», и, соответственно, фильтруют материалы, получающие широкое распространение. Каждый заголовок в газете — это фильтр, который говорит «да» какой-то информации, игнорируя остальную.
- **Кураторы.** Розничные магазины не продают абсолютно все, музеи не показывают все подряд, а публичные библиотеки не закупают все книги. Все эти кураторы выбирают себе материалы и действуют как фильтры.
- **Бренды.** Если, покупая что-то в первый раз, потребитель окажется перед полкой с похожими товарами, он обратится к знакомой марке, потому что это хороший способ понизить риск, не потратив много сил. Бренды позволяют отфильтровать лишнее.
- **Государство.** Оно накладывает табу и запреты. Разжигание ненависти и дискриминация преследуются. О проблемах, связанных с национализмом, много говорится.
- **Культурная среда.** До детей доносят разные сообщения, материалы и варианты для выбора в зависимости от ожиданий школы, семьи и общества кругом.
- **Друзья.** Товарищи сильно влияют на наш выбор. Мы весьма часто выбираем то, что и друзья.
- **Мы сами.** Мы делаем выбор на основе собственных предпочтений и суждений. Этот фильтр традиционно используют реже всего.

Ни один из этих методов не ушел в прошлое с приходом супер-изобилия. Но чтобы справиться с ростом возможностей в наступающие десятилетия, мы изобретем много новых способов фильтрации.

Представьте, что вы живете в мире, где все великие фильмы, книги и песни, когда-либо произведенные человечеством, всегда у вас под рукой и «бесплатны», а ваша изоцированная система фильтров отбросила мусор, ерунду и все, что может показаться вам скучным, даже если эта вероятность мала. Забудьте о признанных критиками творениях, которые ничего не значат лично для вас. Сосредоточьтесь исключительно на вещах, которые действительно приводят вас в восторг. Вы выбираете из «сливок, снятых со сливок», из того, что порекомендовали бы вам лучшие друзья, и нескольких случайных вариантов, чтобы оставить место для сюрпризов. Другими словами, вы имеете дело только с тем, что абсолютно подходит вам в этот момент. И даже на это вам не хватит всей жизни.

Допустим, вы могли бы отфильтровать список книг, читая только величайшие. Берете исключительно произведения, отобранные экспертами, которые прочитали очень много книг. Пусть они предложат вам 60 томов, в которых собраны лучшие творения западной цивилизации — каноническую коллекцию под названием «Величайшие книги Запада». Вам или любому другому среднему читателю потребуется 2000 часов<sup>190</sup>, чтобы полностью прочесть 29 миллионов слов<sup>191</sup>. И это только часть мировой литературы. Большинству и здесь потребуется дополнительная фильтрация.

Проблема в том, что мы начинаем с такого количества вариантов, что, даже выбрав всего один из миллиона, все равно получим слишком много. Суперпрекрасных фильмов с оценкой «пять звезд» все равно больше, чем можно посмотреть за всю жизнь. Крутых сайтов, на которых можно долго сидеть, больше, чем внимания, которое вы можете им уделить. Более того, отличных музыкальных групп, книг и гаджетов, предназначенных специально для вас и адаптированных к вашим уникальным желаниям, больше, чем вы можете осилить, даже если это станет вашей основной работой.

Тем не менее мы попытаемся свести это изобилие к подходящему для вас масштабу. Давайте начнем с идеального способа. Возьмем для примера меня. Как бы я предпочел выбирать, чему стоит уделить внимание?

Во-первых, я хотел бы получать больше вариантов, которые гарантированно мне понравятся. Этот персональный фильтр уже существует. Он называется «рекомендательный движок», и его широко используют

Amazon, Netflix, Twitter, LinkedIn, Spotify, Beats и Pandora, а также другие агрегаторы. Twitter имеет систему рекомендаций — предлагает, на кого мне стоит подписаться, на основании существующих у меня подписок. Pandora применяет сходную схему, советуя новую музыку на основании той, которая мне уже нравится. Почти половину контактов на LinkedIn устанавливают благодаря рекомендациям сайта. На Amazon рекомендательный движок показывает результаты в виде знакомого баннера: «Других покупателей, которым понравился этот товар, также заинтересовали следующие». Netflix использует тот же принцип, чтобы рекомендовать мне фильмы. Хитрые алгоритмы просеивают огромный массив данных о действиях всех пользователей сайта, чтобы точно предсказать мое поведение. Отчасти эти догадки строятся на моих действиях в прошлом, поэтому на баннере Amazon стоило бы написать: «Судя по вашей истории и истории похожих пользователей, вам должен понравиться этот товар». Эти предложения в высшей степени связаны с тем, что я покупал и даже думал купить (они отслеживают, сколько времени я провожу на странице, прежде чем принять решение, даже если я не покупаю товар). Проанализировав миллиард сделанных покупок и обработав все похожие случаи, можно сделать на удивление точные предсказания.

Эти рекомендационные фильтры — один из главных механизмов, с помощью которых я открываю для себя новые вещи. В среднем они оказываются гораздо надежнее, чем рекомендации экспертов или друзей. Более того, их находят полезными столько людей, что треть продаж Amazon<sup>192</sup>, которая в 2014 году составила \$30 миллиардов<sup>193</sup>, приходится на предложения из серии «похожее на это». Для Netflix это настолько ценная технология, что там над системой рекомендаций работают 300 человек<sup>194</sup>, а бюджет этого подразделения составляет \$150 миллионов. Конечно, как только фильтры начинают работать, люди прекращают их настраивать. Искусственный интеллект учитывает здесь слабоуловимые особенности поведения как моего, так и других пользователей, и заметить их может только одержимая навязчивой идеей машина, которая никогда не спит.

Однако вознаграждение в виде только тех вещей, которые вам уже нравятся, грозит тем, что вы перестанете видеть все, хотя бы немного отличное от уже известного, даже если оно могло бы вам прийтись

по вкусу. Это называют «пузырем фильтров», а более точным термином будет «переподгонка». Вы застреваете, не добравшись до вершины, потому что ведете себя так, словно уже оказались наверху, игнорируя прилегающее пространство. Есть масса доказательств, что такое происходит и в политике: приверженцы определенного политического направления, которые полагаются на простой фильтр «вам также может понравиться», редко читают что-то за пределами предложенного. Такая избыточная фильтрация может ужесточить их взгляды. Подобного рода самоограничения, спровоцированные фильтрами, существуют также в науке, искусстве и культуре в целом. Чем эффективнее фильтр «похожие хорошие товары», тем важнее сплавлять его с «ситами» других типов. Например, исследователи из Yahoo! изобрели способ автоматически отмечать одну позицию в поле вариантов для выбора<sup>195</sup> и таким образом сделали «пузырь» видимым. Благодаря этому будет легче выбраться из его границ с помощью незначительных изменений в разных направлениях.

Во-вторых, в этом идеальном сценарии я хотел бы узнавать о неизвестных мне вещах, которые нравятся моим друзьям. Во многих отношениях таким фильтром служат Twitter и Facebook. Читая материалы друзей, вы сразу видите, что они считают достаточно крутым, чтобы поделиться этим. С помощью телефона теперь так легко сделать рекомендацию в виде текста или фото, что нас удивляет, когда человеку нравится какая-то новая вещь, а он этим не делится. Но если приятели слишком похожи на вас, они тоже порой действуют как «пузырь фильтров». Близкие друзья могут сформировать эхо-камеру\*, где похожий выбор будет закрепляться и умножаться. Исследования показывают, что порой можно расширить набор вариантов и выйти за пределы ожидаемого, просто оказавшись в следующем круге — друзей друзей<sup>196</sup>.

Третьим компонентом в идеальном фильтре был бы обновляющийся список вещей, которые мне не нравятся, но которые я тем не менее

---

\* Эхо-камера — понятие в теории СМИ, представляющее собой ситуацию, в которой определенные идеи, убеждения усиливаются или подкрепляются путем передачи сообщения или его повторением внутри закрытой системы (партия, круг единомышленников, субкультура). При этом подобные сообщения заглушают другие аналогичные информационные потоки. Иными словами, любые высказывания приводят не к дискуссиям, а к поддакиванию и поддержке единомышленников.  
*Прим. ред.*

хотел бы полюбить. В моем понимании это похоже на попытки время от времени пробовать самый нелюбимый сыр или овощ, чтобы посмотреть, не поменялись ли мои вкусы. Я уверен, что мне не нравится опера, но несколько лет назад я снова попытался ее послушать. Это была «Кармен» в Метрополитен-опера, которую транслировали в реальном времени на большом экране с крупными субтитрами, и я был рад, что сходил на трансляцию. Фильтр, предназначенный для зондирования вещей, которые не нравятся, должен быть настроен очень тонко, однако его можно создать с помощью крупных баз данных, где собран опыт многочисленных людей — по принципу «люди, которым не нравилось то, полюбили это». Подобным образом я порой готов попробовать неприятные вещи, которые стоило бы полюбить. В моем случае это могут быть любые пищевые добавки, деятельность законодательных органов или музыка в стиле хип-хоп. У лучших учителей есть способы донести непривлекательный материал до тех, кто этому сопротивляется, так, что это не отпугнет, и лучшие фильтры тоже могут это сделать. Но будет ли кто-нибудь подписываться на такой фильтр?

Непосредственно сейчас никто этого не делает, поскольку они установлены прямо на платформах. Двести друзей среднего пользователя Facebook создают такую бездну обновлений, что социальная сеть считает необходимым сокращать, редактировать, вырезать и фильтровать ваши новости, чтобы с лентой можно было справиться<sup>197</sup>. Вы не видите все материалы, которые выкладывают друзья<sup>198</sup>. Какие именно отфильтровали? По каким критериям? Знает только Facebook, и она считает свои формулы секретом фирмы. Для чего проводится эта оптимизация, они не рассказывают. Компания говорит о стремлении удовлетворить пользователей, но есть основания полагать, что она фильтрует ленты новостей с целью оптимизировать время, которое вы проводите на ее сайте, — этот показатель измерить гораздо легче, чем вашу удовлетворенность. Но, возможно, это не тот критерий, по которому хотели бы улучшить Facebook вы.

Amazon использует фильтры для повышения продаж и, в частности, фильтрует контент на страницах, которые вы видите. Речь идет не только о рекомендованных товарах, но и о других материалах, например информации о скидках и выгодных предложениях, сообщениях и подсказках. Как и Facebook, Amazon проводит тысячи экспериментов в день, меняя

фильтры, чтобы проверить эффективность А относительно В, пытаюсь персонализировать контент, реагируя на то, как его используют миллионы потребителей. Они точно настраивают довольно мелкие детали, но при таких масштабах (сотня тысяч испытуемых за раз) результаты выходят крайне полезные. Как потребитель я продолжаю возвращаться на Amazon, потому что он стремится к той же цели, что и я: по максимуму обеспечить мне дешевый доступ к вещам, которые мне нравятся. Такое соответствие встречается не всегда, но если оно есть, мы возвращаемся.

Поисковая система Google — главный фильтровщик в мире. Она делает самые разные изоэтранные выводы о результатах ваших запросов. Она не только фильтрует всемирную сеть, но и ежедневно обрабатывает 35 миллиардов электронных писем<sup>199</sup>, очень эффективно отбрасывая спам, присваивая категории и определяя приоритеты. Google — крупнейший в мире совместный фильтр, состоящий из тысяч взаимозависимых динамических «сит». Если вы согласитесь, он может персонализировать ваши поисковые результаты и настроит их для точного местоположения и времени запроса. Он использует уже подтвержденные принципы совместной фильтрации: люди, которые сочли этот ответ ценным, так же отнеслись и к следующему (хотя и не обозначили это). Google фильтрует контент на 60 триллионах страниц<sup>200</sup> примерно два миллиона раз в минуту<sup>201</sup>, но мы редко задаемся вопросом, откуда берутся его рекомендации. Когда я делаю запрос, какой ответ мне покажут — самый популярный, надежный или уникальный из вариантов, которые, вероятнее всего, мне понравятся? Я не знаю. Себе я говорю, что, возможно, мне бы понравилось ранжировать результаты всеми четырьмя способами, но Google знает, что я кину беглый взгляд на первые несколько строк, а потом пройду по ссылке. Поэтому мне сообщают: «Вот несколько вариантов, которые, по нашему мнению, подойдут лучше всего. Мы пришли к этому выводу на основе обширного опыта, который получили, отвечая на три миллиарда вопросов в день»<sup>202</sup>. И вот я иду по ссылке. А Google пытается повысить шансы, что я вернусь и снова задам ему вопрос.

По мере становления фильтрация распространится на другие децентрализованные системы, помимо медиа, а именно на ресурсы типа Uber и Airbnb. Ваши личные предпочтения относительно типа отелей, статуса и уровня обслуживания будут с легкостью переноситься в другую



систему, чтобы подобранный для вас номер в Венеции лучше вас удовлетворил. Невероятно умные фильтры можно приложить к любой сфере с большим количеством вариантов, и таких сфер будет все больше и больше. Везде, где нам потребуется персонализация, будет и фильтрация.

Мыслители предвидели скорый приход крупномасштабной персонализации 20 лет назад. В книге 1993 года «Массовая персонализация» (Mass Customization) Джозеф Пайн изложил этот план. Тогда казалось рациональным, что изготовление вещей на заказ, которое в то время было прерогативой богатых, можно распространить и на средний класс, если применить правильные технологии. Например, изощренная система с использованием цифрового сканирования и гибкого роботизированного производства позволила бы шить на заказ рубашки для среднего класса, тогда как в прошлом только высшие слои могли заказывать их по своим меркам у портных. Массовой персонализацией занялись несколько стартапов в конце 1990-х годов — они пытались производить джинсы, рубашки и кукол-младенцев. Помешало прежде всего то, что было очень трудно сделать вещь по-настоящему уникальной, не устанавливая на нее цену как на предмет роскоши. Свободно менять можно было лишь самые тривиальные характеристики, вроде цвета и длины. Эта задумка слишком опережала тогдашние возможности. Но теперь подходящие технологии появляются. Роботы последнего поколения обеспечивают быстрое производство, а усовершенствованные трехмерные принтеры могут стремительно изготовить одну единицу товара за раз. Повсеместное отслеживание, интерактивность и фильтрация означают, что мы можем сформировать подробное и многостороннее описание себя без особых затрат, и оно станет основой для любых индивидуальных услуг, которые нам захочется получить.

Посмотрим, как это может выглядеть в будущем. У меня на кухне стоит автомат для изготовления таблеток размером чуть меньше гостера. Внутри него масса крошечных пузырьков, и в каждом прописанное лекарство или добавка в форме порошка. Каждый день автомат смешивает правильные дозы всех медикаментов и делает из них одну или две персонализированные пилюли, которые я принимаю. В течение дня мои жизненные показатели измеряются сенсорами, которые я ношу на себе. Эффект от принятого лекарства фиксируется ежечасно, и данные

отправляются в облако для анализа. На следующий день дозу лекарства корректируют на основе данных за 24 часа, и появляется новая персонализированная пилюля.

Мой аватар хранится онлайн и доступен для любого розничного магазина. Он содержит точные мерки каждой части и изгиба моего тела. Даже если я пойду в физически существующий розничный магазин, то все равно сначала примерю всю одежду в виртуальной примерочной, потому что в магазинах в наличии будут лишь самые основные цвета и модели. Благодаря виртуальному зеркалу я получу на удивление реалистичное представление о том, как одежда будет смотреться на мне. Более того, поскольку я смогу вращать изображение собственной фигуры в одежде, то смогу увидеть больше, чем в настоящем зеркале в примерочной. (Однако предсказать, насколько удобно я себя почувствую в новом наряде, не получится.) Одежда сядет точно по фигуре благодаря спецификациям моего аватара (которые будут подправляться с течением времени). Услуга по подбору одежды позволит увидеть новые варианты, подготовленные на основе того, что я уже носил в прошлом, или что я дольше всего мечтательно разглядывал, или что носили мои близкие друзья. Это и есть фильтрация стилей. За годы сформировалось очень подробное описание моего поведения, которое можно применить ко всему, чего бы я ни пожелал.

Мой профиль, как и аватар, управляется программой «Всё о тебе». Программа знает, что в отпуске я предпочитаю недорогие хостелы, но с отдельной ванной комнатой и максимально быстрым интернетом, всегда в самой старой части города, но только не рядом с автовокзалом. Она работает совместно с искусственным интеллектом, чтобы подобрать варианты, запланировать сроки и зарезервировать номер по лучшей цене. Это не просто профиль, который хранится в интернете, это скорее постоянно действующий фильтр, который непрерывно обновляется с учетом мест, которые я уже посетил, а также фотографий и твитов, которые я сделал во время прошлых путешествий. Кроме того, он учитывает, что я читаю и смотрю, поскольку книги и фильмы часто вызывают у нас желание посетить какие-то места. Он уделяет массу внимания путешествиям моих близких друзей и их друзей и из этого большого объема данных часто выбирает конкретные рестораны и хостелы. Обычно его рекомендации вызывают у меня восторг.

Поскольку мои друзья разрешают программе «Всё о тебе» следить за всем, что они делают: что покупают, где ужинают, какие клубы посещают, какие фильмы смотрят, какие новости читают, какими физическими упражнениями занимаются, куда ездят на выходные, она может дать мне очень подробные рекомендации и при минимальных усилиях со стороны друзей. Когда я просыпаюсь утром, «Всё о тебе» фильтрует обновленный поток данных и доставляет мне только самые важные новости того типа, который мне может понравиться. Фильтр действует, учитывая, чем я обычно делюсь с другими, какие делаю закладки и что комментирую. В кухонном шкафу я нахожу новый для меня вид сухого завтрака с повышенной питательной ценностью, который мои друзья попробовали на этой неделе и программа заказала вчера. Меня оповещают, где сейчас пробки на дорогах, поэтому машину подадут позже, чем обычно, и я попробую нетрадиционную дорогу до места, где буду сегодня работать, выбранную на основании того, каким путем сегодня ехали несколько моих коллег. Я никогда не знаю точно, где окажется мой офис, потому что мы с коллегами по стартапу встречаемся в коворкингах, которые свободны в тот или иной день. Мое личное электронное устройство превращает экраны в этих местах в мои дисплеи. В мои задачи в течение дня входит работа над несколькими искусственными интеллектами, которые подбирают методы лечения и заботы о здоровье для нескольких клиентов. Я помогаю искусственному интеллекту разобраться с некоторыми специфическими случаями (например, как быть с пациентами, которые полагаются на лечение внушением), чтобы повысить эффективность их диагнозов и рекомендаций.

Вернувшись домой, я предвкушаю, как буду смотреть подборку развлекательных видео в 3D и играть в занятные игры, которые предложит мне Альберт. Так я назвал аватара из программы «Всё о тебе», который фильтрует для меня медиа. Альберт всегда подбирает самые крутые штуки, потому что я отлично обучил его. Начиная со старших классов, я тратил по крайней мере десять минут в день, подправляя его выбор, добавляя неочевидные факторы и точно настраивая фильтры. Поэтому к сегодняшнему дню, с учетом новых алгоритмов для искусственного интеллекта и оценок, которые поставили «друзья друзей друзей», у меня образовался потрясающий канал. Многие люди каждый день смотрят, что выбрал мой Альберт. Я на первом месте в списке лидеров в фильтре

виртуальной реальности. Моя подборка настолько популярна, что компания «Всё о тебе» платит мне кое-какие деньги, ну, по крайней мере подписка обходится бесплатно.

\* \* \*

Сейчас мы находимся на ранней стадии развития фильтрации. Как и что мы фильтруем, еще сильно поменяется. Мощные вычислительные технологии можно применить к «интернету всего на свете», и это будет сделано. Самый тривиальный товар или услугу можно будет при желании настроить под индивидуальные потребности (но во многих случаях желания не возникнет). В следующие 30 лет все содержание облака будет фильтроваться, что повысит степень персонализации.

Тем не менее любой фильтр не пропускает и что-то хорошее. Отсев — это разновидность цензуры, и наоборот. Правительство может установить фильтр для всей страны, чтобы не допустить распространение нежелательных политических идей и ограничить свободу слова. Как Facebook или Google, власти обычно не раскрывают, что именно фильтруют. Но в отличие от социальных медиа, альтернативного правительства, на которое можно было переключиться, у граждан нет. Даже после фильтрации, продиктованной благими целями, мы по определению видим лишь малую долю того, что может быть доступно. Это проклятие мира изобилия: мы способны взять лишь крошечный кусочек от всего существующего. Каждый день технологии, благоприятствующие создателям, такие как 3D-печать, приложения на телефонах и облачные услуги, еще немного расширяют горизонт возможностей. Соответственно, каждый день нам нужны еще более широкие фильтры, чтобы приспособить это изобилие к человеческим масштабам. От отсева не уйти никуда. Несостоятельность какого-то из фильтров нельзя излечить полной его отменой. Ее можно излечить только применением компенсирующих фильтров.

С точки зрения человека, технология отсева вычленяет главное в контенте. Но если посмотреть на это с другой стороны, с позиции содержания, фильтр фокусирует человеческое внимание. Чем больше появляется контента, тем более сфокусированным должно быть внимание. Еще в 1971 году экономист и социолог Герберт Саймон, лауреат Нобелевской премии, заметил: «В мире, богатом информацией, ее изобилие



[Почитать описание, рецензии  
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

