

УДК 316.774:654.1  
ББК 60.524.224.67  
Д 30

**С.А. Дементьев,**

*кандидат социологических наук, доцент кафедры философии и культурологии Южно-Российского гуманитарного института, г. Ростов-на-Дону, тел.: +79282700227, e-mail: sadementiev2014@yandex.ru*

## **СОВРЕМЕННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СРЕДА: ПРАВСТВЕННАЯ ДИЛЕММА УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ**

*(Рецензирована)*

**Аннотация.** В статье рассматриваются деструктивное информационное социально-психологическое воздействие, информационные стрессы, информационный терроризм, тиражирование негативной информации, загрязненность и засоренность информационной среды, агрессивность информационной среды, которые дают возможность квалифицировать информационную среду современного общества как негативную по отношению к человеку, создающую условия для нарушения его информационной безопасности.

**Ключевые слова:** информационная среда, информационная агрессия, информационный терроризм, информационный стресс, загрязненность и засоренность информационной среды, информационные фантомы.

**S.A. Dementiev,**

*Candidate of Sociology, Associate Professor of the Southern Russian Institute of the Humanities, Rostov-on-Don, ph.: +79282700227, e-mail: sadementiev2014@yandex.ru*

## **CONTEMPORARY INFORMATION ENVIRONMENT: MORAL DILEMMA OF GOVERNANCE OF PUBLIC CONSCIOUSNESS**

**Abstract.** The paper explores destructive information social and psychological pressure, information stresses, information terrorism, replication of negative information, impurity and contamination of the information environment with the imposed and even harmful information, and aggression of information environment that give the chance to qualify the information environment of contemporary society as negative in relation to the person, creating conditions for violation of his information security.

**Keywords:** Information environment, information aggression, information terrorism, information stress, impurity and contamination of the information environment, information phantoms.

Современный человек как вид «Номо Informaticus» бытийствует в информационной среде. Его человеческая субъектность, как подчеркивает Ж. Бодрийяр, – это «медиа-субъектность» [1]. Согласно взглядам мыслителя, в информационном обществе закончилась история и наступила эра ее тотальной имитации и симуляции, эра гибридных ценностей и гибридных процессов. Реальность в этих

процессах не только отчуждается от человека, она перестает быть феноменом социального опыта, а просто подменяется информационной виртуальной имитацией.

Соответственно этому, информация как субстанция информационной среды современного информационного общества подменяется множеством символов, знаков, картинок и роликов, далеких от реальности. Эта информация вводит человека в заблуждение, подменяя реальную картину мира цифровой имитацией. В первую очередь, это, конечно, относится к рекламному давлению на человека.

Проблема информационной безопасности личности напрямую связана с информационными технологиями вообще и в частности – с рекламными информационными технологиями, психологически воздействующими на личность, манипулирующими его сознанием, конструирующими псевдореальность, побуждая человека к тем или иным поступкам или оценкам. Об этом пишут такие исследователи, как М. Андреева, А.В. Дроздова, В.Г. Зазыкин, Д.А. Леонтьев и другие [2].

В соответствии с тем, что информационная среда активно и агрессивно вмешивается в личную жизнь каждого человека, во все стороны общественной жизни, Г. Бехман характеризует современное информационное общество как пространство информационных угроз и рисков [3]. В информационной среде современной рекламы расширяется интенсивность и диапазон воздействия на психику индивида. Это проявляется и в навязывании человеку рекламных шаблонов и стереотипов, и в несанкционированном вмешательстве в личную информационную жизнь каждого человека, и в подмене реальной картины мира иллюзорными рекламными имитациями.

Соответственно этому, в современной информационной среде

реклама является одним из основных каналов воздействия на человека. Реклама практически полностью занимает все социокультурное информационное поле, обволакивает человека гибридной информацией, информационными симулякрами, побуждая его к принятию тех ценностей, которые навязываются рекламой, и провоцируя предписанные модели поведения. Отличительными особенностями современной рекламы является несанкционированность вторжения в личное информационное пространство человека, навязчивость и повторяемость [4-6].

Частотность повторения одних и тех же рекламных роликов, использование манипулятивных технологий, «25 кадра», психотерапевтических приемов создают предпосылки бессознательного использования людьми навязанных рекламой рецептов и рекомендаций. Кроме того, реклама зачастую недостоверна, если попросту не лжива, в своих обещаниях для потребителя рекламы сделать его жизнь безоблачной и счастливой. Реклама является не просто средством давления на потребителя, она также является методом его оболванивания и превращения в придаток рекламного манипулирования.

Современная реклама также выступает информационным инструментом мифологизации общественной жизни. Создавая различные мифологемы, реклама подменяет реальную картину мира мифологизированной, недостоверной, лживой и ведущей к тому, что человек ориентируется в жизни недоброкачественными принципами. Соблазняя потребителя, реклама ориентируется уже не на товар, а на провоцирование стиля жизни и образа жизни, прокачивая через мозги потребителей рекламные бренды престижных товаров. Это означает, что реклама порождает мифические образы, влияет на идентичность человека, навязывая

ему те или иные информационные фантомы.

Развитие СМИ внедряет в сознание человека визуальный синдром товарного изобилия, предлагая различные дорогостоящие бренды, что вступает в противоречие с фактами повседневной жизни среднего человека, уровнем его обеспечения, размером его потребительской корзины и финансовым обеспечением. Это не только подрывает доверие к навязываемой информации, но и порождает вполне обоснованное социальное раздражение и даже чувство протеста.

В этом случае человек чувствует себя безгласным элементом, статистом хорошо отрепетированной и отрежессированной игры, этакое информационное шоу, целью которого является погоня за прибылью. Подобные суждения и оценки, соответственно, переносятся потребителем информации и на политическую информацию, которую человек также рассматривает как политический спектакль, целью которого является не развитие политической жизни, а та же, только завуалированная красивыми политическими лозунгами, погоня за личной выгодой и личной прибылью.

В настоящее время ценность информации значительно возросла. Применительно к отдельному человеку, владение информацией, повседневная, профессиональная, социокультурная и политическая информированность позволяют своевременно ориентироваться в окружающем мире, правильно делать выбор, принимать решения. А если иметь в виду нарастающее информационное давление на человека, то нужно отметить, что порой оно бывает запредельным и вызывает у потребителя информации социально-психологический стресс.

Как отмечают такие исследователи, как Э.В. Терещенко и М.Л. Есаян, сегодня наиболее

стрессогенной является информация, которая направлена на искусственное формирование сознания и моделей поведения потребителей информации, т.е. информация, которая является основой манипулирования общественным мнением [7]. Такая информация, как правило, избыточно переполнена разработанными схемами социально-психологического воздействия на сознание человека, а способствует выработке стресса именно та информация, которая является информационной перегрузкой.

Информационный стресс есть состояние информационной перегрузки. В этом состоянии человек не способен усвоить всю информацию, осмыслить ее в заданном темпе; он не успевает оценить информацию и сделать правильные выводы. Информационный стресс в этом отношении является естественной реакцией психики человека, ее ответом на избыточное информационное давление, когда разномодальная информация бесконечным потоком оказывает воздействие на человека и он, не успевает ее осмыслить, принять к сведению, теряется в ее оценках и впадает в состояние информационной паники.

Информационный стресс возникает не только в результате перегруженности сознания человека информационным давлением извне. Такой стресс имеет количественные характеристики. Есть и такой информационный стресс, который характеризуется качественными параметрами. Это связано, прежде всего, с содержательной наполненностью информационного воздействия. Те информационные сообщения, отмечает В.А. Бодров, которые наполнены сценами насилия, криминализацией своих сюжетов, негативной информацией, вызывают у потребителя информации эмоциональную напряженность, провоцируют негативные переживания и формируют основания информационного стресса [8].

Веянием современной эпохи, эпохи информационного общества, стал так называемый информационный терроризм, т.е., как отмечает, например, М.В. Ведякин, противозаконные насильственные действия, имеющие своей целью запугивание и шантаж [9]. В информационном обществе эти действия выходят за пределы национальных границ и становятся интернациональным явлением.

Информационный терроризм, как насильственные и незаконные действия в иносфере, выражаются в формировании таких инфоресурсов, которые оказывают информационное давление на выбранный объект. Это может быть незаконный сбор информации, взламывание корпоративных сайтов и информационной инфраструктуры, использование и распространение в иносфере личной, корпоративной или государственной информации с целью шантажа и запугивания. Сюда включаются и кибератаки хакеров на банковские сайты, и взломы корпоративных сайтов с целью незаконного использования информации, и атаки на личные сайты публичных акторов, в числе которых общественные и религиозные деятели, деятели искусства, шоу-бизнеса, политики.

Информационный терроризм является информационным насилием. Его результатом является создание у потребителя информации чувств неуверенности и страха по отношению к защите своих собственных личных информационных ресурсов. Это чувство связано возрастанием недоверия к киберпространству и информационной сфере вообще. С другой стороны, информационный терроризм действительно показывает незащищенность актора информационного взаимодействия перед атаками кибертеррористов. Это создает еще одну возможность нарушения информационной безопасности человека [10].

Информационная среда бытия человека типа «Homo Informaticus»,

как и всякая среда, оказывает влияние на его жизнедеятельность, условия существования и проявление себя в этой среде. Это относится и к природопользованию, как отмечает М.Р. Мамин, и вообще ко всем сегментам социальной среды [11]. В социальной экологии правомерно используется термин «загрязненность окружающей среды», который также правомерно можно распространить и на информационную среду. Во всяком случае, на этом настаивают такие исследователи, как М.Г. Делягин [12], С.А. Дружилов [13], А.Л. Еремин [14] и многие другие отечественные исследователи.

Сам термин «засорение информационных ресурсов» ввел в оборот Якоб Ниелсен еще в 2003 году [15]. Этим термином он в своей книге, посвященной веб-дизайну, обозначил «засорение» информационных ресурсов различными посторонними, ненужными для конкретного дела, неподходящими и недостоверными данными. Сегодня понятие «засоренность информационной среды» означает хаотичное наполнение информационного пространства различными информационными сообщениями, дисгармоничное построение информационных потоков, деструктивную и разрушительную информацию, которая воздействует на человека отрицательным образом, угнетает его, порождает информационные стрессы, страхи и информационные фобии.

Сюда также можно отнести внедрение рекламных роликов в различные информационные сообщения, игровые врезки в тексты и деловую информацию, вредоносные программы, которые проникают в персональные компьютеры, и подобный им информационный «мусор».

Последствия такого загрязнения и засорения информационной среды могут быть самые разные, но, прежде всего, профессиональные и деловые, которые можно обозначить как сбои в работе,

в производственном процессе, потеря информации, нарушение рабочего и профессионального ритма и т.п.

Это могут быть психологические последствия, связанные с получением негативных эмоций, информационных стрессов, но это могут быть и социальные последствия, выражающиеся в еще более нарастающем недоверии к существующим информационным технологиям и опасении относительно деструктивных последствий воздействия информационной среды. В любом случае подобные информационные вторжения нарушают форматы информационного комфорта и способствуют утрате информационной безопасности.

Следует отметить, что загрязненность и засоренность информационной среды являются одним из факторов, который способствует нарушению информационной безопасности человека. Это выражается во вторжении в информационный обмен и информационное взаимодействие посторонних и вредоносных данных, программ, рекламных сообщений, которые не только нарушают данный процесс информационного взаимодействия, но и угрожают человеку, его персональным информационным данным, создают деструктивные условия для пользователя деловой информацией.

Информационная среда современного общества является не только загрязненной и засоренной. Она становится крайне агрессивной по отношению к конкретному пользователю информационных ресурсов. Информационная агрессия, как отмечалось выше, проявляется в несанкционированном вторжении в информационный обмен и информационное взаимодействие человека ненужных, неделовых, недостоверных информационных сообщений, мешающих работе, создающих трудности, способствующих утрате информации и нарушению рабочего ритма. Это рекламные ролики, и

игровые фрагменты, и вредоносные программы.

Наиболее явно агрессивность информационной среды проявляется в Интернете, что выражается во втягивании пользователя информационными ресурсами в стремление максимально обезопасить себя от действия таких несанкционированных информационных вторжений. Кроме различных сбоев в работе, это также порождает чисто психологические проблемы взаимодействия с информационной средой. Одной из таких проблем является так называемый «сетевой пессимизм». Это выражение социально-психологического отношения пользователя информационных ресурсов к недостоверности и вредоносности сетевой информации.

Сетевые технологии в соответствии с психологическим комплексом « сетевого пессимизма » оцениваются как вредоносные и агрессивные. Навязываемые сетевые информационные услуги в глазах пользователей информационных ресурсов являются тем информационным « злом », за которое приходится расплачиваться при пользовании сетевой информацией.

Такие же оценки соответствуют и массовой медийной агрессии, которая в своих навязываемых информационных услугах и предложениях негативно воздействует на человека. Медийные и информационные услуги сети заменяют и подменяют реальную деловую информацию, реальные объекты различными симулякрами и информационными фантомами, которые в лучшем случае просто мешают работе в сети, в худшем – являются информационными ловушками. И стоит пользователю информационных ресурсов сделать один неудачный клик, в его базу данных, информационное взаимодействие, внутренний мир вторгается инородное информационное тело, вредоносная программа, навязчивая реклама, избавиться от

которой порой представляется далеко не легким делом. Агрессия в сети проявляется не только в несанкционированных вторжениях в информационный мир пользователя. Она выражается и в сетевых недостатках, таких как троллинг, оскорбления, шовинизм и т.п. Анонимность сетевого общения способствует широкому распространению такого рода агрессии. Все указанные сюжеты характеризуют то, что можно определить как нарушение информационной безопасности личности.

Информационная среда современного общества переполнена различной негативной информацией. Это информация о криминализации общества и о его коррумпированности, о деструктивных социальных процессах и негативных прогнозах, о загрязнении окружающей среды и ужасной экологической картине современных мегаполисов, росте смертности от наркозависимости и алкоголизации, росте самоубийств, числа аборт, сексуальной распущенности, снижении уровня образованности и деградации культуры. Доступность негативной информации обо всех деструктивных процессах по принципу обратной связи влияет на эти процессы, усиливая их.

Негативная информация, тиражируемая Интернетом и средствами массовой информации, проникает в сознание человека и провоцирует его подсознание на негативные реакции, синдромы незащищенности и страха, фобии незащитности перед сокрушающим воздействием современной цифровой цивилизации, на пессимизм относительно перспектив своей личной жизни и бытия всего социума. Но в первую очередь негативная информационная среда

как глобальное явление современности создает у человека впечатление о его личной незащищенности, о возможности несанкционированного вторжения в его внутренний мир, приватную информацию, личные данные.

Эти опасности и риски нарушения информационной безопасности человека связаны со многими аспектами развития информационной среды. Это и информационное оцифровывание человека, подмена его субъективности и субъектности информационными фантомами, порождение аддикции-зависимости от сетевого информационного взаимодействия, усиление и расширение информационного давления и информационной агрессии против человека, что выражается, прежде всего, в рекламном воздействии. Все несанкционированные способы вторжения во внутренний информационный мир человека, несомненно, нарушают его информационную безопасность.

На основе рассмотренных проблем можно отметить, что под информационной безопасностью личности можно понимать:

- создание жизненно важной информационной среды обитания и функционирования человека как социального существа,
- информационный суверенитет личности,
- условия сохранения ею личных ценностей и собственной социальной субъективности и субъектности,
- создание условий, в которых человек свободен от различных информационных агрессий и манипулирования его сознанием и поведением, когда он свободен в выборе модели поведения и принятии собственного решения.

#### Примечания:

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Культурная революция: Республика, 2006.

2. Андреев А.А. Современные информационно-образовательные среды. URL: <http://p-lib.ru/pedagogika/andreev/andreev9.html>.

3. Бехман Г. Современное общество как общество риска // Вопросы философии. 2007. № 1.
4. Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: Добросвет: КДУ, 2009.
5. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М.: Аспект Пресс, 2001.
6. Черных А. Усталость сострадать // Мир современных медиа. М.: Территория будущего, 2007.
7. Терещенко Э.В., Есаян М.Л. Информационный стресс: психологические и социальные аспекты. URL: [http://www.rusnauka.com/6\\_PNI\\_2012/Psihologia/12\\_102600.doc.htm](http://www.rusnauka.com/6_PNI_2012/Psihologia/12_102600.doc.htm).
8. Бодров В.А. Информационный стресс: учеб. пособие для вузов. М.: ПЕР СЭ, 2000.
9. Ведяскин М.В. Международный терроризм: новые угрозы. URL: [http://www.auditorium.ru/aud/v/index.php?a=vconf&c=getForm&r=thesisDesc&id\\_thesis=2851](http://www.auditorium.ru/aud/v/index.php?a=vconf&c=getForm&r=thesisDesc&id_thesis=2851).
10. Еляков А.Д. Киберпреступление в международной информационной инфраструктуре общества // Научно-техническая информация. Сер. 1. Организация и методика информационной работы. 2009. № 12.
11. Мамин М.Р. Безопасность природопользования и экология здоровья. М.: ЮНИТИ, 2003.
12. Делягин М.Г. Драйв человечества. Глобализация и мировой кризис. М.: Вече, 2008. 528 с.
13. Дружиллов С.А. Загрязненность информационной среды и проблемы психологического здоровья личности // Современные наукоемкие технологии. 2013. № 4.
14. Еремин А.Л. Ноогенез и теория интеллекта. Краснодар: Сов. Кубань, 2005.
15. Нильсен Я. Веб-дизайн. СПб: Символ-Плюс, 2003.

#### References:

1. Baudrillard J. The Consumer Society: Myths and Structures. M.: Cultural Revolution; Republic, 2006.
2. Andreev A.A. Modern information and educational environments. [Electronic resource]. URL: <http://p-lib.ru/pedagogika/andreev/andreev9.html>
3. Bekhman G. Modern Society as a Risk Society // Issues of Philosophy. 2007. No. 1.
4. Danilova A.A. The Word Manipulation in Mass Media. M.: Dobrosvet, KDU, 2009.
5. Korkonosenko S.G. Fundamentals of journalism. M.: Aspect Press, 2001.
6. Chernykh A. Fatigue of Compassion // The World of Modern Media. M.: Territory of the Future, 2007.
7. Tereshchenko E.V., Esayan M.L. Information stress: psychological and social aspects. [Electronic resource]. URL: [http://www.rusnauka.com/6\\_PNI\\_2012/Psihologia/12\\_102600.doc.htm](http://www.rusnauka.com/6_PNI_2012/Psihologia/12_102600.doc.htm)
8. Bodrov V.A. Information stress: a manual for higher schools. M.: PER SE, 2000.
9. Vedyaskin M.V. International terrorism: new threats. [Electronic resource]. URL: [http://www.auditorium.ru/aud/v/index.php?a=vconf&c=getForm&r=thesisDesc&id\\_thesis=2851](http://www.auditorium.ru/aud/v/index.php?a=vconf&c=getForm&r=thesisDesc&id_thesis=2851)
10. Elyakov A.D. Cybercrime in the international information infrastructure of society // Scientific and technical information. Series 1. Organization and methodology of information work. 2009. No. 12.
11. Mamin M.R. Safety of nature management and health ecology. M.: UNITY, 2003.
12. Delyagin M.G. Drive of humanity. Globalization and the global crisis. M.: Veche, 2008. 528 pp.

13. Druzhilov S.A. Contamination of the information environment and problems of the psychological health of the individual // Modern science-intensive technologies. 2013. No. 4.

14. Eryomin A.L. Noogenesis and theory of intelligence. Krasnodar: Soviet Kuban, 2005.

15. Nielsen J. Web design. SPb.: Symbol-Plus, 2003.