

УДК 141

## ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА В УСЛОВИЯХ НОВЫХ МЕДИА

Кривов А. А., Разинов Ю. А.

Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С. П. Королёва, г. Самара

Современные технологии развиваются так быстро, что их осмысление и понимание сущности изменений, вносимых тем самым в нашу жизнь, не всегда поспевает за ними. В кратчайший период последнего столетия человеческие технологии в области записи, создания, хранения и передачи информации различного рода (текст, аудио изображения, комплексные виды) совершили колоссальный скачок. Будучи порождением человеческой мысли и прогресса, теперь они сами способны влиять на сознание, деятельность, ценности и привычки человека; уже стали значительной частью его повседневного опыта в 21 веке.

На сегодняшний день уже становится явным, что массив информации, с которым сталкивается человек, приобретает угрожающий характер. Модернизация СМИ и методов влияния на общественное сознание, информационные войны, разворачивающиеся вокруг человека, изощрённые маркетинговые технологии, развитие сети Интернет вкупе с новым поколением гаджетов и программных продуктов – всё это создает небывалый поток информации, избыточность и давление которой становится серьезной проблемой. Информационные потоки захватывают приватное пространство. Условной становится граница между «внутренним» и «внешним», личным и публичным. Доступность информации, казавшаяся безусловным благом вчера, сегодня не редко обращается во вред человеку.

Вопрос о защите личности, её частной жизни в информационном поле, свобод и выбора в комплексном междисциплинарном, и в том числе, философском аспекте только приобретает важность сейчас. Это формулирует достаточно новый ракурс и проблему: безопасность от информации.

В связи с этим можно выделить следующие явления:

1. Проблема нарастающей избыточности информации в жизни человека. Ещё недавно прогресс, информация, знания, возможность быть в курсе дел, мировых событий, актуальных новостей и прочего представлялась безусловным благом и привилегией. Сейчас встаёт вопрос защиты от информации, ограничения своего круга, жизненного мира от того потока, который сейчас мы можем ощущать на собственном опыте.

2. Проблема поиска. Информация есть, и её много, – но нельзя сказать, что истины стало больше. Фильтрация и ориентация в поисках смысла. Кто эксперты, авторитеты, чьему мнению и чему вообще человек может доверять, когда информационные подделки дошли до невероятного уровня правдоподобия. Возможно ли, исходя из этой новейшей ситуации, как-то иначе, по-новому организовать свою жизнь.

3. Проблема защиты от агрессивной информационной среды.

Медиа стремятся заполнить нашу жизнь, но то, что они транслируют (вне зависимости от их природы), порой стремясь задать новую норму, либо что несут в себе, часто оказывает неблагоприятное воздействие на человека, его сознание и мироощущение, ценности, культуру, и это должно быть подвергнуто критике и рефлексии. В этой связи также принято говорить об «иконическом повороте» [1. С. 16].

В эту группу входят: трансляция СМИ ужасов войны и жестокости, которые всё более расшатывают наше чувственное восприятие, атрофируют его, которые уже вовсю готовы стать частью повседневности.

4. Кроме того, человек сегодня становится жертвой или полем боя в разнообразных «информационных войнах» (на которых, стало быть, воюют «информационным оружием»), имеет дело с повсеместной пропагандой и дезинформацией, и это можно выделить в отдельное направление.

5. Проблема кризиса ценностного мышления, нарастания социальной агрессии, апатии и цинизма в условиях тотальной информационной открытости и падения нормативной культуры.

Обширное множество феноменов, включающих, например, методы ведения дискуссий в комментариях на различных сайтах, радикализм и враждебность интернет-среды, троллинг, повсеместная провокация и эпатаж в борьбе за внимание (явление, известное как clickbait); отказ от нравственности в цифровом поле.

6. Проблема индивидуации в условиях омащовления культуры. Критическое мышление личности, поглощённой медиасредой, и её свобода. Резистентность и устойчивость в отношении рекламных образов, негативных поведенческих шаблонов, вредных стереотипов и ценностных ориентиров. Влияние медиасреды на формирование вкуса и всевозможных любительских «креативных практик» (мемы, популярный контент в социальных сетях и его анализ). Доминант количества над качеством.

7. Новые практики и формы мышления, реакции, смыслы, вырастающие из новых технологий и их интеграции (привычки селфи, чек-ин геолокации, внедрение дополненной реальности).

Сюда относится феномен увлечённости новейшими технологиями, гаджетами, их непрерывающейся сменой и гонкой вооружений. Технологии и новые способы коммуникации в какой-то степени подчиняют себе человека. А у последнего в некоторых случаях, в свою очередь, происходит формирование себя и своей жизни, своего существования как транслирующее медиа (профили в социальных сетях, микро- и фотоблоги, видеоблоггинг), как один общий тотальный и откровенный «профайл».

#### Библиографический список

1. Савчук, В.В. Медиафилософия. Приступ реальности. – СПб: Издательство РХГА, 2013. – 350с.