

УДК 316.77:001.12/18;070:001.12/18

DOI: 10.18384/2310-7227-2015-3-32-38

Горбунов А.С.*Московский государственный областной университет***ПРОБЛЕМА БЕЗОПАСНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ
В ОБЩЕСТВЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Аннотация. В статье рассматривается вопрос о личной безопасности в связи с воздействием, осуществляемым средствами массовой коммуникации. Выявляются наиболее актуальные аспекты в обеспечении защиты личности от возможных угроз её развитию и свободе. Предлагаются направления, на которых могли бы быть осуществлены действия по обеспечению такой защиты. В поле зрения автора – социально признанные модальности, определяющие регулирование деятельности СМК по производству и распространению ими информационного продукта. Данные модальности могут быть определены исходя из тех угроз, которые содержит в себе то или иное масс-коммуникационное (информационное) воздействие.

Ключевые слова: средства массовой коммуникации, общество, личность, информация, воздействие, безопасность, свобода.

A. Gorbunov*Moscow State Regional University***THE ISSUE OF INFORMATION SAFETY
IN MASS COMMUNICATION SOCIETY**

Abstract. The article deals with the issue of personal security threatened by means of mass communication. The most relevant aspects in protecting the individual against possible threats to its development and freedom are identified. The directions are described in which protective actions could be implemented. Socially recognized modalities governing the media activities to produce and distribute information products are considered. These modalities can be identified on the basis of the threats that a particular mass communication means carries.

Key words: mass media, society, identity, information, impact, safety, freedom.

Признав потребность в получении информации как одну из фундаментальных в масс-коммуникационном обществе, нельзя не констатировать существующую на сегодняшний день недостаточность в осмыслении характера потребления информационной продукции.

Нет оснований оспаривать непреложный факт: в масс-коммуникационном обществе подавляющее большинство индивидов, составляющих социум, являются в первую очередь не производителями, но потребителями информационной продукции масс-коммуникационных институтов, причём как госу-

дарственных, так и частных. Не стоит придавать большого значения тому, что Ж. Бодрийяр охарактеризовал как «персонализированное дилетантство, эквивалент воскресного рукоделия на периферии системы» [2], когда пишущий в самодельный блог одиночка думает, что он создает смыслы, значимые в масштабе масс-коммуникационных потоков.

В этой связи остро стоят вопросы ответственности производителя масс-коммуникационного (информационного) продукта, а также (не менее важный вопрос) духовной, мировоззренческой, интеллектуальной, образовательной подготовки реципиента. Ведь его индивидуальное бытие в полной мере отражает параметры и соответствия со стандартами, задаваемыми общим масс-коммуникационным процессом.

Разумеется, не на последнем месте здесь такое качество распространяемой средствами массовой коммуникации (СМК) информации, как её безопасность. Трудно представить себе, чтобы при реализации иных видов фундаментальных потребностей человек абстрагировался от понятия безопасности.

Хорошо известно, что общество давно озаботилось регламентацией тех сфер, где происходит реализация насущного, жизненно важного потребностного ряда. Речь о тех «корневых» потребностях, которые ещё древнегреческий мыслитель Эпикур отнёс к естественным и необходимым, то есть тех, что связаны с утолением жажды, голода, необходимостью в отдыхе и сне [1, т. 1, ч. 1, с. 356].

Чем к более развитому относит сегодня себя общество, тем большее

значение оно уделяет комплексу регламентов, норм и запретов, связанных с производством и гигиеной продовольствия, питья, оборудования жилищ, мест отдыха и досуга.

Более того, жёсткая регламентация распространяется и на всё названное Эпикуром естественным, но не необходимым, то есть на модифицированные естественные потребности. И это не удивительно: не имея в своей основе характера необходимости, реализуются эти потребности всё же на глубинном фундаментальном уровне и могут при несоблюдении определённых правил и норм нести угрозу здоровью и жизни человека.

При этом парадоксальным образом мы находимся в ситуации, когда общество, с одной стороны, признало информацию в качестве фундаментальной ценности и потребности, а с другой – во многом продолжает игнорировать область её потребления, находящуюся, по сути, в архаичном – в ретроспекции становления масс-коммуникационного общества – состоянии.

Более того, если учитывать силу и характер воздействий, которые оказывает на личность информационный поток, становится ещё более понятной вся глубина несоответствия потенциалов объекта рассмотрения (массовой информации) и отношения к нему со стороны как общества, так и тех исследовательских структур, что призваны выявлять опасные тенденции современного развития.

Хорошо известно, с какой тщательностью и известной долей осторожности осуществляется подход к таким явлениям «второй природы», как ядерные технологии, химические

и биотехнологии. Возможно, основанием для подобного подхода послужила зримость любого неоправданного, преступного или непредусмотрительного использования достижений этих, без сомнения, инновационных и, в конечном счёте, созидательных направлений, определяющих во многом социально-экономические параметры в современном мире.

Однако деятельности СМК и её последствиям до сих пор не уделяется достаточно внимания. Между тем масс-коммуникационные, информационные воздействия затрагивают сущностные основы человеческой личности и во многом формируют саму актуальную структуру социума.

Чем воздействия сильнее и многочисленнее, тем более неоправданным выглядит поверхностное отношение к ним, поскольку они оказываются на человека, вовлечённого в масс-коммуникационный процесс на уровне его сознания, самосознания, подсознательных процессов, на уровне формирования его фундаментальных установок, интересов и потребностей, на уровне осуществления им личностной свободы, на уровне формирования индивидуальности и мировоззрения.

Если подходить к соотношению дефиниций «информация» и «формирование» в их исходном смысле, становится очевидным, что процесс формирования личности детерминирован информационным воздействием. В некотором смысле мы возвращаемся к аристотелевскому пониманию формы. Стагирит, как известно, придавал форме ключевое значение как в становлении, так и в прочтении бытия [7].

Уже в наши дни известный австралийский исследователь Дэвид Чалмерс

утверждает, что сознание берёт начало в любой информационной системе. Человеческий мозг перерабатывает получаемую информацию в ходе сложнейших процессов. Данный взгляд предполагает, что именно в результате этой переработки и возникает человеческое сознание [6].

При этом мы можем говорить о содержании сознания как о сложной форме отражения. В любом случае, находясь в информационном потоке, формируемом СМК, человек в значительной степени обречён на самое серьёзное воздействие с их стороны в том, что касается формирования его собственного сознания.

Столь же очевидно, что преобладающий тип нынешнего человеческого существования в контексте массово-информационных процессов может быть определён как «человек формируемый».

Становится понятно, что речь идёт о тех критериях безопасности, которые лежат в плоскости самых глубинных уровней человеческого бытия. Возможное выяснение данных критериев нельзя не признать насущной задачей.

В этой связи возникает необходимость уточнить, какого рода безопасность и соответствующие ей критерии имеются в виду, так как неправильное понимание заставило бы истолковать приводимые рассуждения в упрощённо-негативном аспекте.

Сразу следует подчеркнуть, что здесь ни в коем случае не подразумевается ограничение каких-либо свобод, связанных с участием в масс-коммуникационном процессе. Свобода на поиск и получение информации, доступ к разнообразным её источникам, права на распространение

значимой информации, несомненно, должны оставаться одними из базовых ценностей современного общества. Более того, во всех названных активностях подразумевается тот субъект, та свободно мыслящая личность, что и призвана осуществлять указанные права и свободы.

Однако именно её существованию и несут угрозу сложившиеся на сегодняшний день практики деятельности СМК. Они нередко формируют информационную среду, где при декларативной верности означенным ценностям происходит уход от них на уровне обыденной повседневной рутины взаимодействия личности и конгломерата СМК.

Иначе говоря, вопрос выглядит следующим образом. Как сформулировать условия безопасного участия личности в масс-коммуникационном процессе, ни в коей мере не посягая при этом на её же права и свободы в обращении с информацией?

Очевидно, что «линейка» сугубо запретительных мер здесь не подойдёт, тем более что большинство эффективных запретов, согласно доминирующему на данный момент положению вещей в изучаемой сфере, реально могут быть наложены исключительно на потребителя информации. В конечном счёте, это только ещё больше сузит его возможности по реализации свободного доступа к информации.

Сейчас более уместно говорить о тех критериях, которые могут стать основой последующего регулирования деятельности СМК – правового и в рамках общественных институтов.

Иными словами, необходимо утверждение социально признанных модальностей, определяющих регули-

рование деятельности СМК по производству и распространению ими информационного продукта.

Данные модальности могут быть определены исходя из тех несоответствий и угроз, которые содержит в себе то или иное масс-коммуникационное (информационное) воздействие по отношению к фундаментальным составляющим личностного, общественного и в целом человеческого бытия.

Представляется, что в ряду таких составляющих находятся в первую очередь духовная «экология» самой масс-коммуникационной среды, свобода личности (как базовой основы структуры массового информационного общества), морально-нравственное и физическое здоровье человека.

Как видно, каждая из предлагаемых модальностей обладает широким контекстом и поэтому заслуживает отдельного внимания.

На повестке – «экологизация» продукта СМК и поиск нового модуса сосуществования личностного и наиболее актуального теперь всеприсутствующего надличностного социального начала.

Отбросив стереотипные aberrации по отношению к многократно дискредитировавшему себя понятию «свобода СМИ», необходимо подойти к СМК со всей требовательностью зрелого общества. Сегодня уже не требует системы доказательств тот факт, что всякое направленное и значимое информационное воздействие совершается в целях реализации тех или иных государственных или же частно-корпоративных интересов. При этом профессия «журналист», к великому сожалению, давно лишилась ореола независимого «певца правды и свобо-

ды». Сегодня он часто либо слуга государства, либо беспринципный наёмный профессионал, обслуживающий (не без корысти) интересы крупного бизнеса, либо вообще состоит на содержании у иных государств и транснациональных корпораций.

СМК в их нынешнем виде – индустрия и рутина, где производство смыслов и информирование осуществляется по предзаданным «лекалам». В связи с этим к данному производству необходимо относиться соответственно: во-первых, именно как к производству; во-вторых, на несколько порядков внимательнее, чем к обычному, с идеологией строгой регламентации, которая сопровождает сегодня те отрасли, чья повышенная опасность является общепризнанной.

С одной стороны, любой потребитель массовой информации должен сознавать и быть предупреждён, что та или иная продукция СМК содержит в себе набор определённых «ингредиентов», могущих оказать негативное воздействие на его личностные основания.

С другой стороны, продукт СМК, поскольку он становится всё более неизбежным, должен проходить оценивание по ряду объективных критериев, прежде чем быть запущенным в массовый оборот. Данное положение может вызвать вполне обоснованную настороженность, вызванную заботой о возможных угрозах принципу свободы распространения информации.

Однако следует учитывать нынешнее положение вещей, когда СМК, а соответственно, и информационные потоки, не контролируются никем, кроме администрации ведущих телеканалов, сайтов, изданий, либо, если подобная

система складывается в обществе, олигархов, владеющих ими.

Важно, что целью «экологизации» продукта СМК является не установление необоснованного диктата или произвольной цензуры, но такое оформление контроля, которое носило бы общественный, правовой, «прозрачный» характер.

Разумеется, критерии, в соответствии с которыми была бы возможной «экологизация» массовой информации, могут быть получены только на основе определённой аксиологии. Внеморальный и внегуманный релятивизм, нередко становящийся нормой постмодернистского дискурса, не может служить источником критеризации ни в одной из сфер жизнедеятельности. И в этом его камень преткновения (тупик) сегодня так же, как и во времена первых софистов.

Оставляя открытым в контексте статьи вопрос о том, может ли деятельность СМК привести к принятию человеком спасительных для личностного бытия ценностей, или же в приоритете останется развлекательный аспект [4], мы должны сосредоточиться на том минимуме, что связан с личностной безопасностью.

Сегодня, пройдя искушение стихией вседозволенности (понимавшейся в 90-годы прошлого столетия как демократия), «рыночной свободы», видя плоды анархии, охлократии и олигархической диктатуры в отдельных частях постсоветского пространства (в первую очередь на Украине), мы лучше сознаём, что базовые ценности, выраженные в качестве библейских норм, связаны, в том числе, и с безопасным личностным существованием.

Актуален вопрос, возможна ли сегодня деятельность СМК, опирающая-

яся на этот традиционный ценностный ряд. То есть необходимо получить такие медиа, которые не погружали бы человека в пучину, а вытягивали бы «вверх». Уводили бы его от тотемов, инстинктов и перверсий рекламно-вещного потребительского мира. Ориентировали бы на жизнь без «не-нормативного» насилия, растления, клеветы и лицемерия.

Кроме того, необходим заслон от низкокачественной, фальшивой, «контрафактной» продукции, заполняющей эфир по воле владельцев или операторов ведущих информационных мощностей.

Исходя из фундаментально-формирующего воздействия информационного продукта, становится очевидной потребность создания обществом специализированных структур, чьей обязанностью была бы экспертиза СМК. Эти структуры должны, как видится, создаваться максимально гласно, с участием всех авторитетных слоёв общества. Должна создаваться и соответствующая нормативно-правовая база, в рамках которой данные организации могли бы работать.

Если раньше речь велась, к примеру, о создании наблюдательных советов при ведущих телеканалах, то теперь это выглядит явно недостаточным. Обществу предстоит выработать, а затем и легитимизировать уже на государственном уровне особые институты, обладающие функцией контроля в системе СМК в целом. Причём это не могут быть дополнительные структуры правительства, парламента, правоохранительных органов или судебной системы. Востребовано создание особого, максимально подотчётного обществу органа, в чью ком-

петенцию входила бы исключительно задача проверки содержания и методов деятельности СМК на предмет их безопасности по отношению к личности и её составляющим.

При этом в основу правового нормотворчества и правоприменительной практики по данному направлению, как представляется, с неизбежностью будет, во-первых, заложена аксиология смыслов и понятий, полученных традиционным сознанием. Во-вторых, и это крайне важно, особого акцента требует адекватно трактуемая свобода личности, ставимая сегодня ежедневно и ежедневно под угрозу мнимо плюралистичным конгломератом навязчивых и всеприсутствующих массовых коммуникаций. В связи с этим культовое для либеральных и квазилиберальных теорий понятие «свобода личности» требует на новой ступени развития масс-коммуникационной среды нового же понимания.

Более чем очевидно, что свобода личности в условиях индустриального общества XX в. со всеми её особенностями – это одно, а свобода личности человека в обществе массовой коммуникации (информационном обществе) – нечто другое. Такие её составляющие, как свобода слова, свобода мысли, свобода выбора, свобода политической и общественной деятельности, остаются базовыми. Но в условиях, когда воздействия на личность приобретают манипулятивный характер, когда возможное насилие приобретает вид информационного насилия, когда человек становится частью масс-коммуникационной системы, «свобода личности» нуждается в уточнённых трактовках и определениях.

В-третьих, нуждается в разработке комплекс исследований и методик, позволяющих определять характер и последствия воздействий субъекта массовой коммуникации на физическое, психологическое, а также духовно-нравственное состояние потребителя информации.

Попытки предложить системный подход к анализу взаимодействия человека и медиасреды разрабатывает находящаяся в состоянии протонаучного направления медиафилософия [5]. Она выявляет социокультурные здоровьесберегающие ресурсы современной медиасреды, обобщает результаты научных исследований в данном контексте. Здесь осуществляются попытки создания специализированных медиатехнологий в системе образования, направленных на творческое развитие личности, разработанных психологами, культурологами, философами.

Создаются работы по изучению комплекса воздействий СМК на человека, такие как известное исследование Д. Брайанта и С. Томпсон «Основы воздействия СМИ» [3]. Однако и в этом, и во многих иных случаях исследователи сосредоточены главным образом на тех технологиях, которые обеспечивают разного рода, в том числе и манипулятивные, воздействия, направленные на рост «вредных привычек», усвоение рекламы, той или иной модели поведения.

Исследования же, касающиеся зависимости аспектов здоровья человека в связи с воздействием СМК, иногда и вовсе не выходят за рамки понимания ущерба, наносимого спецификой восприятия информации с электронного носителя, экрана, аудиовизуального

средства. В стороне при этом оказывается форма и содержательная часть самого информационного потока, распространяемого через СМК. Получается, таким образом, что часто внимание исследователей сосредоточено на способе доставки информации и её технологической «оболочке», но никак не на методах её выстраивания, конструирования, не на тех смыслах, что она несёт.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Антология мировой философии. В 4-х томах / Ред. коллегия: В.В. Соколов и др. (АН СССР. Ин-т философии. Философ, наследие). М.: Мысль, 1969. 1973. 4 т.; с ил.
2. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа // Поэтика и политика. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии РАН. М.: Институт экспериментальной социологии, 1999. С. 193–226.
3. Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ / Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. 432 с.
4. Еремина Д.А. Тенденция к развлекательности современных масс-медиа в контексте философской традиции // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2013. № 4. С. 37–43.
5. Федоров А.В. Медиаобразование, медиаграмотность, медиапрактика и медиакультура // Высшее образование в России. 2005. № 6. С. 134–138.
6. Чалмерс Д. Сознательный ум: В поисках фундаментальной теории / Перевод с англ. В.В. Васильева. М.: URSS: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 509 с.
7. Шичалин Ю.А. Философские школы в IV–III вв. до н. э. Аристотель и перипатетики // История философии. Запад-Россия-Восток. Книга первая. Философия древности и средневековья. М.: Греко-латинский кабинет, 1995. С. 128–132.