

ОТКРЫТОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО

ИНТЕРНЕТ: КЛАССИФИКАЦИЯ ВОЗДЕЙСТВИЙ, РОСТ ВЛИЯНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ



Александр Павлович ГЕРАСИМЕНКО, заведующий лабораторией информационных систем Института истории ДВО РАН

Быстрое развитие микроэлектроники, начавшееся во второй половине прошлого столетия, а вслед за ней вычислительных систем, средств связи вызвало во всем мире рост и стремительное внедрение новых информационных технологий, проявляющееся в развитии глобальных информационных сетей, средств связи, наблюдения, слежения и накопления данных и т. д. Особенно быстро и активно развивается глобальная информационная сеть Интернет и связанные с ней сервисы (услуги): электронная почта, средства интерактивного общения, видеоконференции и прочее. Интернет (глобальная информационная среда) существует около двух десятилетий, но только сейчас начал свое формирование

как открытая информационная среда со всеми своими положительными и отрицательными сторонами воздействия на образ жизни человека и человеческую психику. Рост и развитие этой и подобных систем в будущем повлечет за собой рост влияния этих самых положительных и отрицательных факторов воздействия на человеческое общество.

Попытка проанализировать влияние на человека открытого информационного пространства в будущем и спрогнозировать его заводит в тупик, так как мы сейчас не можем сказать, какие технологические возможности появятся через 5—10 лет, а тем более через 50—100 лет. Можно лишь приблизительно, основываясь на тенденциях развития технологий в настоящее время, собственных субъективных оценках перспектив сделать вывод, что грядущее открытое информационное пространство коренным образом изменит человека и превратит его в субъект, очень сильно отличающийся от нашего современника.

Попробуем проанализировать тенденции развития и расширения открытого информационного пространства. Сегодня, на мой взгляд, есть два определяющих стимула развития информатизации, это развитие рынка и борьба за власть. Первое является главным фактором расширения информационного поля. Рынок требует общего увеличения объемов информации, ускорения ее доставки практически во все слои общества. Рыночная экономика создает и развивает суперактивные способы доставки и донесения информации, которые можно характеризовать как информационную агрессию, причем способы могут быть самыми разнообразными и изощренными. Борьба за власть, в сущности, является составляющей развития рынка, так как главная ее цель — перераспределение имущественных прав, прав собственности на те же самые средства массовой информатизации.

Можно прогнозировать следующие тенденции развития информационного поля:

- общее увеличение количества информации в расчете на индивидуума, включая мультимедиа-информацию (звук, видео), ускорение доставки и донесения информации до человека, усиление избирательности воздействия на разные слои общества в зависимости от пола, возраста, образования и т. д.
- изменение качества подаваемой информации за счет роста открытости рассматриваемых областей, стирания грани между открытой и конфиденциальной, коллективной и личной, достойной и растлевающе-аморальной информацией;
- появление новых способов влияния на восприятие человека через воздействие на его психику и нервную систему, включающих в себя воздействие на уровень сознания, подсознания, воздействие на нервную систему человека посредством специального электромагнитного сигнала;
- развитие и всеохватывающее использование средств наблюдения за деятельностью человека, повсеместное внедрение этих средств как открыто, так и скрыто установленных в общественных местах, на работе и местах проживания, круглосуточное использование этих средств, развитие и внедрение средств прослушивания коммуникаций, включающее в себя все виды межличностного и межкорпоративного общения, выводящие конфиденциальную и личную информацию в открытое информационное поле либо в коммерчески доступную область этого поля;
- появление возможности субъекта быстро связаться с другим или группой субъектов, находящихся в любой точке, для выработки совместного образа поведения, фактическое стирание ограничений в межличностном и групповом общении.

Формирование личности человека начинается с его рождения и фактически с этого времени начинается влияние на этот процесс окружающего его информационного поля. На всех этапах развития человек является объектом информационного воздействия.

Сделаем попытку классифицировать это воздействие по ряду параметров. Выделим следующие характеристики информационного поля: **направленность(н1)**, **интенсивность(и)**, **достоверность(д1)**, **конструктивность(к)**, **востребованность(в)**, **доступность(д2)**, **нравственность(н2)**, **субъективность(с)**.

С точки зрения **направленности(н1)**, воздействие информационного поля можно разделить на две категории: а) Фоновая составляющая — информационные потоки, окружающие индивидуум, но не направленные непосредственно на него; б) Направленная составляющая — информационные потоки, специально предназначенные воздействовать на данный индивидуум в определенных целях.

С точки зрения **интенсивности(и)**, (степени воздействия) я бы выделил три уровня: воздействия слабой интенсивности; воздействия средней интенсивности; воздействия сильной интенсивности.

С точки зрения **достоверности(д1)**, воздействие информационного поля можно было бы разделить на три категории: достоверная информация, соответствующая действительному состоянию вещей; частично достоверная, состоящая из достоверной и ложной информации; ложная информация, не соответствующая действительному состоянию вещей.

С точки зрения **конструктивности(к)**, воздействие информационного поля можно разбить на три категории: конструктивная — направленная на формирование у индивидуума созидательных, конструктивных тенденций; нейтральная — не направленная на выработку у субъекта воздействия какой-либо активной позиции в отношении освещаемого предмета; деструктивная — направленная на формирование у индивидуума активно-негативного отношения к объекту, вырабатываемому мотивации к действиям деструктивного характера.

С точки зрения **востребованности(в)**, воздействие информационного поля, на мой взгляд, можно было бы разделить на две категории: востребованная информация — необходимая индивидууму информация, которая требуется ему для реализации его образа жизни; невостребованная информация — не нужная в данный момент, незапрашиваемая, бесполезная информация.

С точки зрения **доступности(д2)**, информацию можно разделить на две категории: доступная информация, которая является доступной в данный момент для индивидуума, т. е. он имеет возможность ее получить; недоступная — закрытая для индивидуума на данный момент информация, несмотря на ее востребованность, важность и т. д.

С точки зрения **нравственности(н2)** я бы выделил две категории, которые уже в настоящий момент присутствуют в информационном поле: нравственно-позитивная — информация, несущая социально-нравственные составляющие, укладывающиеся в нравственно-позитивный образ жизни для данного индивидуума в данной социальной среде, в данный момент; нравственно-негативная — информация, несущая в себе социально-отторгающие, нравственно-негативные составляющие, не укладывающиеся в нравственно-позитивный образ индивидуума в данной социальной среде.

С точки зрения **субъективности(с)** воздействие информационного поля можно разделить на две категории: субъективно-желаемая — информация, которую индивидуум хотел бы видеть в информационном поле; субъективно-нежелаемая — информация, которую индивидуум не хотел бы видеть в информационном поле.

Информационное поле, окружающее человека, присутствует постоянно, но параметры его меняются. Любую информационную составляю-

щую окружающего поля можно описать с помощью вышеуказанных параметров, и в зависимости от их сочетания информация может совершенно по-разному влиять на человека, воздействовать на его развитие, формировать его взгляды, поведение, образ жизни. Соответственно, формируя информационное поле с набором определенных параметров вокруг индивидуума или группы индивидуумов, можно целенаправленно влиять на взгляды мотивации, поведение субъектов воздействия или же при необходимости вызывать заранее спрогнозированные реакции. Схематично это отображено на рис. 1., где: $I_n(n_1, и, д_1, к, в, н_2, д_2, с)$ — составляющие информационного поля с параметрами воздействия, $C(в, о, п, д, у)$ — сообщество индивидуумов с набором параметров: $в$ — возраст, $о$ — образование, $п$ — профессия, $д$ — доход, $у$ — условия проживания, $P_n()$ — прогнозируемые реакции группы (сообщности) людей.

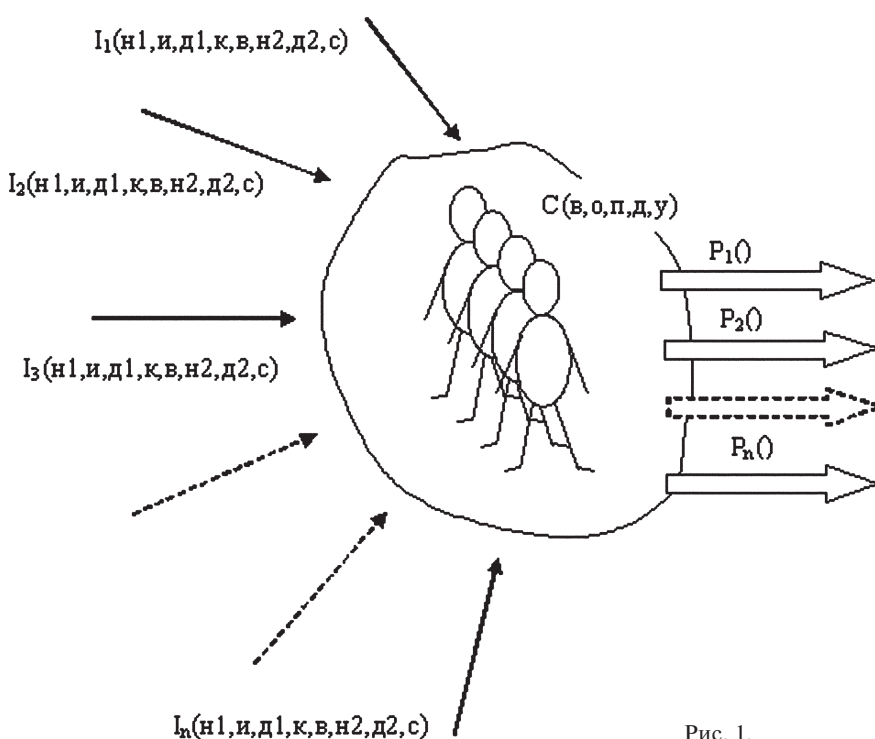


Рис. 1.

Эта модель информационного воздействия существовала и раньше, но в настоящее время коренным образом изменилась, продолжают изменяться также качественные и количественные параметры воздействия. Соответственно значительно усилилась роль информационного поля, окружающего человека, что превращает его в главный инструмент формирования у индивидуума или их сообщества положительного или отрицательного образа любого объекта в социальной, политической, экономической сфере. Появляется возможность значительно усилить влияние на поведение субъектов воздействия, что в общем увеличивает степень управляемости социальными слоями в обществе.

SUMMARY. The author of the article «The Open Information Space» Alexandr Gerasimenko analyzes the tendencies of the development and broadening of the Open Information Space.