

УДК 304.2

ББК 20.1

Наше будущее - выживание в условиях информационного шума

Калимуллина Маргарита Тагировна

магистрант Института журналистики,
коммуникаций и медиаобразования Московского
педагогического государственного университета

margarita-kl@yandex.ru

Аннотация. Основным вызовом современного информационного общества являются увеличивающиеся информационные нагрузки, вызванные информационным шумом, приводящие к отрицательным эффектам. В статье рассматривается явление информационного шума как неотъемлемого компонента современной информационной среды; описываются его источники; рассматриваются вопросы влияния информационного шума на человека; вопросы адаптации и резистентности человека к влиянию информационного шума в современной медиасреде.

Ключевые слова: информационный шум, медиаэкология, информационная перегрузка, избыток информации, электронная коммуникация, СМИ, информационное поле, медиасреда, медиаобразование, медиапотребление, медиакультура

Our future is a survival in the conditions of information noise.

Kalimullina Margarita Tagirovna

Master candidate of Institute of Journalism,
Communications and Media Education
of Moscow State Pedagogical University

margarita-kl@yandex.ru

Annotation.The main challenge of the modern information society are the increasing information load caused by informational noise, resulting in negative effects. The article discusses the phenomenon of noise as an integral component of the modern information environment; describes its sources; discusses the impact of information noise on individuals, and issues of adaptation and resistance of man to the influence of noise in the modern media environment.

Key words: information noise, mediaecology, information overload, information overload, electronic communication, media, information field, media environment, media education, media consumption, media culture

Психическое здоровье личности является важнейшим условием нормальной жизнедеятельности. Оно во многом зависит от окружающей информационной среды. Информация может иметь для личности негативные эффекты, как в плане своего содержания, так и плане своей избыточности, приводящей к информационной перегрузке мозга. Информационная перегрузка напрямую связана с явлением информационного шума.

Информационный шум - это любая информация, обрушивающаяся на индивида, за исключением жизненно важной, находящаяся за пределами информационных потребностей индивида, в данный конкретный момент времени, мешающая поиску и переработке релевантной информации.

Нерелевантная информация затрудняет получение социально значимых для человека сообщений, усложняет его ориентацию в информационном пространстве.

Некоторые исследователи (например, Урсул Аркадий Дмитриевич) относят к информационному шуму и релевантную информацию, но в таком ее объеме, который вызывает у индивида трудности ее осмысливания и переработки [10, с. 22]

Информационный шум бывает непреднамеренным и преднамеренным в зависимости от целей информации и ее источников. СМИ считаются одним из самых активных производителей информационного шума, это определяется особенностями их существования в современных условиях, их коммертизацией. Доктор философских наук Еляков А. Д. считает, что СМИ «запрограммированы на интеллектуальную перегрузку», потому что «пытаются сообщить максимум информации за минимум времени», зачастую в ущерб качеству за счет увеличения количества, что приводит к энтропии информационного пространства[5]

Информационный шум, оказывает негативное воздействие на психическое здоровье, вызывая у личности психоэмоциональное напряжение, трудности понимания информации и принятия решений, заставляя организм сопротивляться, включая фильтры понижения внимания и восприятия, вплоть до полного отказа от восприятия сторонних потоков информации, вызывая «информационный стресс». К сожалению, оградиться от восприятия излишней и не нужной информации очень сложно.

Информационный шум можно рассматривать как негативный фактор влияния на человека окружающей информационной среды как одной из сред существования человека. Причем наблюдается изменение (усиление) влияния этого фактора во времени. С развитием информационно-коммуникационных технологий информационные нагрузки, вызванные информационным шумом, увеличиваются. В ответ на современные вызовы информационной среды человек пытается выработать адаптационные стратегии медиапотребления. Миронов Д. Ф. в статье «Современный коммуникативный паттерн и его влияние на образовательный процесс» делает интересное наблюдение: «Поскольку темпы информационной революции несовместимы со скоростью биологической эволюции

человека, компенсаторные фильтрующие схемы формируются у человека не на физиологическом уровне, а на уровне высшей психической деятельности, обеспечивающем наиболее быструю адаптацию. Модернизируется самая гибкая часть «механизма» – психика субъектов коммуникации» [8, с.50]

Адаптационные стратегии медиапотребления. могут быть продуктивными и непродуктивными с точки зрения достижения информационных целей личности, получения релевантной и пертинентной информации. Непродуктивные (или защитные стратегии плохой адаптации) стратегии поведения жертв информационного стресса описаны Э. Тоффлером в книге «Шок будущего» [12]:

Стратегия Опирающегося (theDenier'sstrategy [12, с. 359]) – стратегия блокировки нежелательной реальности и всего потока новой информации. Э. Тоффлер считает, что человек, применяющий эту стратегию, когда-нибудь будет вынужден столкнуться с реальностью, и это приведет к кризису.

Стратегия Специалиста (theSpecialist'sstrategy» [12, с. 359]) заключается в жесткой фильтрации всей информации, за исключением одного узкого вопроса. Данная стратегия непродуктивна, отмечает Э. Тоффлер, так как множество важной информации находится вне поля зрения специалиста.

Стратегия Ревизиониста (theRevisionist'sstrategy [12,с. 360]) – навязчивое возвращение к прошлым успешным адаптационным стратегиям, которые теперь неприемлемы.

Стратегия Супер-упростителя (theSuper-Simplifierstrategy [12,с. 360]) состоит в поиске одного решения для всех проблем. Непродуктивные стратегии имеют цель сохранить психику от информационного стресса, но ведут к потере релевантной информации.

В современной информационной среде мы можем наблюдать противостояние двух сил: с одной стороны человечество, пытающееся преодолеть негативное влияние на психику информационного шума при помощи различных адаптивных стратегий, с другой стороны различные источники, активно создающие информационный шум в коммерческих и иных целях. С развитием коммуникационных технологий и сети Интернет появился информационный рынок и информационный бизнес. На информационном рынке торгуют всем: от содержательной составляющей информации до активностей аудитории (лайки, отзывы, репосты). Появились новые профессии: интернет-маркетолог, комьюнити-менеджер, seo-специалист, SMM-менеджер, контент-менеджер и др.

В информационном пространстве идет нешуточная борьба за внимание аудитории. Нейробиолог Дэниель Левитин в своей книге «Организованный ум: мышление в век информационной перегрузки» называет внимание одним из важнейших ментальных ресурсов организма. Причем этот ресурс ограничен возможностями человеческого восприятия. «Человек ограничен в удержании внимания и сосредоточенном восприятии и обычно одномоментно связывается только с одним информационным источником» [13] В основе процесса восприятия информации лежит получение сведений об окружающих явлениях путем воздействия на органы чувств, а также осмысление полученных ощущений через опыт человека и ранее полученные знания. То есть, восприятие информации – это процесс, затрагивающий ограниченные ресурсы, как сенсорные, так и возможности мозга по ее обработке. Еще одной особенностью современности можно назвать то, что внимание реципиентов стало товаром, который продается на информационном рынке. За некоторые просмотры информационных сообщений и рекламы пользователям платят. Высокая конкуренция за внимание аудитории толкает различные источники к созданию плотного информационного шума.

Совершенствуются способы привлечения внимания, подачи и размещения информации, продвижения своего контента.

Кроме того, преднамеренное создание информационного шума используется в пиар и политических технологиях, способствуя решению имплицитных задач института власти. В частности, этому явлению большое внимание уделяет в своих работах Бизюков Н.В., который рассматривает информационный шум как прием манипулирования массовой аудиторией, средство достижения целей «мягкой пропаганды» [1]

В.П. Полудина в статье «Информационный шум в Интернете как проблема потребления коммуникации» составила типологию возможных источников информационного шума в медиасреде: сетевая реклама (медийная, контекстная, геоконтекстная, productplacement и др.); спам (в комментариях или другими способами); результаты оптимизации поисковой выдачи, или SEO (белая, серая и черная оптимизация); вирусный маркетинг; репост и рерайт; наличие на страницах СМИ, помимо самого текста (содержательной части) большого количества вспомогательных элементов, таких как навигационные ссылки, версия для печати, «дорожные знаки» (ссылки, показывающие путь от главной страницы сайта к текущей), блоки текста с рекламой других разделов сайта [7, с. 388]

К вышеперечисленным источникам можно также добавить различный интерфейс разных Интернет-ресурсов, что также способствует трудностям в поиске и осмысливании релевантной информации.

К негативным факторам воздействия информационного шума на личность мы относим объем информации (избыточность, приводящая к перегрузке), скорость поступления информации (превышающую скорость восприятия и осмысливания), неструктурированность информации (приводящую к распылению внимания и сложности выстраивания логических связей), полисемию (многозначность представления

информации, приводящую к искажению и ошибкам (семантическому шуму) на пути передачи информации).

У каждой личности есть определённые психические ресурсы (адаптационные), и их гиперэксплуатация может привести к тяжелым расстройствам здоровья. С точки зрения потребления информации к необходимым для этой цели составляющим можно отнести внимание, объем кратковременной памяти, скорость восприятия, обработки (осмысливания) информации, эмоциональные процессы.

Негативные последствия влияния информационного шума относятся не только к расстройствам психического здоровья людей, а также к глобальным изменениям способов восприятия информации людьми, привычек медиапотребления и, в конечном итоге, трансформации мышления современного человека.

Характерной чертой современности является «клиповость» мышления, как особенность восприятия человеком информации через короткие яркие образы и послания, вырванные из контекста. Поверхностность восприятия информации возникает из-за информационной перегруженности мозга. Формирование под влиянием информационного шума и вызванной им информационной перегрузки так называемого «клипового мышления» подрастающего поколения ставит под угрозу будущее развитие науки, так как такой способ восприятия не требует подключения рефлексии, осмысления информации, дробит информацию, вырывает из контекста, теряет способность к анализу и выстраиванию логических цепочек, связей между объектами мира.

Также существует часть медиа аудитории, которая в силу низкой информационной культуры, не способная сопротивляться огромным потокам информации, безвольно поглощает огромные количества любой информации (примером может служить такая привычка пассивного поглощения информации, как включение телевизора или радио для

«фона»), что облегчает возможность манипулирования аудиторией для различных заинтересованных источников.

В реакции на информационный шум наблюдаются большие индивидуальные различия. Они зависят, в общих чертах, как от информационных потребностей человека, уровня медиакомпетентности, медиаграмотности, так от его физиологических возможностей и психических способностей.

Порог чувствительности личности к информационной перегрузке у разных людей различный, причем уровень восприимчивости может меняться в зависимости от других, оказывающих влияние на личность в каждый отдельный момент времени, факторов.

Это связано, в первую очередь, с навыками работы с информацией. Образование, уровень культурного и интеллектуального развития, опыт взаимодействия с медиасредой играют определенную роль.

Второй фактор различий по негативному воздействию информационного шума связан с вовлеченностью в информационную среду личности по роду деятельности.

Еще одним фактором можно считать необходимость (по роду деятельности) принятия решений на основе точной информации (мера ответственности) и необходимость поиска этой информации в информационной среде.

Уровень информационно-умственной нагрузки, вызванной информационным шумом, зависит также от целей взаимодействия с медиасредой в данный конкретный момент времени.

Проблема выработки резистентности к влиянию информационного шума требует пристального внимания и изучения. Очевидно, что характер вопроса междисциплинарный и требует внимания специалистов различных областей знания – медиапсихологии, медицины, теории информации,

физиологии, медиаэкологии, теории журналистики, медиаобразования, теории коммуникации, психиатрии, социальной гигиены, гигиены труда.

Уже появились такие новые научные предметы, как «медиапсихология», «медиаэкология», зарождается «информационная гигиена»

В современных условиях крайне важным навыком в борьбе с информационным шумом в СМИ будет способность личности анализировать, уметь расставлять приоритеты, критически мыслить, находить и отфильтровывать нужную информацию, структурировать информацию, организовывать свое информационное поле. Для предупреждения негативного влияния информационного шума на аудиторию СМИ требуется повышение медиаграмотности последней путем формирования высокой информационной культуры и практики рационального и безопасного медиапотребления.

Список источников

1. Бизюков Н.В. Информационный шум как прием языковой манипуляции (на материале публицистического дискурса) //Вестник КГПУ.Красноярск, 2014 No 3 [29] С.159 -162.
2. Быстрова Е.А. Влияние информационного шума на потребление коммуникаций в сети Интернет // Культура и образование. – Февраль 2014. - № 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik-rzi.ru/2014/02/1327> (дата обращения: 24.10.2017)
3. Галкин В.П. Информационный шум и феномен наглядности в познании / В. П. Галкин [Электронный ресурс]. URL:<http://nenuda.ru/информационный-шум-и-феномен-наглядности/8.html> (дата обращения 29.10.2017)
4. Дружилов С.А. "Загрязненность" информационной среды и проблемы психологического здоровья личности // Современные наукоемкие технологии. — 2013. — № 4. — С. 89-82.
5. Еляков А.Д. Информационная перегрузка людей [Электронный ресурс]. URL: http://ecsocman.hse.ru/data/714/647/1231/013_elyakov.pdf (дата обращения 30.10.2017)
6. Еремин А. Л. Ноогенез и теория интеллекта. Краснодар: СовКуб, 2005. — 356 с.

7. Полудина В. П. Информационный шум в интернете как проблема потребления коммуникации. [Электронный ресурс]: журнал социологии и социальной антропологии. URL: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Poludina_2011_5.pdf (дата обращения 27.10.2017). С.386–339
8. Миронов Д. Ф. Современный коммуникативный паттерн и его влияние на образовательный процесс //Вестн. СПбГУКИ. 2014. № 2 (19), июнь. С. 46–49.
9. Фрумкин К.Г. Клиповое мышление и судьба линейного текста [Электронный ресурс]. URL: http://nounivers.narod.ru/ofirs/kf_clip.htm (дата обращения: 04.11.2017)
10. Урсул А. Д. Природа информации: философский очерк / А. Д. Урсул; Челяб. гос. акад. культуры и искусств; Науч.- образоват. центр «Информационное общество»; Рос.гос. торгово-эконом. ун-т; Центр исслед. глоб. процессов и устойчивого развития. – 2-е изд. – Челябинск, 2010. – 231 с.
11. Урсул А. Д. Информационный шум. – М.: Академический Проект; фонд «Мир», 2009. – 281 с.
12. Toffler A. Future Shock / A. Toffler. New York: Random House, 1975. 562 p.
13. Levitin D. J. The Organized Mind: Thinking Straight in the Age of Information Overload / D. J. Levitin. - London: Viking/Penguin Random House, 2014.