С. В. Ашенова

Евразийский национальный университет

ВИРТУАЛИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА КАК ИСТОЧНИК ДЕСТАБИЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРЫ

На сегодняшний день залогом эффективности стратегических коммуникаций в объеме социальных и политических процессов стало полноценное использование информационного пространства. Современное общество становится популяризатором процессов изменений. Главным стимулирующим фактором при этом является информационная инфраструктура, которая может являться не только источником стабилизирующей, но и дестабилизирующей информации.

При этом роль информации меняется, получая статус обязательного аспекта в жизни общества. Основным в информационных технологиях является воздействие на принятие решений. Для потребителя информации создается определенная «картина мира», которая, разумеется, будет претендовать на объективность и единственно верную действительность. Потребитель должен будет воспользоваться этой картиной, при этом тем больше будет ее значение, чем больше неопределенности во взглядах и мнениях людей, обратившихся к ней. Иногда информация буквально навязывается, делая свой вариант обязательным, этим, в частности, занимается пропаганда. А средства массовой информации работают как профессиональный механизм, который затрудняет принятие самостоятельных решений при построении собственной модели зрителем или читателем.

В обществе с системно поддерживаемой идеологией на первое место может выйти такая художественная коммуникация, когда осуществляется переход от факта к правилу. Следует отметить, что подобная технология часто используется как политическая в тоталитарном обществе. Когда творческий потенциал журналистики давал именно ту картину мира в идеологической системе, которая была необходима политической элите, а потребитель, лишенный возможности сравнивать и создавать собственные модели, должен был принимать тот информационный коридор, в который его направляли.

Если более внимательно отнестись к этому вопросу, можно отметить, что и само общество может влиять на характер информации, передаваемой в средствах массовой коммуникации. И если засилье массовой культуры порождает достаточно невысокие, а порой и откровенно низменные запросы, то это, в первую очередь, оказывает влияние на уровень телевизионных программ и газетно-журнальных материалов.

С другой стороны, в современном мире информационное пространство воспринимается массовым сознанием как реальное, хотя таковым, собственно, и не является. Массовое сознание, реагируя на информационную реальность, переносит свою реакцию на подлинную реальность. При достаточной активности информационной составляющей становится возможен такой вариант, когда реальность подводится под созданную виртуальность и в конечном итоге становится ею.