

Инфляция смыслов в медиа и дефляция сложности в инфоприватности

Актуальность материала: **15.01.2026**

Феномен «инфляционного сторителлинга» описывает критическое перенасыщение цифровой среды контентом низкой смысловой плотности («медиазаполнителями»). Для инфоприватности это явление имеет прямые и тревожные последствия, выходящие за рамки медиа-теории.

В условиях перенасыщения способность пользователя давать полноценное согласие де-факто аннигилируется. Субъект ПД, находящийся в состоянии когнитивного истощения, воспринимает запросы на дачу согласия для обработки данных как еще один вид информационного шума. Нажатие кнопки «Согласен» становится механическим ритуалом избавления от помехи, а не осознанным юридическим действием.

Кроме того, компании, осознавая тренд на приватность, внедряют сложные панели управления (dashboards), предлагающие сотни настроек. Однако предоставление избыточного выбора парализует волю человека, создавая иллюзию контроля. Пользователь чувствует себя защищенным, видя множество переключателей, но из-за когнитивной перегрузки не меняет настройки по умолчанию. Более того, многие из этих настроек являются «плацебо-кнопками», которые мало или вообще не влияют на механизмы обработки данных на уровне серверов или третьих сторон.

Также практика создания многостраничных, перегруженных юридическими терминами политик конфиденциальности часто является формой темного паттерна, направленного на запутывание субъекта и сокрытие от него истины в отношении обработки его данных.

В ответ на это операторы ПД должны кардинально пересмотреть подходы к взаимодействию с субъектами ПД. Необходимо переходить от стратегии защиты через избыточное информирование и предоставление избыточных настроек к стратегии прайваси-аскетизма. Это подразумевает радикальное упрощение интерфейсов, следование принципу минимизации обработки данных и внедрение технологий автоматического учета предпочтений пользователей (GPC). И, конечно же, к отказу от использования юридических и интерфейсных «заполнителей».

Таким образом, инфляция смыслов в медиа напрямую диктует необходимость дефляции сложности в юридических документах и прайваси-интерфейсах. Прозрачность, краткость и уважение к когнитивному ресурсу человека становятся не просто элементами хорошего тона, а новым требованием выживания любого цифрового бизнеса.

[термины, приватность](#)

From:

<http://wiki.privacy-advocates.ru/> - Privacy Advocates | Альманах

Permanent link:

http://wiki.privacy-advocates.ru/inflijacija_smyslov

Last update: **2026/03/01 15:40**



