

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ КИБЕРСОЦИАЛИЗАЦИИ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

А.В. Веревкин,

кандидат социологических наук, доцент,

Т.Ю. Лифанова,

кандидат философских наук, доцент

Казахского национального университета им. аль-Фараби

Благодаря широкому распространению средств массовой информации человек оказывается под воздействием множества информационных потоков. СМИ выступают мощным средством управления общественным сознанием и одновременно субъектом непосредственного воздействия на общественное сознание. Стремительное развитие и распространение новых информационных и телекоммуникационных технологий приобретает сегодня характер глобальной информационной революции, которая оказывает возрастающее влияние на политику, экономику, управление, финансы, науку, культуру и другие сферы жизнедеятельности общества в рамках национальных границ и в мире в целом.

Как отмечается в материалах ЮНЕСКО: «Медиаобразование связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т. д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как:

1. анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты;
2. определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст;
3. интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа;
4. отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов, и обретения заинтересованной в них аудитории;

5. получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции.

Медиаобразование является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию, и является инструментом поддержки демократии. Медиаобразование рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального образования и обучения в течение всей жизни человека [1, с. 273–274.]. Согласно обобщенным рекомендациям ЮНЕСКО суть медиаобразовательной программы видится в предоставлении ученикам инструментов, необходимых для формирования критического восприятия и способности самовыражения.

В настоящее время в ряде стран (Великобритания, Канада, Австралия, Франция и др.) существует сложившаяся система медиаобразования в средних и высших учебных заведениях. В ряде стран медиаобразование интегрировано в школьные предметы, а в Австралии, например, изучение его начинается еще в дошкольном возрасте. В 1987 году Совет Европы принял «Резолюцию по медиаобразованию и новым технологиям», где медиаобразованию придавалось огромное значение: «Медиаобразование должно начинаться как можно раньше и продолжаться все школьные годы в качестве обязательного для изучения предмета». К сожалению, в казахстанском образовании остаются открытыми вопросы подготовки профессиональных медиапедагогов.

Возможно, выделить несколько важнейших аспектов рассмотрения медиаобразование: в первую очередь, оно безусловно представляет собой отрасль педагогической науки, разрабатывающая теоретические вопросы обучения адекватному взаимодействию с медиасредой; во-вторых необходимо учитывать содержание медиаобразования в качестве как формы учебной деятельности, направленной на формирование медиаграмотности в различных целевых аудиториях; наконец, как отдельный научный и теоретико-методологический раздел социально-гуманитарного знания, содержанием которой являются знания о функционировании СМИ в современном обществе, а также навыки и умения эффективной работы с медиаинформацией в контексте междисциплинарной методологии.

Существует несколько разделов научного знания, позволяющих судить о степени разработанности проблемы в отечественной и зарубежной литературе. Это, прежде всего, теория медиакультуры, комплекс социальных исследований коммуникации. Проблема средств массовой коммуникации и массовой культуры как ее социального следствия и культурного продукта прочно входит в сферу научных исследований уже в первой четверти XX века. Однако идеи о культуре, воспроизводимой в обыденном сознании человека, по преимуществу текстами масс-медиа получает наибольшее распространение значительно позже. Во второй половине XX века представление о средствах коммуникации как важнейших проводниках культурных контекстов, социальных и образовательных образцов привело к окончательному закреплению понятия «медиакультура». Данный комплекс проблем анализировался в работах А. Моля, Р. Вильямса, Ж. Бодрийяра, К. Дженкса, К. Хейли, Э. Дарли, Дж. Люлля, Д. Келлнера, Ф. Джеймсона и др.

Общий анализ современного состояния медиаобразования также позволяет указать возросшее в настоящее время число информационных ресурсов, посвященных данной проблеме. В качестве ключевых веб-порталов можно назвать «Открытую электронную библиотеку «Медиаобразование» (<http://edu.of.ru/medialibrary>), Сайт программы «Информация для всех» (www.ifar.ru), Сайты Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, Профессионального совета преподавателей Западной Австралии, а также таких учреждений, как Alliance for Civilizations Media Literacy Education Clearinghouse, Council of Europe Education for Democratic Citizenship and Media Awareness, Euro Meduc, European Exchange Network for Media Literacy, Media Awareness Network, Mentor Association.

Первостепенное значение для анализа проблем медиаграмотности имеет рассмотрение процессов взаимодействия и взаимовлияния общества и СМИ. Один из наиболее влиятельных социальных теоретиков, рассматривающих роль СМИ в культуре – Пьер Бурдьё в работе «О телевидении и журналистике», определяя сущность «власти журналистики» отмечает, что объектом исследовательского интереса должна быть не «власть журналистов» – и

тем более не журналистика как «четвертая власть» – но власть, которую механизмы поля журналистики, все более подчиняющиеся требованиям рынка (читателей и рекламодателей) оказывают, в первую очередь, на журналистов, а затем, не без их участия, на различные поля культурного производства: юридическое, литературное, артистическое, научное» [2, с. 89]. Таким образом, с точки зрения П. Бурдые необходимо рассмотрение структурного влияния, оказываемого этим полем, в свою очередь подчиненным давлению рынка, и как следствие более или менее сильных изменений силовых отношений внутри различных полей, производимых эффектами в феноменологически очень разных универсумах.

Опираясь на данные экспертного опроса журналистов, в первую очередь, возможно, отметить, что более половины респондентов (58,7%) считают, что казахстанские СМИ в целом независимы. «СМИ независимы» – так считает 24,4% казахстанских журналистов и еще 12,1% полагают, что можно назвать как независимые СМИ, так и зависимые СМИ.

Вопрос о реальном контроле над СМИ может был уточнен, посредством анализа ответов экспертов на вопрос о том возможно ли утверждать, что СМИ, в котором Вы работаете, непосредственно выражает интересы каких-либо политических объединений, администрации, влиятельных коммерческих структур? Полученные результаты показываю, что лишь четверть опрошенных готовы утверждать, что СМИ, в котором они работают, не является выразителем чьих-либо интересов. В целом позиции респондентов по данному вопросу распределились следующим образом: «Да» – 44,1%, «Затрудняюсь ответить» – 30,9%, «Нет» – 25,0%.

Наконец, дополнительным вопросом, раскрывающим тему взаимоотношения СМИ с различными социальными институтами в аспекте анализа вопроса о независимости СМИ в данном исследовании, был вопрос – «Считаете ли Вы, что дотирование (субсидирование) СМИ ведет к зависимости СМИ от власти?». Ответ «Да» на поставленный вопрос выбрали 68,6% опрошенных. Несогласны с данным утверждением 26,1% респондентов. Затруднились ответить – 5,3% [3, с. 288].

Увеличение уровня конкурентоспособности казахстанских СМИ, особенно в регионах зависит от многих факторов, среди

которых профессиональный рост журналистов, обретение и сохранение независимости и ориентация на максимальную адекватность, полноту, объективность информации как конкретную форму реализации стратегии формирования информационного общества или «общества знания».

Продолжением темы является определение мнения экспертов о степени корректности и объективности информации, предоставляемой местными СМИ по политическим, социальным, экономическим и др. проблемам региона. По мнению специалистов, степень корректности преподнесения информации на прямую зависит от характера издания. Так считает 56,9% опрошенных. В 12% анкет, также было сделано дополнение – «и от профессионализма журналистов».

Расхожее определение СМИ как «четвертой власти» приобретает новый смысл в изменившемся пространстве современной культуры. Как уже неоднократно отмечено в научной литературе средства массовой информации и коммуникации являются важнейшим агентом социализации. В настоящее время в литературе все чаще применяется термин «киберсоциализация». Проблема киберсоциализации человека раскрывается через характеристику многообразных социализирующих и воспитательных возможностей киберпространства [4]. Именно роль СМИ в формировании идентичностей постиндустриального мира, делает вопрос о социальной ответственности СМИ не академической проблемой, а насущной практической необходимостью, требующей целенаправленного воздействия.

Возможно, отметить, что современный этап исследования проблем социальной ответственности СМИ связан с формированием разнообразных и зачастую противоречивых концепций, характеризующих механизмы влияния СМИ на общество. Первым примером может служить теория селективной экспозиции, которая утверждала, что аудиторию нельзя представлять некую массу, некритически воспринимающую информацию. В рамках данной исследовательской парадигмы Лазерсфельдом П. [5], Берельсоном Б. и Годэ Г. [6] было установлено наличие двухступенчатого потока информации, и была выдвинута нашедшая эмпирическое подтверждение гипотеза о том, что сообщение послание аудито-

рии достигает сначала «лидера мнения» (наиболее авторитетного члена группы) внутри группы, а потом уже через него других членов группы. Данная идея получила продолжение в прикладной «теории информационных барьеров» разработанной К. Левином [7] и относящейся, прежде всего к процессам выбора новостей. В ее основе лежит предположение, что прохождение информации по отдельным каналам коммуникации зависит от наличия в них «ворота» (аналог цензуры). Следует также упомянуть теорию получившая название «спираль тишины/молчания» Э. Ноэльль-Нойман, раскрывающую так называемый «парадокс голосования», согласно которому многие не участвуют в выборах, поскольку полагают, что их голос не является решающим [8].

В русле выявления зависимости массовой коммуникации от более широкого социального окружения получила развитие теория диффузии инноваций. Теория диффузии (распространения) инноваций разрабатывалась Э. Роджерсом в 60-х гг. прошлого века. Диффузия понимается как процесс, при, котором новшество распространяется в обществе через коммуникационные каналы в течение определенного времени. Распространение инноваций может носить запланированный и самопроизвольный характер, но в любом случае оно приводит к социальным изменениям. Наиболее эффективным инструментом распространения инноваций являются СМИ [9].

Необходимо также упомянуть, в исследуемом контексте, о теории культивирования, разработанной Дж. Гибнером, в которой исследовались средства массовой коммуникации в качестве «культурных индикаторов». Масс-медия рассматриваются в целом как средства, культивирующие установки и ценности, которые уже существуют в культуре. Согласно данной теории, к примеру телевидение, как наиболее влиятельный компонент телекоммуникационных технологий не является ни окном в мир, ни отражением мира, а скорее органически самостоятельным миром, к которому зрители регулярно обращаются, но относятся к нему не критически. СМИ формируют определенный образ мира, в котором могут быть преувеличены одни ценностные установки, игнорированы другие, преувеличены мифические опасности и отодвинуты на дальний план реальные угрозы [10, с. 35–58].

Современная информационная ситуация, требующая корректирующего воздействия со стороны гражданского общества, показывает, что в качестве наиболее эффективных форм критической оценки массовой информации предстают внутренние «цензы». Таковых при ближайшем рассмотрении, возможно, найти два – с позиции потребителей массовой информации (медиаграмотность) и со стороны создателей содержания СМИ (органы саморегулирования СМИ). Формирование последних связано с более тесным сотрудничеством журналистского сообщества с правозащитным сообществом и структурами гражданского общества. Без такого сотрудничества журналистское сообщество не сможет сформироваться как крупная медийная структура, способная вести самостоятельную информационную политику. «Редакторы, которые думают, что они могут сами выслушивать претензии читателей или зрителей, не назначая для этого специального сотрудника, просто обманывают себя» [11].

Возникает закономерный вопрос – существует ли потребность в создании и поддержании внутренних институтов саморегулирования СМИ в Казахстане? Экспертный опрос казахстанских журналистов показал, что мнение журналистов о необходимости общественного контроля за деятельностью СМИ разделились между вариантами ответа «Нет» – 33,1% и «Желательно, но не обязательно» – 30,8%. Утвердительно ответили на этот вопрос 25,5% респондентов [3].

Подводя краткий итог, возможно, охарактеризовать некоторые аспекты медиаграмотности и медиаобразование в контексте обеспечения информационной безопасности личности и общества.

Разумная степень цензуры непременно присутствует в любом развитом демократическом обществе, охраняя государственные тайны и безопасность, пресекая попытки широкой пропаганды сепаратизма, экстремизма, терроризма. Перед современным обществом стоит сложная задача – найти баланс между свободой слова и безопасностью человека и общества, правом общества и его граждан на информацию и социальной ответственностью СМИ. В современном информационном обществе составными частями последней являются элементы, состоящие между собой во внутреннем противоречии. Например, предоставление гражданам объективной и сбалансированной своевременной

информации и предоставление основным политическим силам и движениям доступа к СМИ; достижение плюрализма и разнообразия в содержании СМИ, использование разнообразных источников информации; подотчетность обществу; предотвращение паники в обществе; сохранение эмоционального и морального спокойствия общества; реализация права и свободу слова и доступ к информации и неприкосновенность права на неприкосновенность личной жизни.

Сегодня становится очевидным, что для обеспечения информационной безопасности общества следует использовать различные механизмы, связывающие прессу и гражданское общество, среди которых значительное место может быть отведено формированию медиаграмотности и медиакомпетентности различных слоев общества.

Литература

1 Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. In: Education for the Media and the Digital Age. – Vienna: UNESCO, 1999.

2 Бурдые П. О телевидении и журналистике. – М.: Институт экспериментальной социологии, 2002. – 160 с.

3 Государственная информационная политика в Казахстане: взгляд в будущее. – Алматы: Типография «ИП Волкова А.В.», 2010. – С. 125–318.

4 Плешаков В.А. Теория киберсоциализации человека. Монография. – М.: МПГУ; «Homo Cyberus», 2011. – 400 с.

5 Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие: пер. с англ. // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. – М.: Аванти Плюс, 2004. – С. 138-149.

6 Berelson B., Lazarsfeld P., McPhee W. Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign. – Chicago: University of Chicago Press, 1954. – 395 p.

7 Левин К. Динамическая психология: Избранные труды / Под общ. ред. Д. А. Леонтьева и Е. Ю. Патяевой. – М.: Смысл, 2001. – 576 с.

8 Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. – М., 1996. – 351 с.

9 Rogers E.M. Diffusion of innovations (4th ed.). – New York: The Free Press, 1995. – 320 p.

«СТРАТЕГИЯ «КАЗАХСТАН-2050»: СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА

10 *Gerbner G. Mass Media and Human Communication Theory // Sociology of Mass Communications. / Ed.: McQuail D. – Harmondsworth: Penguin, 1972. – P. 31–68.*

11 *Колдуэлл Б. Ответственность и подотчетность средств массовой информации // Issues of Democracy (in Russian), February 1997. – http://usinfo.state.gov/ruski/infousa/media/caldwellrus.htm*

Түйін

Жаңа ақпараттық және телекоммуникациялық технологиялардың қарқында дамуы мен таралуы жаһандық революциялық сипат алуда, ол өз алдына саясатқа, экономикаға, басқаруға, қаржы саласына, ғылымға, мәдениетке және қоғамның басқа да салаларына әсер етуде. Медиа білім беру кез келген елдің кез келген азаматының өз еркін білдіру мен ақпарат алу құқығы және демократияны қолдау құралы болып табылады. Медиа білім беруді барлық мемлекеттердің ұлттық білім беру жоспарларына, сол сияқты адам өмірінің барлық кезеңдерінде алынатын бейресми білім берудің қосымша жүйесіне енгізу ұсынылады.

Резюме

Стремительное развитие и распространение новых информационных и телекоммуникационных технологий приобретает сегодня характер глобальной информационной революции, которая оказывает возрастающее влияние на политику, экономику, управление, финансы, науку, культуру и другие сферы жизнедеятельности общества в рамках национальных границ и в мире в целом. Медиаобразование является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию, и является инструментом поддержки демократии. Медиаобразование рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального образования и обучения в течение всей жизни человека.

Summary

Prompt development and distribution of new information and telecommunication technologies gains today nature of global information revolution which has increasing impact on policy, economy, management, finance, science, culture and other spheres of activity of society within national borders and in the world as a whole. Media education is part of basic rights of each citizen of any country of the world on a freedom of expression and the rights for information, and is the instrument of support of democracy. Media education is recommended to introduction in national curricula of all states, in system of additional, informal education and training during all human life.