

Медиакультура и медиабезопасность студенческой молодежи: информационное влияние

Л. В. Мрочко¹, О. Г. Мрочко², О. В. Берген³

¹ *Московский гуманитарный университет, Москва, Россия*

² *Московская государственная академия водного транспорта — филиал
Государственного университета морского и речного флота
им. адмирала С. О. Макарова, Санкт-Петербург, Россия*

³ *Сочинский государственный университет, Сочи, Россия*

dr.discussion@yandex.ru

Рассматриваются массовые информационные процессы в современном мире. Раскрывается роль средств массовой информации и коммуникации в социуме и объясняются требования, предъявляемые к содержанию создаваемого ими информационного пространства. Анализируется влияние массовой информации на общественное сознание и общественное мнение. Исследуется сущность понятий «медиакультура» и «медиабезопасность». Утверждается необходимость противодействия негативному влиянию массмедиа на студенческую молодежную среду.

Ключевые слова: массовые информационные процессы; средства массовой информации и коммуникации; массмедиа; информационное пространство; медиакультура; медиабезопасность; студенческая молодежь.

Media Culture and Media Security of Student Youth: Information Impact

L. V. Mrochko¹, O. G. Mrochko², O. V. Bergen³

¹ *Moscow University for the Humanities, Moscow, Russia*

² *Moscow State Academy of Water Transport, a Branch of Admiral Makarov
State University of Marine and Inland Shipping, Saint-Petersburg, Russia*

³ *Sochi State University, Sochi, Russia*

dr.discussion@yandex.ru

The authors consider mass information processes in modern world, revealing the role of mass media and communication in the society and explaining the requirements applicable to the content of the information field they create. The authors have analyzed the impact of mass information on public consciousness and public opinion. They explore the essence of “media culture” and “media security” concepts. The authors have affirmed the need to actively counter the negative impact of mass media on the student youth environment.

Keywords: mass information processes; mass media and communication; mass media; information field; media culture; media security; student youth.

Революционный прорыв в информационно-коммуникационных технологиях преопределил возматание роли средств массовой информации и коммуникации (далее СМИиК) во всех без исключения сферах жизнедеятельности общества. В информационном обществе к системе СМИиК предъявляются новые требования: установление прямой и обратной связи с аудиторией; коммуникация в пространстве и во времени, без ограничения; персонализация сообщений под различные категории пользователей; уникальность, индивидуализация и адресность; репутационный потенциал, формирующий доверие аудитории к медиасообщениям; технологичность, универсальность и наглядность информационного продукта; доступность и понятность сообщений и др.

Однако сегодня нарастающий, трудно контролируемый глобальный информационный поток становится источником серьезных проблем в молодежной среде. Ранний «выход» в сеть Интернет имеет ряд негативных последствий, связанных с психофизиологическими изменениями, моральными, этическими и нравственными проблемами, а также с проблемой медиабезопасности в различных ее проявлениях, в том числе так называемой кибербезопасности. Сегодня решение этих проблем сводится лишь к ограничению доступа, сокращению времени пользования некоторыми медиасредствами, в частности Интернетом.

Таким образом, с одной стороны, система СМИиК служит источником информации и знаний; каналом культурных и образовательных контактов; инструментом социализации студенческой молодежи. На это указывает высокий

показатель опроса (94,7 %) студентов, которые регулярно (ежедневно) обращаются к различным массмедиа в целях поиска новостной и учебной информации или общения с сокурсниками в сети Интернет¹. С другой стороны, СМИиК могут разрушать личность молодого человека, еще не способного отличить правду от фальши и противостоять манипулированию его сознанием и поведением, что подтверждают данные опроса. Так, более 30 % студентов не смогли сформулировать свое отношение к СМИиК, а 22,3 % не смогли оценить достоверность медиасообщений.

Поэтому необходимо усилить позитивную составляющую деятельности массмедиа. А это ставит новые задачи перед исследователями таких сложных и неоднозначных явлений, как медиакультура и медиабезопасность массовой аудитории, в особенности молодежной.

Понятие «медиакультура» [1; 2; 3; 4; 5] составляет часть более широкого понятия «информационная культура» [6]. Сохранение понятия «медиабезопасность», к сожалению, часто сужают до определения кибербезопасности и рассматривают эти термины как синонимы в рамках технической терминологии информационной безопасности. Речь идет о защите информации и закрытом доступе к электронным системам.

Однако такой подход требует серьезной корректировки, поскольку следует различать информационную безопасность электронных систем как каналов связи [7] и информационную безопасность личности и общества [8; 9]. В Доктрине информационной безопасности Российской Федерации эти понятия рассматриваются достаточно широко [10].

¹ Опрос проводился в 2017—2018 гг. в Московском гуманитарном университете, Московской государственной академии водного транспорта — филиале Государственного университета морского и речного флота им. адмирала С. О. Макарова (Санкт-Петербург), Московском финансово-промышленном университете (Университете «Синергия») и Сочинском государственном университете.

Массовые информационные процессы охватывают всю социальную среду в целом, но протекают они и проявляются в разных общественных формациях по-разному [11]. Это во многом обусловлено тем, что национальные СМИиК сегодня являются главными инструментами воздействия на общественное сознание и средствами формирования общественного мнения. Все это диктует необходимость совершенствовать систему медиабезопасности в целях достижения медиаграмотности как условия высокой медиакультуры нового поколения.

В ходе исследования мы заинтересовались у студентов московских вузов, знают ли они содержание таких понятий, как «медиакультура», «медиаграмотность», «медиакомпетентность», «медиабезопасность» и др. Дали утвердительный ответ только 25,9 % студентов; не знают содержания понятий — 52,3 %; не знают таких понятий — 21,8 % участников опроса.

Вместе с тем осведомленность студентов о понятии «медиакомпетентность» значительно шире. По их мнению, это способность человека разбираться (ориентироваться) в информационных потоках различного уровня сложности — 50,3%; способность к восприятию (чтению), интерпретации, оценке, созданию и передаче медиатекстов различных видов и жанров — 22,9 %; способность к грамотной ориентации в пространстве виртуального мира — 22,2 %.

Глобализация информационных процессов связана в первую очередь с мировыми экономическими процессами, однако она в значительной мере затрагивает социокультурную сферу общества и, как свидетельствуют события последних лет, уже привела ряд европейских стран к кризису культуры и, как следствие, к разрушению основ социума. Современную западную

культуру можно считать «культурой реальной виртуальности», мультикультурализмом, при котором физическая реальность оказывается погруженной в виртуальные образы. Интернет создает новую киберреальность, а выдуманный мир для молодежи, восприимчивой к таким «новациям», заменяет жизненный опыт. Поэтому анализ интеграционных процессов в современном информационном пространстве показывает актуальность проблем медиабезопасности.

На вопрос «кто должен заниматься формированием правильного отношения к информационному контенту СМИиК?» студенты ответили так: семья, родители — 44,6 %; школа, вуз — 33,1 %; государство — 19,7 %. По сообщению пресс-службы МПГУ, в системе образования скоро появится новая специализация — медиапедагог, который будет обучать школьников и студентов основам теории и практики обращения с массмедиа.

СМИиК являются деятельностной формой массового общения, направленного на приобретение определенных знаний и формирование на их основе взглядов и убеждений. Массмедиа в значительной степени «сжимают» процесс распространения социокультурной, духовно-этической и эстетической составляющей общественной жизни, ускоряют социокультурное развитие личности.

Однако СМИиК в значительной степени трансформируют и внутреннюю ткань культуры — духовно-ментальные структуры общества. Процесс информационной глобализации ведет к пересмотру традиционных ценностей, норм и правил, сложившихся в социокультурной сфере, что приводит к ряду негативных последствий: потере ориентиров в социокультурном пространстве, утрате идеалов, смысла жизни.

Рассмотрим статистику ответов на вопрос «как и какое влияние оказывает информация, распространяемая по каналам СМИиК, на молодежную студенческую аудиторию?» Информация СМИиК всегда влияет на 5,7 % аудитории; иногда влияет на 66,8 %; не влияет на 27,5 %. При этом позитивное влияние отмечают 22,3 %; негативное — 27,5 %; нейтральное — 46,6 % аудитории. Не смогли определить степень влияния лишь 4,6 %. Результаты исследования заставляют задуматься о роли СМИиК в обществе. Как видим, большинство участников опроса полагают, что современные российские СМИиК недостаточно эффективно и действенно (результативно) выполняют свои социокультурные функции (показатели: «иногда влияют» и «нейтральное влияние»). Кстати, такого же мнения придерживаются и многие исследователи массмедиа. Одна из главных причин сложившегося положения — однообразие содержания и низкая информационная насыщенность отечественных массмедиа.

Обратимся, например, к программам телепередач. Студенческая молодежь из всего потока информации выбирает ту, которая привлекает внимание и отвечает их информационным запросам. Но нередко эта весьма популярная продукция есть адаптированные к российской молодежной аудитории оригинальные англоязычные или франкоязычные программы («Голос», «Кто хочет стать миллионером?», «Фабрика звезд», «Поле чудес», «Стена» и др.), т. е. телезрителям представляется «русская команда участников» в «национальной упаковке». Собственных оригинальных и креативных телепередач, адресованных молодежной аудитории, ничтожно мало.

Разумеется, глобализацию как закономерный процесс политического, экономического и культурного развития

мирового сообщества нельзя остановить. Безусловно, СМИиК усиливают взаимопроникновение и взаимовлияние мировых культур. Но положительным это влияние может быть лишь в том случае, если содержание распространяемой ими массовой информации соответствует характеру существующих в стране социокультурных связей.

Информация как «стерилизованное знание», поступающее через СМИиК, в большой степени зависит от культуры ее создания и распространения. Исследователи отмечают гипертрофию нового в медийной реальности, но привлечение внимания всегда требует «новостей», которые отсутствуют в реальности. Для эпохи глобализации характерно то, что СМИиК по-новому конструируют эту реальность, демонстрируя «виртуальное насилие» над сознанием молодежи.

Воздействие массмедиа на молодежную аудиторию, прежде всего студенческую, имеет серьезное мировоззренческое значение. Именно поэтому изучение медиакультуры и восприятия молодежной аудиторией массовой информации, а также ее практического использования актуально и злободневно. Глобализация воздействует на ядро культуры — ценностно-нормативные основы. В результате мы наблюдаем стандартизацию образа жизни и массовой культуры, преобладание западных социальных, материальных и духовных ценностей, норм, привносимых под флагом «вхождения в мировую цивилизацию», «приобщения к общечеловеческим ценностям».

Расшатываются основы национальной самобытности, что приводит к активизации движений, стремящихся сохранить границы социальных групп. Импульсом подобных движений могут служить национальные, религиозные, этнические или иные мотивы.

Современные философы отмечают нарастающий темп глобализационных информационных процессов, под воздействием которых происходит значительная трансформация социального пространства и времени, что, в свою очередь, ведет к изменениям социокультурных отношений в обществе [12].

Смена традиционных механизмов информационного взаимодействия в системе *СМИиК* — *молодежная аудитория* создает новые пути закрепления и воспроизводства поведенческих стереотипов. В современном образовательном процессе ослабляется зависимость ретрансляции знаний от непосредственно жизненного опыта. Знания заменяются информационно-коммуникативными технологиями, не требующими обязательного участия специалиста, медиапедагога, в процессе обучения. Реформирование системы образования в России достигло пика.

Ряд исследователей связывают зарождение новых тенденций в системе российского образования с распространением аудиовизуальной культуры (мультимедиа), которая, по их мнению, негативно влияет на подрастающее поколение. Однако такое образование, с поддержкой мультимедийных средств, не носит системного характера, так как не предписано программами учебных дисциплин, а во многом зависит от подготовки педагогов к применению новых технологий и методик. Практика показывает, что сегодня далеко не каждый преподаватель вуза владеет такими навыками.

Студенты заинтересованы не только в получении знаний и умений, развитии своих интеллектуальных и творческих способностей, но и в приобретении навыков критического осмысления распространяемой *СМИиК* информации. Однако в образовании имеет место

кризисная ситуация, когда при колоссальном объеме информации многие педагоги опираются на традиционные, лишённые критического подхода методы обучения, отставая от студентов технологически. Вместе с тем именно современные информационно-коммуникативные технологии (*ИКТ*) позволяют использовать в образовательном процессе творческие и креативные способы обучения.

СМИиК играют важную роль в воспитании молодежи в духе мира, справедливости, свободы, взаимоуважения и взаимопонимания. Образование ставит целью поддержку прав человека, равенство этих прав для всех людей и наций, экономический и социальный прогресс. Медиакультура и медиабезопасность — это продукты информатизации и глобализации, критерии оценки уровня информационного общества в целом.

Иногда современные формы, методы и средства обучения, применяемые в образовательных коммуникациях, нивелируются неграмотным использованием информационных технологий. Любое средство трансформации образования (*СМИиК*, *ИКТ* и др.), как говорится, «должно знать свое место и время». А это уже зависит от человеческого фактора: профессионального мастерства, медиаграмотности и медиакомпетентности педагога.

Нельзя отрицать тот факт, что видоизменяется и коммуникативная роль языка как средства передачи знаний. Расширяется круг специализированной лексики, и прежде всего компьютерной терминологии. Значение компьютерного языка еще недооценивается философами и культурологами, они мало учитывают наличие «немого диалога», обратных связей между пользователями и создателями компьютерного языка,

виртуально участвующими в образовательном процессе. Вместе с тем степень их активности доминирует среди других воздействий на сознание молодежи.

Новый облик приобретает коммуникация в процессе самообразования. Наиболее радикальная трансформация заметна в повседневных, «наивных» связях, не предполагающих рефлексивной работы сознания, когда общение направлено на усвоение текущей информации посредством декодированного языка.

Уровень культуры молодежи определяется развернутостью системы ассоциаций во внешнем мире и богатством языка как средства общения. Но жизнь, полная стандартных коммуникативных конструкций — рекламных слоганов, коллажей, мультипликации и др. — приводит к снижению уровня культуры речи, к ее упрощению, к линейной трактовке, недопониманию медиасообщений. Рождается еще одна тенденция: увеличение разрыва между лексикой информационных программ и пользователей. Речь идет о формировании новых образных рядов языка у разных социальных страт, которые все менее понимают друг друга. Это затрудняет языковое общение и коммуникацию в молодежной среде.

Меняется и тип межличностных коммуникаций. С одной стороны, формируется «модульный человек», не заинтересованный в установлении длительных межличностных отношений, характерной чертой его коммуникативной деятельности становится скоротечность знакомств и общения. С другой стороны, растет число пользователей Всемирной сети, не нуждающихся в традиционных формах взаимодействия. Формируется разного рода информационно-коммуникативная среда, претендующая на частичную замену социокультурного пространства.

Таким образом, отмеченные трансформации в современном информационно-коммуникативном пространстве свидетельствуют о закреплении в обществе разных форм новой культуры. На основе этих форм выстраивается новая организация антропосоциокультурных систем в молодежной среде, под влиянием глобализации и информатизации формируется новая общественная парадигма — медиакультура.

К сожалению, российские СМИиК не играют ведущей роли в этом процессе. Результаты социологических исследований свидетельствуют о падении доверия населения России к СМИиК, о преобладании на телеэкранах иностранных и отечественных фильмов, героями которых выступают криминальные авторитеты. Даже ранее любимый «Голубой огонек» сегодня вызывает недовольство телезрителей, поскольку на телеэкранах они видят одних и тех же артистов. Наверное, руководителям СМИиК пришла пора задуматься о том, что и как передавать в эфир.

Речь идет не о цензуре, а об ответственности перед телезрителями, радиослушателями и пользователями Интернета. Почему большинство российских так называемых ток-шоу — это «слепки» с аналогичных зарубежных передач? Почему мало сюжетов о российских фермерских хозяйствах, которые каким-то образом выживают в сложнейших экономических условиях? Почему нет телепередач о людях, которые своим трудом заслуживают всеобщего внимания? Вопросов много.

Сегодня информационная война — война за умы людей — во многом определяет деятельность многих мировых СМИиК. Идет борьба в информационном пространстве. Два направления такого противоборства — электронно-сетевое и социально-психологическое.

В первом направлении объектом воздействия становятся военные информационные системы, во втором — общественное сознание и общественное мнение. В зависимости от направления выбираются цели, способы и средства воздействия: либо вывод из строя электроники и вооружения, либо манипуляция сознанием и поведением людей.

В таких условиях существенно возрастает значимость социально-культурного и художественно-эстетического содержания российских СМИиК как инструментов формирования медиакультуры студенческой аудитории. СМИиК должны разоблачать ложь и клевету западных рупоров, откровенно и грубо фальсифицирующие факты и события реальной действительности. Тем самым должна обеспечиваться медиабезопасность молодежи.

Литература

1. **Жижина М. В.** Медиакультура: культурно-психологические аспекты. М.: Вузовская книга, 2009. 188 с.
2. **Возчиков В., Немирич А.** Феноменология медиакультуры: медиаобразование в информационном обществе. Saarbrücken: Lambert Academic Publishing, 2011. 280 с.
3. **Кириллова Н. Б.** Медиакультура: от модерна к постмодерну. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Академический Проект, 2006. 448 с.
4. **Кириллова Н. Б.** Медиакультура: теория, история, практика. М.: Академический Проект; Культура, 2008. 494 с.: граф., табл. (Gaudeamus) (Фундаментальный учебник).
5. Медиакультура новой России. Методология, технологии, практики: сб. науч. ст. по итогам Междунар. науч. конф. «Судьба России: вектор перемен» (Екатеринбург, 08—10 июня. 2007). М.; СПб.; Екатеринбург: Академический Проект, 2007. 512 с. (Технологии культуры).
6. **Мрочко Л. В.** Информационная культура общества и личности: монография. М.: Изд-во МГОУ, 2008. 200 с.
7. **Нестеров С. А.** Основы информационной безопасности. СПб.: Лань, 2016. 324 с.
8. Информационная безопасность личности в условиях агрессивной массовой культуры. М.: Научи хорошему, 2017. 72 с.
9. **Лыкова И. А., Шипунова В. А.** Информационная культура и безопасность. М.: Цветной мир, 2017. 96 с.
10. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации: утв. Указом Президента РФ от 5.12.2016 г. № 646 // Президент России: [Электронный ресурс] / Администрация Президента России. Сор. 2018. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41460> (дата обращения: 04.07.2018).
11. **Мрочко О. Г., Пирогова Л. И.** Информационная сфера современного социума. М.: МГОУК, 2011. 158 с.
12. **Отюцкий Г. П.** Глобализация: ценности культуры и духовная безопасность // Система ценностей современного общества. 2011. № 18. С. 251—255.

Поступила 26.12.2017

Мрочко Леонид Владимирович — доктор философских наук, профессор, профессор кафедры теории рекламы и массовых коммуникаций Московского гуманитарного университета (Россия, 111395, Москва, ул. Юности, д. 5), dr.discussion@yandex.ru

Мрочко Ольга Геннадьевна — кандидат исторических наук, доцент кафедры физического воспитания Московской государственной академии водного транспорта — филиала Государственного университета морского и речного флота им. адмирала С. О. Макарова (Россия, 198035, Санкт-Петербург, ул. Двинская, д. 5/7), olga_mrochko@mail.ru

Берген Ольга Владимировна — аспирант кафедры экономики и менеджмента Сочинского государственного университета; промо-директор АНО «Море идей», администратор «Сочинской инновационной долины» (Россия, 354000, г. Сочи, ул. Орджоникидзе, 11, офис 11.6), o.v.bergen@yandex.ru

References

1. Zhizhina M. V. Mediakul'tura: kul'turno-psikhologicheskie aspekty (Media Culture: Cultural and Psychological Aspects), M., Vuzovskaya kniga, 2009, 188 p.
2. Vozchikov V., Nemirich A. Fenomenologiya mediakul'tury: mediaobrazovanie v informatsionnom obshchestve (Phenomenology of Media Culture: Media Education in Information Society), Saarbrücken, Lambert Academic Publishing, 2011, 280 p.

3. Kirillova N. B. *Mediakul'tura: ot moderna k postmodernu (Media Culture: From the Modern to the Post-Modern)*, 2-e izd., pererab. i dop., M., Akademicheskii Proekt, 2006, 448 p.

4. Kirillova N. B. *Mediakul'tura: teoriya, istoriya, praktika (Media Culture: Theory, History, and Practice)*, M., Akademicheskii Proekt, Kul'tura, 2008, 494 p., graf., tabl., Gaudeamus, Fundamental'nyi uchebnik.

5. *Mediakul'tura novoi Rossii. Metodologiya, tekhnologii, praktiki, sb. nauch. st. po itogam Mezhdunar. nauch. konf. "Sud'ba Rossii: vektor peremen"* (Ekaterinburg, 08—10 iyun. 2007) (Media Culture of New Russia: Methodologym Technologies, and Practices, Collection of Scientific Articles at the End of International Scientific Conference "Destiny of Russia: Vector of Changes" (Ekaterinburg, 8 to 10 June 2007), M., SPb., Ekaterinburg, Akademicheskii Proekt, 2007, 512 p., Tekhnologii kul'tury.

6. Mrochko L. V. *Informatsionnaya kul'tura obshchestva i lichnosti (Information Culture of Society and Personality)*, monografiya, M., Izd-vo MGOU, 2008, 200 p.

7. Nesterov S. A. *Osnovy informatsionnoi bezopasnosti (Fundamentals of Information Security)*, SPb., Lan', 2016, 324 p.

8. *Informatsionnaya bezopasnost' lichnosti v usloviyakh agressivnoi massovoi kul'tury (Personal Information Security under Conditions of Aggressive Mass Culture)*, M., Nauchi khoroshemu, 2017, 72 p.

9. Lykova I. A., Shipunova V. A. *Informatsionnaya kul'tura i bezopasnost' (Information Culture and Security)*, M., Tsvetnoi mir, 2017, 96 p.

10. "Doktrina informatsionnoi bezopasnosti Rossiiskoi Federatsii, utverzhdena Ukazom Prezidenta RF ot 5 dekabrya 2016 g. No. 646" (Russian Federation Information Security Doctrine, Approved by RF Presidential Decree from 5 Dec. 2016

No. 646). *Prezident Rossii. Administratsiya Prezidenta Rossii*, cop. 2018. Web. 4 July 2018. <<http://www.kremlin.ru/acts/bank/41460>>.

11. Mrochko O. G., Pirogova L. I. *Informatsionnaya sfera sovremennogo sotsiuma (Information Sphere of Modern Social Medium)*, M., MGOUK, 2011, 158 p.

12. Otyutskii G. P. *Globalizatsiya: tsennosti kul'tury i dukhovnaya bezopasnost' (Globalization: Cultural Values and Mental Security)*, *Sistema tsennostei sovremennogo obshchestva*, 2011, No. 18, pp. 251—255.

Submitted 26.12.2017

Mrochko Leonid V., Doctor of Philosophy, professor, professor of Advertising and Mass Communications Theory Department, Moscow University for the Humanities (5, Yunosti street, Moscow, 111395, Russia), dr.discussion@yandex.ru

Mrochko Olga G., Candidate of Historical Sciences, assistant professor of Physical Education Department at Moscow State Academy of Water Transport, Admiral Makarov State University of Maritime and Inland Shipping (5/7, Dvinskaya street, Saint-Petersburg, 198035, Russia), olga_mrochko@mail.ru

Bergen Olga V., postgraduate student of the Department of Social and Humanitarian and Philosophical Sciences, Sochi State University; promo-director of ANO "The sea of ideas", administrator of Sochi Innovation Valley (Russia, 354000, Sochi, 11 Ordzhonikidze Str., office 11.6), o.v.bergen@yandex.ru