

Метакомпетенция психолога



Е.В. Якушина

Внутренние психологические фильтры как средства информационной защиты от негативного воздействия медиасреды

Якушина Екатерина Викторовна — кандидат педагогических наук, преподаватель кафедры теории и методики преподавания информатики МПГУ.

Если человек научится разумно, логически и критически оценивать информацию, которая его окружает, то ему будут не страшны многочисленные потоки информации, остановить которые невозможно никакими техническими средствами защиты, устанавливаемыми на компьютеры.

Ключевые слова: медиасреда, информационная безопасность, медиабезопасность, фейковые новости, медиаобразование, критическая оценка информации, противодействие негативному воздействию СМИ.

Сегодня много говорят об обучении особым умениям, необходимым для работы с информацией — в первую очередь, поступающей из масс-медиа или средств массовой информации (СМИ) (по-научному, эти умения называются «медиакомпетенциями», а процесс обучения им — «медиаобразованием»). Однако, начиная разговоры на эту тему, нужно делать серьезный акцент и на том, как важно изучать принципы и законы, по которым создаются сообщения масс-медиа, как и с какой целью они распространяются, что при этом происходит с информацией.

Суть медиаобразования (содержание которого представляет интерес и для педагогов-психологов) — изучение сообщений средств массовой информации. Но необходимо помнить, что **масс-медиа не отражают, а репрезентируют действительность**. Поэтому и возникает явление «параллельной школы» — люди впитывают ту информацию, которую получают по каналам СМИ, не вникая в ее суть, достоверность, надежность, не думая и не анализируя ее и т. д. Поэтому одна из задач медиаобразования заключается в том, чтобы научить людей извлекать смыслы из той символической картины, которую дают нам СМИ под видом реального отражения окружающего мира. А также — научить их понимать, какие реальные процессы и события могут скрываться за этой картиной. Это будет возможным в том случае, если человек будет понимать, по каким законам «живет» информация в масс-медиа.

Для начала попробуем дать определение «медиасреды». Большой энциклопедический словарь философскую категорию «среда» определяет следующим образом: «Среда социальная — окружающие человека общественные, материальные и духовные условия его существования и деятельности. Среда в широком смысле (макросреда) охватывает экономику, общественные институты, общественное сознание и культуру. Социальная среда в узком смысле (микросреда) включает непосредственное окруже-

ние человека: семью, трудовую, учебную и другие группы».

Медиасреда — это социокультурное пространство информационного общества. То, что нас повседневно окружает. Это совокупность условий, в контексте которых функционирует медиакультура, то есть сфера, которая через посредничество массовых коммуникаций и СМИ (печать, радио, ТВ, видео, кино, Интернет и др.) влияет на общественное сознание.

Наша жизнь протекает в насыщенном медиaproстранстве, технические средства, окружающие каждого человека, уже перестали быть средствами для технологизации деятельности, а превратились в практически не рефлекслируемую окружающую среду. Зависимость от медиасредств выросла в последнее время в десятки раз. Молодежь практически перестала читать книги, на первое место вышло коммуникативное общение в десятках популярных социальных сетей, сетевые игры, бездумное потребление информации. Любой сбой в работе технического средства вызывает раздражение. Медиапотребление настолько органично вошло в повседневную жизнь человека, что люди просто не могут представить себе свою жизнь без этого процесса.

В медиасреде происходит формирование, распространение и воспроизводство культуры, то есть целенаправленное воздействие информационных потоков на ценности, суждения, оценки, мнение и поведение людей. Это может быть как позитивное, так и негативное влияние.

Процесс управления информационными потоками неотделим от изучения и понимания особенностей того социокультурного пространства, в котором они протекают. Во многом этот процесс направлен на молодежь. Так как они, в отличие от старшего поколения, обладают более высокой обучаемостью и способностями к овладению техническими средствами, именно на молодежь направлены усилия как разработчиков этих средств, так и создателей информационных ресурсов.

Основными принципами функционирования СМИ являются:

- свобода коммуникации,
- разнообразие,
- качество информации,
- социальный и культурный порядок.

Свобода общественных коммуникаций предполагает учет интересов всех обитателей медиасреды — как тех, кто сообщает информацию, так и тех, кто принимает сообщение. Она не может быть абсолютной, так как здесь должны учитываться ограничения, накладываемые на частные и общественные интересы. Это и противоречия между тем, что коммуникаторы хотят сказать, и тем, что потребители информации хотят услышать, это и потенциальный конфликт интересов тех, кто контролирует коммуни-

кационные каналы, и тех, кто хочет получить доступ к ним, но не имеет на это законного права.

Разнообразие информации. Пока разнообразие, так же как свобода коммуникации, является нейтральным по отношению к содержанию, то предполагается, что чем больше существует различных каналов публичной коммуникации, доносящих максимально разнообразное и меняющееся содержание до наибольшего числа аудиторий, тем лучше.

Например: посмотрите, как сегодня представлены новостные ленты на популярных информационно-поисковых системах. Возьмем самую популярную — Яндекс. Одну и ту же новость представляют около 10 российских СМИ, такое же количество иностранных и иноязычных СМИ. Пользователь может сам выбрать тот или иной вариант, посмотреть альтернативу. Лента новостей Рамблера также предлагает разные источники, освещающие одну и ту же новость.

Тем не менее, уровень возможного многообразия ограничивается емкостью канала и редакционным отбором.

Качество информации. Избыток и разнообразие новостей не всегда благоприятно влияет на мышление и психологическое состояние человека. Зачастую чтение новостей приводит к появлению страха и агрессии, мешает реализации творческого потенциала и лишает способности мыслить глубоко. В отличие от чтения книг и журнальных статей, над которыми приходится размышлять, человек может «проглотить» огромное количество пустых новостей, тривиальных фактов. Зачастую они не заслуживают внимания и на них никак нельзя повлиять. Это приводит к тому, что человек, понимая, что он бессилён что-то изменить, становится пассивным, у него формируется пессимистичное, бесчувственное, саркастическое и фаталистическое мировоззрение. Особенно опасно это в период конфликтных ситуаций — большое количество негативного материала, сцен насилия, горя очень сильно влияют на психику человека.

В новостях предпочтение часто отдается чрезвычайным ситуациям. Панические истории приводят в беспорядок иммунную систему человека, и организм оказывается в состоянии хронического стресса.

Редакционный отбор также оставляет желать лучшего. Новости искажают реальные факты, в них присутствуют когнитивные ошибки. Чтобы усилить неожиданность той или иной новости, может присутствовать явное нарушение непрерывности хода событий, расхождение с ожиданиями, уникальность случившегося.

Огромное количество новостей подавляет мышление, так как не дает человеку сконцентрироваться на чем-либо. А мышление всегда требует концентрации. Новости нарушают концентрацию, тем самым они ослабляют понимание, серьезно влияют на память. Услышав о каком-то происшествии, каждый человек хочет узнать, чем оно закончится. Но, зная, что сюжетов, которые освещают одно и то же происшествие,



сотни, человек все меньше способен контролировать это стремление. Мышление становится поверхностным, новости уменьшают количество думающих людей, способных на внимательное чтение и сосредоточенное мышление. Люди теряют способность читать большие статьи или книги — они быстро устают, концентрация исчезает, появляется беспокойство. Физическая структура мозга постепенно меняется.

Новости ограничивают творческий потенциал. Мозг человека должен наслаждаться широким, необитаемым пространством, которое дает возможность придумывать и осуществлять новые идеи, искать новые решения, а чтение новостей сводит их на нет.

Социальный порядок и солидарность предполагают решение вопросов интеграции и гармонии в обществе. В идеале средства массовой коммуникации не должны подрывать состояние законности и порядка посредством символического поощрения преступлений и социального беспорядка. В вопросах национальной безопасности свобода деятельности средств массовой коммуникации должна ограничиваться соображениями национальных интересов. А в вопросах морали, приличий и вкуса средства массовой коммуникации должны принимать во внимание господствующие в обществе нормы. В таком случае власть рассматривает общественные средства массовой коммуникации как элемент поддержания порядка. Но это только в идеале, на самом деле средства массовой коммуникации имеют сложную и разделенную ответственность, особенно в отношении альтернативных социальных групп и субкультур, а также в отношении к конфликтам и неравенству в большинстве обществ.

Средства массовой информации играют важную роль в воспроизведении кода морали. Они могут публично называть какие-то поступки хорошими или плохими. Нарушения норм, а нарушение и делает норму явной, в новостях принимают форму скандалов. Это может быть либо простая констатация факта нарушения либо моральная оценка произошедшего события. Констатация факта без оценивания ситуации может вызвать как осуждение нарушения, так и незнание, насколько явно отклонение от нормы. Если оцениваются не только поступки, но и те, кто их совершает, то это помогает потребителю информации составить собственное мнение. Моральная оценка может вызвать либо уважение, либо неуважение к тем или иным людям, о которых идет речь в информационном сообщении. Но, следуя законам новостного жанра, мотивы, которые побудили человека поступить именно так, а не иначе, не освещаются.

Если говорить о культурном порядке, то в идеале рассматриваются такие функции СМИ, как отражение в содержании представляемой информации языка и современной культуры тех людей, которых эти средства обслуживают. А значит, преимущество должно быть отдано образовательной роли этих средств, а также отражению ими лучших материалов культурно-

го наследия страны. В данном случае речь идет о самой «социально неопасной» группе новостей, которые анонсируют конкретные события, если, конечно, не говорить о скандалах в области культуры.

Очень внимательно и избирательно следует относиться к новостям в период информационных войн и социальных конфликтов. Ведь человеку не только свойственно поглощать информацию, но и интерпретировать, создавать собственную. Благодаря широкому распространению социальных сетей и блогов информационная война перекидывается с новостных лент на данную область Интернета. Поэтому, комментируя информацию, высказывая свое мнение, необходимо соблюдать некоторые правила.

Прежде всего, надо помнить, что любая война закончится, любой конфликт разрешится, политики договорятся между собой. А потерять друзей, поспорить с родственниками значительно легче, чем потом эти связи восстановить. Можно высказать свое отношение к политике, но не надо оскорблять кого-либо. Не все принимают участие в конфликте, все люди разные, но каждый заслуживает уважения. Если кому-то не нравится мнение другого человека, то лучше высказаться об этом мнении, а не о человеке. Чаще всего это будет незнакомый человек, а ненавидеть незнакомых людей — это патология. Не надо торопиться делать выводы: взаимоотношения между людьми всегда сложны на разных уровнях — семьи, трудового коллектива, региона, страны, мира.

Достоверность информации в период информационных конфликтов — вообще вещь сомнительная. Как мы говорили выше, власть рассматривает общественные средства массовой коммуникации как средство для выражения своих идей и поддержания порядка. Поэтому практически каждое СМИ, если оно не служит оппозиции, старается предоставить факты и дать оценку с позиции своего государства. Подделывать факты, фотографии, видеозаписи и прочие подтверждающие материалы при современном уровне развития техники довольно просто.

Поэтому крайне важно не распространять информацию, которую невозможно проверить, а значит нельзя быть уверенным в ее истинности. Честно можно писать только о том, что человек видел своими глазами.

Благодаря бурному развитию социальных сетей в последнее время журналистом, человеком, представляющим свою собственную информацию, может стать каждый. Вот тут возникает острая проблема моральных норм. Неоднократно в сети встречаются ставшие в последнее время «модными» видеоролики с всевозможными розыгрышами, зачастую злыми и небудуманными, приводящими к травмам, а то и гибели людей. Понятно желание молодого поколения чем-то «выделиться» в сети, набрать большое количество «лайков» (отметок «нравится»). Но воспитания, ума, такта в большинстве случаев не хватает, и их творчество приводит далеко не к тем ожидаемым

результатам. Смеяться над упавшим, повредившим что-то человеком, животным глупо и жестоко. Поэтому необходимо обращать внимание подростков именно на содержательный аспект медиаторчества: почему бы не снимать (и смотреть) что-то доброе, неужели в наше время нет места подвигу? Эти ролики заслужат еще больше «лайков», и на их примере можно будет учить добру, а не злу. Пример тому — герои видеороликов: девушка, вытаскивающую щенков из трубы в сточной канаве, люди, останавливающиеся на пешеходном переходе, чтобы помочь перейти дорогу пожилым людям или инвалидам, и многое другое.

Педагогам и психологам можно предложить следующие задания, в результате которых у учащихся будут формироваться специальные медиаобразовательные умения. Они помогут создать определенный внутренний мысленный фильтр, позволяющий проанализировать полученную информацию или найти опровержение для нее, оценить надежность источника и достоверность информационного сообщения, а также сделать свои аргументированные выводы.

Пример задания №1.

Найдите в популярных информационных системах (Яндекс, Рамблер) самую актуальную новость на сегодняшний день.

Просмотрите несколько сообщений, в которых говорится именно об этом событии.

Проанализируйте несколько сообщений по этой теме по представленному плану.

1. Рассмотрите информационное сообщение.
2. Кому адресовано это сообщение, есть ли определенные целевые группы.
3. Какие средства использует автор сообщения для привлечения внимания читателя.
4. Использует ли автор некорректные приемы для привлечения внимания (искажение фактов, агрессия, оценка события или людей, принявших участие в данном событии).
5. Выпишите основные факты, про которые говорится в информационном сообщении, отметьте суть новости — самое главное в информационном сообщении. Оцените процент «белого шума» в нем — ничего не значащей информации.
6. Найдите новостное сообщение, альтернативное основным сообщениям по данной теме.
7. Выскажите обоснованные аргументы «за» и «против» каждой из них.
8. Сформулируйте в нескольких словах, что вы узнали из информационного источника. Аргументируйте собственные высказывания.

Пример задания №2.

Найдите в социальных сетях видеоролики, собравшие большое количество «классов» («лайков», отметок «нравится») (образец популярного видеоролика, в

котором имитируется убийство, см. в электронной версии журнала на CD-диске, файл «Видеоприложение к статье Якушиной».)

Ответьте на вопросы.

1. Какие средства используют авторы сообщения для привлечения внимания аудитории? Используют ли некорректные приемы?

2. Какие ролики собрали больше «классов» — ролики, несущие позитивную информацию (добрые дела и поступки, события музыкальной и культурной жизни) или негативную — злые розыгрыши, шутки. Посчитайте примерное соотношение. Почему, на ваш взгляд, получилось такое соотношение?

3. Выскажите обоснованные аргументы «за» и «против» каждого из них. Что привлекает аудиторию в этих двух противоположных типах роликов?

4. Дайте свою моральную оценку данным типам роликов. Аргументируйте собственные высказывания.

Также можно предложить задания по определению фейковых новостей, все больше и больше заполняющих медиасреду современного человека.

Фейк по сути значит «утка», поддельные новости. Распознать их не так просто, как кажется с первого взгляда. Психика человека устроена так, что лучше всего запоминается первая фраза в информационном сообщении. Поэтому заголовки фейковых новостей могут быть очень интригующими и привлекающими внимание. Человек запоминает субъект действия и какую-то оценку этого действия, которая предложена первой, а все последующее воспринимается уже через ее призму. Дальше все дополняется деталями, которые могут быть, да и зачастую бывают полностью достоверны. Но сам факт, который ложится в основу данной раскрываемой цепочки, преподнесен очень неопределенно.

Основные признаки фейковой новости:

- «кричащий заголовок»,
- дана просто формулировка, не указано место, время, источник информации и т. д.,
- общая неопределенность в исходной информации.

Пример задания №3.

Проанализируйте информационные сообщения по представленному плану.

1. Выделите среди информационных сообщений, которые вы просмотрите сегодня, те новости, которые носят именно «фейковый» характер
2. Рассмотрите информационное сообщение.
3. Что такое «фейковая» новость в вашем понимании?
4. Использует ли автор некорректные приемы для привлечения внимания (искажение фактов, агрессия, оценка события или людей, принявших участие в данном событии).
5. Выпишите основные причины, по которым вы определили, что это новость фальшивая.



6. Какой факт лежит в основе данной новости? По каким признакам вы поняли, что этому сообщению нельзя доверять?

7. Оцените надежность информационного источника, опубликовавшего эту новость.

Педагог может найти подобные новости предварительно и предложить их для анализа учащимся, а может и попросить найти такие сообщения самостоятельно.

Если человек научится разумно, логически и критически оценивать информацию, которая его окружает, то ему будут не страшны многочисленные потоки информации, остановить которые невозможно никаким техническими фильтрами, устанавливаемыми на компьютеры. И это касается не только новостных сообщений, но и информации вообще.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Жилавская И.В. Медиаактивность молодежи как фактор медиаобразования. — [Электронный ресурс] МИК URL: <http://mic.org.ru/4-nomer-2012/150-mediaaktivnost-molodezhi-kak-faktor-mediaobrazovaniya> (дата обращения: 17.06.2015).
2. Зеленова А.Е. Необходимость медиаобразования в условиях современной медиасреды. — [Электронный ресурс] МИК URL: <http://mic.org.ru/7-nomer-2013/250-neobkhodimost-mediaobrazovaniya-v-usloviakh-sovremennoj-mediasedy> (дата обращения: 17.06.2015).
3. Кузьмин А.М. Категория «медиасреда» и ее содержание на современном этапе развития. — [Электронный ресурс] URL: <http://www.mediascope.ru/node/765> (дата обращения: 17.06.2015).
4. Не смотрите новости. — [Электронный ресурс] AdMe.ru; The Guardian. URL: <http://www.adme.ru/svobodapsihologiya/ne-chitajte-novosti-498055/> (дата обращения: 17.06.2015).
5. Основные принципы функционирования СМИ. — [Электронный ресурс] Медиалето. URL: <http://2013.mediasummer.ru/theory/principles-of-journalism/mass-media-theory/основные-принципы-функционирования-сми.html> (дата обращения: 17.06.2015).
6. Памятка мирному населению в период информационной войны. — [Электронный ресурс] Фитнес для мозга. URL: <http://fit4brain.com/5486> (дата обращения: 17.06.2015).
7. Потсар А. О фейках в Интернете. — [Электронный ресурс] Фитнес для мозга. URL: <http://eto-fake.livejournal.com/312827.html>.
8. Разработка терминологии. Медиасреда: СМИ, массмедиа, СМК. — [Электронный ресурс] URL: <http://t4k1984.livejournal.com/98800.html> (дата обращения: 17.06.2015).