



«Массовое проникновение цифровых технологий в нашу повседневную жизнь приводит к увеличению числа различных мошенников. Мы все являемся свидетелями этого. Поэтому сейчас очень важно знать основы финансов и экономики, овладеть элементарными цифровыми навыками.»

Касым-Жомарт Токаев



@INFOROOM_KZ

ЭТОТ ВЫПУСК ЖУРНАЛА ЯВЛЯЕТСЯ ИНТЕРАКТИВНЫМ! ЧИТАЙТЕ НАШ ЖУРНАЛ И ПОЛУЧАЙТЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ, ИСПОЛЬЗУЯ ВОЗМОЖНОСТИ QR-КОДОВ. БОЛЕЕ ПОДРОБНУЮ ИНФОРМАЦИЮ СМОТРИТЕ НА СТР. 2



Алгоритм использования QR-кода

- Переходите на сайты, открывайте ссылки, смотрите видео, фото и иные материалы при помощи самой передовой на сегодняшний день технологии.
- Для использования QR-кода не нужно ничего, кроме смартфона с камерой и приложения, скачанного из «AppStore» или «Play Маркет». Имеется огромный выбор программ (к примеру «Сканер QR и штрих-кодов» или «QR Code Scanner App – Barcode Scanner & QR reader»).
- Нужно обратить внимание, что есть приложения, которые мы часто используем в своей жизни для прочтения QR-кодов, например «Kaspi.kz». Учтите, что данные приложения работают для специфических задач, в частности перевода денег, и никак не могут стать основными приложениями при чтении различного рода QR-кодов.
- Сканируйте QR на страницах нашего журнала, открывайте новое для себя!

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЖУРНАЛ ПРИ ПОДДЕРЖКЕ АКИМА КАРАГАНДИНСКОЙ ОБЛАСТИ

ВЫПУСКАЕТСЯ ПО ЗАКАЗУ ГУ «УПРАВЛЕНИЕ ВНУТРЕННЕЙ ПОЛИТИКИ
КАРАГАНДИНСКОЙ ОБЛАСТИ»

СВИДЕТЕЛЬСТВО О ПОСТАНОВКЕ НА УЧЕТ № 15082-Ж ОТ 28.01.2015 Г.

ВЫДАНО: КОМИТЕТ СВЯЗИ, ИНФОРМАТИЗАЦИИ И ИНФОРМАЦИИ
МИНИСТЕРСТВА ПО ИНВЕСТИЦИЯМ И РАЗВИТИЮ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

НОМЕР И ДАТА ПОСТАНОВКИ НА ПЕРВИЧНЫЙ УЧЕТ № 8226 Ж ОТ 3.04.2007 Г.

СОБСТВЕННИК: ОО «ГРАЖДАНЕ КАЗАХСТАНА»

АДРЕС РЕДАКЦИИ: Г. КАРАГАНДА, УЛ. ЕРУБАЕВА, 32
ТЕЛЕФОН: 561-555 E-MAIL: INFORUM@GAKO.KZ

ТИРАЖ: 1500 ЭКЗ. ПЕРИОДИЧНОСТЬ: ЕЖЕМЕСЯЧНО

ПЕЧАТЬ: ТОО «РЕГРАСТ», Г. КАРАГАНДА, УЛ. ЕРМЕКОВА, 112/5
E-MAIL: REGRAST@MAIL.RU ТЕЛЕФОН: +7 (7212) 43 17 05

РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА, ШЕФ-РЕДАКТОР: ПОЛТАРЕНКО Д.С.
ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР: ГОГОЛЬ Д.Б.

ВЫПУСКАЮЩИЙ РЕДАКТОР: СМАГУЛОВ Ж., САНАУБАЕВ С.

ОТВЕТСТВЕННЫЙ РЕДАКТОР НА КАЗАХСКОМ ЯЗЫКЕ: САНАУБАЕВ С.М., ШАРДАРБЕКОВА С.М.

ОТВЕТСТВЕННЫЙ РЕДАКТОР НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ: КОНДРАТЬЕВА С.А.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ: КРАСНИКОВА Н.В., КУРБАНБАЕВА Г.Т., КАБУЛОВА Ш.М.,
ГУСАКОВ Ю.А., ПЕТРЕНКО Е.С., САВИЦКАЯ Т.И., СВИЧ С.А., ШКАРУПИН В.Д., ШАЛҚАР Д.

АВТОРЫ ВЫСКАЗЫВАЮТ СВОЕ МНЕНИЕ,
КОТОРОЕ МОЖЕТ НЕ СОВПАДАТЬ С МНЕНИЕМ РЕДАКЦИИ.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА СОДЕРЖАНИЕ РЕКЛАМЫ ВОЗЛАГАЕТСЯ НА РЕКЛАМОДАТЕЛЯ.

В ЖУРНАЛЕ МОГУТ ИСПОЛЬЗОВАТЬСЯ МАТЕРИАЛЫ СЕТИ INTERNET.

ЖУРНАЛ ON-LINE: GAKO.KZ, GRAZHDANE.KZ

E-MAIL: DPPOST@YANDEX.COM, INFORUM@GAKO.KZ, INFORUM@GRAZHDANE.KZ

От редакции

В Казахстане реализуется новая эра развития. В соответствии с этим в модернизации общественного сознания должны быть всесторонне оценены риски и вызовы, присущие историческому периоду, в который вошла наша страна, и обоснован глубокий взгляд на будущее. Это связано с тем, что именно на современном этапе поток информации становится все более масштабным, с максимальным совершенствованием медиаграмотности населения. Президент К.-Ж. Токаев, выступая на заседании Мажилиса, отметил: «дифференциация причин тяжелых бедствий, с которыми сталкивается наша страна, и четкая оценка их последствий – очень важная задача, стоящая перед нами. К сожалению, сегодня мы видим, что в связи с этим событием среди населения разошлись различные противоречивые, нереалистичные дезинформации. Для этого, конечно, есть несколько причин: некоторые из наших граждан, прежде чем мы узнаем подробности ситуации, придерживаются ошибочного мнения, некоторые намеренно искажают информацию и усугубляют ситуацию».

Поэтому каждому гражданину страны, обществу в целом, политическим партиям и движениям, всем государственным органам необходимо провести четкую работу: проанализировать текущую ситуацию, определить, где вы сейчас находитесь, понять, что мы все и каждый из нас должны делать, чтобы активно участвовать в преобразовании общественного сознания на основе реализма и прагматизма. Это, прежде всего, мировоззренческое и идеологическое направление, которое в рациональном формате дает общее определение национальному сознанию XXI века и путям трансформации общественного сознания. Цель состоит в том, чтобы создать единое сообщество сильных и ответственных людей.

Глава государства отметил: «давайте вместе построим Справедливый Казахстан!». Популяризация и реализация мероприятий по поддержке призыва «глобальная компетентность и медиаграмотность», сохранение своей культуры, своего национального кода, формирование у физических лиц навыков работы со средствами массовой информации и активных качеств – главные задачи, которые включают в себя систему лекций «глобальные компетенции и медиаграмотность».

Термин «Медиа» стал самой важной частью нашей жизни, хотя и не часто упоминается в нашей стране. Он является



оружием, оказывающим огромное влияние на развитие нашего общества, становление личности в современный «век глобальной информации». Медиа не только влияет на формирование личности, но и его негативное влияние на определенном уровне оказывает свое влияние на развитие сознания населения и молодого поколения. Поэтому главной задачей данного медиаобразования является содействие в различении современной, несговорчивой информации, осмыслении в ней хорошего и плохого, развитии критического мышления личности. Медиаобразование-направление, пропагандирующее изучение обучающимися законов массовой коммуникации по проекту. Основная задача-подготовить широкую общественность, в том числе подрастающее поколение, к требованиям современного информационного времени, к восприятию и анализу различной информации, научить человека понимать ее, знать ее влияние на психику, научить способам общения на основе невербальных форм общения, с помощью технических средств и современных информационных технологий.

Медиаграмотность – (media literacy) умение различать и анализировать реальность во временном пространстве, умение «правильно читать» медиатекст. Она принимает и применяет методы и влияние медиа-материалов, включая критическое восприятие и сознательную оценку актив или

пассивный восприятие и применение. Кроме того, это понятие относится и к способности к обучению, анализу, оценке и общению с использованием различных типов медиа. Медиаграмотность-это часть медиаобразования, предназначенная для формирования навыков критического мышления в отношении медиа. Медиаинформация медиа контент-масс содержание материалов в медиа. Он характеризуется актуальностью (быть интересным для целевой аудитории), непосредственностью, универсальностью (обязательно быть интересным для всех или большинства целевой аудитории), анонимностью (за статьей стоит не только репутация автора, но и ответственность всего медиа) и постоянным влиянием. Медиаобразование (media education) – процесс развития личности через материалы средств массовой информации (медиа), направленный на формирование культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, целостного восприятия, анализа, анализа и оценки медиакультуры, изучения форм самовыражения с помощью медиатехники. Освоенная медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности телевидения, радио, видео, кино, прессы, интернета.

*От имени редакции
Ж. Смагулов, С. Санаубаев*

ОПТИМАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ

Термин «Медиа» стал самой важной частью нашей жизни, хотя и не часто упоминается в нашей стране. Он является оружием, оказывающим огромное влияние на развитие нашего общества, становление личности в современный «век глобальной информации». Медиа не только влияет на формирование личности, но и его негативное влияние в определенной степени оказывает свое влияние на развитие сознания молодого поколения. Поэтому главной задачей данного медиаобразования является содействие в различении современной, не зависящей от скорости информации, осмыслении в ней хорошего и плохого, развитии критического мышления личности.

Прежде всего, давайте разберемся, что такое «медиа». Сразу газета-журнал, радио, телевидение, интернет. Что вы скажете, что книга и смартфон в ваших руках, таблички с уличной рекламой, вывеска магазина, фильм, антиквариат, видеоигры, музыка, легенды и сказки-все это относится к медиа? Медиа-это форма множественного числа от английского слова medium, так можно назвать любое средство коммуникации, передающее информацию. Что теперь означает понятие медиаграмотности, пронизанное стремительным развитием технологий?

Чтобы узнать, сколько информации человек получает в день с помощью средств массовой информации, о которых мы упоминали выше, давайте посмотрим, сколько данных появляется в среднем каждый день в 2020 году. Это число составляло 2,5 квинтиллиона байтов в день. Если вы впервые видите количество квинтиллионов, вы не одиноки. Отметим, что для сравнения существует 18 нулей. Конечно, можно привести и другую статистику, показывающую, сколько информации обрабатывает человек в день, в секунду.

Тем не менее, вы сами знаете, сколько вещей вы видите между домом и работой и сколько информации Вы читаете. Это не обязательно означает, что ваш мозг продолжает принимать и обрабатывать данные, а ваша память продолжает сохранять. Есть что – то общее с этой информацией, так это наличие автора. Важно помнить, что при распространении

любой информации существует определенная причина. И первое, что придает значение определениям медиаграмотности, – это способность человека мыслить критически. Это не испытание всего на краю. Человек с критическим мышлением избегает предвзятости, умеет анализировать любую информацию с разных ракурсов. Это навык, который формируется в школьном возрасте. Наши соотечественники, получившие образование в западных странах, часто утверждают, что наша образовательная программа здесь хромает. Самостоятельно дифференцировать то, что говорят родители, учитель или кто-то старше его, и высказывать свое личное мнение – это не неправильно и не воспитывать. Дети, умеющие с самого раннего возраста подвергать сомнению и, по-видимому, анализировать все сказанное, со временем приобретают критическое мышление. Не лишним будет сказать, что ребенок, овладевший этим навыком, владеет основами медиаграмотности.

По мере того, как информация росла, становилось все труднее определять, правда это или ложь. В этом мы полностью убедились во время пандемии. Искаженная информация о коронавирусе обсуждалась в каждой семье. Очевидно, мы этого не осознаем. Мы видели многих, которые проверили магнитом место, где мы сделали вакцину, и я уверен, что мы еще увидим. Всемирная организация здравоохранения ввела в употребление термин «инфодемия», не менее опасный, чем пандемия.



Дезинформация стала настолько распространенной, что в области СМИ и коммуникаций появилось направление фактчек. По нему проверяют данные и выясняют истинность сообщений. В прошлом году во время пандемии, наряду с эпидемией, информационный вирус стал настолько распространенным, что правительство было вынуждено запустить проект stopfake.kz. Это показало, что проблема дезинформации в отрасли не является неотложной.

В прошлом году мы ясно видели, что низкая Медико-санитарная помощь в обществе приводит к тревоге, недоверию, провалу проектов в области здравоохранения, социальной поляризации, ненависти. Одна из очевидных повседневных сцен для всех нас заключается в том, что люди остаются беззащитными перед мошенниками. Из прошлогодней статистики видно, что людей, обманенных мошенниками, много крови. Ущерб, причиненный мошенниками, по сравнению с 2019 годом увеличился на 180 млрд тенге. Это только доля тех, кто жалуется в правоохранительные органы, кто не хочет говорить, что их обманули деньгами. Это самый простой пример, который возникает из-за низкой медиаграмотности в обществе. А в будущем, что самое страшное – это поляризация в обществе. Когда единство народа нарушается, в обществе без медиаграмотности большой поток информации легко захватывается негативными мыслями радикальных групп. Это самый опасный вопрос и для Казахстана, ведь невозможность отличить интернет-мошенников-одна из самых больших проблем в сфере безопасности. Хотя ответственность ложится на плечи правоохранительных органов, это также сводится к медиаграмотности. Как много людей, которые не смогли разобрать такую информацию. Это особенно распространено среди людей старше среднего возраста, которые могут полагаться на любую информацию, которую они читают в социальных сетях и интернете. За последние двадцать пять лет, когда наша страна получила суверенитет, принципы, сложившиеся во всех сферах жизни общества, были нарушены, и произошло много изменений. СМИ, ставшие предвестниками новизны, также добились формирования большого разнообразия поисково-творческого подхода в радикальном информационном пространстве. Их публикации на различные темы стремились к гармонии Вселенной и цивилизации, высоким профессиональным стандартам доставки социальной информации, точности, объективности и равновесию. Тексты казахской журналистики начала нового века основывались на национальных интересах, полной ответственности перед обществом. Как определено в основных принципах воспитания медиаграмотности цель воспитания медиаграмотности-помочь людям всех возрастов развить навыки поиска и речи о том, что в современном мире они должны быть критическими мыслителями, эффективными коммуникаторами и активными гражданами.

Медиаобразование-направление в педагогике, пропагандирующее изучение обучающимися законов массовой коммуникации. Основная задача-подготовить подрастающее поколение к требованиям современного информационного времени, к восприятию и анализу различной информации, научить человека понимать ее, знать ее влияние на психику,

научить способам общения на основе невербальных форм общения, с помощью технических средств и современных информационных технологий.

Глубоко укоренившееся понятие Медиа прослеживается в наследии наших предков, исторических архивах и реликвиях, обычаях и традициях, символах, демонстрирующих суверенитет и независимость нашей страны. В педагогико-психологическом словаре медиаобразование-это педагогическая ориентация, которая учит школьников закономерностям массового общения. Его основная задача-научить будущие поколения жить в информационной ситуации, понимать ее, применять современные информационные технологии. Вхождение в число пятидесяти конкурентоспособных стран предполагает внесение новых изменений в систему образования страны. Теперь образовательный процесс в школах ориентирован на Демократическую гуманизацию, созерцание, совершенствование личности, критическое отношение к своим действиям. Главное, что здесь привлекает наше внимание,-это понятие, которое достигло человека через средства массовой информации и общения (печать, радио, кино, телевидение, видео, компьютерные мультимедийные системы, интернет и различные социальные сети). Это потому, что ребенок, сознание которого еще не сформировано, воспринимает поступившее понятие как истинное и применяет то, что он усвоил, к своему жизненному опыту.

По сути, внедрение медиаобразования-это не только масштабное мероприятие, созданное с целью защиты, но и важный метод обучения населения правильному использованию средств массовой информации. Телевизионные программы, компьютерные игры и новинки, которые так распространены в наши дни, несомненно, негативно сказываются даже на сознании, воспитании подростков. Так что это проблема, требующая быстрых действий. Учитывая ход экономического развития государств, как указано выше, развитие государства опережают в обучении медиаобразованию. Медиаграмотность полноценно внедряется в систему образования в Казахстане и не преподается ни другими дисциплинами, ни как отдельный предмет. Учитывая, что каждый человек ежедневно проводит около 3-4 часов за просмотром телевизора и постоянно использует медиа-технологии, это правда, что человек получает медиаобразование извне, а не в учебном заведении. Кроме того, создание массовой информации в Казахстане значительно меньше информации, поступающей из-за рубежа, и под влиянием культуры, приходящей с ней, значительно усложняется. Проявление насилия и жестокости в СМИ проявляется и в действиях подростков. К примеру, город Шымкент является одним из крупнейших городов Казахстана и, в отличие от других областей, придерживается традиций обычаев. Несмотря на это, 70% преступлений среди подростков происходит в городе, а остальное происходит в сельских районах. В настоящее время социальные сети прочно вошли в нашу жизнь. Социальные сети-зеркало общества. Социальные сети-стали универсальным инструментом для соединения личного, личного и публичного и, самое главное, публичного и публичного. Чтобы поделиться увиденным, чтобы опублико-

вать, человек сейчас никому не умолял. Отныне самый авторитетный источник информации – это человек и другие люди, которые сами секли. Между историей и потребителем нет посредников, таких как автор, редактор, корректор, продюсер, издатель. Общество больше не является группой слушателей, зрителей и потребителей. Технологии позволили каждому человеку создавать события и новости, находить единомышленников и легко сблизиться с ними. Только в эпоху доминирования социальных сетей необходимо правильно поставить вопрос информационной грамотности среди ее потребителей. Это нужно самому обществу.

В эпоху современных информационных технологий интернет и социальные сети вместе увеличили потенциал социальных сетей. Непрерывное развитие социальных сетей вносит кардинальные изменения в формируемую им журналистику нового времени. В результате этого процесса вам не нужно ждать газеты или сообщения из эфира. Разыскиваемая личность мгновенно находит его в интернет-пространстве. Активность в таких социальных сетях открывает широкие возможности для развития «Интернет-журналистики». В связи с этой тенденцией в стране постоянно проводятся тематические исследования по формированию информационной грамотности.

Формирование теории информационной грамотности:

- в самостоятельном поиске;
- в отчете;
- в экспертизе;
- играет активную роль в распространении новостей.

Проектирование и применение технологии медиаобразования в школах может осуществляться по следующим направлениям: предоставление возможности критического мышления на основе визуального применения медиаобразования в процессе преподавания отдельных предметов с целью интеграции отдельного предмета и медиаобразования [интегрированное медиаобразование]; обучение современной медиаобразованию – работа со школьным издательством, изучение основ видеосъемки и монтажа в школьном кино – и телестудии [специальное или социокультурное медиаобразование].

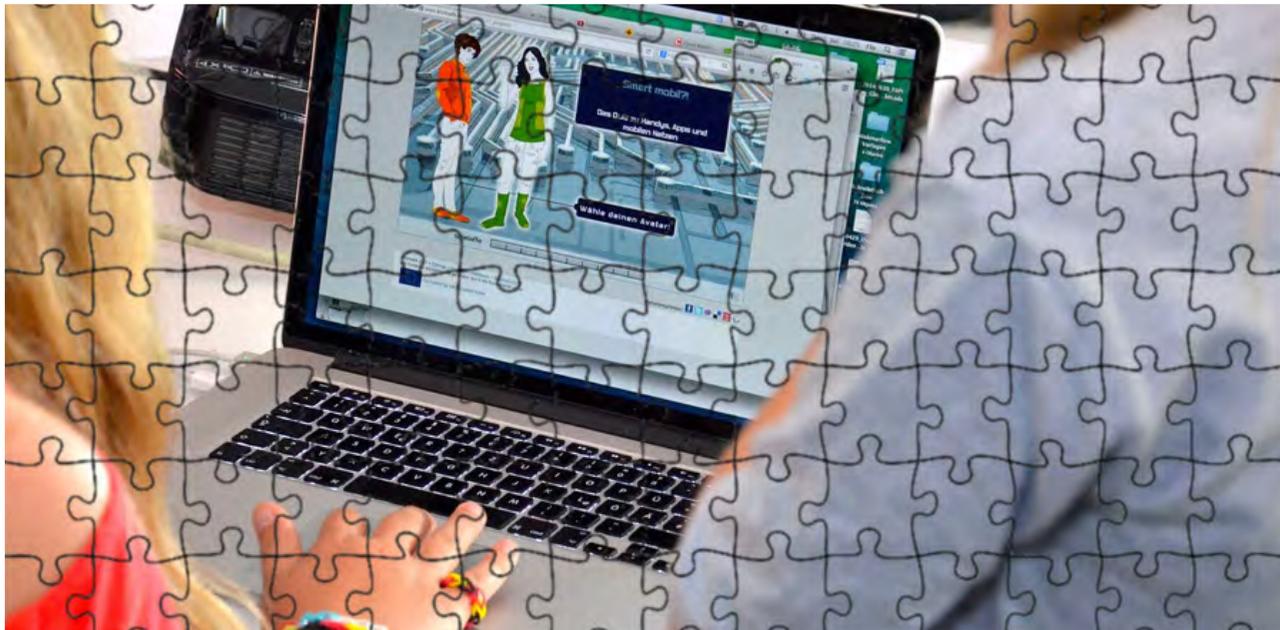
Давайте рассмотрим более широкое обучение критическому мышлению. В процессе использования современных медиа-материалов в учебном процессе, помимо накопления и проверки информации, необходимо развивать критическое мышление. То есть необходимо научить анализировать информацию, выделять типичные ошибки и делать выводы, формировать индивидуальный уровень доверия к информации и работать со скрытым смыслом информационного сообщения. С точки зрения дидактики использование медиаобразования – это гибкая и универсальная тенденция, которая развивает критическое мышление личности и повышает творческий потенциал. Во-первых, преподавательская деятельность становится более сложной. Помимо наличия специальной подготовки в освоении мультимедийных технологий, он должен активно применять методы педагогики, связанные с культурой применения технических средств обучения. Во-вторых,

определенная часть процесса обучения и воспитания возлагается на самих учащихся и напрямую зависит от их активности, что позволяет построить индивидуальную образовательную траекторию. Объяснение учебного материала здесь требует активной и интенсивной работы преподавателя и ученика. Интернет превратил мир в единый «глобальный информационный городок», раздробив ранее неприступные границы. Великолепие интернета заключается в том, что он захватил каждую страну без государственной границы, вы будете в курсе того, что происходит в мире, никуда не выходя из дома. Кроме того, доступ к различным ресурсам, информационным сайтам и форумам, блогам позволил получить исчерпывающую информацию. Хотя в некотором смысле это прекрасная возможность, она не лишена опасности для человечества.

Поток непроверенной, эмоционально созданной дезинформации может негативно повлиять на основы политической и социальной стабильности. Это не выход из тупика – контролировать или ограничивать систему. Тем не менее, наличие какого-либо контроля со стороны государства является правильным, и государство должно поддерживать обеспечение свободы слова. Открытая пропаганда детской порнографии, терроризма и наркомании и т. д. является незаконной. Если государство будет контролировать, какую информацию читатель читает через Интернет, а затем уточнит, какую информацию публиковать и какие ограничения устанавливать, это, несомненно, приведет к тоталитаризму.

Проектирование и применение технологии медиаобразования проводится в следующих направлениях:

- область обеспечения информационной безопасности личности (навигация в медиaprостранстве, правильная навигация, способность бороться с последствиями медиа-вирусов и интернет-зависимости);
- поле поиска информации (умение составлять поисковые запросы, подбирать и фильтровать информацию, сохранять и изменять ее в соответствии с заданными параметрами, где важно реализовать и стимулировать потребность в новой информации);
- область восприятия и интерпретации медиатекста (восприятие, понимание, овладение контекстом, способность воспринимать понятие и скрытый смысл / скрытые смыслы / медиатекст, способность строить собственное представление о полученной информации);
- сфера медиа-творчества (создание собственных медиа-текстов-как самостоятельным, так и авторским образом; от репродуктивного уровня-через творчество-к творчеству);
- практическое развитие медиaprостранства (сохранение этики общения в медиaprостранстве, умение понимать направление медиатизированного диалога; степень участия в создании и функционировании медиaprостранства различного уровня-от локального (на-



пример, школьного) медиапространства до глобальных информационных сетей).

- обеспечение критического мышления на основе визуального использования медиаобразования в ходе целей интеграции медиаобразования [интегрированное медиаобразование];
- специализированное или социокультурное медиаобразование через обучение современной медиапрактике.

Давайте рассмотрим более широкое обучение критическому мышлению. При использовании современных медиа-материалов, помимо накопления и проверки информации, необходимо развивать критическое мышление. То есть необходимо научить анализировать информацию, выделять типичные ошибки и делать выводы, формировать индивидуальный уровень доверия к информации и работать со скрытым смыслом информационного сообщения. С точки зрения дидактики использование медиаобразования-это гибкая и универсальная тенденция, которая развивает критическое мышление личности и повышает творческий потенциал.

Как определено в основных принципах воспитания медиаграмотности «*цель воспитания медиаграмотности-помочь людям всех возрастов развить навыки письма и речи о том, что они должны быть критическими личностями, эффективными коммуникаторами и активными гражданами в современном обществе.*

Информация о медиаграмотности иногда фокусируется на защите от негативных аспектов СМИ, включая манипуляции со СМИ, дезинформацию, сексуальные и расовые стереотипы и беспокойство о них, недоверие к потере конфиденциальности, кибербезопасность и хищнические действия в интернете. Формирование медиаграмотности может предложить форму защиты, помогая населению делать правильный выбор в отношении привычек потребления медиа и моделей использования, формируя знания и компетенции по использованию медиа и технологий.

Медиаграмотность позволяет населению понимать тексты и сообщения различного содержания в социальных сетях и вносить свой вклад в общественные дебаты и, в конечном итоге, принимать правильные решения на выборах своих лидеров. Медиаграмотные люди могут поддерживать и использовать важную для общества позицию при декодировании медиа-сообщений, независимо от их взглядов на разные позиции.

Базовая информационная грамотность включает в себя множество специфических полей, которые отличаются друг от друга и взаимосвязаны. Поэтому в рамках проекта «медиаграмотность» будет также охвачено ознакомление с системой знаний об основных информационных грамотах.

Критическая грамотность

Критическая грамотность-это способность активно анализировать текст и средства массовой информации для выявления ключевых сообщений с учетом контекста, перспективы и потенциальных предубеждений.

Компьютерная грамотность

Компьютерная грамотность-это способность эффективно использовать компьютеры и другие цифровые устройства для выполнения основных или продвинутых задач.

Грамотность авторского права

Авторская грамотность – это способность управлять творческим продуктом, который знает об авторском праве, собственности, использовании и других правах, а также разумно использовать работу других.

Грамотность по данным

Грамотность данных означает сбор, интерпретацию и анализ данных, а также передачу информации и информации, полученных в результате этого анализа. Поскольку важность в повседневной жизни растет, более 80% работодателей называют грамотность данных основным навыком сотрудников.

Цифровая грамотность

Цифровая грамотность – это способность управлять оцифрованной информацией и взаимодействовать с ней, участвовать в онлайн-практике и использовать технологии для начала цифровой работы.

Грамотность бедствий

Грамотность при стихийных бедствиях-это способность человека читать, понимать и использовать информацию для принятия обоснованных решений и выполнения инструкций в условиях устранения, подготовки, реагирования и восстановления после стихийных бедствий.

Финансовая грамотность

Финансовая грамотность – это способность человека понимать доступные банковские продукты, услуги, законы и обязательства и принимать обоснованные решения о финансовых активах.

Грамотность здоровья

Грамотность в области здравоохранения-это способность людей находить, управлять и разумно использовать информацию, которая помогает им укреплять и поддерживать здоровье.

Медиаграмотность

Медиаграмотность – это поиск, критическая оценка, общение и эффективное использование различных типов средств массовой информации.

Визуальная грамотность

Визуальная грамотность-это интерпретация и придание значения визуальной информации, такой как статические или движущиеся изображения, графика, символы, рисунки, карты.

Веб-грамотность

Веб-грамотность – это способность ориентироваться в интернете, эффективно взаимодействовать и процветать в социальных сетях, а также оставаться в сети, управлять конфиденциальностью и рисками.

Ж. Смагулов, С. Санаубаев.

Мир через партнёрство – почему медиаграмотность важна для укрепления безопасности региона

В сентябре этого года в Пекине состоялась 30 Международная конференция Азиатского центра медиа и коммуникаций, собравшая исследователей не только из стран Азии, но и со всего мира для обсуждения проблем информационного пространства и противодействия новым вызовам. Одной из ключевых тем стали медийная, информационная и цифровая грамотность.

Медиаграмотность – это способность понимать, критически оценивать и создавать медийный контент в различных формах. Она охватывает знание о роли медиа в обществе, а также навыки анализа, интерпретации и участия в медиапроизводстве.

Информационная грамотность – это способность эффективно искать, оценивать и использовать информацию из различных источников. Она включает навыки критического мышления, умение находить нужные данные и отличать качественную информацию от ложной или неточной.

Цифровая грамотность – это способность эффективно и безопасно использовать цифровые технологии и интернет для получения, оценки, создания и обмена информацией. Она включает навыки, связанные с использованием цифровых устройств и приложений, а также понимание цифровой безопасности и этики.

Различия в терминах:

Медиаграмотность больше направлена на понимание медийного контента и его влияния на общество.

Цифровая грамотность акцентирует внимание на технических навыках использования цифровых технологий.

Информационная грамотность связана с поиском, оценкой и правильным использованием информации в различных формах.

Жители Азии составляют большую часть населения Земли, а большое количество молодежи усиливает риски во всех суб-регионах. От Казахстана на тему состояния и задач развития медиаграмотности в стране доклад представили сотрудники РОО «Контртеррористический комитет», инициировавшие исследование значимости медиаграмотности в превенции экстремизма в рамках проекта «Мир через партнёрство: Роль Казахстана в обеспечении безопасности региона».

Информация делегации Казахстана вызвала живой интерес участников, поскольку вопрос радикализации молодежи актуален как никогда в условиях повышения доступности технологий для деструктивных групп и усиления экстремистской активности в мире. К сожалению, сегодня в большинстве

стран вопросы политического, религиозного и этнического экстремизма находятся в числе приоритетных.

Доступ к неограниченному объему информации, которую трудно проверить и отфильтровать, приводит к тому, что пользователи становятся более восприимчивыми к ложным нарративам и манипуляциям. Современные экстремистские группы активно применяют тактики дезинформации, создают убедительные, эмоционально насыщенные образы и истории, апеллирующие к чувствам справедливости, религиозным и культурным убеждениям.

Особенно эффективными эти тактики становятся благодаря возможности адресного воздействия на конкретные группы людей, используя алгоритмы и персонализированные данные. В этих рамках медиаграмотность приобретает критическое значение как стратегический инструмент для национальной безопасности и превентивной стратегии против экстремизма.

Есть ряд авторитетных исследований процесса, как люди становятся террористами. Всего ступеней пять – и первые три напрямую связаны с информационной, цифровой и медиаграмотностью.

На первом уровне индивиды начинают осознавать или верить, что они или их группа подвергаются несправедливому отношению. Это может быть социальная, политическая или экономическая несправедливость, которая порождает чувство неудовлетворенности. На данном этапе информационная грамотность, а именно – умение отделять достоверные данные от ложных, может сохранить конкретную судьбу от неверных решений.

Следующим этапом радикализации становится поиск виноватых.

Человек начинает искать конкретные причины или виновников своей ситуации. Здесь важно чувство принадлежности к группе: индивиды начинают воспринимать свою общину как подвергшуюся несправедливости, что подталкивает их к более активной позиции.

Виртуальные платформы позволяют радикальным группам осуществлять пропаганду в масштабах, ранее недоступных, используя социальные сети, мессенджеры и видеохостинги



Ассоль Мирманова
заместитель председателя
РОО «Контртеррористический комитет»,
специалист по радикализации и пропаганде,
PhD кандидат



для охвата потенциальных сторонников по всему миру. Эти площадки помогают экстремистам выходить на контакт с уязвимыми группами, включая молодежь и социально незащищенные слои, предлагая им ложное ощущение поддержки, принадлежности к группе, благородство цели.

Особую опасность представляет тот факт, что манипуляция информацией через цифровые каналы может оставаться незамеченной на уровне государства, осложняя контроль и предотвращение радикализации. На данном этапе также может помочь информационная грамотность как навык распознавания манипулятивных приемов, которыми пользуются экстремистские группы для вербовки и радикализации. Граждане, обладающие навыками информационной грамотности, могут оперативно распознать неправомерный контент и способствовать его своевременной блокировке, что также помогает снижать риски для благополучия общества в конкретных странах.

На третьем уровне человек приходит к выводу, что противостоящая группа или государство не только несправедливы, но и являются враждебными. Этот процесс «демонизации» позволяет оправдывать более жесткие меры, чтобы «защититься» от врага. На данном уровне индивиды начинают более активно проявлять свою радикальную позицию, в том числе в социальных сетях – и умение других граждан распознавать радикальный контент будет способствовать пресечению угроз правоохранительными структурами. Если индивид остановить на данном этапе, то это позволит существенно снизить риски трагического исхода.

Четвертый уровень радикализации – это принятие морального права насилия по отношению к другим. В процессе радикализации постепенно индивид начинает воспринимать насилие как допустимый способ восстановления справедливости. Здесь ключевую роль играют подогревающая эмоции пропаганда и идеологические лидеры, которые убеждают индивида в моральной правомерности насильственных действий. Поэтому чем больше общество будет вовлечено в борьбу с противоправным контентом, чем быстрее граждане научатся распознавать деструктивную пропаганду, чем больше казахстанцев будет иметь навыки медийной и информационной грамотности, тем меньше ресурсов будет доступно для тех, кто пошел по ложному пути.

На последнем этапе – подготовке к террористической деятельности индивиды начинают искать возможности для реализации террористических замыслов. Это включает в себя действия, направленные на поиск ресурсов, планирование терактов и принятие личных рисков. На этом этапе уже мало что зависит от общества, но совместными усилиями можно сделать все, чтобы индивид не дошел до этого этапа психических изменений, за счет активной консолидации усилий на предыдущих ступенях.

Международные организации, такие как ООН, ОБСЕ и другие признают важность медиаграмотности в борьбе с экстремизмом и реализуют соответствующие программы. В Планах действий по предупреждению насильственного экстремизма Генерального секретаря ООН подчеркивается необходимость продвижения медиаграмотности для укрепления устойчивости общества к радикализации.

Казахстан предпринимает активные шаги по укреплению медиаграмотности и снижению радикализации через различные государственные программы, законодательные инициативы и сотрудничество с международными организациями.

Министерство образования и науки внедряет элементы медиаграмотности в школьные программы, университеты активно внедряют курсы по медиаграмотности. Программа «Цифровой Казахстан» направлена на развитие цифровой инфраструктуры и повышение цифровой грамотности населения. Национальный план действий по противодействию религиозному экстремизму и терроризму включает меры по повышению медиаграмотности и критического мышления среди молодежи. Казахстан сотрудничает с ЮНЕСКО, ОБСЕ, Internews и другими организациями в реализации проектов по медиаграмотности.

При поддержке международных институтов реализуются ряд инициатив, таких как «STRIVE Asia», направленные на повышение устойчивости молодежи к насильственному экстремизму через обучение медиаграмотности и критическому мышлению.

Несмотря на предпринимаемые усилия, существуют определенные вызовы, такие как неравномерный доступ к образованию в отдаленных и сельских районах, недостаток квалифицированных кадров, культурные и языковые барьеры.

РОО «Контртеррористический комитет» рекомендует расширение охвата образовательных программ, инвестиции в подготовку кадров, усиление сотрудничества с международными и неправительственными организациями, мониторинг и оценка эффективности государственных программ.

Более того, наша страна сама может продвигать инициативы по укреплению информационной безопасности в регионе. При всех различиях внутренней повестки стран Центральной Азии, общего у нас все же больше. Например, по сравнению с другими постсоветскими странами, в нашем регионе более высокий авторитет семьи как ценности, сильная внутрисемейная иерархия, бережное и уважительное отношение к старшим. В этом регионе сильное влияние оказывает ислам. Религия играет важную роль в формировании ценностей, особенно в сельских районах. Религиозные праздники и обряды важны для общественной жизни, а исламские нормы часто формируют моральные стандарты. Подобные факторы можно и нужно использовать в качестве консолидирующей линии.

В условиях усиления экстремистской активности в Центральной Азии, Казахстан, благодаря своей стратегической инициативе и дипломатическим усилиям, демонстрирует лидерство и готовность к решению общих угроз, организуя объединения и конкретные мероприятия по обмену информацией, выработке общих решений, выдвигая идеи для обсуждения.

Пока ситуация в нашей стране остается относительно стабильной, во многом за счет квалифицированной оперативной работы правоохранительных структур. Исходя из раскрытых КНБ РК данных, в 2024 г. были предотвращены два теракта, в прошлом году – три. В 2023 году пресечены попытки въезда 134 иностранных граждан, в 2024 году – 139. Количество недопущенных в страну лиц с экстремистскими взглядами немного увеличилось, но это были данные за первую половину года. Активная работа правоохранителей в лице КНБ, МВД и органов прокуратуры создает небольшую временную фору для мобилизации и реализации масштабных задач вовлечения гражданского общества в обеспечение информационной безопасности.

В экспертном поле мы все понимаем, что рост региональных угроз будет продолжаться и лучшим способом сохране-



ния относительно стабильной ситуации в Казахстане станет объединение усилий в превенции экстремизма.

Государственные структуры могут разрабатывать стратегии и программы, поддерживаемые на национальном уровне, что обеспечит широкий охват и позволит включить медиаграмотность в образовательные программы уже с начальной школы в обязательном порядке. В свою очередь, гражданское общество и частные организации могут поддерживать инициативы по обучению и распространению информации через семинары, тренинги и онлайн-курсы, направленные на повышение медиаграмотности у всех возрастных и иных социальных групп.

Конференция АМІС в Пекине стала уникальной платформой для обсуждения роли медиаграмотности в обеспечении социальной стабильности и устойчивости в условиях глобальных вызовов, с которыми сталкивается Азия. В рамках конференции неоднократно подчеркивалось, как именно медиаграмотность способна снизить восприимчивость к дезинформации и манипуляциям, укрепить критическое мышление и помочь молодёжи справляться с психологическим давлением.

Медиаграмотность – это эффективный стратегический ресурс, способный стать барьером на пути деструктивных идеологий. В условиях, когда экстремизм использует цифровую среду как канал для распространения, внедрение медиаграмотности на всех уровнях – от школьного до взрослого образования – становится приоритетной задачей для нашей страны, впрочем, как и для всего региона. Это не только укрепит национальную безопасность, но и создаст условия для формирования сознательных и критически мыслящих граждан, готовых осознанно противостоять экстремистским нарративам и сохранять устойчивость в условиях информационного давления.

О проекте:

Проект Республиканского общественного объединения «Контртеррористический комитет» под названием «Мир через партнёрство: Роль Казахстана в обеспечении безопасности региона» играет важную роль в укреплении международного сотрудничества и устойчивости в Центральной Азии. Этот проект поддержан Министерством иностранных дел РК, финансируется НАО «Центр поддержки гражданских инициатив» и направлен на улучшение взаимодействия Казахстана с ключевыми международными партнёрами и создание прочных связей с неправительственными организациями, работающими в области борьбы с экстремизмом и терроризмом в Китае, Великобритании и других странах мира. Основная цель проекта – укрепление региональной безопасности через обмен опытом, лучшими практиками и совместную разработку решений, отвечающих вызовам современности, таким как рост экстремизма и радикализации.

РОО «Контртеррористический комитет» было основано в сентябре 2016 года бывшими офицерами спецслужб и правоохранительных органов. «Контртеррористический комитет» создан в ответ на серию терактов летом 2016 года в Актобе и Алматы, потрясшим казахстанское общество и подчеркнувшим уязвимость каждого перед террористическими угрозами. РОО «Контртеррористический комитет» призвано консолидировать усилия граждан, общества и государственных органов в противодействии терроризму, экстремизму, наркопреступности, незаконной миграции и другим глобальным угрозам в Республике Казахстан.

От глашатаев до ботов или информационная битва: Бой за умы и сердца



Эльмира Маликова

член общественного совета города Караганды,
экс-заместитель главного редактора
журнала «Индустрия Казахстана»,
депутат VII созыва Карагандинского
городского маслихата

Поток информации сегодня подобен цунами. Мы задыхаемся в море новостей, постов, комментариев – правдивых и ложных, объективных и предвзятых. Эра постправды, где факты теряют свою ценность, ставит перед журналистами особую задачу: быть не просто рассказчиками, а сторожами правды, борцами с дезинформацией.

Мы порой наблюдаем, как информационные «вбросы» в социальных сетях, способствуют политической поляризации и межэтническим конфликтам. Неправильная информация не только искажает реальность, но и может приводить к реальным жертвам, социальным катастрофам, политическим переворотам. Даже кажущиеся незначительными фейки могут накопительно разрушать доверие к институтам власти и медиа.

**Как распознать фейк? Как отличить правду от лжи?
Как не стать распространителем ошибочных новостей?
Переходим к практике.**

1. Для начала анализируем источник. Кто автор? Какова его репутация? Проверяйте информацию об авторе – это займёт несколько минут, но сэкономит часы на проверке ложной информации. Используйте разнообразные источники информации. Не ограничивайтесь одним каналом или сайтом.
2. Содержание. Очень важно понять вам дают факты или мнения? Есть ли ссылки на первоисточники? Проверьте материал. Обращайте внимание и на то, что какой-либо информации вообще нет в достоверных источниках.

Взрывной эффект слова и как стать журналистом – разрушителем мифов в эпоху постправды? Зацепило? Тогда читайте дальше. Давайте разберем, как распознать дезинформацию, защитить себя от манипуляций и создавать честные, ответственные материалы для любых возрастов. Говорим с экспертами, анализируем реальные мировые кейсы и предлагаем практические инструменты для журналистской работы.



3. При сложных темах обращайтесь к специалистам. Это придаст вашему материалу вес.
4. Обращайте внимание на эмоционально заряженные слова, недоказанные утверждения и масштабные обобщения без конкретики.
5. Визуал. Проверяйте изображения и видео на аутентичность с помощью обратного поиска изображений и видео.

Журналист несёт ответственность за каждое слово. Объективность, независимость и проверка фактов – это не просто принципы, а необходимые условия профессиональной деятельности.

СМИ – мощнейший инструмент влияния. Они формируют общественное мнение, влияют на политические процессы и отношения между гражданами и государством. От качества журналистской работы зависит доверие к власти, уровень гражданской активности и стабильность общества.

Цена ошибки может быть непомерно высока. Слово не является оружием, и прямая причинно-следственная связь между конкретным актом насилия и медийным контентом практически не доказуема. Существует, безусловно, принцип свободы слова. Однако история предоставляет, по крайней мере, один вопиющий пример, когда связь между подстрекательством к насилию и массовыми убийствами была неопровержимо доказана – не только в судебном порядке, решением международного трибунала, но и с помощью научных исследований. Речь идёт о влиянии радиостанции «Свободное радио и телевидение тысячи холмов» на геноцид в Руанде 1994 года, унесший жизни 800 тысяч человек. Этот случай демонстрирует, что, несмотря на принципы свободы слова, использование медиа для разжигания ненависти несёт тяжёлые и катастрофические последствия. Возможно, если бы международным силам было позволено пресечь трансляции радиостанции и заменить их призывами к миру, трагедию, удалось бы предотвратить. Су-



дебный процесс состоялся, и обвинения были предъявлены не только непосредственным организаторам, но и тем, кто вдохновлял на него. За разжигание ненависти в СМИ к длительным тюремным срокам были приговорены высокопоставленный чиновник правительства, руководитель радиостанции и редактор газеты. Журналист, публично призывавший к насилию в эфире, также получил тюремный срок.

Как правда выживает в эпоху фейков?

Если совершить путешествие сквозь века, от древних цивилизаций до современных медиа-войн, то увидим, что информационная война – явление не новое. Даже если бы в Древнем Риме существовали журналисты, они бы столкнулись с проблемами пропаганды и искажения фактов. Представьте себе: глашатай императора распространяет хвалебные оды о победах в войнах, умалчивая о потерях и жестокостях или наоборот распространял слухи о поражениях и ужасах войны, скрывая истинный триумф.

Продолжив экскурс в прошлое вспомним историю нацистской Германии: Масштабная кампания дезинформации и пропаганды, способствовавшая возникновению Второй мировой войны, искажение фактов, распространение лжи и антисемитской пропаганды привели к миллионам жертв. Можно привести пример войны в Ираке, когда недостоверная информация о наличии оружия массового поражения в Ираке стала одним из оснований для начала войны в 2003 году, которая привела к множеству жертв и дестабилизации региона. Мы все прекрасно помним, как было много информационных, безграмотных «вбросов» во время пандемии COVID-19. Фейковые новости о причинах пандемии, методах лечения могли привести к большому росту заболеваемости и смертности. Быстрая распространяемость ложных фактов в онлайн среде оказывает серьезное воздействие и на здоровье нации в том числе.

К сожалению, сегодня эта борьба приняла новые формы.

Мы сталкиваемся с фейками, бот-фермами, искусственным интеллектом, deepfakes и другими информационными потоками, целью которых является не просто введение в заблуждение, а манипулирование общественным мнением для достижения каких-либо целей.

Давайте проверим, что такое журналистика для читательской аудитории? Ниже приведены ответы людей, опрошенных в случайном порядке:

- «Я думаю – это постоянная борьба за правду. Это трудно, но важно.»
- «Журналистика? Это когда по телевизору умные слова говорят. Раньше лучше было, правду показывали, а сейчас... одна болтовня»
- «Ну, это когда пишут про то, что происходит. Хорошие журналисты правду говорят, а плохие... ну вы понимаете.»
- « Это чтобы в курсе событий быть. Смотрю новости по телевизору, почитываю заголовки в интернете. Больше ничего не нужно.»
- «Это интересно. Это шанс сказать своё слово. Поделиться своим мнением и влиять на общественное мнение.»
- «Как блоггинг, только серьезнее. Надо факты проверять, интервью брать, мобилографы, операторы... много работы»
- «Газеты? Читала раньше, «Правду» любила. Сейчас всё в интернете, но я там ничего не понимаю. Главное, чтобы пенсию вовремя платили, а остальное... пусть сами разбираются.»
- «Они одно скажут, другое покажут. Вот раньше, в наше время, слово было дороже денег. А сейчас...»

Так вот к чему это я? А к тому, что зрительская или читательская аудитория – это не монолитная масса, а совокупность различных групп людей с разными интересами, уровнем образования, культурными кодами и особенностями восприятия информации. Доносить информацию стало намного сложнее. Писать одни и те же статьи для пенсионеров из сельской местности и для молодежи из мегаполиса – все равно, что кричать в пустоту. Как найти мост к аудитории? Мой главред, когда-то сказал: «Эффективное общение с аудиторией зависит от понимания ее интересов и особенностей восприятия. Нельзя навязывать свой образ мыслей, нужно находить общий язык».

Работая над материалом, необходимо учитывать возраст аудитории. Для детей школьного возраста важно использовать простой, доступный язык, короткие предложения, яркие образы и много иллюстраций. Текст должен быть динамичным, захватывающим и не перегруженным деталями. Важно учитывать их ограниченный жизненный опыт и способность к абстрактному мышлению. Юмор, интересные факты и практические примеры – важные инструменты привлечь внимание школьников.

Молодежь, в свою очередь, восприимчива к современному сленгу, ярким метафорам и неформальному стилю. Они ценят краткость, информативность и оригинальность изложения. Важно учитывать их интересы и актуальные проблемы. Цитирование популярных блогеров или ссылака на актуальные мемы может повысить заинтересованность.

Среднее поколение (30-50 лет) часто предпочитает более формальный стиль изложения, но при этом ценят ясность и структурированность текста. Для них важны конкретные

факты, аналитика и практическая полезность информации. В тексте должны быть четко сформулированы заголовки, подзаголовки и логические переходы между абзацами.

Люди пенсионного возраста, как правило, ценят спокойный и умеренный стиль изложения, ясность и четкость информации. Текст должен быть легко читаемым, без избытка терминологии и сложных конструкций. Важно учитывать возможное ухудшение зрения и использовать достаточно крупный шрифт и простой дизайн. Часто такой аудитории важен личный опыт и исторические параллели.

Учитывайте местные диалекты, традиции и культурные особенности. Используйте местные примеры и аналогии. Адаптируйте сюжет к уровню образования вашей аудитории. Избегайте сложной, специализированной терминологии. Необходимо учитывать социальный статус аудитории использовать стиль, понятный и приемлемый для этой группы.

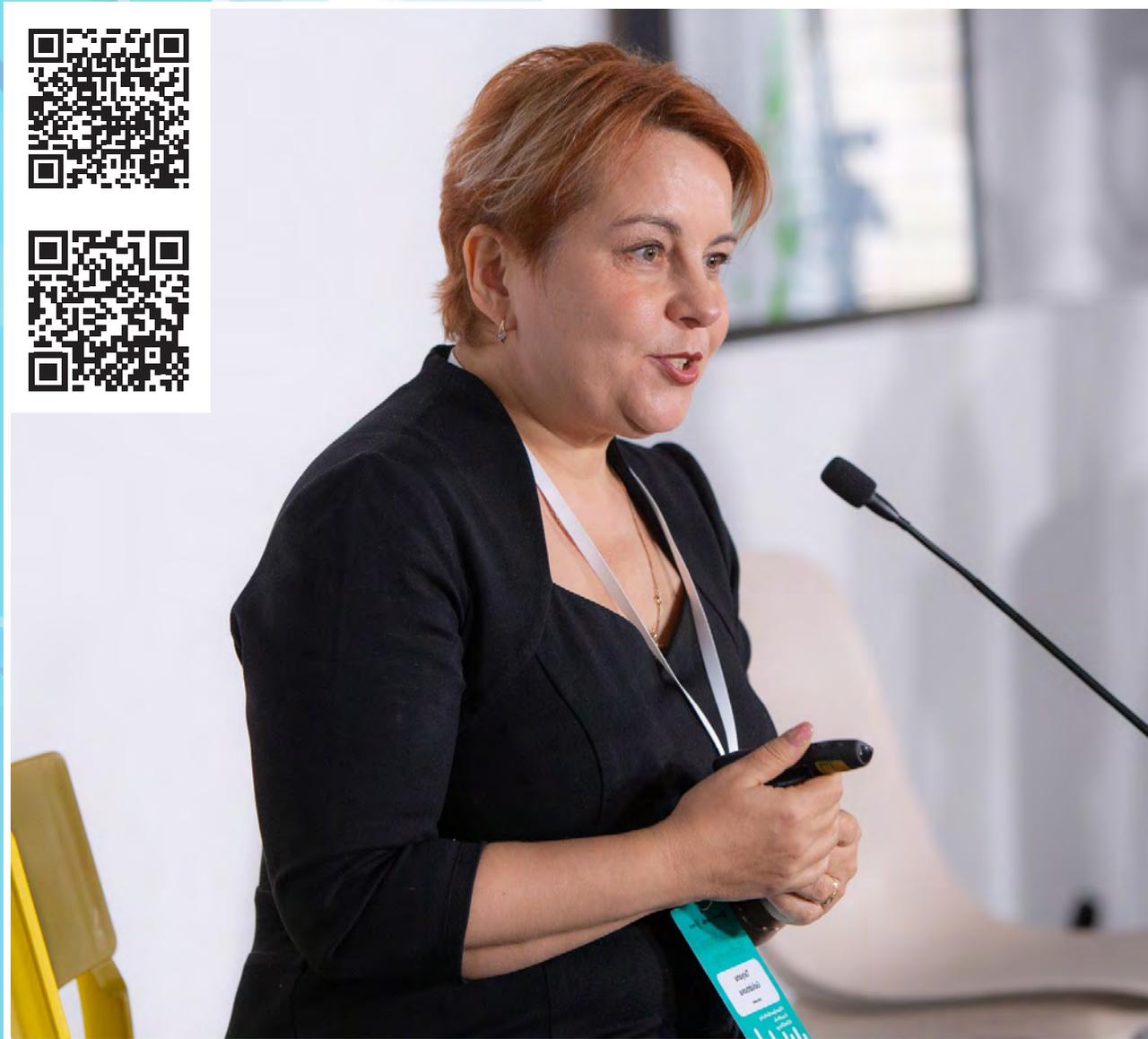
Не навязывайте информацию, которая не интересна! Иными словами, секрет прост – говорите на языке вашей аудитории!

Мастерство написания статей – это умение находить общий язык со своим читателем. Научившись адаптировать язык под разные возрастные и социальные группы, вы сможете сделать свои материалы по-настоящему эффективными и полезными.

В конце статьи, приведу пример ответа молодого студента КарГУ, который поставит точку в этом материале: «Журналистика – это четвертая власть, хранилище правды и голос народа. Это постоянный поиск информации и донесение объективной картины мира до аудитории, несмотря на давление и трудности».



Сквозь экран: как дети становятся мишенью киберпреступников



Сегодня 30% нашей жизни связано с онлайн-миром. Именно поэтому проблема виртуального буллинга, или кибербуллинга, – одна из самых острых и болезненных в обществе.

Татьяна Голубцова

медиа-тренер и эксперт по медийной и информационной грамотности, руководитель Дома медиаграмотности Карагандинской области

Сколько детей подвергается опасности кибербуллинга в Казахстане?

Глобальный доклад ЮНИСЕФ за 2022 года говорит, что каждый третий пользователь интернета в мире – это ребенок. В Казахстане 45% детей подключаются к интернету в возрасте 5-8 лет, а 5% – еще раньше. Это означает, что в скором будущем эти цифры будут только увеличиваться.

Об этом же свидетельствуют и данные международного исследования «Поведение детей школьного возраста в отношении здоровья» (HBSC), приведенные во втором докладе Европейского регионального бюро ВОЗ. Согласно этому исследованию, 13% казахстанских подростков подвергались кибербуллингу, причем среди мальчиков этот показатель выше, чем среди девочек.

Исходя из этих цифр, одна восьмая часть детей в Казахстане осознанно сталкивалась с этой проблемой. Они понимают, что это настоящее преследование, и заявляют об этом открыто. А сколько детей не осознают опасности или скрывают кибербуллинг со стороны сверстников или взрослых людей в социальных сетях или мессенджерах? Реальные цифры, не попадающие в официальную статистику, могут быть намного выше.

Формы кибербуллинга: от детских шалостей до серьёзных преступлений

Случаи интернет-травли бывают разные. Например, новичка в школе могут преследовать в социальных сетях за то, что он просто отличается от других учеников в классе, или девочку могут преследовать за лишний вес, необычную внешность, одежду или причёску... Это внутри детских и подростковых групп. Но также бывают случаи, когда ребенок может вызвать нездоровый интерес у взрослого человека. И этот человек начинает нарушать личные границы ребенка, втираться к нему в доверие, просить включить камеру, показать интимные части тела. Более того, он может начать преследовать ребенка, вынуждая его к другим незаконным действиям. Нашумевший когда-то «Синий кит», когда подростков вынуждали совершать суициды, – это пример одного из самых жестоких и продуманных проявлений кибербуллинга.

Буллеры могут путем хитрости и обмана получить интимные фотографии детей и начать их шантажировать. К сожалению, это еще и бизнес. Детские порнографические фото и видео продаются по высоким ценам в даркнете. В «темном интернете» есть целая сеть людей, которые дают наводки и делятся «рецептами» незаконного общения с детьми.

Ни дети, ни подростки чаще всего не признаются в этом. Они скрывают таких виртуальных «друзей» от всех – родителей, учителей и сверстников. Поэтому такой кибербуллинг может продолжаться очень долго, иногда годами. А если даже взрослые узнают об этом, то вычислить злоумышленника очень тяжело. IP-адрес онлайн-мошенника может быть скрыт или он может оказаться гражданином другой страны и не подчиняться законам Казахстана. Особенно это характерно для даркнета, где в основном действуют анонимы.

Киберзнакомства и искусственный интеллект: скрытые угрозы

Чаще всего кибербуллинг исходит от одноклассников или товарищей во дворе, и тогда он обычно носит бытовой характер и очень похож на травлю в школе. Например, под фотографиями или видео жертвы пишут оскорбления (хейтят) его же одноклассники, скрываясь под никнеймами или заходя с фейковых аккаунтов. Это очень негативное явление, но при правильном подходе учителя и родители могут помочь жертве такой травли.

Намного страшнее кибербуллинг, который исходит от взрослых людей. Они настроены использовать жертву в качестве инструмента для своей противозаконной деятельности. Так, детей с помощью кибершантажа могут вовлекать даже в распространение наркотиков или принуждать к их употреблению. Чаще всего это происходит с подростками в закрытых чатах Telegram или WhatsApp. Также дети могут стать сексуальным объектом для взрослых. Под влиянием шантажистов они снимают для взрослых видео и фотографии в обнаженном виде. С таким чаще всего юное поколение сталкивается в ВКонтакте, TikTok и мессенджерах, где много детской и подростковой аудитории.

Хуже всего, что нам, благополучным родителям, кажется, что наши дети никогда не станут жертвами преследований, что они умные, что мы их не один раз о чем-либо предупреждали. Но, увы, это не так. Цифровой мир не защищает нас от преступников. Наоборот, делает их еще ближе к нам и нашим детям. Например, дочь моей хорошей знакомой столкнулась с сексуальным кибербуллингом. Двенадцатилетняя девочка познакомилась в сети со своим сверстником и была с ним на связи в течение месяца. Общение по началу было дружеское, они просто обменивались фотографиями, отправляли голосовые сообщения. Потом «юноша» начал просить прислать более откровенные фото, а далее они начали созваниваться по видео, при этом девочка включала камеру, а юноша нет. Переписку случайно увидела мать девочки. Когда стали выяснять, откуда взялся этот «молодой человек», то обнаружили фейковый аккаунт, зарегистрированный в России. Родителям так и не удалось выяснить, что за человек скрывался за фотографией «юноши», сколько на самом деле ему лет и кто он в реальности. Для девочки и ее родителей все закончилось хорошо. Однако, если бы родители вовремя не заметили склонность своей дочери к уединению, то дальнейшее развитие событий могло бы оказаться трагическим. Ведь с помощью такого общения можно ребенка или подростка пригласить и на реальное свидание. А что произойдет дальше, можно только догадываться.

Самое страшное в кибербуллинге то, что в это вовлекается третья сторона. Ведь киберпреступники используют чужую цифровую внешность, чужие фотографии и видео, выдавая их за свои. Сейчас также активно используется искусственный интеллект, с помощью которого можно создать новую цифровую идентичность – от фотографий до видео, от аудио- до видеозвонок. Поэтому проблема кибербуллинга становится еще более серьезной, так как технологии обмана доступны всем, в том числе и самим детям.

Как «распознать» кибербуллинг и помочь ребенку?

Ребенок, столкнувшийся с проблемой буллинга в сети, меняется в своем поведении. Любого ребенка, подвергающийся травле или преследованию, чувствующий угрозу, старается вести себя более закрыто. Главные признаки, по которым можно понять, что у ребенка не все хорошо, – это тревожность, потеря интереса к любимым играм или занятиям, раздражительность, отстраненность и бессонница.

Родители должны быть внимательны к своим детям, обращать внимание на любые небольшие изменения в поведении и давать им понять, что они всегда будут на стороне ребенка и помогут решить любую его проблему. И ни в коем случае нельзя произносить слова родительского отчаяния: «Мы же тебя предупреждали, ты меня никогда не слушаешься и т. д.» Увы, это не поможет в сложной ситуации и не научит ребенка правильному поведению в сети. Наоборот, такими словами родители только отдаляют детей от себя.

Три кита безопасности: медиаэтика, медиагигиена и киберзащита

Мы уже в течение 5 лет занимаемся обучением учителей, родителей и детей медийной и информационной грамотности, которая включает в себя медиагигиену, медиаэтику и кибербезопасность. Это три кита, которые формируют экологичное поведение в сети.

Наша методика комплексная, потому что нельзя учить только детей. Учить нужно и родителей, и педагогов. Предположим, ребенок приходит домой, рассказывает маме о кибербуллинге и показывает ей «плохие» сообщения. Мать, конечно, шокирована и не знает, что делать, и самое простое решение для нее – отобрать у ребенка все гаджеты или заблокировать/удалить все «вредные» приложения. Как вы думаете, помогла ли такая мать своему ребенку или только навредила? То же самое происходит и в школах. Все учебные материалы по защите от кибербуллинга основаны на идее, что ребенок может и должен обратиться за помощью к взрослым. Только по умолчанию, согласно этим материалам, взрослые умны и грамотны, они знают и понимают, что делать в таких ситуациях. Однако в реальности дети сталкиваются с совершенно «другими» взрослыми, которые порой не только не помогают, но и наносят еще большую травму. Если учитель не знает, как помочь школьнику, которого травят в сети его же одноклассники, то он ведет такого ученика к директору или вызывает родителей. В результате жертва становится центром внимания, а преследователи не несут никакого наказания, потому что выявить их очень сложно. Поэтому сегодня как никогда важно учить каждого не только защищать себя в сети, но и самому не нарушать правил сетевого общения. И об этом учителя и родители должны говорить с детьми постоянно.

Для профилактики кибербуллинга важно уделять особое внимание трем сторонам: медиаэтике, медиагигиене и кибербезопасности. Это три кита, которые формируют экологичное поведение в сети.

Медиаэтика – это новая этика, которая нужна каждому человеку. Все пользователи, которые ставят отметки «нравится» или «не нравится», комментируют чьи-то посты, выражают свое мнение перед своими подписчиками в социальных сетях уже подпадают под законы медиаэтики, которая может перерасти и в правовую ответственность, если эти законы нарушать систематически.

Мы несем ответственность и перед нашей аудиторией, и перед законом за контент, который мы публикуем в сети, за чистоту создаваемого нами информационного поля. Важное качество медиаэтики – уметь предвидеть, как будут восприняты ваши слова, быть конфликто-чувствительным. Помните, что вы сами можете стать кибербуллером, не осознавая этого. Медиаэтика – это также умение поддержать друзей и коллег в сети, которые подвергаются открытой кибертравле.

Второй «кит» – это медиагигиена. Знания и навыки в этой сфере помогают выбирать виртуальных друзей, анализировать их профили, правильно реагировать на кибербуллинг и грамотно отвечать или не отвечать стalkerам и хейтерам. Главные правила медиагигиены: уметь ограничивать свое сетевое время, не скроллить ленты соцсетей до бесконечности, а выбирать полезную информацию, понимать механизм алгоритмов в сети, а не лайкать и не комментировать любые «хайповые» посты. Каждый шаг в сети должен быть осознанным.

И третий «кит» – это цифровая защита от кибербуллеров, которая включает в себя защиту аккаунтов через сложные пароли, двухфакторную аутентификацию, умение блокировать фейковые аккаунты, взаимодействовать с техническим отделом социальных сетей по предупреждению кибербуллинга или нейтрализации злоумышленников, собирать цифровую информацию и доказательства кибербуллинга, если это будет необходимо для суда или подачи заявления в полицию.

Существует и четвертая сторона обучения защите от кибербуллинга – правовая ответственность за нарушение законодательства. Без действующих законов о защите приватности, чести и достоинства личности бывает сложно остановить хейтеров и стalkerов.

Как и когда начать обучение ребенка кибербезопасности?

Важно начать обучение с себя, даже если у вас еще нет детей. Современные дети реагируют на гаджеты с самого рождения, поэтому цифровая грамотность нужна в первую очередь взрослым людям. Один врач на вопрос мамы месячного ребенка, когда ей нужно приступить к воспитанию младенца, сказал, что она опоздала на десять месяцев. Поэтому если у вас родился ребенок, и вы взяли в руки свой телефон, чтобы поделиться вашей радостью с друзьями, сфотографировали и выложили его в сеть, то с этого момента началось ваше обучение малыша цифровым технологиям на вашем же примере. Говорят, что поколение альфа рождается с гаджетом в руках. Родители и учителя порой должны догнать своих детей и учеников в технологическом плане, но при этом они могут научить их этике и рассказать об ответственности за нарушение этических и правовых норм. Взрослым и детям в новом цифровом мире придется учиться друг у друга.



«Медиаграмотность в Казахстане: ключевой фактор противодействия экстремизму»

Аманжол Уразбаев

председатель РОО «Контртеррористический комитет», полковник КНБ РК в запасе, к.ю.н., член Общественного совета при Министерстве культуры и информации РК

С развитием цифровых технологий экстремизм принимает новые формы и масштабы. Виртуальные платформы предоставляют экстремистским группам каналы для массового распространения деструктивных идеологий и влияния на уязвимые слои населения, такие как молодежь и социально незащищенные группы.

Одна из наиболее острых угроз заключается в том, что радикальные группы, используя социальные сети и мессенджеры, вовлекают людей в радикальные идеи, предлагая ложные нарративы и манипулируя их восприятием. В таких условиях медиаграмотность становится ключевым элементом национальной безопасности, представляя собой эффективный инструмент профилактики экстремизма.

Согласно Плану действий по предупреждению насильственного экстремизма, представленному Генеральным секретарем ООН, медиаграмотность рассматривается как одно из важнейших средств, позволяющих бороться с экстремизмом через укрепление устойчивости общества к радикализации и воздействию деструктивных нарративов.

План действий подчеркивает, что медиаграмотность способствует формированию критического мышления у граждан, что помогает им распознавать манипулятивные тактики и предотвращает их вовлечение в экстремистские сети. В этом ракурсе медиаграмотность определяется как неотъемлемая часть государственной политики, направленной на снижение рисков радикализации и укрепление информационной безопасности.

Поскольку любое заявление должно опираться на данные, мы представили результаты первой фазы нашего независимого исследования взаимосвязи радикализации и уровня медиаграмотности в Казахстане и Центральной Азии.

Уже на первом этапе выяснилось, что 86% респондентов в Казахстане считают медиаграмотность важной для предотвращения радикализации, при этом 90,7% отметили, что СМИ могут способствовать радикализации, а 70,1% назвали радикализацию прямой угрозой для региона. Несмотря на признание значимости медиаграмотности, 63,6% респондентов считают, что в Казахстане ей уделяется недостаточно внимания, а 76,6% не получали медиаграмотных знаний в учебных заведениях.

Дополнительные данные подчеркивают важность критического восприятия информации в условиях информационной перегрузки. Так, 28% опрошенных сталкиваются с дезинформацией очень часто, а 42,1% – часто, что усиливает потребность в развитии медиаграмотности и навыков анализа контента. Международные исследования также показывают, что молодежь с недостаточными навыками медиаграмотности в 3 раза чаще подвергается воздействию радикальных нарративов, что делает их более уязвимыми перед радикализацией.

На основании анализа полученных данных и международного опыта мы рекомендуем следующие меры для Казахстана:

1. Внедрение медиаграмотности с начальной школы, что позволит формировать критическое мышление у молодежи с раннего возраста.

2. Использование интерактивных методов обучения, таких как игровые приложения и видео, чтобы обучить детей основам кибербезопасности.
3. Курсы для учителей и преподавателей, которые помогут им подготовить учащихся к анализу информации, распознаванию манипуляций и защите от радикализации.
4. Сертификация преподавателей по медиаграмотности для повышения качества преподавания и создания устойчивой системы медиаобразования.
5. Создание адаптированных программ для различных групп: аудиокурсы для пожилых, специализированные приложения для людей с ограниченными возможностями.
6. Модули по противодействию дезинформации для журналистов, чтобы улучшить их навыки анализа информации и устойчивость к манипуляциям.
7. Партнерство с международными организациями для проведения тренингов, чтобы предоставить специалистам доступ к передовому опыту медиаграмотности.
8. Регулярные исследования уровня медиаграмотности и его влияния на восприятие радикальных идей для мониторинга и корректировки стратегий.

На основании исследования и международного опыта мы выступили с предложением к Министерству культуры и информации РК и Министерству просвещения РК объединить усилия для продвижения программ медиаграмотности в Казахстане.

Мы уверены в том, что лучшим инструментом снижения угроз экстремизма и терроризма для Казахстана является профилактическая работа и масштабное обучение медиаграмотности всех возрастных и социальных групп.

В рамках Общественного совета при Министерстве культуры и информации РК нами выдвинута инициатива по усилению и продвижению медиаграмотности в Казахстане как действенного механизма профилактики экстремизма. Данная инициатива нашла поддержку у членов Общественного совета при Министерстве культуры и информации РК, которые подписали коллективное обращение к министерствам.

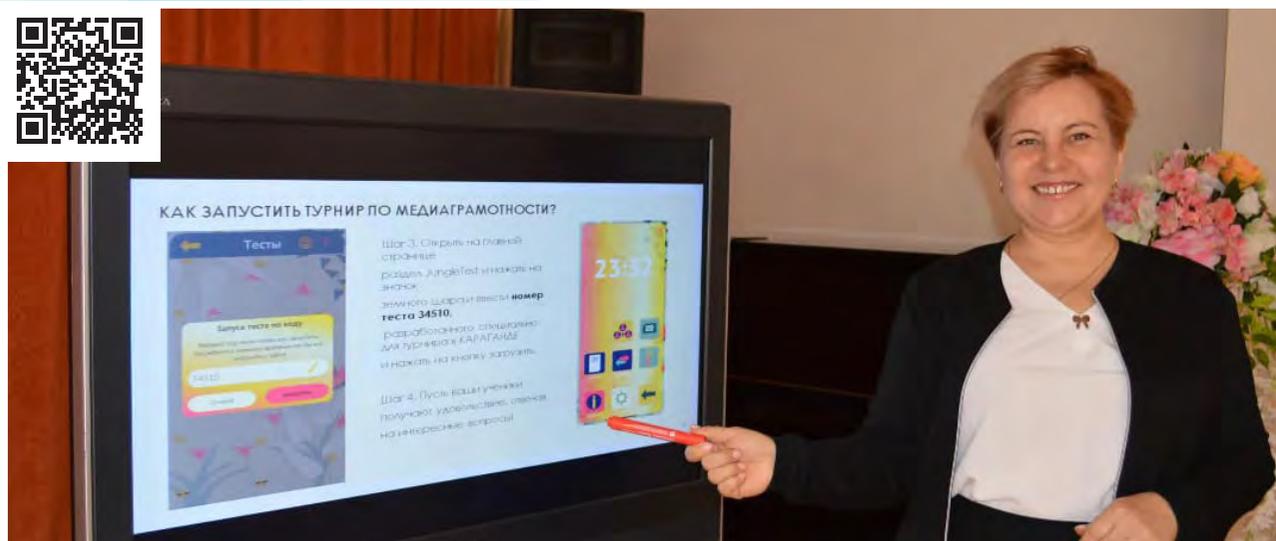
Этот шаг стал нашим вкладом на пути объединения усилий государственных органов, образовательных учреждений и гражданского общества для повышения уровня медиаграмотности, а значит, в укрепление национальной информационной безопасности и снижение угроз радикализации в обществе.



Игры, которые формируют медиаграмотность

Татьяна Голубцова

автор игровых методик, эксперт по медийной и информационной грамотности



Многие преподаватели школ и вузов сталкиваются с тем, что ученикам и студентам сложно «принимать» и усваивать конкретные знания во время традиционных классических уроков, лекций и семинаров. Зато знания, полученные в интересной и увлекательной игровой форме, усваиваются ими быстрее и надолго запоминаются.

В Караганде развитием игровых технологий по медийной и информационной грамотности занимается команда продюсерско-издательского центра «Выбирай» и Ассоциации «Психология-Бизнес-Медиа». Все проекты по созданию обучающих игр были выполнены при поддержке международной организации Internews.

Как создавалась и развивалась настольная игра MediaJungle

Начало нашей деятельности было положено, когда проектная команда из Казахстана, состоящая из медиатренеров Голубцовой Татьяны и Жапек Мейрамхан, а также из психолога, игропрактика, автора трансформационных игр Ткалич Натальи на Втором Центральноазиатском Эдьютоне в Астане представила проект трансформационной обучающей деловой игры MediaJungle и получила грант на его реализацию. По итогам проекта была создана игра, которая позволяет выявить знания игроков по девяти направлениям медиаграмотности, а также продемонстрировать навыки работы в социальных сетях, мессенджерах и навыки взаимодействия со средствами массовой коммуникации.

Игра включает шесть разделов: МИГ, мессенджеры, соцсети, СМК, «Тёмный лес» и «Сокровища джунглей». Участники отвечают на вопросы, выполняют задания и участвуют в дискуссиях, зарабатывая эдукоины и баллы знаний. Эти данные фиксируются в карте игрока, которая помогает определить их сильные и слабые стороны. Вопросы основаны на реальных кейсах, например, об оценке достоверности новостей из соцсетей или принятии конкретного решения в предложенной ситуации. Формат игры устраняет барьеры между преподавателем и обучающимся: преподаватель выступает как модератор, создающий игровые ситуации, а не источник знаний.

Игра работает как «зеркало жизни». То, как поступает человек в игре, отражает то, как он будет поступать в профессии, в жизни, в коммуникации с другими людьми. В условиях игры можно обсудить медиаэтику, определить границы возможного и допустимого в рамках дискуссии, при этом игра позволяет избежать шаблонов поведения. Игра позволяет легко и быстро адаптировать процесс обучения под конкретные нужды или аудиторию, например, для первого курса или школьников готовятся упрощенные вопросы, для старшего курса и магистрантов используются задания повышенной сложности, для студентов по специальности «PR» делается акцент на их профессиональных потребностях и так далее. Игра может проводиться в любой аудитории с учетом того, что базовые навыки проверки информации нужны каждому, кто пользуется

социальными сетями, мессенджерами, получает информацию из СМИ и т.д. Адаптация на любую аудиторию – от детей до возрастных игроков (например, пенсионеров), происходит благодаря замене карточек-заданий на такие, которые соответствуют потребностям аудитории.

Хотелось бы отметить, что игра была особенно востребована на национальном казахском языке, так как в образовательной сфере не хватает креативных обучающих ресурсов, учитывающих национальный менталитет. Игра также была адаптирована к формату радиопрограммы на казахском языке: с 2020 по 2023 годы она выходила под названием «Ой до да» в прямом эфире на международной радиостанции «Шалқар» с повтором на «Казахском радио», видеOVERсия игры транслировалась в прямом эфире youtube-каналов данных радиостанций. Игра была протестирована на студентах факультетов и отделений журналистики Казахстана, Таджикистана, Кыргызстана, Узбекистана с участием магистрантов и преподавателей.

Данную игру можно рассматривать как методическое пособие, позволяющее в игровой форме оценить знания студента, его практические навыки, сформировать базовые навыки критического мышления и обработки информации. Особенную педагогическую ценность игре придает ее коллективный характер и соревновательный элемент. И самое важное, что игра имеет эффект трансформации и ведет к переосмыслению информационного поведения и привычек индивида.

MediaJungle как инструмент трансформации

Трансформация – это преобразование, перемена образов, мыслей, чувств, эмоций, слов. Зачастую ища ответ на заданный вопрос или способ выполнить задание, участник прибегает к помощи других игроков, и получая от них информацию должен распознать, кто им манипулирует, кто искренне пытается помочь, есть ли возможность получения подтверждения той или иной версии, какие из техник игры – манипулятивные или исключающие манипуляцию приводят к успеху, какой успех важнее – получение новых знаний или оплата за имеющиеся знания и так далее. Все это в процессе игры перестраивает модель поведения человека в информационном пространстве, помогает ему скорректировать свое информационное потребление, развивает критическое мышление, учит делать правильный выбор или исправлять ошибки. В этом заключается трансформационный эффект игры.

В подтверждение нам бы хотелось привести отзыв выпускницы факультета журналистики университета «Туран» (Ка-

захстан) Алена Клейнбок: «На мой взгляд, это одна из самых полезных игр для людей, связанных с медиа или интересующихся этой сферой. Да и вообще, людям всех профессий, не только медиасферы, полезно обладать навыками медиаграмотности. Это настолько продуманная и выверенная игра, которая позволяет узнать что-то новое и вспомнить хорошо забытое старое. Лично для меня это был вызов себе как специалисту. Смогу ли я? Благодаря этой игре я понял свои недочёты, что мне нужно повторить, узнать. Поэтому я считаю, что это очень полезная игра, которая помогает развиваться. Больше всего мне понравилось, что серьёзные вещи подаются в простой и понятной форме. Также мне были приятны способы поощрения: ты ответил на вопрос – получил свою денежку, подтвердил свои знания – получил баллы знаний. Очень здорово, что разработчики разделили знания и деньги. Все команды играют по-разному. Кто-то гонится за деньгами, кто-то – за знаниями. Это добавляет интереса к игре...»

В настольной игре есть еще одно важное свойство – она легко трансформируется под любую аудиторию, под любой возраст или под конкретный процесс. Например, если в MediaJungle будут играть IT-специалисты, в игровые карточки стоит добавить больше вопросов о программах и сервисах, которые позволяют создавать фейки или, напротив, распознавать их. Карточки с вопросами для детей или подростков можно упростить, задания облегчить. В процессе обучения студентов, специализирующихся на медиа и информационной грамотности, журналистов, пиарщиков и так далее, игру можно использовать для тестирования знаний вместо традиционных зачетов или даже экзаменов. В данном случае хочется привести в пример цитату из отзыва старшего преподавателя кафедры языка и коммуникаций университета «Туран» (Республика Казахстан) Татьяны Затонской: «Я села за один стол со своими студентами, и мы раскрыли себя и друг друга с разных сторон, которые не раскрывались в обычном учебном процессе. Для меня также была важна интерактивная сторона обучения и взаимодействия со своими учениками. Я вижу возможность использования данной игры в учебном процессе и с удовольствием бы использовала ее вместо традиционных зачетов». Также стоит отметить, что игра стала полезной не только для представителей профильных специальностей, но и также для студентов и преподавателей, не связанных напрямую со СМИ. Так, например, в презентационных играх принимали участие студенты и преподаватели Карагандинской академии МВД им. Б. Бейсенова, Медицинского университета г. Караганды, Карагандинского транспортно-технологического колледжа, Казахской академии транспорта и коммуникаций имени М. Тынышпаева, Академии дизайна и технологии «Сымбат», Казахской национальной академии хореографии», Евразийского национального университета имени Л.Н.Гумилева, Казахского университета экономики, финансов и международной торговли и так далее. В 2019 году игра была впервые проведена для школьников, учителей школ, преподавателей педагогических вузов, а также для представителей министерств образования из Узбекистана, Кыргызстана, Таджикистана и Казахстана на Первой Центрально-азиат-

ской конференции по медиаграмотности для учителей школ (г. Бишкек, Кыргызстан).

Вот как характеризует процесс обучения в игре Варвара Баснева, студентка колледжа моды «Сымбат» (Республика Казахстан): «Было очень необычно получать знания вне твоей профессии и специальности. Интересно на них отвечать, предполагать, искать всем вместе ответы. Благодаря игре стал понятен сам термин «медиаграмотность». Игра также отлично зарекомендовала себя на фестивалях, творческих встречах, квизах, за одним столом могли объединяться люди самых разных социальных слоев: магистранты, предприниматели, учителя, пенсионеры... Это как и в реальной жизни не мешало активному взаимодействию и обмену опытом в сфере медиа.

Еще один важный момент – игра в отличие от учебного курса не будет жить своей жизнью, ей нужно продвижение и промоушен. Поэтому ведущим или авторам игры необходимо владеть навыками продвижения своего продукта. Так, например, наша команда создала аккаунты игры в социальных сетях, мы рассказывали о всех наших проектах и работе с разными аудиториями, выставляем отзывы участников, делаем анонсы, проводим волонтерские игры и так далее.

Благодаря активной информационной кампании 2019 год стал для нашей творческой команды очень успешным. Мы побывали с игрой во всех крупных городах Казахстана, посетили Бишкек, Душанбе, Ташкент, сделали презентацию в Москве. Но с началом пандемии проект был остановлен. В результате мы пришли к выводу, что необходимо иметь еще и электронный вариант игры, о котором мы расскажем чуть позже.

Опыт Казахстана в продвижении и использовании игровых технологий заинтересовал наших коллег из Молдовы – неправительственную организацию SuperLike. И настольная игра MediaJungle была переведена на румынский язык, в течение двух лет она активно использовалась нашими коллегами по подготовке молодых лидеров, библиотекарей, тренеров, а в 2023 году была рекомендована Министерством образования Республики Молдова для использования в школах Республики. По заказу данного Министерства совместно с нашими молдавскими коллегам мы создали детскую версию игры для начальной школы.

MediaPolice: игра о борьбе с негативными сторонами медиа

Второй наш образовательный продукт – это адаптация карточных игр под запросы медиаобразования. Он имеет упрощенную структуру, более простые правила, быстрое и активное включение игроков. Подобные игры могут разрабатывать педагоги даже без специальной подготовки. Это пример того, как популярную механику карточной игры «Полицейские» (в оригинале название – «Копы» -авт.) адаптировать под образовательные задачи. Отличие данной игры от проекта «МедиаДжунгли» в том, что она решает узкую задачу: учит, как выявлять негативные факторы медиа и блокировать их. Данный аспект изучения медийного пространства стал особенно актуален на фоне усиливающихся информационных войн, инфодемии, фейковой информации, манипулятивных сообщ-

щений, кибербуллинга и так далее. Поэтому нам показалось интересным сфокусироваться именно на негативных факторах и научить наших игроков противостоять им.

«MediaPolice-1» – игра про негативные факторы медиа, с которыми мы сталкиваемся практически каждый день. И это игра про то, как взаимодействовать с этими факторами и как от них защититься. Также это игра про интуицию, осознанность и внимательность, т.к. эти качества проявляются и активизируются в процессе игры. Здесь мы всё время делаем или интуитивный или осознанный выбор, учимся понимать, где мы действуем согласно логике, а где согласно ощущениям.

Задачи данной игры: узнать о различных негативных факторах медиасферы и о том, какое влияние они на нас имеют; узнать о способах защиты от этих факторов, разработать свои способы защиты; повысить свою медиа и информационную грамотность в случаях негативного воздействия медиа на человека; развить такие важные качества, как внимание, осознанность, интуицию, логику, критическое мышление.

Игра «MediaPolice-1» так называется, потому что в ней мы, как настоящие детективы, проводим расследование – какие есть негативные стороны сферы медиа, как от них можно защититься. Мы, игроки, – защитники на страже ПРАВДЫ. И в игре мы собираем «вещевые доказательства» – сами факторы и способы защиты это ПРАВДЫ. В названии игры есть определенный смысл и игра слов – MediaPolice (медиаполиция), MediaPolis (медиагород) и Megapolis (большой город). Мегapolis и медиаполис – та среда, в которой мы все живём. И всем нам нужна защита от негативных влияний медиасреды, начиная от рекламы и завершая манипуляциями.

Игра «MediaPolice-1» – это карточная игра (без поля), в которую мы играем как в карты. Игра имеет номер «один», так как это первая игра в этой серии. Мы планируем выпустить игру «MediaPolice-2» с позитивными факторами медиа. Возможно, серия получит продолжение в виде игры «MediaPolice-3» с другой тематикой, например, о фактчекинге. В игре изучаются 25 факторов в четырех формах их интенсивности. Например, язык вражды, или риторика ненависти (hate – ненависть, speech – речь (англ.)), имеет четыре степени выраженности: слабую, среднее, сильное и огромное влияние (от обесценивания чужого опыта до призывов к насилию), задача копа, а каждый участник – это полицейский, выявить, какие из этих факторов на руках у других участников и предложить свой способ защиты либо выслушать способы защиты от других участников или ведущего игры, если все затрудняются с ответом. По итогам игры, чем больше негативных факторов собрал участник, тот является победителем игры. Игра выпущена на двух языках: казахском и русском.

Как мы видим, есть два подхода к созданию игр: комплексный и развернутый, как в игре «МедиаДжунгли», где принципы универсальности реализуются в масштабном проекте, так и узкотематический подход для отработки навыков и получения знаний по определенной тематике или сфере. Любое из выбранных направлений может стать началом трансформации медиапедагога в игропрактика (ведущего игр) и игротехника (создателя игр).

Мобильное приложение «МедиаДжунгли»: как цифровые технологии расширяют доступ к обучению

В 2021 году мы начали разработку мобильного приложения «МедиаДжунгли», ориентированного на школьников 7-9-х классов. Этот проект был реализован по заказу Internews Kazakhstan. Приложение поддерживало учебный курс по медиаграмотности для учеников средних школ в странах Центральной Азии. Его можно посмотреть по ссылке <https://mediajungle.kz>. Созданный цифровой продукт в первую очередь выполняет роль «цифрового помощника» для учителей. В нем вы найдете три мини-игры, в которых игрок набирает баллы и свой рейтинг, в том числе отвечая на вопросы квизов по медиаграмотности. В игре используются мультимедиа: рисованные цифровые джунгли, герои, антигерои, предметы, анимация отдельных объектов, специальная музыка и звуки создают напряжение, настроение, есть озвучка героев...

Это приложение отличается от других мобильных игр по следующим параметрам: во-первых, оригинальный дизайн, включающий соединение цифровых рисунков и восточных мотивов; во-вторых, данную игру можно использовать в уроках по медиаграмотности для проведения тестирования: результаты тестов отправляются преподавателю; в-третьих, с помощью игры можно организовывать турниры по медиаграмотности и бросать вызов соперникам; в-четвертых, можно посмотреть свою личную статистику в игре и статистику игроков по всему миру; в-пятых, игра имеет локализацию, есть специальные вопросы, связанные со страновыми особенностями обучения медиаграмотности: игра переведена на узбекский, казахский, таджикский языки.

Особенно хотелось бы отметить, что в данном приложении учитель не просто пользователь, но и соавтор. У него есть возможность создавать тесты как по темам медиаобразования, так и по другим учебным темам: истории, литературе, географии и так далее. В 2022 году мы провели в Казахстане первый пробный турнир, в котором приняли участие более 50 учителей и более 150 школьников. Победители турнира высоко оценили потенциал приложения. Так учитель информатики Инна Тургумбекова, преподаватель Житикаринской городской школы Костанайской области, победитель турнира, отметила, что «игра имеет простой интерфейс, очень красочная, вопросы турнира помогают развивать кругозор школьников, и я обязательно буду использовать игру во время уроков, в частности по безопасности интернета».

Приложение полюбилось не только школьникам, но и студентам, и профессиональным журналистам – в 2024 году мы провели семь квестов на базе игры в библиотеках города Караганды, а также в вузах Алматы и Астаны. В октябре 2024 года приложение использовали для обучения профессиональных журналистов из стран Центральной Азии в рамках проекта ЮНЕСКО по обучению журналистов медийной и информационной грамотности.



В 2023 году приложение «МедиаДжунгли» было презентовано в Белграде (Сербия) на международной конференции по новым технологиям обучения медийной и информационной грамотности, где получило положительные отклики от международных экспертов.

У нашей команды очень оптимистичный прогноз по продвижению и внедрению игры в учебный процесс – на всех уровнях: от уроков до тренингов, от домашнего времяпрепровождения до прокачки навыков. И в данной игре, как и в настольном варианте, мы попытались реализовать принцип – «обучение через всю жизнь», или «игра через всю жизнь», что означает, что будет постоянная обновляемость вопросов и заданий, актуализация содержания – введение новых обучающих разделов, блоков, миниигр, внедрение современных технологий, например, искусственного интеллекта в помощь учителям и так далее. Все это становится достижимым благодаря открытому программному коду внутри игры, когда соавторами становятся сами пользователи – учителя и школьники. Кстати, у нас был опыт, когда первый победитель игры среди школьников сам организовал команду и запустил тест вместо учителя.

Преимущества и ограничения игровых технологий

Современные ученики вне зависимости от возраста и формата обучения отмечают, что они перегружены информацией. Поэтому вникать в новые темы уроков или лекций им бывает психологически тяжело. Игра помогает включаться в обучение быстрее и проще, потому что апеллирует к уже накопленному опыту и знаниям, является продолжением «обычной жизни». Это одна из причин, почему игровые технологии в обучении становятся так популярны.

Вторая причина, почему игры начинают завоевывать учебные классы и аудитории, связана с тем, что во всем мире, и в Казахстане в том числе, очень быстро расширяется предметно-информационная среда образовательного процесса: увеличивается учебная нагрузка, количество изучаемых предметов. Сам процесс обучения не может уже избежать применения и включения в него гаджетов: от мобильного телефона до ноутбука или планшета. Для учеников не столь важным становится сам процесс получения информации – ее очень много, сколько процесс ее качественного отбора и оценки с учетом потребностей образования. А игра и есть самая естественная для ребенка и подростка привычная форма и даже среда обучения. Особенно если выполняются два важных условия выбора игры:

- игры отбираются и создаются в соответствии с содержанием исследуемой проблемы, с целями и вопросами уроков (учебных занятий); применяются в комбинации с иными формами, способами, эффективными при ис-

следовании нового материала; системно организуются; отвечают увлечениям и познавательным возможностям обучающихся;

- степень познавательной деятельности обучающихся достигает преобразующего (для игр с правилами) и творческо-поискового (для ролевых и комплексных игр) эффектов.

Чтобы избежать ошибок и не подменять процесс обучения просто игрой или развлечением, нужно учитывать сильные стороны геймификации при разработке игровых проектов. Это следующие моменты: в игре развивается критическое мышление; игра вызывает положительные эмоции у обучающихся, например, удовольствие от достижения целей; цели помогают игрокам видеть свой прогресс, а это становится еще одним мотивом к новым свершениям; для игрока неудача – это лишь часть процесса обучения и цена ошибки невысока; если вы создали игру с вариативным сюжетом, то игроки могут экспериментировать со способами достижения целей и выбирать лучшие, такой нетравмирующий опыт сложно получить в реальной жизни; социальные взаимодействия учат игроков делиться своим опытом и знаниями и работать в команде; соревновательный дух стимулирует восприимчивых к нему учащихся на достижение более высоких целей.

У любой методики есть слабые стороны, и их понимание также позволяет избежать ошибок. Определим «подводные камни» игровых форматов, чтобы избежать разочарования в них: несмотря на то, что первоначальное внимание учащегося к элементам игры может быть высоким, оно будет быстро угасать с течением времени; наличие неограниченного числа попыток на решение практических заданий приводит к тому, что игроки почти не задумываются перед тем, как дать ответ, а просто «долбят», пока не получат нужный результат; некоторые темы могут просто не подходить для подачи их в игровой форме; привыкая к наградам и мгновенным поощрениям, игроки становятся зависимыми от внешней мотивации и теряют внутреннюю мотивацию; геймификация может не подходить людям разных характеров, например, некоторые игроки не любят сравнивать свои успехи с результатами других – это не является для них мотивирующим фактором, а скорее отбивает у них желание принимать участие в обучении.

Для того, чтобы опыт внедрения игр в образование был цельным и согласованным, не нес в себе дисгармонию, учителям, тренерам, педагогам нужно практиковаться, изучать необходимую литературу, разрабатывать свои онлайн или офлайн миниигры. Тогда придет понимание, что даже элемент случайности и неопределенности позволяет сделать процесс игры более увлекательным и захватывающим, связным и непрерывным, а все учебные задачи найдут свое решение в обучающей игре.

Медиаграмотность – результат медиаобразования

Сауле Барлыбаева
д.и.н., профессор КазНУ им.аль-Фараби



Появление новых средств массовой коммуникации, новых медиа позволило соединить между собой разные виды жизнедеятельности человека, разделенные пространством и временем. Мы привыкли к разнообразному информационному потоку, который распространяется через средства массовой информации. СМИ оказывают сильное воздействие на развитие общества, на формирование и социализацию современного человека.

Наше психологическое восприятие привыкает к тому, что мы становимся эмоционально менее восприимчивы к большому информационному потоку, который постоянно подкидывает нам новые сообщения, новые впечатления. Обладатель такого быстрого восприятия, клипового мышления менее восприимчив к анализу, оценке различной информации, что способствует поверхностному усвоению медийного материала, неспособности глубоко анализировать тексты, сосредоточиться на какой-либо информации.

Социологические исследования среди молодежи, подрастающего поколения показывают, что при быстром восприятии медиа материалов, клиповом мышлении, окружающая реальность становится виртуальной, превращается в мозаику разрозненных фактов, событий и явлений. Исчезает усидчивость в наше динамичное время действий, сюжеты, фильмы, программы в стиле «экшн» отучают нас от размеренного восприятия, глубокого анализа медийной продукции.

Интерес к медиаграмотности связан с бурным развитием информационно-коммуникационных технологий, с внедрением цифровых, сетевых технологий в массовую коммуникацию. Возрос интерес и с тенденцией визуализации, с ростом визуальной коммуникации, с активным потреблением видеопроductии, инфографики, схем, таблиц, фотографий, иллюстраций.

Канадский медиапедагог И.Розер (I. Rother) отмечал, что в течение прошлых десятилетий термины «медиаобразование» (media education), «изучение медиа» (media studies) и медиаграмотность (media literacy) использовались почти взаимозаменяемо медийными педагогами, журналистами.

Развитие медиаобразования в странах бывшего Советского Союза имеет самобытную историю, своеобразные теоретически и методологические подходы. В каждой республике бывшего СССР с получением статуса независимых государств сложились свои традиции школьного, вузовского и массового медиаобразования. ЮНЕСКО еще с 2002 г. оказало поддержку мероприятиям по развитию медийной и информационной грамотности в Центральной Азии, куда включен и Казахстан. Во многом этому процессу способствовало обращение к мировому опыту медиаобразования. По свидетельству профессора Л.С. Ахметовой «Казахстан идет в ногу в современном

мире в разработке теории и практики новых медиатехнологий. Нашими задачами являются сегодня вопросы медиаграмотности, в первую очередь, детей и молодежи». По мнению ученого Л.С. Ахметовой, наиболее интенсивно процесс массового медиаобразования в Казахстане стал развиваться с 2010 года. Значимым вкладом Л.С. Ахметовой было руководство трехлетним проектом «Разработка технологий медиаобразования для формирования интеллектуального потенциала страны» (Ахметова, 2014), который позволил выявить основные проблемы развития медиаобразования в Казахстане и наметить ключевые векторы его дальнейшего развития на современном этапе.

О росте роли медиаобразования в стране свидетельствуют трансформационные процессы, происходящие и в государственной информационной политике, и в деятельности гражданского сектора. Медиаобразование рассматривается и как направление в учебно-педагогической деятельности, выступающее за изучение закономерностей массовой коммуникации, коммуникологии.

Современные технологии медиаобразования становятся важным фактором современного коммуникационного, журналистского образования. Формирование творческого критического мышления, воображения, реализация художественного потенциала студента находятся в комплексе современных преобразований факультетов журналистики.

Масс медиа имеют важную роль в образовательном процессе, поэтому современное время выдвинуло потребность в создании нового предмета, учебно-образовательной программы не столько для факультетов журналистики, сколько для социально-гуманитарных дисциплин под названием «Медиаграмотность». Данный курс знакомит студентов с информационным развитием, с медиакультурой разных стран, с современными направлениями и тенденциями СМИ, с новыми формами и форматами масс медиа, с фейковыми новостями и как находить и противостоять им, дает представление как ориентироваться в потоке идей и ценностей современного общества, с критическим мышлением, как системно и грамотно выстраивать отношения потребителей информации с огромными ресурсами традиционных СМИ и новых медиа.

В этом помогает данная комплексная программа по «Медиаграмотности», которая уже несколько лет как внедрена в учебный процесс факультетов журналистики, в том числе и в Казахском Национальном университете им. аль-Фараби.

Необходимо ознакомиться с медиаграмотностью, с медийным образованием, которое нужно не только журналистам, сотрудникам информационной сферы, но и многим специалистам разных отраслей жизнедеятельности общества, социально-гуманитарной области, новым профессиям, связанных с коммуникационным развитием. А это могут быть и ПР-специалисты: тренеры, консультанты, спиндокторы, SMM-менеджеры, блогеры, вайнеры, IT-специалисты и другие, а также любители новых медиа.

Медиаобразование, в широком понимании, в современном мире рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале масс медиа с целью формирования культуры общения со СМИ, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи современного технического оборудования, цифровых технологий средств массовой коммуникации. Обретенная в результате этого процесса медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности средств массовой информации: традиционные, новые, сетевые, цифровые, Интернет-СМИ.

Учебно-образовательные концепции медиаобразования, медиаграмотности шире узко специализированных печатных, телевизионных, радио, сетевых, Интернет-навыков и умений – это направление не ограничивается использованием все возрастающих возможностей мультимедийной среды или телекоммуникаций. Это – концепция нового подхода к образовательному коммуникационному процессу, как части новой информационной культуры, медиакультуры, общая стратегия формирования информационных умений и навыков на материалах СМИ. Во многих странах медиаграмотность – это отдельный курс в комплексе гуманитарных дисциплин.

Цель медиаграмотности – формирование медийной компетентности будущих специалистов в области информационной индустрии, коммуникационного развития, журналистов-коммуникологов, способных стать проводниками общества знаний, интеллектуального общества. В основе медиаграмотности лежит информационная культура, медиакультура – как составные части общей культуры современного общества, цивилизации.

- Медиаграмотность – совокупность навыков и умений, которые позволяют людям анализировать, оценивать и создавать сообщения в разных видах медиа (радио, телевидение, газета, журнал, Интернет-сайты, порталы), жанрах (информационные, аналитические, художественные) и формах.
- Медиаграмотность позволяет потребителям быть и создателями медиа продукции, активно участвовать в информационном взаимодействии; исследовать, анализировать медиа сообщения, понимать структурные элементы системы средств массовой информации и коммуникации: такие как, владелец медиа, их модель финансирования, влияющие на информацию, на информационную, сетевую или вещательную политику.
- Медиаграмотность – это умение как понимать и анализировать медиатексты, так и создавать их.

- Медиаграмотность имеет целью сделать людей не только потребителями различной информации, но и активными создателями и продюсерами медиа сообщений, облегчить, а также понимать плюсы и минусы СМИ, преимущества, возможности и ограничения каждого вида медиа, а также создавать сетевые продукты и услуги, независимые медиа, социальные медиа.

Медиаграмотность включает в себя умение пользоваться информационными ресурсами, поисковыми системами, находить нужную, проверенную полезную информацию, способность отличить подлинную новость от фейковой. Необходимо знать, что в Интернете, в социальных сетях подчас выкладывается субъективная информация, основанная на слухах, мифах, домыслах, в Сети не стоит выкладывать личную информацию, о своих персональных данных, чтобы не стать жертвой мошенников или злоумышленников. Здесь на помощь придет «фактчекинг», критическое мышление, умение анализировать сообщение, медийные материалы.

Вот, что думают о медиаграмотности специалисты разных стран:

- «Медиаграмотность» (media literacy) – выступает за то, чтобы человек был активным и медиаграмотным, обладающим развитой способностью к восприятию, созданию, анализу, оценке медиатекстов, к пониманию социокультурного и политического контекста функционирования медиа в современном мире, кодовых и репрезентационных систем, используемых медиа; жизнь такого человека в обществе и мире связана с гражданской ответственностью» [International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14 / Eds.N.J.Smelser & P.B.Baltes. Oxford, 2001, p.94].
- «Медиаграмотность» (media literacy) – движение,... призванное помочь людям понимать, создавать и оценивать культурную значимость аудиовизуальных и печатных текстов. Медиаграмотный индивидуум, которым должен иметь возможность стать каждый человек, способен анализировать, оценивать и создавать печатные и электронные медиатексты» [Aufderheide, P., Firestone, C. Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Queenstown, MD: The Aspen Institute, 1993, p.1.].
- Медиаграмотность» (media literacy) – способность использовать, анализировать, оценивать и передавать сообщения (messages) в различных формах» [Kubey, R. Media Education: Portraits of an Evolving Field. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. – New Brunswick & London: Transaction Publishers, 1997, p. 2].

Восприятие аудиторией информации непосредственно зависит от способности к активному творческому освоению содержания СМИ, его логической переработке. Потребление медийного содержания, лишённое активного интеллектуально-творческого начала, существенно сужает познавательные возможности аудитории, обедняет ее восприятие.

Медиаграмотность, медиакомпетентность является результатом медиаобразования. Концепция развития медиаграмотности нацелена на формирование новой коммуникационной культуры XXI века. Медиаграмотность призвана прививать информационную культуру, рационально усваивать медийное содержание, развивать социальную и творческую активность подрастающего поколения.

ГРАМОТНОСТЬ – ТРЕБОВАНИЕ ВРЕМЕНИ

Серик Санаубаев

Исполнительный директор Ассоциации предпринимателей Карагандинской области



2 сентября 2024 года в Послании народу Казахстана Президент Казахстана Касым-Жомарт Токаев сказал: «Массовое внедрение цифровых технологий в повседневную жизнь привело к увеличению числа мошенников. Мы все являемся свидетелями этого. Поэтому сейчас важно знать основы финансов и экономики, осваивать простые цифровые навыки. Все компетентные органы должны принять решительные меры против мошенничества и других незаконных действий, наносящих ущерб добросовестным гражданам», – подчеркнул необходимость предотвращения опасного явления, которое нарастает в наше время. Он также отметил, что основным направлением для борьбы с этим злом является необходимость работы по четкому плану в рамках единой системы. «Необходимо ввести образовательные программы, которые будут обучать основам финансовой и цифровой грамотности в школах и вузах. Эту работу должно проводить Правительство совместно с органами регулирования финансовой сферы. Это даст нашим гражданам возможность избежать ловушек различных мошенников», – отметил он в своей актуальной и важной речи.

Казахстан активно делает решительные шаги для создания новой эпохи общественного развития. В связи с этим в процессе обновления общественного сознания необходимо всесторонне оценить риски и угрозы этого исторического периода и на их основе выстроить глубокий взгляд в будущее. Это напрямую связано с развитием медиаграмотности и финансовой грамотности на фоне стремительного потока информации, который мы переживаем в настоящее время. С поддержкой Управления внутренней политики Карагандинской области Ассоциация предпринимателей области уже два года реализует познавательный-просветительский проект под названием «Глобальные компетенции и медиаграмотность». Основные цели проекта включают поддержку инициативы Президента «Давайте строить справедливый Казахстан вместе!», продвижение и реализация мероприятий по этому направлению, сохранение своей культуры и национальной идентичности, а также формирование навыков и активности у индивидуумов в работе с средствами массовой информации.

Социальная значимость проекта заключается в образовании и воспитании в области цифровой и медиаграмотности. В рамках этого проекта основное внимание уделяется ознакомлению с путями предотвращения различных угроз и мошенничества. Важно, что образовательные материалы строятся с учетом фактов о вреде финансовых пирамид, которые являются неотъемлемой частью концепции медиаграмотности. Образование в области медиаграмотности не только развивает критическое восприятие информации, но и помогает людям осознавать свою роль в процессе восприятия и анализа медиа-сообщений.

Медиаобразование является направлением, в котором обучаемые изучают законы массовых коммуникаций. Его главной задачей является подготовка общества, особенно молодежи, к требованиям современного информационного века, обучая их приемам восприятия и анализа различной информации, понимания воздействия на психику и использования вербальных и невербальных форм общения с помощью современных технологий.

Насущным вопросом является повышение финансовой грамотности населения. В Послании Президента говорится:

«Необходимо ввести образовательные программы, которые будут обучать основам финансовой и цифровой грамотности в школах и вузах». Это вызвано тем, что финансовые пирамиды стали одной из крупных угроз, которые «разоряют» людей. Несмотря на то, что проводится множество информационных анализов и предупреждений, большое количество казахстанцев все равно попадает в ловушки финансовых пирамид. Это связано с двумя основными причинами: во-первых, желанием быстро разбогатеть, и во-вторых, отсутствием финансовой грамотности. Влияние второго фактора значительно сильнее. Даже люди, обладающие знаниями, зачастую попадают в сети мошенников, пытаясь быстро заработать. К сожалению, у многих людей сочетаются оба эти фактора.

Как говорит аналитик Айкөз Ханетова: «В нашем обществе есть люди, которые, зная о финансовых пирамидах, все равно рискуют своими деньгами. В наше время очень сложно отличить настоящие компании от финансовых пирамид. Для этого необходимы хотя бы базовые знания финансовой грамотности. Однако иногда этого недостаточно. Мы видели и слышали, как даже очень грамотные люди теряли деньги, отдавая их мошенникам, потому что им обещали непомерную прибыль от новых компаний».

Рост числа финансовых пирамид также подпитывается ложными блогерами, которые активно продвигают такие схемы. Аудитория блогеров очень велика, а информация, размещенная ими, распространяется быстрее, чем в официальных СМИ. Это подчеркивает опасность необдуманных действий блогеров, которые могут повлиять на массы. Закон должен регулировать их статус, а также важность использования проверенной информации и методов в процессе информирования. Если будет четко определена ответственность, блогеры будут более осмотрительны перед публикацией информации.

Как подчеркнуто в Послании: «Мы – народ, который преодолел многие испытания благодаря сплоченности и единству. И в будущем мы продолжим двигаться в этом направлении. Давайте вместе строить справедливый и развитый Казахстан. Каждый из нас должен стать кирпичиком в построении своего государства, чтобы достичь своих целей и мечт». Реализация этой идеи является гражданским долгом каждого.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ДОВЕРИЕ К МЕДИА В КАЗАХСТАНЕ



Internews
in Kazakhstan

По результатам социологических исследований Internews in Kazakhstan

Гульнар Асанбаева

кандидат философских наук, доцент, представитель АМАС (Азиатского центра медиа, информации и коммуникаций) в Казахстане



1. Медиадверие: теории и измерения

Одним из главных вопросов, по которому можно судить о состоянии медиаграмотности является вопрос о доверии к медиа в целом. Социальная функция медиадверия – экономия времени и труда для аудитории СМИ, которая не имеет доступа к тем же источникам, что и профессиональные журналисты. Иными словами, медиадверие, – «готовность аудитории быть уязвимой к новостному контенту, основанная на ожидании, что СМИ будут работать удовлетворительным образом».

Наибольшую обеспокоенность сегодня вызывает обилие информации, создаваемой искусственным интеллектом. Острота вопроса набирает силу по мере интенсивного использования различных языковых моделей для автоматического производства контента. Зарубежные исследователи все чаще поднимают тему доверия к медиа. «Простое присутствие дипфейков заставит людей сомневаться во всем. После изнурительных атак ХАМАСа люди отвергли изображения как подделку, но они были подлинными. У нас может развиться чувство, что мы не можем доверять ничему» .

Как зарубежные, так и отечественные исследователи признают, что несмотря на актуальность проблемы доверия к медиа, на сегодня еще не разработаны единые методики измерения доверия. Из постсоветских исследований заслуживает внимания работа Б. Н. Лозовского, в которой автор уточняет, что доверие не стоит сводить к вниманию и интересу аудитории, к рейтингу, количеству «кликов», или к тиражу. К основным факторам доверия к журналистике автор относит: обращения за помощью и репутация журналистов и СМИ, представление всех точек зрения, прозрачность и честность, отсутствие радикального подхода к освещению негативных явлений и фактов, обратная связь и наличие определенного уровня медиаграмотности аудитории».

Однако в большинстве исследований идет речь о том, что несмотря на повышенный интерес к медиадверию, нет общего определения того, что именно подразумевает собой эта концепция, а также нет согласия по поводу ее операционализации.

2. Результаты измерения доверия к медиа в Казахстане

Авторы социологического исследования Internews in Kazakhstan осознавая ограниченность простых вопросов типа: «Каким источникам вы больше всего доверяете?», и не рассчитывая получить исчерпывающее решение проблем снижения доверия, дополнили опрос респондентов результатами фокус-группы с медиаэкспертами. И на сегодня это исследование представляет собой оригинальные сведения по проблемам доверия к медиа Казахстане.

В Казахстане растет число тех, кто предпочитает получать жизненно важную информацию из социальных сетей. По сравнению с исследованиями 2019 и 2021 годов, число таких респондентов увеличилось на 10% и составило 57% всех опрошенных. По возрастным категориям, для всех групп, за исключением респондентов в возрасте 60-65 лет, социальные сети являются приоритетным источником информации. Рост альтернативных источников информации – один из серьезных факторов, влияющих на доверие к ним, и сложно ожидать от аудитории устойчивого доверия одним и тем же источникам информации.

Очень важно, что при всей популярности социальных сетей как источников информации, доверяют им только 3%, а наибольшее доверие вызывает телевидение – 36%. В то же время значительная часть респондентов (17%) скептически относятся ко всем каналам информации.

Таблица 1. Уровень доверия к каналам информации (2023 г.)

Доверие к телевидению последовательно растет от младшей возрастной группы до старшей. Обратная ситуация наблюдается с интернет-СМИ: их выбирают в качестве приоритетного источника 25% молодежи и лишь 13% представителей старшей возрастной категории.

Таблица 2. Уровень доверия к каналам информации по возрастным группам.

Как влияет форма собственности медиа на доверие к ним? На протяжении 2021 и 2023 годов государственные СМИ остаются наиболее авторитетными для респондентов источниками информации, причем в 2023 году наблюдается даже небольшой рост показателя доверия к государственным медиа (с 52% до 54%). В то же время доверие к частным СМИ составляет 9-10% в оба периода исследований. Примечательно, что почти треть респондентов (31% в 2023 году и 34% в 2021 году) отметили полное недоверие как к государственным, так и к частным СМИ.

Часть исследователей полагают, что во влиянии формы собственности медиа на доверие к ним главенствующую роль играет правящий в стране политический режим. При этом, в демократических странах факт владения информационной компанией государством положительно коррелирует с уровнем доверия СМИ. В недемократических государствах ситуация обратная: если каналом или изданием владеет государство, аудитория доверяет ему меньше. Исключением здесь являются страны Северной Европы, которые имеют некоторые из самых сильных систем свободы СМИ в мире и высокое доверие к СМИ среди граждан.

Согласно барометру Эдельмана, также медиадоверие выше в более авторитарных обществах. Например, Китай (179 место из 180 в Индексе свободы прессы 2024 г.) демонстрирует самое высокое доверие к СМИ. В России (162 место из 180 в Индексе свободы прессы 2024 года), телевидение в основном является пропагандистской системой, навязывающей государственные идеи и работающей в интересах (политической) правящей элиты, до 51% населения выражают доверие телевизионным новостям.

В Казахстане в 2023 году доля респондентов, доверяющих республиканским СМИ, выросла до 49% по сравнению с 36% в 2021 году. Одновременно наблюдается снижение доверия к местным региональным медиа с 20% до 13%. При этом сохраняется высокий уровень общего недоверия к обоим типам СМИ: около трети опрошенных отметили, что не доверяют ни республиканским, ни региональным медиа.

Доля респондентов, отметивших, что доверяют отечественным СМИ, увеличилась до 57% по сравнению с 43% в 2021 году. Снизилось доверие к российским медиа (с 11% до 5%) и зарубежным (с 9% до 4%). В целом – около трети опро-

шенных выразили полное недоверие отечественным и зарубежным СМИ.

Полное недоверие в последних двух случаях может быть результатом низкой медиаграмотности аудитории. Так, по самооценке респондентов, основной навык медиаграмотности, – умение определить является ли информация заслуживающей доверия, – составил только 30%. Также недоверие, на наш взгляд, связано с низким уровнем навыков проверки достоверности получаемой информации. 57% респондентов ответили, что не знают, 13% что-то слышали, и только 30% признала, что осведомлена о факт-чекинге. Естественно, что аудитория в основной своей массе не обладает навыками проверки фактов, что ставит ее в зависимость от производителей любого контента, в том числе, дезинформации и пропаганды.

3. Мнения медиаэкспертов по вопросам повышения доверия к медиа

В ходе фокус-группы эксперты по медиаграмотности и представители медиаиндустрии высказали свои идеи и по повышению МИГ самих медиа. Профессиональные медиа должны поставлять достоверные новости, помогать медиапотребителям распознавать дезинформацию, в том числе, синтетическую информацию, созданную искусственным интеллектом. Этическим кодексам должны быть пересмотрены в соответствии с изменением технологий производства информации, особое внимание при этом уделялось развитию грамотности в искусственном интеллекте. Это перекликается с мнением зарубежных экспертов, которые прозвучали на Всемирном экономическом форуме: «Мы должны повышать информационную грамотность СМИ, повышать прозрачность и ответственно использовать ИИ.» (Кэти Ли, руководитель отдела ИИ, данных и Метавселенная, Всемирный экономический форум).

Второе, – на что обратили внимание эксперты, – серьезные вызовы со свободой слова в стране, что препятствует продвижению медиаграмотности.

И, наконец, прямые советы, основанные на результатах исследований Internews, – налаживание прямых контактов со своей аудиторией. Как выяснилось, респонденты практически никогда не обращались непосредственно в редакции по жизненно важным вопросам.

Таблица 3. Ответы респондентов на вопрос: «Обращались ли вы в редакции по жизненно важным вопросам?»

Такая же история с участием респондентов в интерактивных форматах СМИ. Естественно, вопросы о доверии к медиа в таких ситуациях просто неуместны.

4. Ограничения исследования и выводы

Опрос, проведенный Internews, не дает исчерпывающие ответы для решения проблем, связанных с кризисом доверия к медиа в Казахстане. Да, это и не являлось его задачей.

Медиаграмотность, обучение которой только набирает обороты в нашей стране, призвана воспитывать компетентных и критичных пользователей СМИ. Представьте себе, например, аудиторию, полностью доверяющую медиа, какой будет она?

Недоверие, на взгляд автора, не обязательно приводит к отключению от медиасферы, скорее, оно может в равной степени стать мотивацией для взаимодействия с дополнительными источниками новостей. Необходимы дальнейшие теоретические дискуссии о концепции доверия, чтобы прийти к её оптимальным операционализациям для более точной оценки преимуществ и проблем доверия и недоверия к медиа.



Таблица 1. Уровень доверия к каналам информации (2023 г.)



Таблица 2. Уровень доверия к каналам информации по возрастным группам

| | Группы по возрасту | | | | |
|--|--------------------|-------|-------|-------|-------|
| | 14-18 | 19-29 | 30-45 | 46-60 | 61-65 |
| Телевидение | 25% | 29% | 35% | 45% | 59% |
| Информационные сайты | 25% | 28% | 25% | 18% | 13% |
| разговоры с друзьями, родственниками, знакомыми | 16% | 8% | 10% | 10% | 6% |
| Нет каналов, которым я доверяю | 17% | 18% | 19% | 16% | 11% |
| Затрудняюсь ответить | 2% | 3% | 1% | 1% | 1% |

Таблица 3. Ответы респондентов на вопрос: «Обращались ли вы в редакции по жизненно важным вопросам?»

