

Просвещение и повышение уровня интернет-грамотности

Кэти Уинг

Что такое интернет-грамотность

В 1962 году канадский медиаидеолог Маршалл Маклюэн ввел в обращение понятие «глобальная деревня», символизирующее все более тесные связи между людьми в планетарном масштабе благодаря электронным технологиям. За последние 20 лет в нашу жизнь вошли такие новые электронные технологии, как Интернет, спутниковое телевидение, мобильные телефоны, цифровые камеры и беспроводные устройства, которые делают это понятие реальностью. Хотя значительная часть развивающегося мира все еще находится за пределами этой «деревни», большинство населения планеты смотрит одни и те же телепрограммы и фильмы, слушает одну и ту же музыку и посещает одни и те же сайты Всемирной паутины.

В мире, страдающем от переизбытка информации, призыв Маклюэна к активному изучению возможностей медиа как никогда актуален. В XXI веке перед педагогами встала задача повышения уровня грамотности во многих новых областях, в частности медиаграмотности, приобретающей исключительно важную роль в век электронных средств информации, развлечения и связи.

Работа по повышению уровня медиаграмотности ведется во всем мире вот уже 40 лет, а во многих странах, таких как Канада, Австралия и Соединенное Королевство, ей придается огромное значение. Канадцы всегда испытывали потребность в аналитическом, вдумчивом подходе к медиа, учитывая всепроникающий характер массовой культуры, распространяемой нашим ближайшим соседом – Соединенными Штатами. Тем не менее в канадских школах повышением уровня медиаграмотности начали заниматься сравнительно недавно. Вплоть до 1980-х годов критики считали повышение уровня медиаграмотности «ненужной роскошью». К счастью, сегодня в нашем многоуровневом интерактивном информационном обществе отношение к этой проблеме изменилось. Занятия по овладению культурой пользования медиа стали неотъемлемой частью

изучения словесности в школах всех канадских провинций. Местные органы образования все больше приходят к пониманию того, что истинная грамотность предполагает развитие у молодых людей критического мышления и способности к избирательному и осмысленному восприятию того, что они видят, слышат и читают как на уроках, так и вне школы.

Тема настоящей статьи – медиаграмотность: что это такое, подходы к повышению ее уровня, примеры наиболее удачного опыта обучения культуре пользования медиа, ее внедрения в школах, семьях и сообществах.

Определение медиаобразования и медиаграмотности. Медиапедагог Дэвид Букингом определяет медиаобразование как процесс обучения и изучения медиа, а медиаграмотность – как *результат* этого процесса – комплекс знаний и навыков, приобретенных учащимися.

Курс медиаобразования был назван идеальной учебной программой, потому что он вобрал в себя самые современные достижения педагогической практики, носит междисциплинарный характер, развивает критическое мышление, ориентирован на учащихся и уделяет особое внимание поиску и анализу информации, а также самостоятельному изучению предмета.

Медиаобразование призвано развивать у учащихся исследовательский подход к медийным сообщениям, стремление установить их адресную направленность, авторов и цели их обращения к данной аудитории, авторскую позицию, степень репрезентативности изложенных в них взглядов, применяемые авторами способы привлечения внимания аудитории. Курс медиаобразования не ставит целью дать правильные ответы, а стремится научить задавать правильные вопросы для расширения прав и возможностей учащегося и гражданина на протяжении всей жизни.

По завершении курса учащиеся приобретают знания, необходимые для грамотного и критического *прочтения* информационных, развлекательных и рекламных материалов, ежедневно публикуемых в средствах массовой информации. Они умеют использовать критическое мышление, жизненный опыт и умение ставить правильные вопросы в отношении любой продукции или сообщений СМИ, включая видеоклипы, Интер-

нет-среды, размещенную в фильмах рекламу и виртуальную рекламу на футбольных полях. Они умеют анализировать содержащийся в них материал с точки зрения того, какая информация там содержится, а какая отсутствует, задавая себе вопрос о том, какие цели преследует та или иная медиапродукция, кто за нее платит, какие ценности она утверждает и чьим интересам служит, а также как это все влияет на информационное наполнение.

Медиапространство обширно и аморфно и включает в себя не только средства массовой информации и развлечения, такие как газеты, журналы, телевидение, кино и Интернет, но и многие формы поп-культуры, такие как мода, игрушки, знаменитые люди и т. д. Тот, кто пытается сориентироваться в этой области, должен исходить из определенных концептуальных посылок при обсуждении различных сложных и взаимосвязанных факторов. Вот некоторые из таких посылок, применяемые канадскими преподавателями при анализе медиапродуктов¹:

1. Все медиаматериалы сконструированы.
2. СМИ конструируют действительность.
3. Аудитория предопределяет содержание медиасообщений.
4. СМИ преследуют коммерческие цели.
5. СМИ идеологизированы и проповедуют те или иные ценности.
6. СМИ преследуют социальные и политические цели.
7. В СМИ форма и содержание взаимосвязаны.
8. Каждый вид СМИ имеет уникальную эстетическую форму.

Привлечение подростков к занятиям по повышению медиаграмотности должно проходить не под флагом их защиты от крайних проявлений и зол субкультуры, находящейся на стыке высоких технологий, СМИ и потребительского капитализма, а в форме приглашения к диалогу. По убеждению Дэвида Букингема, вместо того чтобы рассматривать подростков как жертв масскульты, нуждающихся в «спасении», их следует заинтересовать аналитической работой и теми подлинными радостями, которые она несет².

1 J.S.J. Pungente and B. Duncan, *Media Literacy Resource Guide*, Ontario Ministry of Education (Toronto, 1989).

2 R. Hobbs, «The seven great debates in the media literacy movement», *Journal of Communication*, 1998.

Успешное внедрение медиаграмотности в общеобразовательные программы. В 1990 году участники конференции «Новые методики повышения уровня медиаграмотности», организованной ЮНЕСКО в Университете Тулузы, в том числе представители британского Института кино и Совета Европы, наметили 4 стадии успешного внедрения курса по повышению уровня медиаграмотности в национальные системы образования:

1. Разработка соответствующими органами образования на общегосударственном или региональном уровне методических указаний к учебным программам.
2. Разработка программ подготовки преподавателей вузов, для которых специализацией или профилирующей дисциплиной будет изучение СМИ.
3. Разработка программ консультационной поддержки преподавателей на рабочем месте, летних курсов усовершенствования, создание государственных центров для профессионального роста преподавателей конкретных дисциплин, организация оперативной обратной связи между составителями специализированных программ и школьными учителями.
4. Разработка образовательных ресурсов для преподавателей – составление, опробирование и публикация учебников, планов теоретических и практических занятий, плакатов, вспомогательных брошюр, подготовка аудио-визуальных учебных пособий и других средств обучения³.

Канадский медиапедагог Джон Пендженте, изучающий преподавание этого предмета в разных странах, выделяет следующие дополнительные факторы успеха:

1. Медиаграмотность, как и другие инновационные программы, должна инициироваться снизу. Преподаватели должны первыми начать лоббировать включение этой дисциплины в учебный план.
2. Школам требуются консультанты – специалисты в области медиаграмотности, которые создадут коммуникационные сети.
3. Необходимо применять средства оценки степени усвоения учебного материала с учетом уникальной специфики медиаобразования.

4. Принимая во внимание тот факт, что медиаграмотность предполагает овладение разнообразными навыками и знаниями, обучение требует совместных усилий преподавателей, родителей, исследователей и профессиональных работников СМИ⁴.

Включение курса интернет-грамотности в программу медиаобразования. Интернет повысил значимость воспитания независимого мышления и повышения уровня информированности медиапотребителей. Ввиду того что для Интернета не существует географических границ, многие нормативно-правовые стандарты, которые мы принимаем как должное, в том числе регулирующие характер рекламных материалов и передач для молодежи, на него не распространяются. В Интернете работает бесчисленное количество издателей, но там практически никто не отвечает за достоверность и надежность информации. Кроме того, СМИ уже не являются пассивными проводниками медиапродукта от изготовителя до потребителя – они стали интерактивными по своей природе. И наконец, потребители медиапродуктов могут теперь также выступать в качестве их *производителей и распространителей*. Последние два фактора – интерактивность и возможность производства и распространения медиапродуктов частными лицами – радикально изменили роль, которую играют СМИ в нашем обществе, особенно в жизни молодых людей. В этой новой информационной среде необходимость в медиаграмотности стала абсолютной.

Преподавателям принадлежит особая роль в интеграции обучения интернет-грамотности в структуру традиционного медиаобразования в условиях неуклонного продвижения современного общества к объединению всех медиажанров – Интернета, телевидения, радио, видеофильмов, CD-ROM, DVD, компьютерных игр и многих видов рекламы – в единый «малозэкранный» информационно-развлекательный комплекс.

3 См. *Four Steps to Success in Media Literacy*, 1991 <http://www.medialit.org/reading_room/article125.html>

4 См. *Nine Factors that Make Media Literacy Flourish*, 2002 <http://www.media-awareness.ca/english/resources/educational/teaching_backgrounders/media_literacy/9_factors.cfm>

Опрос, проведенный в 2003 году медиаобразовательной организацией Media Awareness Network среди молодых канадских пользователей Интернета, выявил недовольство студентов стремлением взрослых контролировать их работу в Интернете. По мнению респондентов, все усилия, направленные на то, чтобы оградить их от нежелательных сайтов, бесполезны – Сеть предлагает слишком много средств доступа к этим сайтам и возможностей для безнадзорного просмотра. По их мнению, в Интернете упор следует делать не на *контроль* или *цензуру*, а на *ответственное принятие решений*. Молодые люди считают – вместо того чтобы тратить время, деньги и силы на бесполезные попытки оградить детей от материалов, не соответствующих их возрасту и уровню развития, следует направлять усилия на расширение возможностей, в первую очередь для детей, учиться делать осознанный выбор и формировать навыки принятия решений.

Преподаватели приходят к пониманию того, что следует обучать подростков не только основам поиска информации в Интернете, но и умению аналитически и избирательно воспринимать огромные объемы предлагаемой Интернетом информации. Однако квалификация большинства учителей не позволяет им включить уроки по повышению уровня интернет-грамотности в свою повседневную преподавательскую практику. По данным исследования инфраструктуры ИКТ, проведенного канадским Бюро статистики в апреле 2004 года, 97 процентов канадских начальных и средних школ, общее число которых составляет 15,5 тыс., подключено к Интернету. Однако менее половины директоров школ считают, что их преподаватели способны эффективно применять на уроках высокие информационные и коммуникационные технологии, включая Интернет, для повышения качества обучения.

Существует множество препятствий на пути подготовки преподавателей к этой работе, например отсутствие возможности профессионального роста, нехватка средств для классной работы и недостаточное осознание необходимости этой подготовки со стороны педагогических факультетов. Несмотря на то что мы понимаем важность формирования у учащихся навыков критического восприятия доступной им сегодня информации, поддержка со стороны органов образования практически отсутствует.

Интернет-грамотность и антирасистское воспитание. Основой медиаобразования является концепция образа – какими мы видим себя и какими нас видят другие. В представляющих большинство населения СМИ национальные меньшинства изображаются так, что они воспринимаются молодежью как чужаки, подрывают мнение молодых людей из этих групп населения о самих себе в ущерб социальному единству общества. В мультикультурном демократическом обществе программа медиаобразования должна учитывать культурное многообразие и специфику составляющих его этнических групп.

До сих пор программы медиаобразования ориентировались главным образом на достаточно стереотипный и во многом предвзятый подход традиционных СМИ к этой теме. С появлением Интернета возникли новые проблемы. В Сети появляются открытые декларации ненависти к этническим и расовым меньшинствам. По данным социологического опроса, проведенного организацией Media Awareness Network среди 6 тыс. канадских школьников в возрасте от 9 до 17 лет, двое из 10 молодых людей заходили на сайты, полные ненависти к отдельным личностям или группам⁵.

На заре эры Интернета разжигатели ненависти пытались распространять свои идеи через интерактивные форумы. В условиях свободы печати эти выступления получили энергичный отпор на страницах СМИ, где против них были выдвинуты убедительные аргументы, доказывающие их несостоятельность. По этой причине разжигатели ненависти ушли в менее интерактивные области киберпространства, такие как Сеть, где можно было избежать открытой конфронтации с теми, кто не разделял их взгляды. Кроме того, на веб-сайтах можно было вербовать потенциальных сторонников в «группы ненависти» через чаты и по электронной почте, находясь вне поля зрения общественности.

По мере того как у пользователей Интернета оставалось все меньше возможностей для прямого противодействия разжигателям ненависти и разоблачения их демагогии, задача повышения бдительности молодых людей в отношении онлайн-новой пропаганды ненависти во всех ее многочисленных фор-

5 См. *Young Canadians In a Wired World: The Students' View*, 2001 <http://www.media-awareness.ca/english/special_initiatives/surveys/phase_one/students_survey.cfm>

мах и обучения анализу стратегии ее воздействия на пользовательскую аудиторию приобретала все большее значение. Хотя крайние проявления человеконенавистнической пропаганды распознать легко, в Сети она не всегда ведется открыто, некоторые проповедники расовой и иной ненависти прибегают к более изощренным методам пополнения своих рядов. Они создают развлекательные и игровые сайты для детей, музыкальные сайты для подростков, проникают в чаты или тематические конференции, часто посещаемые подростками, и даже создают сайты, на которых подросткам даются домашние задания. Чтобы оградить молодых пользователей Сети от человеконенавистнической пропаганды, следует привить им навыки критического мышления, научить вскрывать подтекст проповедей ненависти и читать между строк.

Повышение интернет-грамотности в Канаде. В 1999 году ККРТ (Канадская комиссия по радио, телевидению и телекоммуникациям), национальный орган, регулирующий деятельность вещательных СМИ и телекоммуникации, принял постановление не подвергать Интернет цензуре. В постановлении говорилось, что интернет-провайдеры, правительственные и неправительственные организации должны сотрудничать в создании саморегулируемой образовательно-информационной среды, которая оказывала бы положительное влияние на молодежь Канады и способствовала бы ее интеллектуальному обогащению.

С тех пор представители различных слоев канадского общества приложили немало совместных усилий к формированию партнерства, в которое вошли общественные, коммерческие и некоммерческие организации, для разработки программ, прививающих детям и подросткам навыки критического мышления, необходимого для плодотворной работы в Сети.

Стратегия правительства Канады в отношении киберпространства. В феврале 2001 года правительство Канады анонсировало свою стратегию борьбы с размещением в Интернете материалов оскорбительного и незаконного характера. Эта стратегия направлена на повышение общеобразовательного и интеллектуального уровня канадцев, с тем чтобы они стали «сознательными, грамотными и ответственными» пользователями Интернета. Хотя канадское законодательство, регулирую-

ющее информационное содержание Интернета, достаточно эффективно, правительство страны признает, что для успешной борьбы с оскорбительным и незаконным контентом законодательные нормы должны дополняться «высоким уровнем пользовательской бдительности, культуры и информированности» в качестве фундамента этой стратегии.

Особая роль здесь отводится некоммерческой организации «Сеть информации о СМИ» (Media Awareness Network, MNet), которая способствует повышению уровня медиаобразования в канадских семьях, школах и в обществе в целом⁶.

Социологический опрос молодых канадских пользователей Интернета. Для сохранения критического подхода и способности адаптироваться к стремительному техническому прогрессу интернет-грамотность требует проведения углубленных исследований на постоянной основе. В 2000–2001 годах медиаобразовательная структура MNet провела всеобъемлющее и масштабное исследование такого рода в Канаде, чтобы полнее и глубже понять вопросы, связанные с использованием Интернета молодыми людьми, их отношением к Сети и поведением в ней. Первый этап осуществления исследовательского проекта «Молодые канадцы в сетевом мире» (МКСМ), финансируемого федеральным правительством Канады, принес количественные и качественные результаты и включал:

- телефонный опрос 1080 родителей в домах, где имеются ПК;
- фокус-группы родителей и детей в возрасте от 9 до 17 лет;
- опрос 5682 учащихся 4-х – 11-х классов по всей стране.

Результаты опроса подтвердили, что канадская молодежь активно использует Интернет. Однако исследование также показало, что сегодня, в эпоху широких возможностей подключения, есть существенное различие между представлением родителей о том, в каких целях их дети используют Интернет, и тем, чем в действительности занимаются дети в онлайн-пространстве.

Результаты исследования, проведенного в рамках первого этапа осуществления проекта МКСМ, привлекли внимание многих заинтересованных групп населения и были восприня-

6 Cyberwise Strategy: <http://www.media-awareness.ca/english/special_initiatives/surveys/phase_one/index.cfm>

ты как призыв к решению проблем и ликвидации рисков, связанных с использованием молодежью новых информационных технологий. Канада извлекла большую пользу из этого исследования. Полученные данные способствовали:

- усовершенствованию методики использования Интернета в школах и публичных библиотеках Канады;
- конкретизации правительственной политики в этой области (например, постановление правительства Канады «О материалах оскорбительного и незаконного содержания, распространяемых в Интернете»);
- созданию обширной интернет-образовательной программы, рассчитанной на обучение преподавателей, родителей, библиотекарей и студентов наиболее эффективным методам безопасного и ответственного применения новых информационных технологий молодыми пользователями⁷.

Осенью 2002 года MNet приступила к осуществлению второго этапа проекта МКСМ в репрезентативных фокус-группах молодых людей и родителей. Это количественное исследование, финансируемое организацией Industry Canada, показало, что с 2001 года медиаландшафт страны значительно изменился. В 2005 году MNet возобновит социологические исследования в школах, участвовавших в осуществлении первого этапа проекта МКСМ, и проведет опрос еще 6 тыс. студентов, чтобы путем сравнения с первичными данными выяснить, насколько изменилась с тех пор структура пользования Интернетом и отношение к нему⁸.

«Ориентация в интернет-пространстве в условиях Канады».

В 1999 году MNet начала реализацию программы «Ориентация в интернет-пространстве в условиях Канады». Цель этой инициативы – объяснить библиотекарям и преподавателям, с какими проблемами сталкиваются молодые пользователи Сети и какие возможности перед ними открываются, а также способствовать большей осведомленности взрослых, которые оказывают молодым людям помощь в освоении Интернета, и сделать отношения между ними более доверительными. Программа нацелена на создание основанных на партнерстве взаимоотношений в школах и библиотеках – первых государственных учреждениях, полностью подключенных к Интернету – путем соответствующей переподготовки преподавателей

и библиотекарей и создания условий для децентрализованного осуществления программы на местах.

Программа «Ориентация в интернет-пространстве в условиях Канады» уже завоевала призы и международное признание за поощрение практического использования ИКТ в учебных заведениях и в быту. Вероятно, самым важным результатом реализации программы стала закупка правительствами провинций лицензий на использование учебно-методических комплексов, разработанных в рамках программы «Ориентация в интернет-пространстве в условиях Канады», дающих возможность тысячам школьных учителей, библиотекарей, родителей, работников местных органов администрации и здравоохранения самостоятельно повышать уровень своей сетевой квалификации.

Инициативы Канадской библиотечной ассоциации (КБА).

Охват Сетью канадских библиотек достаточно широк – свыше 98 процентов из них подключено к Интернету, а свыше 90 процентов являются интернет-провайдером для своих абонентов. За последние годы КБА, государственное объединение англоязычных библиотек, стало играть ведущую роль в вопросах, связанных с предоставлением доступа в Интернет в публичных библиотеках страны. В Канаде многие публичные библиотеки подвергались критике за предоставление доступа к «неотфильтрованным» интернет-ресурсам, что подрывало доверие к ним со стороны местной общественности. Сегодня библиотекарю сочетают традиционную роль защитников свободы информации с защитой своих абонентов, в особенности детей, от материалов оскорбительного и потенциально незаконного содержания, распространяемых в Сети.

В недавно выпущенном заявлении «О доступе в Интернет» КБА призывает библиотеки «предоставлять пользователям доступ в Интернет с минимальными ограничениями» и «возглавить кампанию по разъяснению общественности проблем,

7 Canada's Children In A Wired World: The Parents' View: <http://www.media-awareness.ca/english/special_initiatives/surveys/phase_one/parents_survey.cfm>
Young Canadians In A Wired World The Student's View: <http://www.media-awareness.ca/english/special_initiatives/surveys/phase_one/students_survey.cfm>

8 Young Canadians In A Wired World – Phase II, Focus Groups: <http://www.media-awareness.ca/english/special_initiatives/surveys/phase_two/upload/yccww_phase_two_report.pdf>

связанных с использованием этого пока неизбирательного и нерегулируемого средства массовой информации»⁹.

КБА совместно с MNet выступила с инициативой развертывания на базе публичных библиотек общенациональной системы интернет-образования с применением учебно-методических комплексов, разработанных в рамках программы «Ориентация в интернет-пространстве в условиях Канады». Программа предусматривает соответствующую подготовку библиотекарей, которые, в свою очередь, будут обучать абонентов публичных библиотек грамотной работе в Интернете. Идя навстречу пожеланиям библиотек, MNet подготовила учебно-методический комплекс «Воспитание сетевого поколения» и представила его на суд общественности.

В феврале 2003 и 2004 годов КБА совместно с MNet и Bell Canada, крупнейшим интернет-провайдером Канады, провела День сетевого образования. Цель данной акции – разъяснить общественности важность повышения интернет-грамотности и рассказать о роли, которую играют в этом публичные библиотеки. В тот день библиотеки по всей стране организовали «день открытых дверей», семинары по повышению безопасности пользования Интернетом и другие специальные мероприятия, а также раздачу информационных брошюр и другой литературы для родителей. В День сетевого образования публичные библиотеки продемонстрировали свою готовность поддерживать родителей и общественность в деле приобщения молодых канадцев к основам интернет-культуры на уровне требований XXI века.

Кампания «За безопасность сетевой информации». Многие еще предстоит сделать для подготовки взрослых к решению проблем, связанных с использованием Интернета дома, в школе, в населенных пунктах. В частности, речь идет о родителях, которых всерьез тревожат негативные стороны Всемирной паутины, собственная неспособность регулировать потоки интернет-информации и сетевое поведение своих детей. Родители, желающие быть посредниками между Интернетом и детьми, нуждаются в советах, руководстве и поддержке со стороны системы образования, правительства и сектора ИКТ.

В 2004 году медиаобразовательная организация MNet совместно с интернет-провайдерами Microsoft Canada и Bell Canada и коалицией ведущих канадских организаций начали

общенациональную кампанию «За безопасность сетевой информации»¹⁰. Цель данной инициативы – напомнить родителям о том, что существует проблема безопасности пользования Интернетом и что им необходимо вмешиваться в этот процесс. Кампания предусматривает инструктирование родителей по телевизору и радио, в печати и средствах наружной рекламы о том, как зайти на веб-сайт «За безопасность сетевой информации». Сайт, разработанный MNet, содержит множество сведений, необходимых родителям для защиты детей от потенциальных рисков, связанных с пребыванием в интернет-пространстве.

Каждый из нас повседневно усваивает, оценивает и сортирует огромные объемы данных и различные сообщения в сложной информационно-развлекательной культурной среде. В этих условиях понятие грамотности не ограничивается традиционными рамками умения читать, писать и считать – сегодня мы говорим об информационной, визуальной и медиаграмотности.

Современные молодые люди пользуются высокими технологиями для развлечения, учебы, научных исследований, совершения покупок и общения. Правительства, сектора ИКТ и образования, а также библиотеки осознают, что должно измениться понимание важности традиционных видов грамотности. Их нельзя отодвигать на задний план, а нужно помочь молодым людям использовать весь накопленный багаж знаний для управления потоками информации, понимания и обработки сообщений, которые они получают, и создания собственных информационных продуктов.

9 Canadian Library Association, Internet Service in Public Libraries – A Matter of Trust. Net Safe/Net Smart: Managing and Communicating about the Internet in the Library, 2001. Доступно по адресу: <<http://www.cla.ca/netsafe/index.htm>>

10 Be Web Aware: <<http://www.bewebaware.ca>>

Кристиан Мёллер и Арно Амуру (ред.)

**Передовой опыт распространения
медиаобразования в Канаде на примере
медиаобразовательной организации
Media Awareness Network (MNet)***

На различных конференциях, посвященных свободе СМИ и организованных представителем ОБСЕ, было достигнуто соглашение о том, что методы фильтрации и блокировки непригодны для защиты молодых людей от потенциально вредных или нежелательных материалов, распространяемых в Интернете. Участники конференций пришли к единодушному мнению, что наилучшим средством обучения молодежи критическому подходу к онлайн-материалам является распространение медиаобразования и в частности повышение интернет-грамотности. Как заметил проф. Фредерик М. Лоренс на ежегодном Совещании ОБСЕ по человеческому измерению в Варшаве в 2004 году, «образованный ум является лучшим фильтром».

Целью медиаобразования является воспитание грамотного пользователя СМИ. Многие деятели в области образования твердо убеждены, что сегодня медиаграмотность детей и подростков предполагает их умение читать, понимать и критически осмысливать информацию, поступающую в различной форме. Медиаграмотность – это способность к анализу, оценке и критическому восприятию информации. Эта способность лежит в основе здорового информированного общества и приобретает все большее значение по мере того, как молодые люди обращаются к Интернету в качестве главного источника информации.

Сегодня дети растут в условиях постоянно усложняющейся глобальной медиасреды. В докладе ЮНЕСКО 2001 года говорится, что возникают новый медиаландшафт и новый медиопорядок. Медиакультура меняется. Стало меньше ограничений для потоков информации, и ее объемы возрастают; национальные медиарынки интегрируются в глобальную медиаструктуру; медиаресурсы Интернета теперь доступны любому человеку, где бы он ни находился; границы между Интере-

том, телевидением, радио, прессой, книгой и телефоном размываются.

В этом медиамире без границ, мире VCR и DVD-проигрывателей, спутникового телевидения и Интернета дети и подростки имеют широкий доступ к медиапродукции всего мира. Рейтинговых и классификационных систем, правовых и промышленных кодов и норм уже недостаточно для защиты молодежной аудитории, особенно в условиях массового применения беспроводных средств доступа в Интернет, растущей популярности онлайн-видеоигр, фильмов и музыки. Цифровые медиа выходят из-под контроля законодателей, и ответственность за их воздействие теперь ложится на самих пользователей.

И все же необходимо разработать как законодательные меры защиты от материалов незаконного и оскорбительного характера, так и рекомендации по саморегулированию. В связи с тем что контролировать информационное наполнение в глобальной медиасреде сложно, ответственность, образованность и информированность пользователя должны лечь в основу любого подхода. Поэтому при повышении интернет-грамотности следует уделять особое внимание развитию образовательных ресурсов и изучению особенностей использования Интернета молодежной аудиторией.

По результатам социологического опроса, проведенного канадской организацией MNet, канадские подростки очень активно пользуются Интернетом – почти 50 процентов из них проводят в Сети от 1 до 3 часов ежедневно, причем половина – без присмотра старших. Многие пользователи отметили наличие в Интернете материалов, пропагандирующих межнациональную и межконфессиональную рознь. Восемнадцать процентов молодежной интернет-аудитории обнаружило сайты, преисполненные ненависти к отдельным лицам или группам лиц. Объектом ненависти части этих сайтов (21 процента) были группы людей определенной расовой, половой, религиозной или языковой принадлежности либо сексуальной ориентации.

* Примеры передовой практики были взяты из различных сообщений организации MNet, любезно предоставленных Кэти Уинг, Джейн Таллим и Маргарет Скок из канадской организации MNet.

Для того чтобы помочь молодым людям защититься от опасностей, которые таит в себе Интернет, развивать критическое мышление и способность принимать правильные решения, необходимо уделять больше внимания соответствующей подготовке преподавателей и библиотекарей. Канадское правительство финансирует антирасистские программы, направленные на просвещение преподавателей и учащихся в отношении ценности культурного плюрализма и опасностей, которые представляют собой разжигающие межэтническую и иную ненависть материалы в Сети. Эти программы предусматривают профессиональное совершенствование для преподавателей, классные занятия и интерактивные игры для учащихся.

Эффективная стратегия в области медиаобразования, направленная на борьбу с пропагандой ненависти в Сети, должна начинаться с разбора стереотипов и предубеждений. Учителям и учащимся предлагается проанализировать собственные культурные предубеждения и предвзятые мнения. Затем им следует изучить механизм действия стереотипов в обществе и массовой культуре и влияние отрицательных стереотипов на отношение к тем или иным группам людей.

Союз по изучению межрасовых отношений г. Торонто выпустил плакат, удостоенный специальной премии, который задает тон программе «Медиа и расы». Плакат демонстрирует легкость, с которой создаются ложные суждения и представления о людях. На нем изображено некое лицо и список преступлений, с которым оно может ассоциироваться в наших глазах. В конце списка мы читаем, что на фотографии не правонарушитель, а полицейский в момент задержания преступника.

Чтобы облегчить преподавателям понимание специфики подачи информации в Интернете, их знакомят с ключевыми принципами, лежащими в основе медиаобразования. Первый принцип исходит из того, что восприятие аудиторией информации является *опосредованным*. Все мы преломляем предлагаемые нам медиапродукты сквозь призму собственного жизненного опыта, наших знаний и убеждений. Медиаобразование призвано отучить молодых людей от пассивного и бездумного потребления медиапродукции и побудить их к критическому анализу того, что они видят.

Затем им следует объяснить, что все медиасообщения тщательно отредактированы. Содержание информационных сообщений о гражданах, населенных пунктах и событиях подчинено жесткому сценарию, в котором расставлены все нужные авторам акценты. Меньшинства (то есть целые группы людей) могут преподноситься как заслуживающие – или не заслуживающие – права на существование. Хронический дефицит информации об этих меньшинствах придает тем односторонним сведениям, которые доходят до нас, особую значимость, тогда как наличие полной и всесторонней информации о характерных особенностях той или иной группы общества практически не оставляет места для обобщений. В то же время многие традиционные СМИ создают и укореняют в массовом сознании определенные расовые стереотипы. Примером могут служить некоторые идеи в сфере расовых и гендерных отношений, пропагандируемые такими рассчитанными на молодежь медиажанрами, как музыкальные видеоклипы и кинофильмы. Стереотипные изображения их персонажей, даже выполненные из лучших побуждений, закрепляют образ носителей определенных расовых признаков как «чужаков».

Другой важный раздел программы медиаобразования – «СМИ как большой бизнес». Следует объяснить учащимся, что повышенный рыночный спрос на боевики преимущественно с белыми героями в значительной степени определяет содержание и масштабы продукции североамериканских киностудий.

Наконец, следует объяснить учащимся, что все медиа являются в конечном счете проповедниками тех или иных идеологических ценностей, авторитета и влияния.

В рамках второй медиаобразовательной программы, созданной MNet, – «Анатомия онлайн-пропаганды чело-веконенавистничества» – анализируется вклад стереотипов и предубеждений, установившихся в медиакультуре, в формирование расистских взглядов и установок; кроме того, учителям и школьникам демонстрируются примеры чело-веконенавистнических проявлений в Сети. Семинар для преподавателей открывается просмотром казалось бы невинных веб-ресурсов, которые на самом деле являются прикрытием для «Стормфронта», организации, проповедующей превосходство белой расы. Волну ненависти, захлестнувшую некоторые сайты, порой

бывает трудно отделить от интернет-культуры в целом и даже от молодежной онлайн-культуры. Программа представляет весь спектр « посланий ненависти », адресованных детям и подросткам, – от топорных « фельетонов » до примитивных карикатур, размещенных на юмористических страничках, популярных среди молодежи, и онлайн-игр, культивирующих деградацию и насилие под видом развлечения; демонстрируются и веб-сайты, созданные проповедующими человеконенавистнические идеи организованными группами. Для того чтобы научить проводить грань между сатирой и юмором, нетерпимостью и оскорбительным высказыванием, участников на примере конкретных сайтов просят определить, где кончается примитивный юмор и начинается пропаганда ненависти.

Далее участникам объясняют, какие каналы – разжигатели человеконенавистнических настроений используют для воздействия на молодежную аудиторию Интернета: это и музыкальные программы, и клубы по интересам, и дискуссионные форумы, и онлайн-игры. Демонстрируются способы эксплуатации ими мультимедийных возможностей этой мощной интерактивной среды, искусное применение ключевых слов в мета-тегах. Рассматриваются средства воздействия человеконенавистнической пропаганды на общественное мнение путем подробного анализа используемой в реальных человеконенавистнических сайтах игры слов, оскорблений, символов и образов, ссылок на религиозные авторитеты, псевдонаучных доводов, идей национализма, разжигания страха, призывов к ревизионизму.

Вместе с учащимися преподаватель тщательно анализирует, например, ревизионистский сайт, находящийся на сервере одного из американских университетов. Он объясняет участникам семинара, как определять источник информации путем сравнения полученных об авторе сайта данных, обозначения персональных страниц в URL-адресах и поиска ссылок, для того чтобы установить, какая организация заходит на данный веб-сайт или ссылается на него.

Учащихся просят высказываться по различным аспектам проблемы онлайн-пропаганды человеконенавистничества, например о том, насколько прилично для университета предоставлять доступ через свой сервер к веб-страницам, содержащим заведомо лживую и подстрекательскую информа-

цию, или о том, где проходит грань между свободой самовыражения, с одной стороны, и публикацией материалов непристойного или незаконного характера в Сети – с другой. В конце концов учащиеся приходят к выводу, что в сущности «человеконенавистнические сайты» есть не что иное как самая обычная «агитка» – но в новой яркой упаковке.

Одним из наиболее перспективных учебных пособий этой программы, находящимся ныне на стадии разработки, является интерактивная игра «Союзники и противники». Ее участникам предлагается зайти на «инопланетные» веб-сайты – сначала самостоятельно, а затем в сопровождении гида-комментатора, – где они сталкиваются с предрассудками, дезинформацией и дискриминацией. Этот ресурс позволит учащимся изучить проблемы, связанные с человеконенавистническими сайтами, чисто академически, без нагнетания агрессивных эмоций.

Очень важно научить детей оценивать достоверность онлайн-информации: по данным опросов, дети считают экран компьютера более авторитетным источником, чем взрослых. Результаты исследования, проведенного MNet, показали, что 40 процентов подростков склонны доверять *большой части* найденной в Сети информации.

Задача программы MNet «Факт или выдумка» – обучить преподавателей и учащихся основным приемам установления достоверности онлайн-информации. Кроме того, MNet разработала серию игр и учебных модулей, при помощи которых учащиеся смогут отличить правду от вымысла в контенте:

- «Оценка реальности» – новый ресурс для занятий в классе по проверке достоверности онлайн-информации и выявлению предубеждений и стереотипов в интернет-контенте.
- «КиберСмысл и бессмыслица» – интерактивная игра на веб-сайте MNet, в ходе которой дети в юмористической форме учатся определять достоверность информации. Наткнувшись на веб-сайт под названием «Мы ненавидим волков», три КиберПоросенка на собственном опыте приходят к пониманию того, в чем состоит разница между достоверной информацией, основанной на проверенных фактах, и крикливыми, но пустыми разглагольствованиями.

- Для малышей MNet разработала игру «Умники–дураки» – путешествие мальчика и его сестренки по Сети. Ученики должны решить, разумно или глупо эта парочка поступает в различных ситуациях. Например, когда в поисках материалов на тему о правах человека брат находит сайт «Домашнее задание», он должен решить, использовать ли найденную информацию. Дети обнаруживают, что мальчик совершил глупость, приняв содержание сайта за чистую монету – «Домашнее задание» на проверку оказывается хорошо замаскированным человеконенавистническим сайтом.

Одна из главных целей программ повышения медиаграмотности, осуществляемых как правительственными, так и неправительственными организациями, – сделать их достоянием тех сообществ, которые в них нуждаются. Распространяются программы в основном через Интернет. Многие тематические интернет-ресурсы, применяемые на школьных занятиях по медиаграмотности, такие как стереотипное мышление, культурное многообразие, человеконенавистнические идеи в Сети, установление подлинности интернет-информации, и другую связанную со СМИ информацию можно скачать бесплатно с веб-сайта MNet.

Заслуживает внимания подход к повышению интернет-грамотности, предполагающий партнерство и сотрудничество некоммерческих и правительственных структур и медиаотрасли в области внедрения соответствующих программ в курсы школьного обучения и их распространения среди широкой общественности. Это обеспечивает поддержку государственной политики интернет-ресурсами и ссылками в целях ее эффективной реализации.

Следует провести разъяснительную кампанию в масштабе всей страны с привлечением всех заинтересованных сторон, в том числе организаций медиаотрасли, интернет-провайдеров, правительственных и неправительственных организаций и школ, с тем чтобы довести важность проблем, связанных с Интернетом, до сознания родителей и убедить их в необходимости отслеживания и корректировки сетевого поведения своих детей.

В конце концов сама возможность открыто проповедовать свои взгляды, предоставляемая Интернетом группам, пропагандирующим человеконенавистническую идеологию, может

привести к их полному краху. Открывая доступ широкой общественности к тому, что раньше делалось тайно, Интернет помогает разоблачению расистской пропаганды, а также предоставляет широчайшие возможности борьбы с этим злом. Мы должны противостоять человеконенавистнической идеологии во всех ее проявлениях – будь то насмешки и запугивание, расистская символика, литература и сайты Интернета, – а где, как не в мирной и благожелательной атмосфере наших школ, лучше всего учиться приемам этой борьбы?

Ресурсы интернет-грамотности MNet. С середины 1990-х годов MNet первой начала разрабатывать ресурсы интернет-грамотности, предназначенные для школ, библиотек и домашнего пользования. Вот список некоторых из этих продуктов, большинство которых можно скачать бесплатно с веб-сайта MNet (<http://www.media-awareness.ca>):

i) **Расы и медиа**

Создание стереотипов в СМИ. Тема этого онлайн-ресурса – изображение коренного населения в СМИ, этнических и расовых меньшинств в СМИ. Проводится анализ того, как и почему продюсеры и сценаристы медиасюжетов традиционно прибегают к клишированному изображению меньшинств.

Расовый аспект медиа. Семинар-практикум для учителей на тему о том, насколько широко представлено в СМИ расовое многообразие.

Классные занятия: распространенные представления о связи между расовой принадлежностью и преступностью, «белый» экран; доминирование «белых»: представление меньшинств в средствах массовой информации, проверка обеспечения расового многообразия, тенденциозность подачи новостей, этнические и расовые меньшинства в развлекательных СМИ.

ii) **Онлайн-пропаганда человеконенавистничества**

КиберСмысл и бессмыслица: интерактивная игра для детей с приложенным методическим руководством для преподавателей: путешествующие по Сети КиберПоросята узнают на собственном опыте, что такое предрассудки, расизм и нетерпимость в Интернете.

Борьба с онлайн-пропагандой человеконенавистничества: интернет-ресурс, посвященный изучению мотивов и объектов сетевой пропаганды человеконенавистничества и предлагающий средства ограждения детей и подростков от ее воздействия.

Анатомия онлайн-пропаганды человеконенавистничества: семинар-практикум для учителей, на котором анализируется весь спектр «посланий ненависти» в Интернете. Темы классных занятий: свобода слова и Интернет, борьба с пропагандой человеконенавистничества, разговор о природе человеконенавистничества, объяснение его причин, технические приемы человеконенавистнических сайтов. Союзники и противники: интерактивная онлайн-игра для учащихся с приложенным методическим руководством для преподавателей, с помощью которой учащиеся учатся распознавать и понимать зачастую изощренный язык и коварную тактику разжигателей расовой ненависти.

iii) **Проверка достоверности информации**

Факт или выдумка: онлайн-курс оценки интернет-информации на достоверность. Рассчитан на преподавателей и учащихся.

Оценка реальности: интерактивный модуль для обучения подростков проверке достоверности информации, распознаванию предвзятого суждения и клишированных оценок в интернет-контенте.

Умники-дураки: интерактивная онлайн-игра с приложенным методическим руководством для преподавателей. В ходе игры дети учатся принимать информированные решения в различных интернет-средах.

Темы классных занятий: разбор веб-сайтов. «Повесть о двух городах» – вымысел? Научное исследование? Личное мнение? Решайте сами! Урок критического мышления.

iv) **Неприкосновенность частной жизни в электронных средствах информации и маркетинг**

Конфиденциальная игровая площадка: интерактивная игра для детей с приложенным методическим руководством для преподавателей. КиберПоросята узнают о сетевом маркетинге и защите своей частной жизни во время путешествия по Интернету.

Продаются дети: онлайн-ресурс, анализирующий проблемы маркетинга и конфиденциальности информации в Интернете.

Темы классных занятий: онлайн-маркетинг для детей; защита неприкосновенности частной жизни; интерактивный маркетинг, ориентированный на детей: стратегия и тактика маркетинга, что учащимся следует знать о свободе информации и защите неприкосновенности частной жизни; как знать: неприкосновенность вашей частной жизни в информационный век.

Марсел ван ден Берг и Паскал Хетзсхолдт

Национальный центр по борьбе с преступностью в сфере высоких технологий в Нидерландах

Борьба с киберпреступностью – одна из важнейших задач правительства Нидерландов

Министерство юстиции, министерство внутренних дел и по делам королевства, министерство экономики Нидерландов, а также нидерландская национальная полиция объединили усилия по проведению расследований, связанных с международной и внутренней киберпреступностью. Национальный центр по борьбе с преступностью в сфере высоких технологий расположен в аэропорту Слипхол, Амстердам, Нидерланды.

Центр работает в тесном сотрудничестве с национальными и международными организациями, которые борются с киберпреступностью и терроризмом, обеспечивает безопасность ключевых объектов инфраструктуры и регулярно обменивается с ними информацией и разведанными для борьбы с серьезными преступлениями в сфере ИКТ.

Эта деятельность направлена на осуществление своевременных, оперативных и эффективных действий по предотвращению и раскрытию серьезных преступлений с использованием ИКТ или направленных против них, известных как киберпреступления. Особое внимание уделяется предотвращению киберпреступлений, способных нанести ущерб нидерландскому обществу в целом и жизненно важной информационной инфраструктуре страны – в частности компьютерным системам аэропорта Слипхол и компьютерным сетям важнейших финансовых учреждений и сектора энергетики.

Работа ведется в рамках общегосударственной правительственной кампании по повышению эффективности борьбы с киберпреступностью в Нидерландах. Выполнение этой задачи требует инициативного подхода, и успеха можно добиться лишь совместными усилиями организаций, накопивших практический опыт и знания в этой области. Вот почему в этой работе такое большое значение придается сотрудничеству меж-

ду государственными и частными структурами на национальном и международном уровне.

Г-н Ниенке ван ден Берг, генеральный директор Национального центра по борьбе с преступностью в сфере высоких технологий, заявил: «Наше общество во многом зависит от информационно-коммуникационных технологий, и поэтому мы должны сделать все от нас зависящее, чтобы исключить возможность взламывания наших корпоративных сетей преступниками или террористами, использования ими правительственной информации в своих целях. Но если это все-таки произойдет, нам нужно будет принять оперативные меры, чтобы свести к минимуму причиненный ущерб, дать возможность государственным и частным организациям как можно скорее возобновить свою деятельность в нормальном режиме и задержать подозреваемых. Именно для этого и был создан Центр».

Таким образом, Центр провозгласил новый – коллективный – принцип борьбы с организованной преступностью, в соответствии с которым правительственные структуры, частные компании и правоохранительные органы объединят свои усилия в пресечении преступных попыток нарушить нормальную работу информационно-коммуникационных сетей. Ожидается, что в скором времени будет сделано разъяснение относительно процедуры обращения граждан к правительству за консультацией по поводу потенциальной угрозы совершения серьезных киберпреступлений либо оповещения правоохранительных органов о преступных или террористических актах, нанесших ущерб информационно-коммуникационным системам. Правительству следует оперативно ликвидировать последствия таких действий или принимать срочные меры по их пресечению, но самое главное – это предотвращение диверсий против объектов ИКТ в будущем.