

## Пётр Джевецки

### *News literacy*. Противодействие новым угрозам пропаганды

Для начала нужно отметить что пропаганда – это не нечто новое в цивилизации. Она живёт со времён Селевкидов и эллинизма (Буткевич 2016; Джевецки 2017). Пропаганда стала новостью лишь потому, что проникла в новые средства массовой информации и приобрела формы, которых пока не осознало общество. Поэтому думаю, что эффективное противодействие новым угрозам пропаганды – это задание для нас всех как адресатов СМИ, а не только обязанность политиков и журналистов. На них мы не можем рассчитывать целиком.

А метод решения проблемы – это создание медийных компетенций и информационных аудиторий, особенно по отношению к материалам журналистов, что называется *news literacy* или *news media literacy*.

Сутью этого эссе будет представление концепции европейского подхода к использованию СМИ с учётом новых угроз пропаганды, а также - демонстрация практических направлений развития *news literacy* – то есть наука критического восприятия информации. Воспользуемся отдельными документами Евросоюза и актуальными тематическими публикациями, а за тезис можно принять мнение, что только воспитание личных критических компетенций в области медийной информации является обязательной и достаточной формой противодействия новым угрозам пропаганды.

#### **1. Европейский подход к использованию СМИ и новые угрозы пропаганды**

Десять лет назад Европейская Комиссия (2007) подготовила документ, определяющий европейский подход к умениям пользоваться СМИ. Авторы определили этот подход как умение понимать и критически анализировать разные аспекты медиа и их содержание в различных контекстах.

Это умение состоит из:

лёгкости пользования всеми существующими медиа, от газет до социальных сетей; активного использования СМИ при помощи хоть бы интерактивного ТВ,

интернет-поиска,

присутствия в виртуальных группах и всё лучшего использования потенциала СМИ в области развлечений, доступа до культуры, межкультурного диалога, науки и ежедневного использования (например, библиотеки, подкасты);

критического подхода к СМИ и их качеству и содержанию (например, способность оценить информацию, реакция на рекламу в разных СМИ, интеллигентный поиск); креативного использования СМИ, в контексте, когда технологическая медийная эволюция и развитие интернета позволяет всё большему количеству европейцев создавать и публиковать изображения и информации;

понятия экономии и разницы между плюрализмом и собственностью СМИ;

понятия авторского права, необходимого для „легальной культуры”, особенно молодой генерацией, являющейся как творцом новостей так и их потребителем (там же, с. 4).

Авторы документа подчеркнули также важность критических компетенций в приёме информации, называя три основные области и связанные с ними практики развития умений пользоваться СМИ: область торговых информаций, аудиовизуальные и он-лайн медиа. Среди практик названы также факторы, приносящие конкретные навыки и умения, например, для творческого развития торговых информаций и критического отношения к информации онлайн (там же, с. 6–9).

Сейчас появилась необходимость обогатить эти записи новыми темами, связанными с пропагандой со стороны ISIL/Daisz, Al-Kaidy и России. С такой инициативой выступил Европарламент (2016), который подчёркивает значение распространения знаний, образования и умений пользоваться интернет-СМИ в ЕС и соседних странах, так, чтобы граждане умели критически оценивать информацию с целью отделения пропаганды. Европарламент подчёркивает необходимость образования на всех уровнях и привлечение людей к активной позиции сознательных потребителей медиа-услуг; определяет ведущую роль интернета и социальных сетей, где легко распространить фальшивую информацию и начать кампанию по дезинформации; напоминает, что борьба с одной пропагандой при помощи другой приносит нежелательные эффекты, и понимает, что ЕС в целом и страны-члены могут бороться с пропагандой третьих стран только путём исправления (вывода на чистую воду) кампаний дезинформации, путём позитивных коммуникатов и информации, а также должны выработать успешную стратегию борьбы с теми силами, которые её (пропаганду) порождают; утверждает, что финансовый кризис и развитие цифровых технологий – это серьёзный вызов для профессиональных журналистов (там же, нр 46).

Логичным решением для развития критического восприятия информации в контексте пропаганды снова становится медиа-образование. Европарламент (там же, нр 49) считает, что медиа-образование научит людей пользоваться своей свободой высказывания, критически воспринимать медиа-содержание и реагировать на дезинформацию; поэтому он видит необходимость осознания риска дезинформации при помощи науки критического восприятия медиа на всех уровнях, в том числе - благодаря европейской информационной кампании на тему медиа и журналистской этики, а также благодаря тесному сотрудничеству с социальными платформами для промоушна совместных инициатив на темы языка ненависти, насилия и дискриминации в Интернете.

Важным толчком для начала образовательно-медиа-действий стали исследования медиа-источников в недемократических странах, например, в России. Анализ критического восприятия медиа среди пользователей интернета в России показывает разницу с Западом. Анализу поддавались такие категории как:

- I) понимание сегментности информационного сообщества,
- II) процессов создания новостей,
- III) „конструктивности” политических тезисов
- IV) роли медиа в российском обществе.

Категории II и III подобны на те, которые присутствуют в европейских странах. Но в странах с гибридным строем – соединении демократии и авторитаризма – сильнее акцентированы аспекты I и IV. Что касается категории I, то медийное общество гибридной системы в России гораздо больше идеологически дезорганизовано, чем во многих европейских демократиях. В современной России ясно видны идеологические границы медийного дискурса с обозначенными сегментами, которые представляют реальность в рамках недемократической идеологии. Что до категории IV, то тут слабее, чем в европейских странах, видна потребность акцентировать свободу медиа и их роль как четвёртой власти. Эти темы – о функционировании медиа в авторитарных, диктаторских или тоталитарных обществах – редко появляются в программах науки потребления СМИ в демократическом обществе (Тоерпл 2014, s. 75-80).

## 2. Формирование компетенций критического восприятия медийной информации

Важный вопрос – это методы формирования компетенций критического восприятия медийной информации. Одна из них – это анализ информации. Информация о событиях на свете накладывается на личный опыт молодёжи и детей и активно формирует их систему ценностей. Обучение критическому восприятию медийной информации, например, на уроках в школе, где подвергаются анализу события и новости о них, помогают научиться лучше воспринимать информацию о мире. А также, что ещё важнее, уменьшить чувство угрозы у детей и молодёжи, особенно в контексте серьёзных новостей о катастрофах, терроризме и тд. Часто однако из политических соображений учителя предпочитают избегать контакта с актуальными новостями и их анализом. (Moore 2013, s. 326).

Можно назвать семь шагов эффективной науки критического восприятия СМИ. Они применяются на разных уровнях образования - от детского сада до ВУЗов.

Первый шаг - это заинтересовать учеников медийным опытом и способами поиска информации. Второй - анализ и понимание информации, в том числе - внимание к её структуре и форме. Третий - задавание критических вопросов и поиски ответов. Четвёртый - внимание к конструктивному характеру новостей и отличие медийной репрезентации от реальности. Пятый - креативный подход к анализу информации, а особенно - внимание к аспектам, которые мы воспринимаем как естественные. Шестой - самостоятельное создание новости с использованием разных жанров и форм медиа. Седьмой шаг - замечать разницу между личным опытом и опытом данного микросообщества, например, класса, и информацией о мире, видеть напряжение и противоречия в сообщениях СМИ (Hobbs 2010, s. 4-5).

*News literacy* в значительной мере - это наука критического восприятия СМИ. Можно назвать несколько уровней медиа образования, а методом науки является проблемное образование в рамках медиа-науки:

первый уровень - это некритическое принятие информации как абсолютной правды.  
второй - понимание того, что известно, а что - нет.

Третий близится к выработке в себе независимого знания - автоматического отличия данных информации от других.

И последний из уровней - это контекстное знание, совмещение сложных понятий и понимание конкретных и определённых целей информации (Chen i Rattray 2017, s. 279).

Идут попытки обработки инструментов измерения навыков пользователя СМИ, особенно в контексте понимания продукции и потребления новых информационных. Эти инструменты концентрируются на понимании мотивов продюсеров новостей, разных интерпретаций медиа-посылов и несоответствии реальности и медиа-презентации. Эти инструменты применимы при оценке достоверности источников информации и в конкретных проблемах, например, в оценке информации о вреде курения (Ashley i in. 2013, s. 9).

Мы должны также осознать определённые проблемы и ограничения. *News media*

*literacy* – это важная образовательная цель, потому что число потребителей СМИ растёт, как и потребность людей быть частью демократического гражданского общества. Долг журналиста – рассказывать правду, но заметны структурные ограничения, которые ограничивают журналистику в исполнении этого долга. Для потребителя важным становится знание о нормативных целях журналистики и механизмах влияния на содержание новостей (там же, s. 8).

Можно назвать три проблемы в образовании в области *news literacy*. Первый – это отсутствие связи с журналистской практикой, наука теории СМИ без связи с реальным функционированием журналистики. Второй – обучение медиа информации с точки зрения определённых журналистов, игнорируя влияние капитала на процесс возникновения ньюсов в некоторых редакциях. Третья проблема – слишком большая концентрация на проблеме идеалов журналистики (этика, миссия) и игнорирование реального функционирования журналистики, связанной с финансовыми структурами и идеологиями (Hobbs 2010, s. 5–6).

И хоть потребители могут иметь хорошее понятие о медиа, то о фактических механизмах их функционирования могут не знать. На практике же без знания системы функционирования СМИ мы попадаем в разные лагеря. Поэтому важно быть сознательным потребителем прессы и углублять знания о нормативных целях журналистики. Кроме навыков читать медиа информации, необходимо шире видеть систему информационных СМИ с учётом их политических и экономических аспектов (Ashley i in. 2013, s. 13).

## Выводы

Компетенция критического восприятия СМИ определяется как важный навык современного европейца. Сформулированная в 2007 году, она нуждается в постоянной актуализации в связи с новыми вызовами пропаганды. Этот вывод появился в новых документах Евросоюза, а также виден из исследований российской аудитории. Европейские демократические ценности необходимо шире укоренять в процессе науки критического восприятия СМИ.

Важная проблема – правильный выбор методов науки критического восприятия СМИ, что мы и признали главным элементом *news literacy* образованного европейца. В первую очередь, это анализ актуальных событий на свете. Потом можно говорить о очередных шагах в росте уровня критического восприятия СМИ и про этапы образования в медиа образовании. Можно также говорить о пробах измерения уровня восприятия СМИ.

Важно для тезиса, поставленного в этом эссе, что формирование навыков критического восприятия СМИ есть необходимая и достаточная форма противостояния новым угрозам пропаганды. Результаты исследований свидетельствуют о ограниченной функции современной журналистики и СМИ, поскольку часто они прямо зависят от экономических и политических процессов. Стремление к объективности информации таким образом ложится на плечи аудитории и пользователей СМИ. Но без соответствующей помощи со стороны государства, неправительственных организаций (NGO) и международных усилий эта наука может не быть эффективной.

В этом контексте новое значение получают часто употребляющиеся постулаты о медиа образовании как отдельного предмета в школах. Недостатки в его введении компенсируют гражданские акции NGO и IGO, но полная реализация этого постулата

требует реформы в образовательных системах в европейских странах.

## Библиография

Ashley, S.; Maksl, A.; Craft, S. (2013): Developing a News Media Literacy Scale. w: *Journalism & Mass Communication Educator* 68 (1), s. 7-21. DOI: 10.1177/1077695812469802.

Butkiewicz, M. (2016): *Propaganda w epoce hellenistycznej na przykładzie działań władców z dynastii Seleucydów*, Pelplin: Издательство Bernadinum.

Drzewiecki, P. (2017): Review of the book *Propaganda w epoce hellenistycznej*, w: *Kwartalnik Nauk o Mediach* 1, доступно на сайте: <http://knm.uksw.edu.pl/review-of-the-book-propaganda-w-epoce-hellenistycznej/>.

Chen, D.-L.; Rattray, J. (2017): Transforming Thinking through Problem-based Learning in the News Media Literacy Class: Critical thinking as a threshold concept towards threshold capabilities. w: *Practice and Evidence of the Scholarship of Teaching and Learning in Higher Education* 12 (2), s. 272-293.

Hobbs, R. (2010): *News literacy: What works and what doesn't*, Paper presentation at the Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) conference, Denver, Colorado, August 7, 2010.

Европейская комиссия (2007): *Europejskie podejście do umiejętności korzystania z mediów w środowisku cyfrowym*, dostępne na stronie internetowej: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52007DC0833&from=PL>.

Moore, D. C. (2013): Bringing the World to School: Integrating News and Media Literacy in Elementary Classrooms. w: *Journal of Media Literacy Education* 5 (1), s. 326-336 доступно на сайте: <http://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol5/iss1/5>.

Европейский парламент (2016): *Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 23 listopada 2016 r. w sprawie unijnej komunikacji strategicznej w celu przeciwdziałania wrogiej propagandzie stron trzecich*, доступно на сайте: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P8-TA-2016-0441&language=PL>.

Toepfl, F. (2014): Four facets of critical news literacy in a non-democratic regime. How young Russians navigate their news. w: *European Journal of Communication* 29 (1), s. 68-82. DOI: 10.1177/0267323113511183.

## Пётр Джевецки

Медиа эксперт, доктор теологии и средств массовой информации, профессор университета Кардинала Стефана Вышиньского в Варшаве UKSW (łac. *Universitas Cardinalis Stephani Wyszyński Varsoviae*). Заместитель директора Института медиа образования и журналистики на отделении теологии в университета Кардинала Стефана Вышиньского. Руководитель кафедры Медиа образования и языка СМИ. Главный редактор „*Kwartalnik Nauk o Mediach*”.