

Министерство образования Оренбургской области  
Оренбургский государственный педагогический университет  
Московский педагогический государственный университет  
Институт журналистики, коммуникаций и медиаобразования  
Кафедра ЮНЕСКО медийно-информационной грамотности  
и медиаобразования граждан при МПГУ

# **МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО ПЕДАГОГА**

## **Часть I**

*(Главы 1-5)*

*Материалы Всероссийской научно-практической конференции  
Оренбург, Оренбургский государственный педагогический университет,  
30-31 октября 2018 года*

Издается при финансовой поддержке Министерства образования  
и Правительства Оренбургской области

Оренбург – 2018

<b>Беньковская Т.Е.</b> Понятие «новая грамотность» в контексте современного образования...	227
<b>Евдокимова Е.В.</b> Формы организации практики в сфере профессионального медиаобразования (на базе магистерской программы «Педагогическое образование (Медиаобразование)» .....	233
<b>Горина Е.В.</b> От теории к реальности: опыт работы преподавателя журфака в информационном агентстве .....	241
<b>Исакова Т.Б., Щербакова Г.И.</b> Проблемы медиаобразования в журнале «Журналист» на современном этапе.....	251
<b>Савельзон И.В.</b> Цикл радиопрограмм как образовательный медийно-информационный продукт .....	261
<b>Мясникова М.А.</b> Документальное кино как фактор воздействия на подростковую аудиторию в медиаобразовательной практике .....	267
<b>Быльева Д.С.</b> Игры как способ образования в цифровой среде.....	276
<b>Брякова И.Е.</b> Веб-квест как мультимедийная технология приобщения школьников к чтению .....	281
<b>Полькина С.Н.</b> Использование медиатехнологий в гуманитарном образовании .....	287
<b>Скибина О.М., Кочетков А.В.</b> Роль факультатива «Основы медиаобразования» для студентов творческих вузов .....	292

## **ГЛАВА 5. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ: ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ**

<b>Прусс А.П., Прусс Ю.А.</b> Интернет для детей: анализ проблемы и поиск путей минимизации рисков в работе со школьниками при подготовке будущих специалистов в сфере медиаобразования .....	297
<b>Гайдук Т.В.</b> Социальные сети как альтернатива традиционным источникам получения информации для молодежи .....	304
<b>Морозова А.А.</b> Социальные сети как инструмент продвижения темы медийной безопасности: возможности и риски реализации .....	307
<b>Перминова М.С.</b> Социальные сети как инструмент влияния террористов на молодежную аудиторию.....	313
<b>Сиврикова Н.В.</b> Зависимость готовности педагогов к взаимодействию с детьми через социальные сети от мотивов участия в российском движении школьников.....	320
<b>Никитина С.В.</b> Эффекты и риски киберсоциализации молодёжи.....	330
<b>Скибина О.М., Картазаева Е.А.</b> Социальные сети как медиаобразовательная среда молодёжи .....	336
<b>Лукьянчикова М.Н.</b> Социальные сети как способ коммуникации между участниками образовательного процесса.....	342
<b>Сафонов А.В., Архипова И.В.</b> Политическая тематика в социальных сетях как показатель самовыражения молодежи.....	348
<b>Игнатова И.Б., Зубаркина Е.С.</b> Медиакритика в социальных сетях: медиаобразовательный аспект .....	353

## СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕМЫ МЕДИЙНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ: ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ РЕАЛИЗАЦИИ

*Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда  
(проект № 16-18-02032)*

**Анна Анатольевна Морозова,**

доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета, директор Учебно-научного центра медиаобразования,  
кандидат филологических наук

**Аннотация:** В статье рассмотрена социальная сеть в качестве оптимальной площадки в Интернете для продвижения темы медийной безопасности. В качестве материала исследования проанализированы сообщества ВКонтакте, посвященные медийной безопасности. На примере подробного изучения и описания контента данных групп автор выделяет основные преимущества социальной сети для распространения разнообразной информации, повышающей уровень медиаграмотности пользователей. Помимо этого, автор, тем не менее, отмечает наличие негативных характеристик, свойственных данным медиаресурсам.

**Ключевые слова:** социальная сеть, продвижение, медийная безопасность, возможности, риски, аудитория, ВКонтакте.

## SOCIAL NETWORKS AS AN INSTRUMENT OF PROMOTION OF MEDIA SAFETY: OPPORTUNITIES AND RISKS OF REALIZATION

**Abstract:** The article considers social networks as an optimal space in Internet for promotion of media safety. As the material of the study research the author takes VKontakte communities devoted to media safety. By the example of the detailed study of these communities' description and content the author distinguishes basic benefits of social networks for spreading various information increasing the level of users' media literacy. Besides that the author declares the presence of negative characteristics which are common for such media resource.

**Key words:** social network, promotion, media safety, opportunities, risks, audience, VKontakte.

Тема медийной безопасности сегодня является одним из главных направлений работы с различными категориями населения, поскольку в эпоху информационных технологий и повсеместного использования медиа появляется всё больше рисков, с которыми может столкнуться аудитория средств массовой коммуникации. Особый акцент большинство как теоретиков, так и практиков делают на работе с подростками и молодежью. Это связано, во-первых, с тем, что данный контингент не обладает необходимым жизненным опытом и навыками идентификации сведений, во-вторых, такая категория населения априори считает себя неотъемлемой частью современной медиасферы. В целом тема медиабезопасности активно продвигается на всех уровнях, но не всегда бывает

интересна молодому поколению, поскольку зачастую специалисты используют устаревшие приемы либо не используют каналы, актуальные именно для молодежи. Поэтому встает вопрос о выборе канала для распространения информации, который будет как отвечать требованиям современности, так и обладать качествами оперативности и массовости.

Наиболее востребованными ресурсами последние несколько лет являются социальные сети. Согласно данным проведенных социологических исследований, у жителей России в качестве самого популярного мобильного приложения выступает ВКонтакте, где аудитория за месяц составляет 10,7 млн человек [1]. Стоит отметить, что наличие мобильного устройства с подключенным Интернетом и установленное в нем приложение ресурса позволяет быть на связи и получать уведомления практически в режиме реального времени.

Как пишут на странице администрации самого сайта, «ВКонтакте – самый посещаемый ресурс русскоязычного сегмента сети Интернет. Каждый день на сайт заходят более 95 миллионов человек. На сайте зарегистрировано более 340 миллионов пользователей» [2].

При этом социальные сети являются не просто площадкой для реализации коммуникативной потребности интернет-аудитории, как было ранее, в период их появления, а обладают рядом характеристик, позволяющих позиционировать их как новые средства массовой информации, а следовательно, ресурсы для донесения сведений для широкого круга аудитории.

Например, Д.В. Руденок отмечает, что социальная сеть представляет собой не просто глобальную виртуальную площадку для общения, но ещё и платформу для внедрения интерактивных медиатехнологий, которая играет огромную роль в формировании общественного мнения и современного информационного пространства в целом [3].

В то же время, согласно мнению исследователей, можно утверждать, что по своей сути социальные сети – мощнейший комплексный инновационный маркетинговый инструмент, который может быть использован для достижения разнонаправленных маркетинговых целей с наибольшей эффективностью при минимальных затратах, но на данный момент, практически не проработанный и мало изученный [4, с. 56]. Продвижение тематики медийной безопасности – своеобразный социальный маркетинг, который не преследует цели получения прибыли, но обладает характерными для этого признаками: расчетом на массовость, использованием наиболее доступных и популярных каналов передачи сведений, а также отсутствием материальных вложений. Поэтому последние годы социальные сети широко используются для реализации информации медиаобразовательного характера. В качестве основного канала распространения сведений выступает сообщество – группа или публичная страница. Например, А.Б. Шалимов отмечает, что группы общения складываются на основе общих интересов, верований, предпочтений, причем чаще всего большинство участников таких групп до вступления в общее тематическое сообщество не были знакомы. Появилась возможность обмена с ними тематической информацией [5].

Создание тематических сообществ – действенный способ для донесения любого рода информации. Вопрос продвижения тематики медийной грамотности не стал исключением. На примере самой востребованной социальной сети ВКонтакте можно

отметить наличие значительного числа групп и публичных страниц, специализирующихся на данной тематике.

В качестве материала исследования мы рассмотрели сообщества, посвященные тематике медийной безопасности в Рунете (50 групп и публичных страниц). Подробнее в качестве примеров рассмотрим некоторые из них.

Группа «Сеть безопасности: подростки в Интернете» ([https://vk.com/anocenter\\_hotline](https://vk.com/anocenter_hotline)) создана для сбора и анализа информации от населения, СМИ, институтов гражданского общества, касающихся таких деструктивных явлений, как пропаганда суицидального поведения (призывы к самоубийству, депрессивный контент, идеи саморазрушения, селфхарм и др.), развития тюремной культуры, популяризации идей скулшутинга (движение «колумбайнеров», идеи насилия по отношению к одноклассникам, учителям и др.), кибербуллинга, шок-контента (фото- и видеоматериалы, содержащие жестокие сцены, связанные с насилием). При обнаружении деструктивного контента администраторы группы предлагают передать информацию (скрин-сообщения, ссылку на сообщество и др.).

Сообщество Информационная безопасность | Ульяновск (<https://vk.com/kiberulsk>) просит сообщить о противоправном контенте в Интернете, поделиться новостями или любой полезной информацией по противодействию терроризму и экстремизму, предлагает ознакомиться с советами по обеспечению кибербезопасности и защите от манипуляций в интернет-среде, с рекомендациями по обеспечению безопасности детей в информационном пространстве, и получить профилактические материалы по обозначенным темам (методички, инфографику, видеоматериалы), которые можно изучить, поделиться с друзьями или распространить на своем месте учебы или работы.

Группа «Интернет без угроз» (<https://vk.com/internetwithouthreats>) представляет молодежное движение в Ростовской области, созданное для преобразования сети Интернет в безопасное пространство. Участники движения занимаются мониторингом социальных сетей, сайтов и видеохостингов в целях обнаружения противоправного контента; подают списки обнаруженного материала в НЦПТИ (Национальный центр информационного противодействия терроризму в образовательной среде и сети Интернет) для рассмотрения возможности его блокировки; разрабатывают собственные проекты противодействия идеологии экстремизма и деструктивных явлений; участвуют во встречах участников, на которых делятся приобретенным опытом, предлагают новые идеи. При этом сообщество принимает новых участников – активных пользователей интернет-сети в возрасте от 18 до 40 лет, которые могли бы помочь в развитии сообщества.

Группа «Медиабезопасность – Общее Дело» ([https://vk.com/m\\_bezopasnost](https://vk.com/m_bezopasnost)) указывает главной целью повышение уровня медиаграмотности в обществе и профилактику детской игро- и гаджетозависимости, квалифицированную помощь родителям (г. Самара).

Сообщество «MEDIAОбразование» является группой, созданной Учебно-научным центром медиаобразования факультета журналистики ЧелГУ. В ней публикуется полезная и интересная информация для педагогов, школьников, студентов, родителей и любых активных потребителей медиа: актуальные статьи по теме медиаобразования, планы уроков по медиаобразованию, видеофильмы и сюжеты по теме медийной безопасности, информация о конкурсах для детских и молодежных СМИ, информация о конференциях по тематике медиа и т.д.

Несмотря на то, что сообщества имеют некоторое разнообразие, в целом они обладают рядом общих характерных признаков:

- как правило, принадлежность к организации, чаще всего государственного и образовательного характера;
- немногочисленное количество подписчиков (в среднем от 150 до 2000 человек);
- направленность на широкую аудиторию, отсутствие узкосегментированных сообществ (без разделения на сообщества для детей, родителей, педагогов и т.д.);
- с тематической точки зрения поднятые в сообществе вопросы, как правило, касаются детей, подростков и молодежи;
- предлагают подписчикам на безвозмездной основе стать участником движения или дать обратную связь в виде комментариев, писем в редакцию группы и т.д.

Социальные сети как инструмент продвижения темы медийной безопасности, имеют ряд преимуществ по сравнению с другими возможными способами распространения подобного рода информации. Выделим основные из них:

- популярность социальных сетей как канала распространения информации, его массовость, превосходство по количеству и охвату аудитории; не нужно специально заниматься поиском необходимой аудитории, поскольку практически все необходимые сегменты представлены на одном ресурсе;
- привычность социальных сетей в использовании, отсутствует необходимость привлечения к новому ресурсу, как, например, переход на сайт. Социальные сети всегда находятся под рукой у большинства пользователей в режиме доступа онлайн: если пользователь подписан на сообщество – оно окажется в зоне внимания благодаря уведомлениям;
- широкие функциональные возможности ресурса при бесплатном доступе к ним: возможность распространения аудиовизуального, текстового, иллюстративного материала, документов, создания опросов, сторис, бесплатной рекламы и т.д. Возможность бесплатного доступа особенно актуальна для государственных организаций, поскольку, как правило, отсутствуют возможности финансирования;
- возможность персонализации каждого представителя аудитории, поскольку в большинстве случаев при регистрации аккаунта указаны реальные имя и фамилия, год рождения, место проживания, образовательная организация или место работы и т.д.
- наличие обратной связи в виде комментариев, лайков или сообщений в приват, а также распространения сведений посредством репоста. Можно выяснить как предпочтения аудитории в какой-либо информации (перспектива), так и реакцию на уже распространенные данные (результативность).

Согласно исследованиям И.М. Дзялошинского и его коллег, можно обозначить следующие способы, наиболее целесообразные с позиции граждан: обеспечение эффективного доступа граждан к необходимой им информации и ресурсам коммуникации; разработка и реализации методов эффективного сохранения цифровой информации; обеспечение соблюдения высоких этических стандартов в сфере медиадетальности; разработка и реализация национальной программы медиаобразования (обучение граждан технологиям индивидуальной защиты от медиавоздействия) [6, с. 79]. Данные позиции реализуемы и доступны посредством социальных сетей.

Помимо преимуществ социальных сетей, которые дают возможность популяризировать тему медийной безопасности на более доступном и неформальном уровне, существует также ряд проблемных моментов. Это отмечают и исследователи социальных сетей. Например, В.А. Сергодеев говорит о новом социальном феномене и о перемещении жизнедеятельности человека в киберпространство, которое, предоставляя человеку новые уникальные возможности взаимодействия и развития, одновременно требует от него освоения новых знаний, норм и поведенческих навыков, порождает новые проблемы [7].

Несмотря на то, что социальные сети имеют большой потенциал по скорости, количеству распространяемой информации и массовости аудитории, данная медиасреда оказывается ещё практически неконтролируемой, а ее контент всё больше вызывает опасения. Как считает Р.В. Жолудь, таким образом пользователи социальной сети получают возможность трансляции массовой информации без помощи СМИ, что провоцирует случаи несоответствия материалов профессиональной этике [8].

Данную тему активно обсуждают в своих научных трудах и другие ученые, например, И.А. Бобкова [9] и Л.М. Мкртчян [10] выделяют контентные риски социальных сетей и угрозы социальной безопасности личности, связанные с интенсивным развитием сетевой коммуникации. А.С. Крапивенский [11] отмечает несколько направлений, с точки зрения которых может происходить нанесение ущерба социокультурной безопасности пользователей в социальных сетях.

Таким образом, возникает проблемный момент, который заключается в том, что оптимальный ресурс для продвижения тематики медийной безопасности сам по себе оказывается медийно небезопасным. При этом недостоверный контент встречается даже в публикациях на тему медиаграмотности. Примером может служить публикация о защите персональных данных, которую предлагается в виде копирования разместить на странице личного аккаунта каждому пользователю. На самом деле данная информация является спамом и не несет никакой пользы. В это же время другая часть пользователей, наоборот, всю информацию из социальной сети воспринимает априори как недостоверную, поэтому не использует данный источник для решения воспитательных или педагогических задач.

Несмотря на отмеченные недостатки, сегодня социальные сети, в том числе ВКонтакте, являются оптимальной площадкой для продвижения темы медийной безопасности. В перспективе нам видится логичным создание групп, направленных на более узкую, сегментированную аудиторию, а также попытка привлечения большего числа подписчиков к подобного рода сообществам.

## **Литература**

1. Аудитория пользователей Интернета в России в 2017 году составила 87 млн. человек [Электронный ресурс]. – URL: <http://mediascope.net/press/news/744498/> (дата обращения 21.07.2018).

2. Аудитория ВКонтакте [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/about> (дата обращения 21.07.2018).

3. Руденок Д.В. Социальные сети как источник информации / Вестник электронных и печатных СМИ. – 2016. – № 1 (24). – С. 86-99.
4. Андрейченко Н.В. Использование социальных сетей для успешного продвижения бренда и PR-деятельности // TERRA ECONOMICUS. – 2011. – № 3, Том 9. – С. 56-59.
5. Шалимов А.Б. Человек в социальных сетях //Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2013. – № 9 (29). С. 50.
6. Дзялошинский И.М. Экология медиасреды: проблемы безопасности и рационального использования коммуникативных ресурсов: монография / И.М. Дзялошинский, М.А. Пильгун, С.Г. Давыдов, О.С. Логунова – М.: АПК и ППРО. – 2015. – 176 с.
7. Сергодеев В.А. Коммуникативные практики в сетевых интернет-сообществах [Электронный ресурс] / Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2014. – Вып. № 1 (135). – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-praktiki-v-setevyih-internet-soobschestvah> (дата обращения: 25.05.2016).
8. Жолудь Р.В. Профессиональная этика журналиста в социальных медиа: новые вызовы / Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 167-171.
9. Бобкова И.А. Виды рисков для пользователей социальных сетей [Электронный ресурс] / Математика. Компьютер. Образование. URL: <http://www.mce.su/rus/archive/sect128328/doc150831/> (дата обращения 21.07.2018).
10. Мкртчян Л.М. Риски и угрозы социальной безопасности личности в сетевом коммуникативном пространстве: к постановке проблемы // Приоритетные научные направления: от теории к практике. – 2013. – № 8. – С. 149-155.
11. Крапивенский А.С. Вербальный аспект культурной безопасности молодежи в социальных сетях и блогосфере рунета // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 2.