

[Научные статьи]

Качкаева А.Г., Колчина А.С., Шомова С.А.
Информационная, цифровая, новостная...
(исследование уровня медиаграмотности
студентов НИУ ВШЭ)

ИНФОРМАЦИОННАЯ, ЦИФРОВАЯ, НОВОСТНАЯ... (ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ МЕДИАГРАМОТНОСТИ СТУДЕНТОВ НИУ ВШЭ)

Качкаева А. Г.

кандидат филологических наук,
профессор департамента медиа, Национальный
Исследовательский Университет «Высшая Школа Экономики»
(Москва)
akachkaeva@hse.ru

Колчина А. С.

кандидат филологических наук,
старший преподаватель департамента медиа, Национальный
Исследовательский Университет «Высшая Школа Экономики»
(Москва)
akolchina@hse.ru

Шомова С. А.

доктор политических наук,
профессор департамента медиа, Национальный
Исследовательский Университет «Высшая Школа Экономики»
(Москва)
sshomova@hse.ru

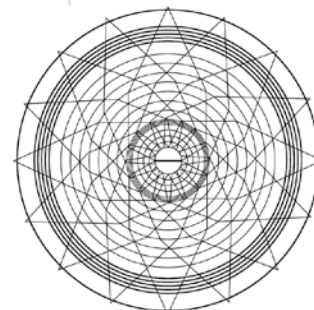
Аннотация:

Новостная грамотность – одно из наиболее актуальных и пока недостаточно известных в России направлений современного медиаобразования. В статье рассматриваются результаты исследования, проведенного в НИУ ВШЭ и посвященного динамике медиаповедения студентов до и после изучения курса новостной грамотности.

Ключевые слова: Медиаобразование, медиаграмотность, новостная грамотность, новость

[Научные статьи]

Качкаева А.Г., Колчина А.С., Шомова С.А.
Информационная, цифровая, новостная...
(исследование уровня медиаграмотности
студентов НИУ ВШЭ)

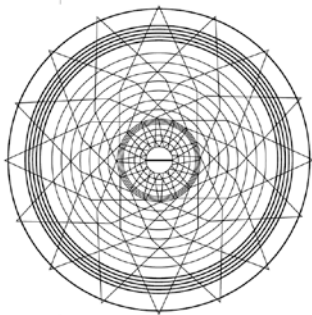


Медиа в контексте педагогических проблем (хотя тогда этот термин не использовался в его современном значении) в СССР начали изучать еще в 1960-е годы XX века. Однако медиаобразование как попытка важнейшего общедемократического и гуманистического направления педагогики и общественного развития появляется в новой России только в начале 1990-х гг. [об эволюции отечественных подходов к проблемам медиаобразования см., например: Федоров 2009, 2015]. Однако медиаобразование как попытка важнейшего общедемократического и гуманистического направления педагогики и общественного развития появляется в новой России только в начале 1990-х гг. Исторически понятно, почему развитие медиаобразования не получало официальной поддержки в советские времена: система была заинтересована в том, чтобы массовая аудитория (как взрослая, так и школьно-студенческая) как можно меньше задумывалась по поводу целей и задач создания того или иного (особенно «государственно значимого») медиатекста. Отсутствие медиаграмотной публики всегда открывало широкий простор для манипуляций в СМИ.

После перестройки утверждение идей медиаграмотности осложнялось из-за опасения исследователей рассматривать медиаобразование через принятые в зарубежной практике «идеологические» теории (например, Л. Мастермана [Masterman, 1985]); позиции школьных учителей, получивших постсоветскую травму «негативной идентичности» и часто трактующих коммерческие медиа новой России исключительно как «источник безнравственности и насилия»; невнимания самой медиаиндустрии и ее исследователей к осмыслению и выработке подходов в этой междисциплинарной области.

Деятельность нескольких педагогических локальных школ, Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, Ассоциации специалистов медиаобразования получила новый импульс в результате сотрудничества с программой ЮНЕСКО «Информация для всех» и Московским Бюро ЮНЕСКО при поддержке Федерального Агентства по печати и массовым коммуникациям. Но все эти усилия пока не привели к принятию масштабной программы в области медиаобразования и не помешали укреплению «охранительного» (часто трактуемого исключительно в контексте информационной безопасности государства) вектора в развитии медиаграмотности, который обозначился (и актуализировался из-за массового развития интернета и социальных сетей) к концу 2000-х гг.

Многие российские исследователи и педагоги и сегодня не видят особой разницы между медиаобразованием и использованием информационных технологий, дистанционного обучения, медийной техники в учебном процессе, то есть до сих пор не существует строгого водораздела между изучением медиа и обучением с помощью медиа. В школах, как правило, медиаобразование понимается как создание школьных СМИ. Между тем медиаобразование в современном контексте давно перестало быть всего лишь технологическим или педагогическим феноменом, связанным с применением медиа в



[Научные статьи]

Качкаева А.Г., Колчина А.С., Шомова С.А.
Информационная, цифровая, новостная...
(исследование уровня медиаграмотности
студентов НИУ ВШЭ)

образовательных целях. Сегодня медиаграмотность начинает рассматриваться как академическая дисциплина в контексте «медиаэкологической» теории (Маклюэн, Инис, Постман и другие [см., например: Маклюэн 1992; Innis 1951; Postman 1985]). Современное же медиаобразование – это широкий круг направлений деятельности, целый комплекс различных типов грамотности (цифровой, информационной и т.д.), и, в том числе, такие новые для России векторы развития и направления обучения, как News Literacy (новостная грамотность). Под новостной грамотностью понимается способность человека эффективно использовать навыки критического мышления, чтобы судить о достоверности, степени надежности и сбалансированности информации, поступающей из новостных сообщений (пресса, радио, телевидения или Интернета).

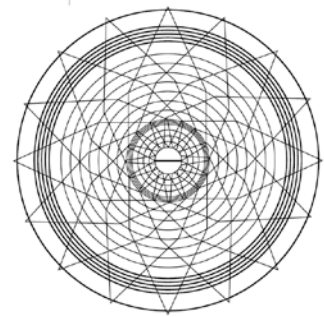
Первый в России курс по новостной грамотности был разработан на факультете медиакоммуникаций НИУ ВШЭ в 2013 году (идея курса была предложена центром новостной грамотности американского университета Стони Брук [см. подробнее материалы соответствующего Центра новостной грамотности www.centerfornewsliteracy.org]). Учебный план включает в себя лекции и семинары и рассчитан на два модуля (62 академических часа). В 2013-2016 годах курс прошли более двухсот студентов-бакалавров, изучающих журналистику (возраст 17-20 лет). А в 2015 году дисциплина начала преподаваться в рамках майнора для бакалавров самых разных направлений подготовки: социологов, юристов, психологов, экономистов, специалистов в области бизнес-информатики.

Курс, в том числе, охватывает темы: «Новость в историческом контексте»; «Новости в современном социуме: закономерности производства, распространения и потребления»; «Способы анализа, декодирования и деконструкции новостных сообщений»; «Методики оценки источников информации»; «Анализ аудиовизуальных текстов и развлекательного контента» и иные. Задачей авторов курса было показать, что новостная грамотность в значительной степени развивает «критическое мышление» и «критическую автономию» аудитории, а медиаграмотность (формально введенная в 2013 году Министерством связи и массовых коммуникаций России в число приоритетных направлений развития медиаотрасли страны) должна стать частью экосистемы медиа и самого общества.

Исследование, отдельные результаты которого представлены в данной статье, было проведено, чтобы оценить, какой именно результат дала реализация курса в среде студентов-журналистов. Итоги этого исследования, реализованного на факультете в 2014-2015 гг., подтверждают не только академическую, но и вполне прикладную пользу курса новостной грамотности. При этом в исследовании частично затрагивались различные аспекты широкого и комплексного понятия «медиаграмотность»: часть вопросов была связана с работой с информацией (информационная грамотность), часть касалась владения цифровыми и иными медиаустройствами (азы цифровой грамотности)...

[Научные статьи]

Качкаева А.Г., Колчина А.С., Шомова С.А.
Информационная, цифровая, новостная...
(исследование уровня медиаграмотности
студентов НИУ ВШЭ)



Однако, безусловно, в центре исследования находилось понятие новости и новостная грамотность в целом.

В рамках исследования были проведены опросы в двух референтных группах: в группе первого курса (далее Group 0), еще не изучавшей новостную грамотность, и в группе второкурсников (далее Group 1), уже закончивших обучение дисциплине. На данный момент обработано по 50 анкет из каждой группы; сбор анкет и их обработка продолжаются на других курсах, обучающихся по данной дисциплине.

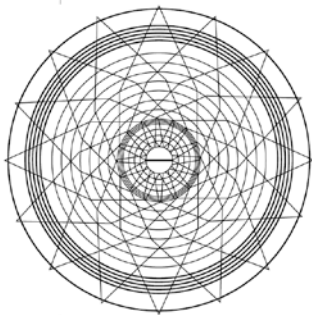
Гипотезой исследования стало следующее предположение: до и после прохождения курса по новостной грамотности уровень критического осмысления новостей меняется и, в том числе, повышается тенденция к построению более сложных представлений об окружающей реальности.

Вопросы были разделены на несколько категорий: владение медиаустройствами; распространенность различных каналов получения новостей; доверие к различным источникам информации. В отдельный блок были выделены вопросы по этике, миссии и функциям журналистики. Основные методы исследования: анкетирование и сравнительный анализ. Для обработки данных мы использовали программное обеспечение Software Statistica v.10. В ходе исследования было вычислено, есть ли статически значимая разница в ответах студентов до и после прохождения курса. Гипотеза о связи и различиях между признаками (ответами на вопросы) устанавливалась с помощью двустороннего критерия Фишера.

Сразу отметим, что в группе первого курса, еще не изучавшей новостную грамотность, и в группе второкурсников, уже закончивших обучение дисциплине, отношение к ключевым понятиям новостной грамотности существенно отличаются. При этом курсы не различаются по региональному составу. Можно выделить следующие основные тенденции, которые были выявлены в ходе исследования.

Студенты первого курса, не изучавшие курс, отмечают, что практически каждый день смотрят телевизионные новости и читают новости в Интернете. Практически все отмечают, что узнают о новостях в стране и мире из новостей федеральных каналов. Обычно студенты этой группы не проверяют новости в нескольких источниках и привыкли полностью доверять той информации, которую получают. Почти все студенты указали, что знают как минимум один иностранный язык, но никто не написал, что постоянно читает новости в зарубежных источниках. В группе, которая прошла курс, наблюдается тенденция к сокращению процента студентов, не проверяющих информацию; студенты начинают пользоваться зарубежными источниками (читают новости на английском, немецком, французском и других языках).

Важным источником информации для студентов становятся социальные сети. Статистически значимых различий в ответах студентов до и после прохождения курса по данному критерию не выявлено, но есть заметная тенденция: после курса студенты больше доверяют информации в социальных сетях (в



[Научные статьи]

Качкаева А.Г., Колчина А.С., Шомова С.А.
 Информационная, цифровая, новостная...
 (исследование уровня медиаграмотности
 студентов НИУ ВШЭ)

комментарии к вопросу они отмечают, что больше всего доверяют facebook).
 (См. Таблица 1).

Таблица 1. Доверяете ли информации в социальных сетях?
 (0 – не доверяю; 1 – частично доверяю; 2 – доверяю)

	Group_0_1	S7_Do you trust information from Social Media? 0	S7_Do you trust information from Social Media? 1	S7_Do you trust information from Social Media? 2	Row Totals
Count	0	17	28	5	50
Row Percent		34,00%	56,00%	10,00%	
Count	1	12	22	12	46
Row Percent		26,09%	47,83%	26,09%	
Count	All Grps	29	50	17	96

Marked cells have counts > 10
 Pearson Chi-square: 4,30523, df=2, p=,116180

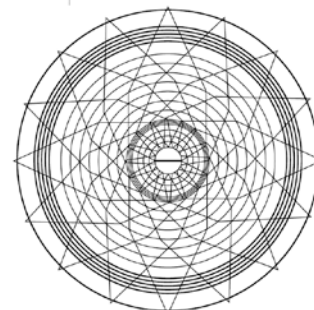
Студентам предлагалось ответить на вопрос, как они относятся к выкладыванию информации в социальных сетях. Выявлены статистически значимые различия в распределении студентов до и после прослушивания курса. Было доказано, что существует связь между обучением и количеством информации, выкладываемой студентами. На наш взгляд, это может свидетельствовать, в частности, о том, что студенты после курса становятся более «открытыми», медиа пространство становится для них более понятным и менее угрожающим (хотя, разумеется, остается вопрос о влиянии других факторов на изменение медиаповедения студентов).

Таблица 2. Каким источникам информации Вы более всего доверяете в освещении новостей в стране и мире?
 (0 – никому не доверяю; 1- доверяю радио; 2 – доверяю интернету; 3 – доверяю социальным сетям; 4 – доверяю другим источникам; 5 – доверяю западным источникам)

Group_0_1	S3_trusting different information sources_Q1_0	S3_trusting different information sources_Q1_1	S3_trusting different information sources_Q1_2	S3_trusting different information sources_Q1_3	S3_trusting different information sources_Q1_4	S3_trusting different information sources_Q1_5	S3_trusting different information sources_Q1_12	S3_trusting different information sources_Q1_13	S3_trusting different information sources_Q1_23	S3_trusting different information sources_Q1_24	S3_trusting different information sources_Q1_25	S3_trusting different information sources_Q1_45	S3_trusting different information sources_Q1_235	S3_trusting different information sources_Q1_245	S3_trusting different information sources_Q1_2345	Row Totals
Count	0	2	7	16	1	4	2	6	1	0	8	3	0	0	0	50
Row Percent		4,00%	14,00%	32,00%	2,00%	8,00%	4,00%	12,00%	2,00%	0,00%	16,00%	6,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
Count	1	15	1	9	0	0	3	0	0	1	0	6	2	5	2	46
Row Percent		32,61%	2,17%	19,57%	0,00%	0,00%	6,52%	0,00%	0,00%	2,17%	0,00%	13,04%	4,35%	10,87%	4,35%	
Count	All Grp	17	8	25	1	4	5	6	1	1	8	9	2	5	2	96

[Научные статьи]

Качкаева А.Г., Колчина А.С., Шомова С.А.
Информационная, цифровая, новостная...
(исследование уровня медиаграмотности
студентов НИУ ВШЭ)



Процент студентов, не доверяющих новостям, меняется с 4% до 32% – до и после курса (См. **Таблица 2**). Это свидетельствует о том, что развивается навык критического мышления.

Выявлена статистически значимая связь в распределении студентов до и после курса по степени критической оценки информации из разных источников; практически не осталось студентов, которые доверяют новостям безоговорочно (такой показатель с 20% до 2% снизился). (См. **Таблица 3**).

Таблица 3. Как часто при просмотре телепередач, прослушивании радио, чтении газет и журналов у Вас складывалось ощущение, что Вас обманывают – дают заведомо ложную, непроверенную информацию или пытаются навязать Вам определенную точку зрения?

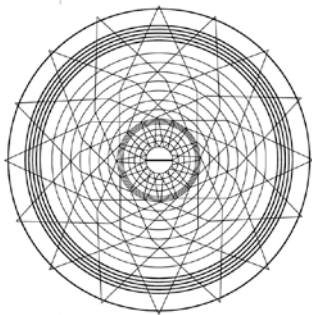
(0 - почти никогда; 1 – иногда; 2 – почти всегда)

	Group_0_1	S3_trusting different information sources_Q4 0	S3_trusting different information sources_Q4 1	S3_trusting different information sources_Q4 2	Row Totals
Count	0	10	32	8	50
Row Percent		20,00%	64,00%	16,00%	
Count	1	1	27	18	46
Row Percent		2,17%	58,70%	39,13%	
Count	All Grps	11	59	26	96

Marked cells have counts > 10
Pearson Chi-square: 11,4868, df=2, p=.003204

При этом число тех студентов, которые, как они полагают, могут обнаружить фейковую и непроверенную информацию возросло более чем в два раза. Снижается количество студентов, которые считают, что есть один источник, которые удовлетворяет их потребностям. 50% студентов на первом курсе получает информацию только из сети Интернет; на старшем курсе этот показатель увеличивается до 59% процентов. Также увеличивается процент людей, читающих новости только в ленте социальных сетей; в то же время падает процент студентов (с 20% до 6%), которые указывают в качестве двух источников: телевидение и интернет. Это происходит, по нашему мнению, за счет падения интереса и доверия к телевизионным новостям. Изменяется распределение слушателей по различным радиостанциям среди студентам.

Наблюдается тенденция снижения процента студентов, которые «легко находят информацию»; в процессе изучения курса они начинают понимать, что это достаточно сложный процесс. Статистически значимых различий не выявлено, но наблюдается тенденция к снижению количества слушателей, которые считают, что рекламу и пропаганду определить легко. (См. **Таблица 4**). Выбатывается своего рода «иммунитет» к манипулятивным техникам современных медиа; студенты начинают критически осмыслять информацию,



[Научные статьи]

Качкаева А.Г., Колчина А.С., Шомова С.А.
 Информационная, цифровая, новостная...
 (исследование уровня медиаграмотности
 студентов НИУ ВШЭ)

появляется понимание того, какой серьезной профессией они собираются заниматься и какую ответственность на себя берут.

Таблица 4. «Я легко определяю, какая информация содержит в себе пропаганду»

(согласен/ частично согласен / не согласен)

Summary Frequency Table (2015_HSE_AK_work)					
Marked cells have counts > 10					
(Marginal summaries are not marked)					
	Group_0_1	S4_Opinions_0	S4_Opinions_1	S4_Opinions_2	Row Totals
Count	0	5	1	44	50
Row Percent		10,00%	2,00%	88,00%	
Count	1	8	0	38	46
Row Percent		17,39%	0,00%	82,61%	
Count	All Grps	13	1	82	96

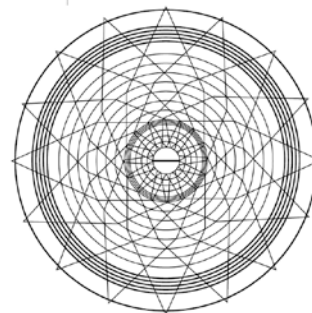
Проанализировав ответы на «открытые вопросы» (блок по этике, миссии и функциям журналистики), можно сделать следующие выводы: студенты, изучившие курс, соблюдают «новостную диету»; демонстрируют более глубокое понимание общественно-политических и социальных проблем, занимают активную гражданскую позицию; демонстрируют понимание миссии СМИ; разбираются в том, какой информации можно и нельзя доверять, а также объясняют почему; для проверки информации используют несколько источников; отличают новости от других видов информации (пропаганды, рекламы, PR и т.д.); способны определять манипуляции в СМИ; с большей вероятностью находят ошибки/ неточности в новостных сообщениях.

В 2015-2016 гг. (при поддержке фонда «Либеральная миссия») разработчиками курса были проведены две школы по новостной грамотности в Санкт-Петербурге. Программа школы была рассчитана на «студентов не медиаспециальностей» из регионов России. Результаты исследования, проведенного в ходе школ, также показывают, что отношение к ключевым понятиям новостной грамотности – до и после обучения – существенно отличаются.

Данные всероссийского исследования медиаграмотности (ЦИРКОН 2009-2015 гг. [см. подробнее <http://www.zircon.ru>]) и исследования российского медиаландшафта («Левада-центр» 2014 г. [см. подробнее: <http://www.levada.ru>]) свидетельствуют о том, что более 50 процентов населения России получают новости только из одного источника информации. Это еще один сигнал для осознания того, насколько важно современной аудитории владеть новостной грамотностью и чувствовать себя более уверенно в информационном поле – причем не только неискушенным потребителям, но даже студентам, обучающимся по направлению «журналистика».

[Научные статьи]

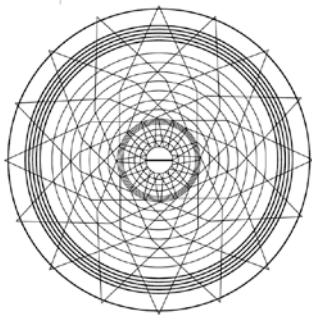
Качкаева А.Г., Колчина А.С., Шомова С.А.
Информационная, цифровая, новостная...
(исследование уровня медиаграмотности
студентов НИУ ВШЭ)



На наш взгляд, можно констатировать, что курс новостной грамотности порождает у студентов «вкус» к самостоятельной исследовательской деятельности в этой предметной области, а также вызывает дополнительный интерес к таким смежным проблемам теории медиа, как экология журналистской профессии, закономерности производства, распространения и потребления новости в современном социуме.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Жилавская И.В. (2009). *Медиаобразование молодежной аудитории*. Томск.
- Маклюэн М., Фиоре К. (2012). *Война и мир в глобальной деревне*. Москва.
- Федоров А.В. (2009). *Медиаобразование: вчера и сегодня*. Москва.
- Федоров А.В. (2015). *Медиаобразование: история и теория*. Москва.
- Masterman L. (1985). *Teaching the Media*. Comedia Books.
- McLuhan H.M., McLuhan E. (1992). *Laws of Media: The New Science*. University of Toronto Press.
- Innis H. (1951). *The Bias of Communication*. Toronto. University of Toronto Press.
- Postman N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. Penguin.
- <http://www.centerfornewsliteracy.org>
- <http://www.zircon.ru>
- <http://www.levada.ru>



[Научные статьи]

Качкаева А.Г., Колчина А.С., Шомова С.А.
Информационная, цифровая, новостная...
(исследование уровня медиаграмотности
студентов НИУ ВШЭ)

INFORMATIONAL, DIGITAL, NEWS LITERACY (STUDY OF LEVEL OF MEDIALITERACY AMONG THE STUDENTS OF HIGHER SCHOOL OF ECONOMICS)

Kachkaeva A.

Ph.D., Professor, School of media, Faculty of Communications, Media and Design, National Research University – Higher School of Economics, Moscow, Russia

akachkaeva@hse.ru

Kolchina A.

Ph.D., Assistant Professor, School of media, Faculty of Communications, Media and Design, National Research University – Higher School of Economics, Moscow, Russia

akolchina@hse.ru

Shomova S.

Ph.D., Professor, School of media, Faculty of Communications, Media and Design, National Research University – Higher School of Economics, Moscow, Russia

sshomova@hse.ru

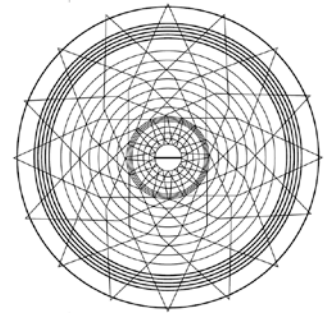
Abstract:

News literacy is one of the most actual and unknown in Russia trends in modern media education. Developing from the concepts of M. McLuhan, H. Innis and N. Postman, news literacy has many scholars studying this topic in terms of Russian situation. The following article discusses the results of a research, which was conducted by High School of Economics among students of different faculties. It was dedicated to the dynamics of student's media literacy skills before and after they study the course of news literacy. The key results of the survey show that the level of media literacy raised after the course dramatically: this has been demonstrated through the amount of students who answered the questions about the trust to various media resources, students who began to prefer look for information from different sources, etc.

Keywords: Media education, media literacy, news literacy, news

[Научные статьи]

Качкаева А.Г., Колчина А.С., Шомова С.А.
Информационная, цифровая, новостная...
(исследование уровня медиаграмотности
студентов НИУ ВШЭ)



REFERENCES

Fedorov A.V. (2009). *Mediaobrazovanie: vchera i segodnya*. Moscow.

Fedorov A.V. (2015). *Mediaobrazovanie: istoriya i teoriya*. Moscow.

Masterman L. (1985). *Teaching the Media*. Comedia Books.

Maklyuen M., Fiore K. (2012). *Voyna i mir v global'noy derevne*. Moscow.

McLuhan H.M., McLuhan E. (1992). *Laws of Media: The New Science*. University of Toronto Press.

Innis H. (1951). *The Bias of Communication*. Toronto. University of Toronto Press.

Postman N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. Penguin.

Zhilavskaya I.V. (2009). *Mediaobrazovanie molodezhnoy auditorii*. Tomsk.

<http://www.centerfornewsliteracy.org>

<http://www.zircon.ru>

<http://www.levada.ru>