

МЕТОДОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА МЕДИАИССЛЕДОВАНИЙ
КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗРЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ИНФОРМАЦИОННОЙ И МЕДИА-ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ: ВЗГЛЯД НА
УЗБЕКИСТАН

Санжарбек Аллаяров,
Представительство ЮНЕСКО в Республике Узбекистан

Малика Иброхимзода,
Национальная медиа ассоциация Узбекистана

Сайёра Абдурахимова,
Федерация Сумо Республики Узбекистан

Мукаррам Отамуродова,
Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана

Антон А. Антонов-Овсеенко,
Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана

Аннотация: В ходе исследования посредством изучения результатов социологических опросов, анализа публикаций (трансляций) профессиональных медиа и научных работ выявлены недостатки в уровне информационной и медиа-грамотности населения Узбекистана. Актуальность исследования обусловлена ростом распространения как недостоверной информации, так и целенаправленно продуцируемых фейк-ньюз, связанного с эскалацией международных конфликтов, таких, как начавшееся в 2022 г. вооруженное противостояние между Россией и Украиной и война между группировкой Хамас и Израилем в 2023 г. В работе уделено внимание базовым моделям менеджмента медиаисследований с целью выработки рекомендаций, заключающихся в расширении спектра источников информации, обретении навыков критического мышления и фактчекинга.

Ключевые слова: медиа-грамотность, достоверность, фактчекинг, дезинформация, фейк-ньюз, международный конфликт, медиаисследования, менеджмент, ЮНЕСКО

Введение и гипотеза

Эпоха Интернета, помимо достоинств, заключающихся в оперативности распространения информационных сообщений в режиме онлайн, расширении базы научных обменов, интерактивности, глобальности охвата и других преимуществ, привнесла в информационное пространство серьезные недостатки: быстро обнаружилось, что непроверенная информация и сознательно формируемые фейк-ньюз распространяются по мировой сети с той же скоростью, что и информация достоверная. Что, в свою очередь, провоцирует необходимость актуализации исследований в области информационной и медиа-грамотности.

При этом эмпирический анализ влияния информаци-

онных сообщений, распространяемых как профессиональными масс-медиа, так и возникающих из среды блогосферы, демонстрирует слабую оснащенность населения навыками контент-анализа, готовность доверять ограниченному количеству источников, распространяющих в том числе заведомо ложную информацию, фейк-ньюз. Эксперты отмечают широкое распространение целого ряда методик распространения фейк-ньюз: «К таковым относятся, например, публикация недостоверной информации в источнике пользующимся доверием читателей. После вирусного распространения этой информации в социальных сетях и СМИ первоначальный материал удаляется, чтобы изданию избежать обвинений в диффамации, а многочисленные упоминания ложного факта продолжают влиять на информационное пространство. Другой распространенный приём — использование материалов цифровой дипломатии — суждений влиятельных политиков. При обилии каналов коммуникации возможно подобрать суждение, соответствующее целям и ценностям оператора фейк-ньюз. Здесь при объективном изложении достоверного факта опубликованного суждения спикера возможно полностью изменить изначальный посыл суждения путем придания иного смысла при переводе и/или интерпретации. Также часто употребляются публикации текстов экспертов из известных аналитических структур, как отражение официальной точки зрения власти, тогда как в действительности эксперт высказал личное мнение в рамках идущей, в научном сообществе, дискуссии» (Сердюк; Бреслер; Манойло, 2022).

В результате пользование источниками, распространяющими недостоверную информацию, как и пользование ограниченным количеством источников, без перепроверки и сравнения данных (фактчекинг), формирует в массе населения низкий уровень осведомленности о происходящем. Более того: как отмечают эксперты, «неправильно интерпретированные новости могут вызвать панику в обществе», отмечая, среди прочего, такие тематические направления, по которым традиционно распространяются фейк-ньюз, как «внешняя и внутренняя политика, экономика, здравоохранение» (Сердюк; Бреслер; Манойло, 2022).

В конечном итоге недостоверная информация провоцирует эскалацию различных конфликтов, что особенно ярко проявилось на примерах начавшегося в 2022 г. военного противостояния между Россией и Украиной, а затем в 2023 г. между группировкой Хамас и Израилем. Так, с самого начала конфликта в секторе Газы 7 октября 2023 г. волна выступлений в поддержку Палестины прокатилась по всему миру, причем в ряде случаев демонстрации сопровождались

ALLAYAROV Sanjarbek
Communication and
Information Specialist of the
UNESCO Representative
Office in the Republic of
Uzbekistan,
s.allayarov@unesco.org

IBROHIMZODA Malika
Coordinator of the
international department
of the National Media
Association of Uzbekistan,
ibroximzoda77@mail.ru

ABDURAKHIMOVA
Sayyora
press secretary of the Sumo
Federation of the Republic
of Uzbekistan,
aslzodasayyoram@gmail.
com

OTAMURODOVA
Mukarram
PhD, Head of the Scientific
Department of Journalism
and Mass Communications
University of Uzbekistan,
otamurodovamukarram@
gmail.com

ANTONOV-OVSEENKO
Anton Antonovich
Doctor of Philological
Sciences, Associate
Professor, Professor of the
"Media theory and practice"
department of Journalism
and Mass Communications
University of Uzbekistan,
anton.antonov.ovseenko@
gmail.com

насилием (Fenaux-1, 2023). В Индии, наоборот, местные националисты распространяли по сети сфальсифицированные видеорепортажи, носящие откровенно исламофобский характер (Fenaux-2, 2023). Нарастание антисемитизма, в свою очередь, вызвало ответные выступления в Европе: например, в Париже состоялся многотысячный уличный марш, участники которого выступали с флагами Франции, Бельгии и других стран (Chahuneau, 2023).

В свою очередь, фактчекинг телеканала France24 под рубрикой «Информация или интоксикация» апеллировал к тому, что «российская кампания по дезинформации применяет автоматических ботов и фейковые статьи для дискредитации Украины и западных стран, используя контекст войны в Газе» (Saint-Leger-2, 2023).

Специальная операция израильской армии против Хамас на территории госпиталя Аль-Шифа в секторе Газы спровоцировала отдельную волну антиизраильских выступлений: Израиль объяснял необходимость операции нахождением на территории госпиталя подземного склада вооружений группировок Хамас и Исламский джихад и представил видео-доказательства (York, 2023), однако различные источники в социальных сетях распространяли сведения об отсутствии оружия и акцентировали внимание на жертвах среди пациентов госпиталя. В мировой сети также активно распространялась сфальсифицированная видеозапись о расстрелах израильскими пилотами участников Фестиваля Нова, однако последующий тщательный фактчекинг показал, что на самом деле вертолет израильской армии был задействован в уничтожении военных объектов Хамас в географической точке, находившейся на значительном удалении от места проведения фестиваля (Saint-Leger-1, 2023).

Война Израиля с Хамас, таким образом, трансформировалась в «боевые» действия на информационном фронте, еще более разжигавшие конфликт на территории Газы (Fenaux-1, 2023) — аналогично тому, как развивались события на информационном фронте между Россией и Украиной.

В эпоху эскалации международных конфликтов и информационных войн, подобных описанным выше, особенно важным представляется выявление уровня медиа-грамотности населения, прежде всего в молодежной среде, представители которой в первую очередь становятся участниками вооруженных конфликтов в качестве военнослужащих или добровольных участников.

В ходе исследования авторы демонстрируют на различных примерах, преимущественно в отдаленных от столицы Узбекистана регионах, неудовлетворительный уровень осве-

ALLAYAROV Sanjarbek
YuNESKOning O'zbekiston
Respublikasidagi
vakolatxonasi aloqa va
axborotlashirish bo'yicha
mutaxassisi,
s.allayarov@unesco.org

IBROHIMZODA Malika
O'zbekiston Milliy Media
Assotsiatsiyasi xalqaro bo'limi
koordinatori,
ibroximzoda77@mail.ru

ABDURAXIMOVA Sayyora
O'zbekiston Respublikasi Sumo
federatsiyasi matbuot kotibi,
aslzodasayyoram@gmail.com

OTAMURODOVA Mukarram
PhD, O'zbekiston jurnalistika
va ommaviy kommunikatsiyalar
universiteti ilmiy bo'lim mudiri,
otamurodovamukarram@gmail.
com

ANTONOV-OVSEENKO
Anton Antonovich
filologiya fanlari doktori,
dotsent, O'zbekiston
jurnalistika va ommaviy
kommunikatsiyalar universiteti
"Media nazariyasi va amaliyoti"
kafedrası professori, anton.
antonov.ovseenko@gmail.com

домленности населения Республики о происходящем. Гипотезой настоящего исследования стало положение, согласно которому такой уровень информационной и медиа-грамотности населения сформирован прежде всего использованием ограниченного количества источников информации в целом и качественных источников в особенности, отсутствием навыков критического мышления и фактчекинга, что, в свою очередь, предопределяет формирование искаженного представления о действительности. В ходе исследования мы продемонстрируем аргументы в пользу этого утверждения.

Методы и материалы

В работе используются результаты совместного проекта Представительства ЮНЕСКО в Республике Узбекистан и Министерства молодежной политики и спорта Узбекистана «Молодежь в пользу социальной гармонии в Ферганской долине», направленного на выявление уровня медиа-грамотности населения и реализованного в 2021 г. Республиканским центром изучения общественного мнения (РЦИОМ) «Ижтимоий фикр» на территориях Андижанской, Наманганской и Ферганской областей Узбекистана с использованием опроса методом анкетирования (Отчет, 2023): авторы принимали непосредственное участие в выработке рекомендаций для проведения опроса. Целью исследования стала оценка уровня информационной компетентности среди молодого поколения и преподавательского состава Ферганской долины Узбекистана. В рамках исследования были определены средние значения индексов информационной грамотности для каждого из трех регионов и по трем регионам совокупно.

В качестве еще одного важного инструмента исследования авторы использовали результаты межстранового анализа медиа-грамотности, реализованного в Казахстане, Узбекистане и Таджикистане в 2019 г. по заказу Международной некоммерческой организации Internews (Задорин; Сапонова, 2020).

С целью актуализации результатов предыдущих исследований и определения предпочтений в пользовании как альтернативными узбекскому языками в ходе потребления информации, так и альтернативными источниками информации в целом, авторы реализовали собственный оригинальный блиц-опрос методом анкетирования в столичном регионе Ташкента, сравнительный анализ результатов которого с результатами других исследований позволил сформулировать соответствующие выводы и рекомендации.

В качестве материалов эмпирического анализа авторы использовали как публикации (трансляции) в професси-

ональных медиа, таких, как France24, с акцентом на трансляции, посвященные фактчекингу различной информации, распространяемой сторонами международных конфликтов (Chahuneau, 2023; Fenaux, 2023; Saint-Leger, 2023; York, 2023), так и научные изыскания в области медиаграмотности других авторов (Буренина и др., 2021; Дунас, Варганов, 2020; Задорин, Сапонова, 2020; Шарашкина, Розяева, 2021), а также материалы монографии «Информационные и коммуникационные технологии в образовании» под редакцией Б. Дендева (Информационные, 2023).

В ходе исследования авторы опирались также на результаты научной дискуссии с широким представительством участников из региона Центральной Азии в области развития коммуникации между государством и обществом, проведенном в России Национальным исследовательским институтом развития коммуникаций (Бегалинова и др., 2021).

Практическую пользу в выявлении методологий фейк-ньюз и выработке рекомендаций для воспрепятствования их распространению привнесло исследование А.В. Сердюк, М.Г. Бреслера и А.В. Манойло «Фактчекинг как основа медиаграмотности центиниалов в странах Центральной Азии (на примере Казахстана)» (2022).

В качестве базы источников для исследования авторы использовали также исследование «Медиа-грамотность: обзор литературы» заведующей кафедрой ЮНЕСКО Казахского национального университета им. Аль-Фараби проф. Н.Т. Шынгысовой (2020).

Результаты и обсуждение

В 1989 г. Ассоциация американских библиотек определила базовые компетенции информационно грамотного человека: умение находить, оценивать, распознавать и эффективно использовать информацию, необходимую для выполнения любой задачи или принятия любого решения (Буренина и др., 2021). Эти навыки впоследствии были закреплены в ряде авторитетных международных документов. Так, в 1996 г. Совет Европы включил информационную компетенцию в число пяти ключевых компетенций (key competence), необходимых современному молодому европейцу (Vartanova, 2019); Александрийская декларация об информационной грамотности и образовании 2005 г. определила (медийную) и информационную грамотность как ключевой компонент обучения на протяжении всей жизни (Gendina, 2007); Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании также закрепил эти компетенции в монографии «Информационные и коммуникационные технологии в образовании» (2013).

Само определение медиа-грамотности многогранно и включает целый ряд важнейших понятий. В работе «Сравнительный анализ индексов медиа-грамотности в странах Центральной Азии» И.В. Задорин и А.В. Сапонова (2020) выделяют следующие понятия:

— в первую очередь, это набор навыков и умений, которые позволяют людям использовать, анализировать, оценивать и создавать сообщения в разных видах;

— это развитое критическое мышление и способность смотреть на все с точки зрения здорового скептицизма, осторожность, некоторая креативность, умение отличить правду от вымысла;

— это умение безопасно взаимодействовать с информационным полем для себя и других, создавать этически корректный контент;

— это осведомленность о существующих медиаресурсах, умение выделять среди них качественный, достоверный источник информации (Задорин; Сапонова, 2020).

О первостепенной важности выбора качественных альтернативных источников информации, особенно в молодежной среде, говорится также в исследовании А.В. Сердюк, М.Г. Бреслера и А.В. Манойло, посвященном «Фактчекингу как основе медиаграмотности центиниалов в странах Центральной Азии (на примере Казахстана)»: «Одной из мер повышения защиты центиниалов от негативного информационного воздействия является введение практики фактчекинга — системы проверки фактов из различных источников. Центиниалы не готовы верить непроверенной информации, более того, существенная часть стремится проверять важную для них информацию по нескольким источникам. Но восприятие информации как достоверной зависит не столько от числа, сколько от качества источников» (2022).

Опираясь на эти положения, в 2021 г. РЦИОМ «Ижтимоий фикр» под эгидой Представительства ЮНЕСКО в Республике Узбекистан и Министерства молодежной политики и спорта Узбекистана в рамках проекта «Молодежь в пользу социальной гармонии в Ферганской долине» реализовал на территориях Андижанской, Наманганской и Ферганской областей Узбекистана масштабное исследование с использованием опроса методом анкетирования, о котором мы говорили выше в разделе «Методы и материалы».

Справочно. Ферганская долина (узб. Фарғона водийси) — межгорная впадина в горах Центральной Азии. Площадь составляет около 22 тыс. км², вкуче с окружающими горами — до 80 тыс. км². Ферганская долина разделяет горные массивы Тянь-Шань (на севере) и Памиро-Алай (на юге). Реки Нарын и Карадарья, сливаясь у Намангана, образуют Сырдарью — главную реку Ферганской долины и одну из крупнейших

рек Средней Азии. Ферганская долина вытянута вдоль Сырдарьи на 300 км, ширина её в самом широком месте 170 км. На севере Кураминский, Чаткальский и Ферганский хребты отделяют Ферганскую долину от долин крупных притоков Сырдарьи. На юге за Туркестанским хребтом находится долина Зарафшана, а ещё восточнее Ферганскую долину с юга ограничивает Заалайский хребет. Ферганская долина разделена между тремя государствами: Таджикистаном, Кыргызстаном и Узбекистаном. Принадлежащая Республике Узбекистан часть Ферганской долины — самый восточный, обособленный горными хребтами, регион. Административно регион включает в себя три области: Ферганская область, Андижанская область и Наманганская область.

Напомним также, что целью исследования стала оценка уровня медиа-грамотности и в целом информационной компетентности молодежи и преподавательского состава Ферганской долины Узбекистана: были определены средние значения индексов информационной грамотности для каждого из трех регионов и по трем регионам совокупно

	Молодежь	Студенты	Преподаватели
Андижанская область	0,50	0,57	0,57
Наманганская область	0,49	0,57	0,66
Ферганская область	0,49	0,60	0,63
В среднем	0,49	0,58	0,62

Рис 1. Индексы информационной грамотности

Индексы рассчитывались на основе результатов ответов на 11 вопросов с акцентом на степень критического отношения к информации и на основе самооценки респондентами различных аспектов такого отношения. Более грамотные варианты ответов оценивались в 1 балл, менее грамотные ответы — в 0 баллов. Вычислялась сумма баллов для каждого респондента, затем среднее значение баллов для каждой области. На завершающей стадии все средние значения баллов были разделены на максимально возможное количество 11 баллов, что обеспечило нормирование значений индексов к диапазону от 0 до 1. После нормирования значений индексов они представляют собой уровни медиа-грамотности в рамках данной методологии.

Если определить приемлемый уровень медиа-грамотности как превышающий среднее значение 5,5 баллов из 11 возможных, то доли респондентов, оцененных на приемлемом уровне медиа-грамотности в таком контексте, будут выглядеть следующим образом: молодежь — 45%, студенты — 71% и преподаватели — 75%.

В соответствии с требованиями выборка репрезентативно охватила три группы респондентов: молодежь, студен-

тов и преподавателей вузов в Андижанской, Наманганской и Ферганской областях с целью последующего анализа результатов в применении к каждой группе.

Для обеспечения требуемой репрезентативности выборки были применены процедуры определения приемлемых объемов выборки, процедуры пропорциональной и равномерной стратификации выборки в соответствии статистическими данным, а также процедуры случайного отбора респондентов.

Исследование продемонстрировало, что молодежь и преподаватели активно используют телевизионные трансляции в качестве источников информации (оснащение телевизионными приемниками составляет 97,5% у молодежи, 94% у студентов и 93,7% у преподавателей), подавляющее большинство среди всех категорий также пользуется Интернетом посредством различных устройств (85,7% опрошенных из числа молодежи сообщили, что располагают смартфонами, из опрошенных студентов им владеют 91,9%, среди преподавателей — 93,0%).

То, что большинство использует телевизор и мобильные устройства в качестве источников информации о происходящем, подтверждает также анализ данных межстранового исследования медиа-грамотности, проведенного в Казахстане, Узбекистане и Таджикистане в 2019 г. по заказу Международной некоммерческой организации Internews: в качестве общей для всех исследуемых стран характеристики можно назвать высокую степень оснащенности большинства населения телевизором и мобильным телефоном (Задорин, Сапонова, 2020). Однако исследование медиа-грамотности населения Ферганской долины Узбекистана выявило, что оснащенность устройствами, необходимыми для доступа к информационным ресурсам, различается в регионе в зависимости от категорий населения (рис. 2). Это исследование также выявило,



Рис. 2. Оснащенность техническими средствами, необходимыми для доступа к информационным ресурсам (в %, от числа опрошенных)

что бумажные издания и электронные книги в качестве источников информации используются реже

Обобщенный анализ оснащенности населения Узбекистана устройствами, используемыми для потребления информации, в сравнении с оснащенностью жителей Таджикистана и Казахстана, приведен в упоминавшемся выше исследовании индексов медиа-грамотности в странах Центральной Азии И.В. Задорина и А.В. Сапоновой (2020). Согласно результатам этого анализа, «Таджикистан можно назвать бесспорным лидером по охвату спутникового ТВ — 64,2% респондентов отметили наличие дома спутниковой антенны, в Казахстане и Узбекистане этот показатель ниже почти вдвое — 33,0% и 38,5%, соответственно. Таджикистан также лидирует по количеству отдельных устройств для принятия радиосигнала (радиоприемников) — 34,5% VS 19,8% (Узбекистан), 9,7% (Казахстан). Узбекистан существенно опережает Казахстан и Таджикистан по количеству устройств, с помощью которых можно потреблять контент со сторонних аудио- и видеоносителей, отставая при этом по оснащенности населения компьютерами [33,8% VS 52,6% (Таджикистан) и 52,6% (Казахстан)] и планшетами [16,0% VS 32,3% (Таджикистан), 30,0% (Казахстан)]» (Задорин; Сапонова, 2020).

Популярность различных источников информации определяется прежде доступностью, и, разумеется, домен UZ пользуется в Ферганской долине Узбекистана наибольшей популярностью у населения. Среди социальных сетей как источников информации здесь доминируют Telegram, YouTube, Instagram, среди профессиональных информационных порталов — новостные страницы kun.uz и daryo.uz как лидеры в оперативности реагирования на события. Кроме того, 29% респондентов являются подписчиками интернет-изданий или блогеров.

Наибольшее число опрошенных ответили, что доверяют прежде всего государственному телевидению, информации от близких и национальным газетам (рис. 3). Обнаружено, что большинство респондентов не ощущают обмана при просмотре медиаконтента и не сомневаются в его достоверности. При этом собственные навыки взаимодействия с медиаустройствами и информацией респонденты оценили как высокие.

Исследование продемонстрировало также, что значительная часть опрошенных, прежде всего в молодежной среде, не осведомлены о нормативно-правовых основах функционирования медиа (рис. 4).

Интернет в основном используется для передачи



Рис. 3. Степень доверия участников исследования к источникам информации (в % от общего числа опрошенных)

профессиональной и образовательной информации, а в исследовании И.В. Задорина и А.В. Сапоновой (2020) говорится также о распределении пользователей по отдельным коммуникационным платформам: «Из регулярных средств коммуникации блоги и форумы являются наименее характерными для Таджикистана и Узбекистана. И если блоги можно считать преимущественно средствами односторонней коммуникации, то низкая степень использования форумов может быть объяснена инфраструктурными особенностями. Вследствие более медленного проникновения Интернета на форумы на пике их активности была вовлечена лишь малая часть населения. Новая аудитория по мере роста охвата Интернетом приходила уже на новые платформы, и можно предположить, что отчасти поэтому социальные сети в Таджикистане (49,3%) и мессенджеры в Узбекистане (46,6%) охватывают почти половину населения. Это же предположение может быть справедливо и в отношении регулярного пользования электронной почтой (Таджикистан — 6%, Узбекистан — 6%)».

В продолжение комментария к исследованию в Ферганской долине сообщим, что по его результатам большинство знает о существовании частных и государственных медиа в Узбекистане и осознает возможные риски размещения информации в Интернете. Большинство также осведомлены о сборе персональных данных при использовании электронных средств коммуникации и о возможности определения анонимного пользователя. Среди угроз в Интернете выделяют компьютерные вирусы и зависимость от Интернета. Навыки взаимодействия с медиасферой оценены как средние, при этом



Рис. 4. Известны ли вам законодательные нормативные акты (или один закон) Республики Узбекистан, обеспечивающие правовую основу для деятельности различных средств информации? (в % от общего числа респондентов)

навык определения скрытой информации о дополнительных платежах слабо развит. Уровень владения навыками работы в сети и обеспечения безопасности среди молодежи находится на среднем уровне. Большинство респондентов активно используют социальные сети для обмена информацией. Менее половины способны отличать добросовестные источники информации от недобросовестных. Как показал опрос, самооценка способности отличить добросовестные и вызывающие доверие источники информации от недобросовестных, которые предоставляют ложную информацию, характеризуется как высокая у опрошенных преподавателей (80,5%). Данный показатель снижается у студентов (65,0%) и молодых людей (41,0%).

Большинство опрошенных не владеют навыками критического мышления и не проверяют информацию, полученную из одного источника. Большинство также не знакомы с методами критического анализа информации. Среди тех, кто, наоборот, знакомы, владение способностями по поиску, анализу и сравнению информации находится в ведущей позиции. Данным навыком хорошо владеют 93,7% опрошенных преподавателей, 87,7% студентов и 54,3% молодых людей. Преподаватели и студенты в большей степени склонны к критическому осмыслению информации, которую получают в профессиональных медиа. Так, 46,7% преподавателей и 43,1% студентов стараются выяснить, чьи интересы представляет медиа для оценки информации из газет, журналов, ТВ, Интернет-сайтов, социальных сетей.

Большую самостоятельность в поиске нужной информации проявляют студенты (38,1%), в то время как молодежь (30,8%) и преподаватели (26,8%) могут обращаться к родственникам, друзьям и знакомым для поиска нужной им информации.

Усталость и фрустрацию от большого количества информации испытывают в большей степени преподаватели (36,1%) и студенты (30,1%). Неверная или лживая инфор-

мация стала причиной потери времени или денег у 25% опрошенных преподавателей и 24,1% студентов.

Среди факторов, определяющих недостаточность уровня ориентации в происходящем, прежде всего в студенческой среде, отмечено отсутствие стремления читать книги (17,6%), отсутствие передовых медиаресурсов (11,2%), отсутствие или нестабильный доступ в Интернет (10,4%), отсутствие фундаментальных знаний (9,2%), низкий уровень (9,2%) критического и аналитического мышления (рис. 5).

Совокупность отмеченных недостатков и провоцирует в итоге расширенную циркуляцию в массе населения как недостоверной информации, так и намеренно распространяемых фейк-ньюз. Более того, результаты работы И.В. Задорина и А.В. Сапоновой (2020) демонстрируют, что если понятие «компьютерный вирус» является наиболее известным для большинства жителей Узбекистана, Казахстана и Таджикистана, то термины «информационная война», «компромат» по большей части связаны с политическими событиями, соответственно менее всего обсуждаются в национальных масс-медиа, что, возможно, «является причиной отсутствия <этих терминов> в вокабуляре большей половины населения». В особенности это характерно для Узбекистана, где, по данным исследования И.В. Задори-



Рис 5. По вашему мнению, какие факторы оказывают наиболее ошутимое негативное влияние на уровень медиа-грамотности студентов?

Варианты ответов	Казахстан	Таджикистан	Узбекистан
Часто и очень часто	38%	18%	11%
Редко и очень редко, никогда	35%	69%	82%
Затрудняюсь ответить	27%	13%	6%

Рис. 6. 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?

на и А.В. Сапоновой (2020), у 82% населения не возникает сомнений в том, что транслируемая информация из выбранного по усмотрению источника — единственно верная (рис. 6).

В целом, Казахстан и Узбекистан отличаются высоким процентом респондентов, не готовых тратить время на проверку и уточнение информации, которая вызывает сомнение — 44% и 41%, соответственно. Таджикистан же отличается большей долей населения, декларирующей свою заинтересованность в фактчекинге (Задорин; Сапонова, 2020).

Русскоязычные источники как альтернатива и бесплатные источники как предпочтение

С целью актуализации используемых в настоящей работе исследований информационной и медиа-грамотности населения Узбекистана авторы реализовали оригинальный блиц-опрос методом анкетирования в студенческой среде, а также в среде граждан старшего возраста, проживающих преимущественно в столичном регионе Ташкента, с акцентом на выявление предпочтений в пользовании альтернативными узбекскому языковыми источниками информации и альтернативными источниками информации в целом.

Из 73 респондентов 70% составили представители женского пола; по возрастным категориям: молодежь от 18 до 25

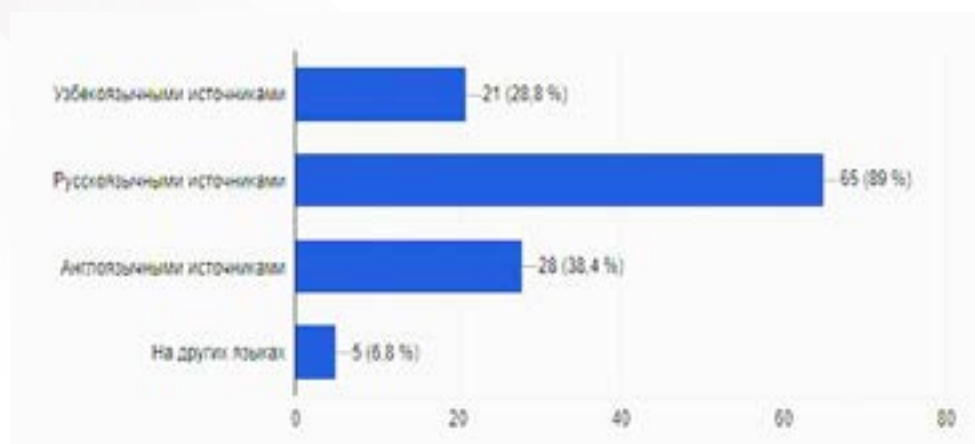


Рис. 7. Источниками на каких языках вы предпочитаете пользоваться в ходе потребления информации?

лет — 64,4%, в то время как остальные 36,6 % составили жители возрастов 25-35 (18%), 35-45 (8%) и 45 и выше (9,6%). Самыми активными участниками опроса оказались студенты — 67%, 18% и 11% — служащие и руководители, соответственно, и 4% — граждане пенсионного возраста.

Как показали результаты (рис. 7), самым актуальным языком для ознакомления с новостями среди пользователей иноязычными источниками является русский (89%), следующий по актуальности — английский (38,4%), и всего 28,8% опрошенных пользуются узбекоязычными источниками средств массовой информации. Всего 6,8% участников пользуются другими иностранными языками для получения информации. При этом в ответ на вопрос о пользовании платными, или бесплатными источниками информации всего 8% респондентов сообщили о своих предпочтениях в пользовании платными источниками, в то время как 92% предпочитают пользоваться бесплатными источниками.

Из полученных результатов (рис. 8) следует, что большинство (свыше 45%) участвовавших в опросе пользуются в качестве альтернативных источников информации российскими масс-медиа и Euronews; 38,4% респондентов заявили о своих предпочтениях CNN и BBC; 16,4% респондентов ответили, что не пользуются альтернативными источниками информации; 8,2% респондентов выбирают Al Jazeera как альтернативный источник и 4% пользуются казахским телеканалом «Хабар24».

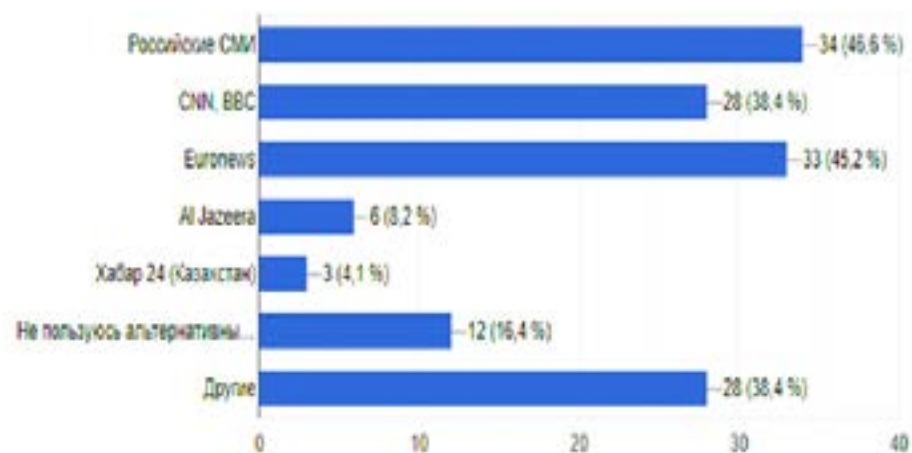


Рис. 8. Какими альтернативными источниками информации вы пользуетесь?

Менеджмент медиаисследований и информационная безопасность

Анализ информационной грамотности населения был бы неполным без учета содержательной составляющей медиаис-

следований в целом. Согласно модели исследований Г. Ласуэлла (1948) эта содержательная составляющая подразумевает ответы на основные вопросы:

- Кто передает?
- Что передает?
- По каким каналам?
- Кому?
- Каков полученный эффект?

В многочисленных последующих работах различных исследователей проблем развития системы масс-медиа и медиаграмотности населения подробно рассматривается каждая из предложенных Г. Ласуэллом предметных областей. Так, М.С. Терещенко (2019) уточняет, что к первой предметной области относятся исследования коммуникатора. Его можно рассматривать как в широком смысле — лицо или группа лиц, которые заинтересованы в коммуникации, так и в узком — непосредственно автор медиатекста. И это могут быть исследования социальных характеристик «заказчиков» и «исполнителей» коммуникации, а также выявление их целей и мотивов в коммуникации. Ко второй области относятся исследования содержания сообщений: здесь изучаются тематика, стилистика, жанр и в целом содержание сообщений. В рамках анализа каналов коммуникации изучаются средства передачи — технические характеристики масс-медиа, их доступ для населения, анализ медиарынка (структура, конъюнктура, динамика, взаимоотношения субъектов, экономические характеристики масс-медиа). Исследования аудитории подразумевают изучение ее количественных, социально-демографических характеристик, ее поведения. Исследования эффектов подразумевают анализ восприятия медиасообщений, то есть, в конечном итоге, анализ того, каким образом сообщения масс-медиа формируют общественное мнение.

Работа Д.В. Дунаса и С.А. Вартанова (2020) представляет особый интерес с точки зрения медиаисследований для настоящей работы, поскольку в ней уделяется внимание изучению предпочтений современной молодежной аудитории. Так, ученые обращают внимание на то, что в рамках социологического исследования «Телевидение и подростки», реализованного факультетами журналистики и психологии МГУ им. М.В. Ломоносова в 2002-2004 гг., был обнаружен разрыв нормативного представления о функциях масс-медиа между исследователями, журналистами и самой аудиторией. Так, только 5 % молодежной аудитории выразили желание смотреть просветительские программы; 25 % журналистов отметили важность просветительского контента в телевизионном вещании. Стоит ли говорить, что функция просвещения в сре-

де медиаисследователей входит в число основных наряду с информированием и развлечением. Это исследование выявило и весьма скудный набор потребностей молодых телезрителей: развлечение, получение информации и проведение досуга занимало 92 % мотиваций, практически не оставляя места таким типам потребностей, как обретение модели поведения, следование моде, замена общению в реальной жизни и др. (Дунас, Вартанов, 2020).

Фактически тот же скудный набор потребностей обнаруживается и у основной массы телезрителей (не только молодежи) в Узбекистане. Так, результаты исследования индексов медиаграмотности в странах Центральной Азии И.В. Задорина и А.В. Сапоновой (2020) демонстрируют, что в Узбекистане «в целом вся аудитория предпочитает развлекательный контент <...> и все, что касается происшествий, скандалов и т. п. Молодежь предпочитает видеоконтент в интернете. Отдельно отмечают разницу в предпочтениях у узбеко- и русскоговорящей частей населения. И хотя русских в стране очень мало, тем не менее их предпочтения заметно отличаются. Так, эксперт отмечает, что в их редакции они не будут создавать один и тот же новостной контент для обеих аудиторий, так как новости, которые предпочитают те и другие, разные».

О рисках для информационной безопасности в связи с Четвертой промышленной революцией и германской частно-государственной программой Industrie 4.0 и необходимости профессионального менеджмента информационной безопасности говорят Т.П. Шарашкина и Т.Н. Розяева (2021), отмечая, что «Индустрия 4.0 создает новые возможности для производственных компаний с появлением киберфизических систем, концепции больших данных и распространением «Интернета вещей», но использование данных технологий несет в себе не только колоссальные возможности, но и риски, которыми необходимо управлять. Большинство повторяющихся факторов риска на производстве связано с информационной безопасностью. Очень важно понимать, как защитить эту производственную систему от кибератак, потери целостности данных или проблем, связанных с доступностью информации. Формирование интегрированной системы менеджмента информационной безопасности может стать ключом к решению данных проблем» (Шарашкина; Розяева, 2021). Инструментами такой системы может (и должно) стать развитие практик и методов фактчекинга для их последующего использования в программах образования на всех уровнях.

О необходимости обеспечения информационной безо-

пасности говорили также участники международной научной дискуссии на тему «Коммуникационные режимы стран Центральной Азии», организованной российским Национальным исследовательским институтом развития коммуникаций (НИИРК), в ходе анализа роли коммуникационных режимов, заключающейся в том, что они не только «(1) позволяют упорядочить социальные взаимодействия и установить обратные связи; (2) обеспечивают социальное и политическое воспроизводство и стабильность; (3) с помощью гибкого изменения правил и норм коммуникационных режимов общественные системы приспосабливаются к изменяющейся реальности; <но и> (4) используются для обеспечения безопасности (в первую очередь информационной)» (Бегалинова и др., 2021).

Другие исследователи указывают на то, что недостаток информации о состоянии медиаграмотности (в том числе по таким важным «традиционным» компонентам, как критичность восприятия информации, умение обезопасить себя и детей от избыточного или вредного контента, способность производить и транслировать информационный контент) существенно ограничивает принятие верных и эффективных решений и в области новейших цифровых технологий (Задорин; Сапонова, 2020).

Таким образом, исследования в области медиа- и информационной грамотности населения по мере расширения цифровизации всех сторон жизнедеятельности обретает все большую актуальность.

Однако на чем может основываться система менеджмента медиаисследований? В настоящей работе, особенно в части, посвященной изучению медиа-грамотности населения Ферганской долины Узбекистана, в других трудах, результаты которых также приведены здесь, профессиональный менеджмент заключался в использовании проверенных практик и методик социологических медиаисследований, разработанных и применяемых в течение длительного времени авторитетными исследовательскими организациями, такими, как специализированное учреждение Организации Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры ЮНЕСКО, что обеспечило высокий уровень достоверности результатов.

Выводы

Результаты исследования, проведенного в среде молодежи, студентов и преподавательского состава Ферганской долины Узбекистана, а также проведенного ранее социо-

логического исследования «Телевидение и подростки», реализованного факультетами журналистики и психологии МГУ им. М.В.Ломоносова в 2002-2004 гг. (которое, как мы отмечали выше, обнаружило разрыв нормативного представления о функциях СМИ между исследователями, журналистами и самой аудиторией) и исследование Internews — в сравнении с результатами оригинального авторского блиц-опроса — демонстрируют разрыв уровней информационной и медиа-грамотности населения: более низкий в регионах и более высокий в Ташкенте.

Аналогичный разрыв наблюдается и в области владения и пользования языками для потребления информации: преимущественно узбекский в регионе Ферганской долины, русский и в меньшей степени английский — в столичном регионе Ташкента. Что, в свою очередь, позволяет сформулировать вывод о невысоком уровне распространенности наиболее используемых (наряду с узбекским) для потребления информации языков, таких, как русский и английский, в регионах Узбекистана, и непосредственно вытекающую из этого вывода рекомендацию, заключающуюся во внедрении в учебные программы на всех уровнях образования усиленного изучения альтернативных языковых дисциплин.

С точки зрения технических средств потребления информации большинство отдадут предпочтение мобильному телефону и телевизору, но с содержательной точки зрения не обращают внимания на качество потребляемых сообщений. При этом значительная часть граждан не пытаются найти дополнительные источники для подтверждения полученной информации, обычно полагаясь на первоначально полученные данные. Косвенно это подтверждают и результаты оригинального авторского опроса в столичном регионе, согласно которым, напомним, всего 8% респондентов сообщили о своих предпочтениях в пользовании платными источниками, в то время как 92% предпочитают пользоваться бесплатными источниками, то есть ориентируются в основном на единственные располагаемые, привычные (но транслирующие отнюдь не всегда достоверную информацию) источники. Что, в свою очередь, также ведет к формулированию рекомендаций, заключающихся в пользовании альтернативными источниками информации наряду с предпочитаемыми традиционно, а также во внедрении в учебные программы на всех уровнях образования методологий критического анализа и фактчекинга,

В планировании образовательных программ по информационной грамотности и медиа-компетентности важно учесть активное пользование такими платформами, как Telegram, YouTube, Instagram и Facebook. Эти медиаресурсы

могут играть ключевую роль в развитии информационной грамотности в системе образования и использоваться как практические примеры. Они также могут служить площадками для взаимодействия медиа-педагогов с учащимися, для создания и дистрибуции электронных научно-методических ресурсов, что, в свою очередь, обеспечит развитие информационной грамотности как на уровне отдельных образовательных учреждений, так и на уровне населения Узбекистана в целом.

Сформированные выводы подчеркивают необходимость разработки и внедрения стратегий и программ, направленных на повышение уровня информационной и медиа-грамотности населения, учитывающих особенности современного информационного общества. Освоение навыков критического мышления, фактчекинг посредством использования дополнительных качественных источников информации является ключевым аспектом в формировании сознательных, ответственных и информированных граждан.

Список литературы

Бегалинова, К.К. и др. 2021. Коммуникационные режимы в странах Центральной Азии: научная дискуссия. Россия и мир: научный диалог. Москва. Национальный исследовательский институт развития коммуникаций (НИИРК). Т. 1 № 2. DOI: 10.53658/RW2021-1-2-96-137.

Буренина, Н.В. и др. 2021. Информационная грамотность в России: опрос проекта DIREKT. Наука и научная информация. № 4(3). С. 106–123. <https://doi.org/10.24108/2658-3143-2021-4-3-106-123>.

Дунас, Денис; Варганов, Сергей. 2020. Молодежный сегмент аудитории СМИ: теоретические подходы отечественных медиаисследователей. Москва. Вопросы теории и практики журналистики. С. 113. DOI 10.17150/2308-6203.2020.9(1).106-122.

Задорин, И.В.; Сапонова, А.В. 2020. Сравнительный анализ индексов медиаграмотности в странах Центральной Азии. Коммуникации. Медиа. Дизайн. Т. 5. № 3. С. 63-89. Москва. НИУ «ВШЭ». Электронный ресурс: <https://publications.hse.ru/articles/429912519>. Дата обращения: 22.11.2023.

Информационные и коммуникационные технологии в образовании: монография. 2013. Под редакцией Бадарча Дендева. Москва. ИИТО ЮНЕСКО. 320 с. Электронный ресурс: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000193658_rus. Дата обращения: 18.11.2023.

Отчет об оценке MIL. 2023. ЮНЕСКО. Представительство в Узбекистане. Электронный ресурс: <https://www.unesco.org/en/articles/mil-assessment-report>. Дата обращения. 29.11.2023.

Сердюк, Арина; Бреслер, Михаил; Манойло, Андрей. 2022. Фактчекинг как основа медиаграмотности центиналов в странах Центральной Азии (на примере Казахстана). Астана. Этнополитика. № 1-2. С. 53-66. Электронный ресурс: <https://etnosayasad.kz/1-2-2022.pdf>. Дата обращения: 25.11.2023.

Шарашкина, Т.П.; Розяева, Т.Н. 2021. Индустрия 4.0: эволюция взглядов и обеспечение информационной безопасности. Москва.

Russian Economic Bulletin=Российский экономический вестник. Т. 4. № 3. С. 108. eLIBRARY ID: 46355285.

Шынгысова, Н.Т.; Мусаева, Б.А. 2020. Медиаграмотность: обзор литературы. Москва. Universum: филология и искусствоведение: электронный научный журнал. № 3-71. С. 4-7. Электронный ресурс: <https://7universum.com/ru/philology/archive/item/9034>. Дата обращения: 23.11.2023.

Chahuneau, Louis. À Paris, plus de 100 000 personnes marchent contre l'antisémitisme. 2023. Paris. France24. Electronic resource: <https://www.france24.com/fr/france/20231112-%C3%A0-paris-plus-de-100-000-personnes-marchent-contre-l-antis%C3%A9mitisme>. Date of the application: 17.11.2023.

Fenaux-1, Antoine. 2023. Pro-Palestinian demonstrations: when fake news fuels the conflict. 2023. Paris. France24. Electronic resource: <https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/info-ou-intox/20231020-manifestations-pro-palestine-quand-les-infox-alimentent-le-confit>. Date of the application: 17.11.2023.

Fenaux-2, Antoine. 2023. War between Israel and Hamas: Islamophobic fake news from India. 2023. Paris. France24. Electronic resource: <https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/info-ou-intox/20231017-guerre-entre-isra%C3%AB1-et-le-hamas-les-infox-islamophobes-venues-d-inde>. Date of the application: 17.11.2023.

Kanozia, Rubal; Dheera, C. S. and Ritu, Arya. 2022. Critical Media and Information Literacy to Combat Misinformation: Research Gaps and Future Directions. Madhya Pradesh. Journal of Content, Community & Communication Amity School of Communication. Vol. 16. Year 8. Amity University. Electronic resource: https://www.researchgate.net/publication/366790181_Critical_Media_and_Information_Literacy_to_Combat_Misinformation_Research_Gaps_and_Future_Directions. Date of the application: 17.11.2023.

Khaydarova, Dilrom D. 2022. The Role of the Internet and Mass Media in the Modern Media Space. Kokand. Central Asian Journal of Literature, Philosophy and Culture. № 3-12. P. 135-138. Electronic resource: <https://cajipc.centralasianstudies.org/index.php/CAJLPC/article/view/653>. Date of the application: 25.11.2023.

Lasswell, H. D. 1948. Structure and functions of communication in society. New York. Harper and Row. Electronic resource: <https://marketing-course.ru/wp-content/uploads/2018/11/Lasswell.pdf>. Date of the application: 25.11.2023.

Saint-Leger-1, Antony. 2023. No, these images do not show the Israeli army shooting Israeli civilians at the Nova Festival. Electronic resource: <https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/info-ou-intox/20231113-ces-images-ne-montrent-pas-l-arm%C3%A9-isra%C3%A9lienne-tirer-sur-des-isra%C3%A9liens-au-festival-nova>. Date of the application: 17.11.2023.

Saint-Leger-2, Antony. 2023. Des "bots" russes utilisent la guerre à Gaza pour discréditer L'Ukraine. Electronic resource: <https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/info-ou-intox/20231102-des-bots-russes-utilisent-la-guerre-%C3%A0-gaza-pour-d%C3%A9sinformer-sur-l-ukraine>. Date of the application: 19.11.2023.

Sairambay, Y. 2022. Internet and social media use by young people for information about (inter) national news and politics in Russia and Kazakhstan. Astana. Studies of Transition States and Societies. № 14-1. P.

56-70. <https://doi.org/10.58036/stss.v14i1.1007>.

Tereschenko, M.S. 2019. On the issue of classification of media research. Minsk. Journal of the Belarusian State University. Philosophy and Psychology. 1:81–85 (in Rus.). Electronic resource: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/218520>. Date of the application: 17.11.2023.

Vartanova, E.L. 2019. Medialiteracy in digital media.

Mediatrendy [Internet]. № 6(69). Available at:

<http://www.journ.msu.ru/downloads/2019/medtre-69-mak-fin.pdf> (In Russ.).

York, Joanna. «Cache d'armes, QG du Hamas»: l'hôpital al-Chifa de Gaza, au cœur d'une guerre de communication. 2023. Paris. France24. Electronic resource: <https://www.france24.com/fr/moyen-orient/20231115-hopital-al-chifa-bande-gaza-armee-israelienne-hamas-israel-guerre-tunnels>. Date of the application: 17.11.2023.

Об авторах:

АЛЛАЯРОВ Санжарбек — специалист по вопросам коммуникации и информации Представительства ЮНЕСКО в Республике Узбекистан, s.allayarov@unesco.org

ИБРОХИМЗОДА Малика — координатор международного отдела Национальной медиа ассоциации Узбекистана, ibroximzoda77@mail.ru

АБДУРАХИМОВА Сайёра — пресс-секретарь Федерации Сумо Республики Узбекистан, aslzodasayyoram@gmail.com

ОТАМУРОДОВА Мукаррам — кандидат филологических наук, заведующая научным отделом Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана, otamurodovamukarram@gmail.com

АНТОНОВ-ОВСЕНКО Антон Антонович — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры теории и практики медиа Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана, anton.antonov.ovsenko@gmail.com

MEDIA TADQIQOTLARINI BOSHQARISH METODOLOGIYASI AHOLINING AXBOROT VA MEDIA SAVODXONLIGI MUAMMOLARINI HAL QILISH VOSITASI SIFATIDA: O'ZBEKISTONGA NAZAR

Annotatsiya: Tadqiqot davomida sotsiologik so'rovlar natijalarini o'rganish, professional ommaviy axborot vositalari nashrlari (efirlari) va ilmiy ishlarni tahlil qilish orqali O'zbekiston aholisining axborot va mediasavodxonligi darajasidagi kamchiliklar aniqlandi. Tadqiqotning dolzarbligi 2022 yilda boshlangan Rossiya va Ukraina o'rtasidagi qurolli qarama-qarshilik va 2023 yilda XAMAS va Isroil o'rtasidagi urush kabi xalqaro mojarolarning kuchayishi bilan bog'liq bo'lgan ishonchsiz ma'lumotlar va maqsadli ravishda ishlab chiqarilgan soxta xabarlarining tobora ortib borayotgani bilan bog'liq. Ishda axborot manbalari doirasini kengaytirish, tanqidiy fikrlash va faktlarni tekshirish ko'nikmalarini egallashni o'z ichiga olgan tavsiyalar ishlab chiqish maqsadida media tadqiqotlarini boshqarishning asosiy modellariga e'tibor qaratiladi.

Kalit so'zlar: mediasavodxonlik, ishonchlilik, fakt-cheking, dezinformatsiya, soxta yangiliklar, xalqaro ziddiyat, media tadqiqotlari, menejment, YUNESKO

MEDIA RESEARCH MANAGEMENT METHODOLOGIES AS
A TOOL FOR RESOLVING PROBLEMS OF INFORMATION
AND MEDIA LITERACY OF THE POPULATION: A LOOK AT
UZBEKISTAN

Abstract: During the study, through studying the results of sociological surveys, analyzing publications (broadcasts) of professional media and scientific works, shortcomings in the level of information and media literacy of the population of Uzbekistan were identified. The relevance of the study is due to the growing spread of both unreliable information and purposefully produced fake news associated with the escalation of international conflicts, such as the armed confrontation between Russia and Ukraine that began in 2022 and the war between Hamas and Israel in 2023. In work attention is paid to the basic models of media research management in order to develop recommendations that include expanding the range of information sources, acquiring critical thinking and fact-checking skills.

Keywords: media literacy, reliability, fact-checking, disinformation, fake news, international conflict, media studies, management, UNESCO