

Экология медиапространства: проблемы безопасности и рационального использования коммуникативных ресурсов

Дзялошинский И.М., доктор филологических наук, профессор Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Статья посвящена анализу взаимоотношений между обществом и медиапространством. Рассматриваются угрозы для общества, возникающие из-за нарушения баланса в этих взаимоотношениях. Предлагаются возможные действия, направленных на формирование экологии медиапространства.

Ключевые слова: медиапространство, средства массовой информации, медиаэкология, экология медиапространства

В конце девяностых – начале двухтысячных годов появилось много работ, посвященных проблемам информационной и информационно-психологической безопасности¹. В большинстве этих работ основной акцент делался на угрозах, которым подвергаются общегосударственные и корпоративные информационные и телекоммуникационные системы. Основным официальным документом, в котором была сделана попытка систематизировать эти угрозы, стала Доктрина информационной безопасности, утвержденная Указом Президента России в сентябре 2000 года. Согласно этому документу, под информационной безопасностью Российской Федерации понимается состояние защищенности ее национальных интересов в информационной сфере, определяющихся совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства². Появление этого документа в свое время вызвало оживленную дискуссию, связанную с неоднозначностью толкования некоторых

¹ Вот лишь некоторые из этих работ: Концепция информационной безопасности Российской Федерации (Проект): Препринт / Под редакцией Д.С. Черешкина и В.А. Вирковского. - М.: Институт системного анализа РАН, 1994; Поздняков А.И. Информационная безопасность личности, общества, государства // Безопасность. 1994. № 5; Курило А.П., Стрельцов А.А. Информационная безопасность и региональная политика РФ // Проблемы глобальной безопасности: Материалы семинаров в рамках научно-исследовательской и информационной программы (ноябрь 1994 - февраль 1995 гг.). - М., 1995; Скворцов П.В. Информационная культура как условие выживания человечества // Проблемы глобальной безопасности: Материалы семинаров в рамках научно-исследовательской и информационной программы (ноябрь 1994 февраль 1995 гг.). М., 1995 и др.

² Доктрина информационной безопасности. <http://fstec.ru/tekhnicheskaya-zashchita-informatsii/dokumenty/111-tekhnicheskaya-zashchita-informatsii/dokumenty/kontseptsii/374-doktrina-ot-9-sentyabrya-2000-g-n-pr-1895>

положений Доктрины. И хотя дискуссия постепенно сошла на нет, прошедшее десятилетие показало, что проблемы никуда не делись. Более того, в сфере коммуникации и информации появились новые опасности, представляющие реальную угрозу для развития личности и общества в целом. Обозначим некоторые из них.

1. Медиапространство как территория угроз

1.1. Будет ли информационный потоп?

Прежде всего, речь идет об угрозе информационного потопа, то есть неконтролируемого увеличения количества информации, делающего практически бессмысленными попытки как-то управлять информационными процессами. Причины этой угрозы связаны с тремя важными событиями, которые произошли в прошлом веке:

- из мира недостатка информации мы шагнули в мир информационной перегрузки;
- из мира, в котором правительство и коммерсанты нуждались в медиа для распространения информации, мы перешли в мир, где они могут распространять ее самостоятельно;
- из мира, в котором граждане нуждались в СМИ для получения информации, мы попали в мир, где любой гражданин имеет доступ к информации и, более того, может ее производить самостоятельно¹.

Вот лишь несколько цифр, подтверждающих масштаб этих событий. Сегодня среднестатистический индивид, живущий в развитых странах, контактирует с медиа почти одиннадцать часов в день². А наши дети и внуки, согласно данным американского Национального союза семейных ассоциаций (*Union National des Associations Familiales*), проводят в течение года с родителями в среднем 154 часа качественного времени (то есть периода бодрствования); с учителями – 850 часов; в то время как на контакты с различными экранными медиа у детей отводится 1400 часов в год³. В мире действует более 13 млрд. устройств, с помощью которых люди входят в медиапространство, причем их количество удваивается каждые 5-6 лет. Каждый день пользователи делают 1,6 млн. записей в блоги. Каждую минуту в «YouTube» загружаются видеоматериалы общей продолжительностью в 20 часов. На протяже-

¹ Бредшоу П. СМИ 21-го века. - URL: <http://habrahabr.ru/post/54808/>

² Semali L.M. Literacy in Multimedia America. New York – London: Falmer Press, 2000. P. 13.

³ Frau-Meigs D. Media Regulation, Self-Regulation and Education. In: Feilitzen, C. von, Carlsson, U. (Eds.). Promote or Protect? Perspectives on Media Literacy and Media Regulation. Goteborg: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, 2003. P. 26.

нии ближайших двух лет общий объем данных будет ежегодно увеличиваться в шесть раз, а объем корпоративных данных – в 50 раз. За 210 лет своего существования крупнейшая в мире Библиотека Конгресса США накопила более 29 млн. книг и периодических изданий; 4,8 млн. карт; 2,7 млн. записей и 57 млн. манускриптов. Сегодня аналогичный объем цифровой информации генерируется за пять минут. Объем информации, еженедельно публикуемой в газете «Нью-Йорк таймс», превышает объем данных, какой в XVIII веке человек получал за всю свою жизнь¹. Загрузка фильмов и обмен файлами в ближайшее время увеличится до 100 экзабайт, что эквивалентно 5 млн. Библиотек Конгресса США. Видеосвязь станет повседневной реальностью и будет генерировать 400 экзабайт данных в год, что соответствует уже 20 млн. библиотек Конгресса США.

Объем мобильного трафика на нашей планете за указанный период увеличится в 26 раз до уровня 6,3 экзабайта в месяц. В итоге в 2015 году его годовой объем достигнет 75 экзабайт. Заметнее всего (в 205 раз) возрастет объем мобильного трафика планшетных компьютеров². Прогнозируется серьезная эволюция базовых технологий Интернета (автоматическая генерация метаданных; быстрое создание мультимедийного контента, включая базы данных, а затем и ряда товаров; средства обеспечения коллективного творчества; контекстные персонализированные интерфейсы, связанные с органами чувств человека). Такой технологический уровень позволит предоставлять широчайший перечень ориентированных на каждого пользователя услуг, формирующих основу цифрового образа жизни³. Появилось понятие «цифровая вселенная», с помощью которого описывают непредставимо огромные объемы создаваемой и копируемой цифровой информации в глобальных масштабах.

Одновременно возникла проблема нахождения нужной информации. Оказалось, что в мировом информационном океане слишком много «мусора». И дело даже не в том, что этот «мусор» затрудняет поиск действительно полезной информации, но и в том, что он вполне успешно имитирует полезную информацию. Эти имитации не просто бесполезны, зачастую они, как наркотики, преобразуют сознание людей.

В связи с этим ученые и общественные деятели бьют тревогу по поводу так называемых негативных тенденций процесса информатизации общественной и частной жизни⁴. В одной из работ перечислены эти

¹ Эванс Д. Прогноз информационного бума и развития информационных и коммуникационных технологий. – URL: <http://www.linkc.ru/index.php/uslugi-svyazi/215-prognoz-informatsionnogo-buma-i-razvitiya-informatsionnykh-i-kommutatsionnykh-tekhnologij>

² Рост объема мобильного трафика – прогноз Cisco. – URL: <http://www.bytemag.ru/articles/detail.php?ID=19697>

³ Калинин А. Телевещание: возраст магического преобразования. – URL: http://www.nat.ru/?an=izbrannoe_page&uid=9984

⁴ См.: Шапцев В.А. Человеко-центрический подход в информатизации // Тезисы

тенденции, названные противоречиями.

- Экспоненциальный рост объема доступной информации, с одной стороны, и увеличение личного времени, затрачиваемого на поиск срочно необходимой информации, с другой.
- Свобода слова, с одной стороны, и информационная агрессия личного времени граждан со стороны СМИ и Интернета, с другой.
- Возрастание доступности глобальной инфосреды, с одной стороны, и возрастание опасности информационных диверсий: взломов средств защиты информации, вирусных атак, с другой.
- Возрастающий по объему информационный шум, с одной стороны, и отсутствие правовых основ его ограничения, с другой. Это – собственно информационная экология, проблема информационной нравственности граждан, эколого–информационной гармонии общества.
- Экспоненциальный рост web-ресурсов, с одной стороны, и отсутствие достаточного количества (существенное отставание темпов роста количества и качества) образовательно–развивающих порталов для детей, с другой.
- Увеличение возможностей ИТ, с одной стороны, – уменьшение надежности ПО, с другой.
- Небывалое расширение возможностей средств компьютерной техники, с одной стороны, и возрастание опасности подделки любых документов, в частности, денежных знаков, с другой¹.

Весьма любопытный вывод, полученный аналитиками *IDC*, заключается в том, что «цифровая тень», то есть объем цифровой информации о среднестатистическом человеке, создаваемой за день, уже превышает объем цифровой информации, создаваемой самим человеком.

Увеличение объемов данных, напрямую связанных с жизнью конкретного человека, порождает три основные проблемы:

- защита информации от несанкционированного доступа;
- сохранение конфиденциальности частной жизни;
- информационная перегрузка сенсорной и нервной системы человека.

докладов VI Международного форума информатизации МФИ–97, VI и общественная информация», Москва, 21–24 ноября 1997 г. С.67–70; *Шапцев В.А.* Информационная экология человека. Постановка проблемы // Математические структуры и моделирование. 1999. Вып.3. С. 125–133; *Колков А.И.* К вопросу становления информационно–экологической системы // Информационные ресурсы России, 2000, № 4. С. 23–27; *Мизинцева М.Ф., Королева Л.М., Бондарь В.В.* Информационная экология и вопросы теории и практики развития информационного общества // Технологии информационного общества – Интернет и современное общество: Материалы Всероссийской объединенной конференции. Санкт-Петербург, 20–24 ноября 2000 г. - СПб., 2000.

¹ *Шапцев В.А.* Информационная экология информационного общества // Информационная экология. Сборник статей. Материалы семинара «Информационная кампания по пропаганде экологических знаний в информационном обществе». – М.: Высший химический колледж РАН, 2003. – С. 33–44.

То есть проблема роста объемов производства цифровых данных из чисто технической превращается в социальную¹. Новый поворот в этой проблематике возникает в связи с разработками в сфере квантового компьютера. Этот компьютер в ближайшем будущем должен совершить переворот в технике. Не вдаваясь в технические подробности, укажем, что квантовый компьютер, который невозможно засекретить, обесценит всю современную криптографию, все кодовые системы и вызовет переворот в областях, связанных с конфиденциальностью и безопасностью. Прежде всего это ударит по банкам: рухнет вся система электронного денежного обращения, в том числе потеряют смысл пластиковые карты. Будут сорваны покровы секретности с ЦРУ, ФСБ, МИ-6, МОССАДА. Чем сильнее компьютеры, тем выше потоки информации, а значит, тем легче секретность².

1.2. Формирование нового глобального медиапорядка.

В мире происходит формирование нового глобального медиапорядка, в «пространство» которого включено относительно небольшое число экономических субъектов. Речь идет о таких транснациональных корпорациях как, например: Time Warner, Sony Corporation, Matsushita Electric Industrial, News corporation, Bertelsman, RAI, Walt Disney Company и др. При этом наблюдаются как создание новых форм услуг, так и более фундаментальные процессы трансформаций, когда индустрия развлечений и информации соединяется с индустрией телекоммуникационного оборудования.

Глобализация информационного пространства волнует многих политиков и экспертов, занимающихся проблематикой информационных отношений. Об этом свидетельствует огромное количество статей и материалов на эту тему, семинаров, круглых столов и конференций³. С точки зрения нового глобального медиапорядка, национальные границы, рассматриваемые в плоскости проблемы организации и функций национальных каналов массовой коммуникации, выглядят, по су-

¹ Макаренко А. Где предел роста цифровой вселенной? – URL: <http://www.rdcn.ru/estimation/2011/02032011.shtml>

² Предсказания ученых на ближайшее будущее. – URL: <http://www.unbelievable.ru/articles.php?id=304>

³ См., напр.: Глобализация информационного пространства: вызовы и новые возможности для России. – URL: <http://www.csr.ru/conferences/sem.inf.gl.13.04.00.html>; Информационные вызовы национальной и международной безопасности. – URL: <http://www.pircenter.org/board/article.php3?artid=718>; Всемирный конгресс по информационному сотрудничеству «Информация: вызов XXI века». – URL: <http://www.itar-tass.com/congress/ru/>; Развитие телекоммуникаций и построение информационного общества в странах СНГ. – URL: <http://www.contel.ru/rus/actions/report-1p.html>; Международный конгресс «Телекоммуникации в аспекте национальной безопасности. Перспективы развития информационно-телекоммуникационной инфраструктуры». – URL: http://www.vestnik-sviazy.ru/archive/01_1999/secur.html и др.

шеству, рудиментом прошлого. Глобализация интенсивно меняет не только экономический и политический ландшафты планеты, но и воздействует на картину межкультурных связей, так или иначе обостряет проблему взаимодействия культур, поскольку во всеобщем процессе глобализации участвуют страны, имеющие различные культурные установки и находящиеся на различных ступенях развития. При этом объективно встает вопрос учета традиций, сложившихся у каждого этноса, изучения особенностей культуры страны, повышенного интереса к этосу отдельной нации. Вместе с тем, возникает проблема сохранения традиций как той субстанции, которая делает культуру самобытной, придает ей черты национального своеобразия и в то же время делает ее актуальной. Традиция, как живой стержень, призвана объединять этнос, соединять настоящее и прошлое. Н.А. Бердяев утверждает, что именно традиция есть то начало, которое «сохраняет качество любой культуры»¹. Но именно в глобализирующемся современном мире мы все чаще встречаемся с явлением детрадиционализации. Как в социуме возникает проблема личности, соотношения личности и общества, так и у глобализирующегося человечества возникает проблема сохранения и развития культурного своеобразия отдельного народа.

Однако в новом глобальном медиаконтексте людей рассматривают в первую очередь не как граждан национальных государств, а как некоторую экономическую общность, как «сегмент» конкретного потребительского рынка. В условиях современного мира, все области которого в основном структурированы глобальным капитализмом, а транснациональные корпорации являются важнейшим компонентом транснациональных экономических практик, содержанием этих практик является идеология потребления, которая заявляет о том, что смысл жизни состоит в обладании вещами. Формируется модель жизни, согласно которой, только потребляя, человек может реализовать свои жизненные возможности, а для того, чтобы оставаться человеком, он должен постоянно потреблять. Понятно, что эта идеология вызывает сильнейшее раздражение у многих политических и религиозных деятелей и различных групп населения.

Что касается России, то обеспокоенные процессом глобализации исследователи и политики предлагают разные варианты ответа на глобальный вызов.

Первый подход. Странники этой подхода делают акцент на технологических аспектах глобализации и подчеркивают, что должна быть реализована такая государственная политика в области телекоммуникации, информатизации, которая будут в наибольшей степени способствовать созданию на всей территории России адекватной инфраструктуре. Это означает:

- реорганизация системообразующих предприятий связи, обеспе-

¹ Бердяев Н.А. Философия неравенства. - М., 1990. С. 117.

чение равномерного развития территорий путем реализации механизма «универсальные услуги»;

- развитие конкуренции;
- создание законодательной и нормативно-правовой базы для внедрения в России общепринятых на мировом рынке, в мировой практике принципов взаимодействия операторов (это принцип «интерконэкшн»);
- формирование эффективных отраслевых рынков на основе адекватной лицензионной политики и политики в области распределения частного ресурса;
- переход на общепринятые в мире методы тарифного регулирования общепринятых услуг электрической связи, разработка концепции поддержки национального производства в области инфракоммуникаций;
- государственная поддержка ускоренного широкомасштабного распространения терминального оборудования для работы в Интернете (в первую очередь, для школ, вузов, библиотек, объектов социальной инфраструктуры, связи, домашнего пользования) и, наконец, государственная поддержка программ, создающих условия для ускоренного развития Интернета во всех этих сферах¹.

Второй подход. Представители этого подхода в основном размышляют о необходимости увеличить долю России в глобальном информационном пространстве и защититься от чрезмерной экспансии других государств. Например, высказываются взгляды, согласно которым Россия потеряла технологическую независимость от Запада и теперь надо срочно эту независимость восстановить. Для этого предлагается начать выпускать те компоненты, на базе которых будет строиться информационная инфраструктура. Затем надо разработать из этой лучшей элементной базы компоненты управления нашей российской инфраструктурой. А после этого можно заняться разработкой и созданием отечественных технологий, поднимать элементную базу².

1.3. Нарастание информационного и коммуникационного неравенства как между странами, так и между регионами, социальными группами и индивидами.

Известно, что объем данных в цифровой вселенной очень неравномерно распределен по отраслям, причем распределение практически не коррелирует с размером ВВП и объемом инвестиций в ИТ. Например, на финансовую сферу приходится около 20% всех инвестиций в ИТ, но

¹ Глобализация информационного пространства: вызовы и новые возможности для России. – URL: <http://www.csr.ru/conferences/sem.inf.gl.13.04.00.html>

² См.: Глобализация информационного пространства: вызовы и новые возможности для России. – URL: <http://www.csr.ru/conferences/sem.inf.gl.13.04.00.html>

только 6% цифровой вселенной. Доля средств массовой информации, индустрии развлечений и телекоммуникаций в цифровой вселенной в 2011 году была в 10 раз больше их доли в глобальном ВВП¹.

Также хорошо известно, что индивиды, находящиеся в медиaproстранстве, обладают разными возможностями на пользование теми ресурсами, которые в этом пространстве размещаются. Например, сохраняется неравенство в доступе жителей России к телеканалам. Количество телеканалов в домохозяйствах зависит в основном от величины города и наличия подписки на услуги платного телевидения. Половине городского населения – абонентам платного телевидения – доступно в среднем 50 телеканалов, а другой половине, не подписанной на платное телевидение, – только 18. При этом уровень проникновения платного телевидения заметно разнится по регионам. В отдельных регионах (городах) он очень высок (например, в Уфе, Санкт-Петербурге, Рязани, Чебоксарах – более 80%), в других едва превышает 20% населения (например, в Краснодаре, Тольятти, Брянске). Но в целом прослеживается закономерность: чем меньше город, тем меньшее число телеканалов доступно его жителям. Если в Москве и Петербурге практически не осталось домохозяйств, где принимают менее 10 каналов (а в среднем в городах-миллионниках таких домохозяйств осталось всего 5%), то в менее крупных городах число таких домохозяйств достигает 20%. Иными словами, ситуация с доступом к телеканалам в российских семьях характеризуется крайней неоднородностью. Происходящий в России переход на цифровое вещание, безусловно, изменит ситуацию с доступом населения к медианосителям.

Появление Интернета не сняло эту проблему, а, наоборот, еще более ее усугубило. Речь идет о феномене социальных дистанций, вызванных цифровым неравенством. Существует большое число определений «цифрового неравенства». Наиболее удачным является определение, предложенное научным коллективом Института развития информационного общества: под «цифровым неравенством» понимается «новый вид социальной дифференциации, вытекающий из разных возможностей использования новейших информационных и телекоммуникационных технологий»². В условиях России наиболее характерен цифровой разрыв между «городом»³ и «селом». Существует множество факторов, влияющих на цифровой разрыв города и села.

¹ Новые подходы EMC к хранению и защите данных. – URL: <http://www.bytemag.ru/articles/detail.php?ID=13230>

² См.: Коротков А.В. Цифровое неравенство в процессах стратификации информационного общества // Информационное общество. 2003. № 5. С. 26.

³ Город — населенный пункт, жители которого заняты, как правило, вне сельского хозяйства. В данном контексте термин «село» обозначает не столько населенный пункт в России, который вмещает в себя около 1000—2000 жителей, сколько специфический тип жизни, для которого характерна занятость людей в сфере сельского хозяйства.

Прежде всего – высокая стоимость приобретения компьютера или телекоммуникационных услуг частными лицами. Большая часть сельского населения просто не может позволить себе установление сети Интернет в виду дороговизны подключения. Также существуют значительные региональные различия в размере доходов и заработной платы населения. Как правило, наиболее высокие доходы в настоящее время характерны для развитых в экономическом отношении административно-территориальных единиц (Москва, Санкт-Петербург), а также регионов с нефтегазовыми и другими топливными ресурсами¹. Географический фактор выражается в том, что в России традиционно ресурсы концентрировались в центре, точнее, в двух столицах – Москве и Санкт-Петербурге. Для исследователей-регионалистов уже давно стало аксиомой, что данные в целом по субъекту РФ чаще всего показывают «среднюю температуру по больнице»². Интернет стал индикатором разделения России не по регионам, а по типам поселений: жители крупнейших и крупных городов (а также менее крупных городов в экспортных и пограничных регионах) быстрее включаются в информационную глобализацию благодаря опережающей модернизации образа жизни и более высоким доходам. Жители средних и малых городов вместе с сельским населением «выпали» из глобального информационного пространства, и разрыв между крупными городскими центрами и периферией нарастает³.

Есть и другие факторы, влияющие на уровень медийного неравенства: возраст, пол, язык, инвалидность и т.д. Все это приводит к тому, что быстрый прогресс в области информатизации углубляет цифровое неравенство. Осознание этой проблемы важно особенно сегодня, когда пока еще этот процесс можно как-то регулировать.

1.4. Медиакратия

Среди множества угроз, которые видят алармистски настроенные исследователи в развитии современного медиапространства, одной из наиболее грозных считается повышающаяся зависимость социальных институтов и людей от средств массовой информации. Разные исследователи выделяют разные грани этой зависимости, но чаще всего речь идет о медиакратии и медиазависимости.

Что касается медиакратии, то одним из первых об этом заговорил Пьер Бурдьё. В его небольшой книге «О телевидении и журналистике»⁴

¹ См.: *Коротков А.В.* Цифровое неравенство в процессах стратификации информационного общества // Информационное общество. 2003. № 5. С. 73.

² Социальный атлас российских регионов. Информационная глобализация. - URL: http://www.socpol.ru/atlas/overviews/econ_condition/index.shtml - Независимый институт социальной политики.

³ Там же.

⁴ *П. Бурдьё.* О телевидении и журналистике. – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/3061/3063>

впервые был сформулирован жесткий тезис: «Я действительно считаю, что телевидение с помощью различных механизмов... подвергает большой опасности самые различные сферы культурного производства: искусство, литературу, науку, философию, право, политическую жизнь и демократию...»¹.

«Поле журнализма», все более подчиняющееся коммерческой логике, оказывает все большее давление, по выражению Бурдые, «на другие универсумы». Гуманитарное поле, поле историков, философов, даже поле точных наук, получают сегодня значимую оценку извне, со стороны эта оценка вдруг оказывается весомее мнения профессионального сообщества.

С точки зрения Бурдые, «поле журнализма» само формируется невидимыми силовыми отношениями. И в первую очередь силами экономической конкуренции, которая воплощается в форме соперничества между каналами, изданиями, журналистами. Это поле наиболее открыто внешним воздействиям и напрямую зависит от сил рынка. Можно ли нейтрализовать эту конкуренцию? А политическую конкуренцию, заложниками которой оказываются журналисты? Бурдые мечтает о том, что журналисты, договорившись, однажды перестанут приглашать в эфир политических лидеров, спекулирующих, например, на ксенофобских настроениях...

Бурдые говорит о «невидимой цензуре», с которой связан доступ на телевидение (сюжет разговора определяется другими, условия коммуникации определяются другими, ограничение времени фатально деформирует речь – маловероятно что-либо сказать в немногие отведенные минуты). Эта, казалось бы, «невинная» цензура носит политический характер; здесь манипулируемы и журналисты, и приглашенные, чаще всего и те и другие даже не осознают этого. Он говорит о привычной форме заполнения эфирного времени фактами, которые никого не шокируют, которые не затрагивают важных тем. Он говорит о парадоксальном механизме производства единообразного и банального, о поиске эксклюзивного. Об эффекте политической мобилизации, который способно породить телевидение, создавая не только идеи и представления, но и реальные социальные группы, фактически конструируя реальность. И о так называемом «мышлении быстрого приготовления» (*fast-thinking*, по аналогии с *fast food*, этим потребляемым на ходу пищевым продуктом). В этом обществе «готовых идей» «коммуникация возникает мгновенно, потому что в каком-то смысле ее не существует»².

Эти идеи были подхвачены представителями различных научных парадигм и политических платформ. Сегодня часть политологической

¹ П. Бурдые. О телевидении и журналистике. – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/3061/3063>

² Там же.

науки как в России, так и в западных демократиях рассматривает взаимодействие журналистики и политики в дискурсе встраивания журналистики как системы в процесс распределения и отправления властных полномочий в обществе постмодерна. Участие журналистики в процессах, как-либо связанных с властными полномочиями, рассматривается как комплекс явлений под общим именем медиакратии.

У этого понятия, как и многих других, нет четкого определения. Чаще всего встречается утверждение, что «медиакратия – правление, обычно не прямое, популярных медиа, часто результат искажения демократии. Система, в которой политики перестают думать и слушают только СМИ по поводу важных проблем повестки дня и путей их решения»¹. Схожую формулировку приводит и Urban Dictionary: «Медиакратия – правление СМИ; форма правления, в которой высшая власть передана медиакорпорациям и осуществляется непосредственно ими или через их избранных агентов»². Из приведенных определений видно: первый подход рассматривает медиакратию как власть СМИ.

Отсюда делается вывод, что СМИ подменяют собой саму представительскую демократию. Кажется, что они делают это «во имя общества», на самом деле они действуют по автономной программе, связанной с растворением и новым моделированием общества, а не с его отражением. СМИ являются не только последовательно антидемократической, но и антиобщественной силой. Это не случайное обстоятельство в конкретном обществе – как раз в конкретном обществе это может быть и не так очевидно проявлено. Это внутренняя структура самой медиакратии, ее сущность³.

В той или иной форме к подобным взглядам примыкают сторонники теорий фрейминга, которые заложили в 1970-е годы работы Маккомбса и Шоу⁴. Сторонники этих теорий утверждают, что одной из основных функций СМИ является установка повестки дня (*agenda setting*) в публичной сфере. За более чем тридцать лет развития теории эдженда-сеттинга пришли к самым разным выводам из этой главной посылки⁵. Так, например, в теории произошел переход от функции «установки» к функции «строительства» повестки дня (*agenda building*) как более комплексной. Появилась «теория привратника» (*gatekeeper theory*), говорящая о том, что факт, не попавший в повестку дня СМИ, не является событием для аудитории и предается забвению; таким образом,

¹ URL: www.unword.com.

² URL: <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=mediacracy>.

³ Там же.

⁴ *McCombs M., Shaw D.* The agenda-setting function of mass media // *Public Opinion Quarterly*. 1972. Vol. 36. Pp.76-185.

⁵ См. работу, суммирующую один из этапов развития теории: *Rogers E., Dearing J.* Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? // *Communication Yearbook*. 1988. Vol.11. P. 555-594.

редакция наделена эксклюзивным правом формировать общественную повестку дня¹.

Впрочем, ест немало ученых, которые ставят под вопрос способность медиа управлять², то есть осуществлять базовые функции власти (сохранение порядка, поддержка свобод, достижение равенства³, а также на примерах доказывают, что медиа – это «слабая сила» и действует в публичном поле только в определенных случаях, а именно – когда мнение журналистов совпадает с устойчивыми ценностями и ожиданиями, сформированными на их базе (случай высокой информированности о предмете обсуждения), а также когда у аудитории нет собственного опыта (случай низкой информированности о предмете обсуждения), поскольку на принятие решения влияют многие другие факторы⁴.

В начальный период становления Интернета публиковались воодушевляющие тексты, авторы которых высказывали надежду, что именно Интернет снимет проблему медиакратии. Предполагалось, что стремительное развитие информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) коренным образом изменит нашу жизнь: экономику и политику, международные отношения и культуру. Однако оказалось, что демократизирующее влияние Интернета, по крайней мере, в смысле формирования более заинтересованной, более политически активной общественности, существенно переоценивается. Более того, многие ученые полагают, что развитие информационных технологий может способствовать росту политической пассивности.

Кроме того, как пишет Бенджамин Барбер, если мы измеряем власть возможностью установления монополии и контроля над информацией и коммуникацией, очевидно, что новая технология может стать опасным помощником тирании. Даже при отсутствии сознательного злоупотребления со стороны правительства, этот потенциал может стеснять нашу свободу, вторгаться в нашу частную жизнь и нарушать наше политическое равенство. Нет никакой более опасной тирании, чем невидимая и благоприятная тирания, та, в которой подданные являются соучастниками собственного преследования и в которой порабощение является продуктом скорее обстоятельств, чем намерения. Технология не должна неизбежно разрушить демократию, но ее потенциал для «милостивого» господства не может игнорироваться⁵.

¹ Подробнее о многочисленных вариациях теорий фрейминга см.: *Яковлев И.П.* Современные теории массовых коммуникаций. - СПб.: Роза мира, 2004.

² См.: *Iyengar S., Reeves R.* Do the Media Govern? Thousand Oaks, CA: Sage, 1997.

³ Сформулировано в: *Janda K., Berry J.M., Goldman J.* The Challenge of Democracy. Government in America / 2nd ed. Boston: Houghton Mifflin, 1989. Pp. 5-21.

⁴ См.: *Newton K.* May the weak force be with you: The power of the mass media in modern politics // *European Journal of Political Research.* 2006. Vol. 45. Pp. 209-234.

⁵ Цит. по: *Ионин Л.Г.* Социология в обществе знаний от эпохи модерна к информационному обществу. - М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2007. С. 140.

1.5. Медиазависимость

Еще один аспект повышения зависимости институтов и людей от процессов, происходящих в медиапространстве, фиксируется понятием «медиазависимость». Само понятие и теоретическую модель медиазависимости предложили М.Л. де Флер и С. Болл-Рокеш. Они определили зависимость между медиа и человеком как «отношения, в которых потенциал людей для достижения своих целей зависит от информационных ресурсов системы средств массовой информации»¹.

Люди все больше оказываются встроенными во всеохватную и быстродействующую коммуникационную сеть, располагая все меньшей возможностью лично влиять на объем циркулирующей в ней информации или темп быстрого действия, не говоря уж о том, чтобы их контролировать. Скорее наоборот: наша жизнь все существеннее определяется глобальной коммуникацией.

Согласно теории медиазависимости, во-первых, чем больше человек зависит от того, что его потребности удовлетворяются в результате использования СМК, тем значимее их роль в его жизни, следовательно, тем сильнее влияние. С макроскопической, социальной точки зрения, чем больше людей попадает в зависимость от медиа, тем сильнее общее влияние медиа и важнее их роль в обществе.

Наиболее известным видом медиазависимости на сегодняшний день является интернет-зависимость. Она определяется психологами как «навязчивое желание выйти в интернет, находясь off-line, и неспособность выйти из интернета, будучи on-line». Термин «интернет-зависимость» еще в 1996 году предложил доктор Айвен Голдберг для описания неоправданно долгого, возможно патологического, пребывания в Интернете. Родоначальниками психологического изучения феноменов зависимости от Интернета могут считаться два американца: клинический психолог К. Янг и психиатр А. Голдберг. Голдберг в 1995 г. предложил набор диагностических критериев для определения зависимости от Интернета. В 1997-1999 гг. были созданы исследовательские и консультативно-психотерапевтические веб-службы по данной проблематике. В 1998-1999 гг. К. Янг, Д. Гринфилд и К. Сурратт опубликовали первые монографии. К концу 1998 г. интернет-аддикция оказалась фактически легализована – не как клиническое направление в узком смысле слова, но как отрасль исследований и сфера оказания людям практической психологической помощи². Речь об уже развившейся интернет-зависимости можно вести в том случае, когда погруженность в сетевой мир начинает отрицательно сказываться на социальных функциях человека. Например, когда из-за чрезмерного пристрастия к ин-

¹ *Ball-Rokeach, S.J., DeFleur, M.L.* A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 1976.

² *Войскуновский А.Е.* Интернет – новая область исследований в психологической науке // *Ученые записки кафедры общей психологии МГУ. Вып. 1. - М.: Смысл, 2002. С. 83.*

тернет-общению начинаются проблемы на работе, охлаждаются отношения в семье. Именно в таких случаях имеет смысл говорить об одном из пяти типов интернет-зависимости, которые характеризуются следующим образом:

- киберсексуальная зависимость – непреодолимое влечение к посещению порносайтов и занятию киберсексом;
- пристрастие к виртуальным знакомствам – избыточность знакомых и друзей в Сети, постоянные новые знакомства;
- навязчивая потребность в Сети – игра в онлайн-азартные игры, постоянные покупки или участия в аукционах, участие в разнообразных обсуждениях на форумах;
- информационная перегрузка (навязчивый web-серфинг) – бесконечные путешествия по Сети, поиск информации по базам данных и поисковым сайтам;
- игровая зависимость – навязчивая игра в онлайн-компьютерные игры.

Впрочем, официально медицина пока не признала интернет-зависимость психическим расстройством, и многие эксперты в области психиатрии вообще сомневаются в существовании интернет-зависимости или отрицают вред от этого явления. Точно так же, как до сих пор нет убедительных доказательств того, что обычный человек испытывает сильную зависимость от средств массовой информации¹.

Однако полученная исследователями информация свидетельствует о существенной трансформации восприятия реальности, которое формируется у детей и подростков в цифровой среде. Проблема именно в этом: Интернет из технического средства коммуникации превратился для юных «интернетчиков» в особую социальную среду, которая существует в виртуальной форме. Группы и сообщества в социальных сетях, компьютерные игры, которые постепенно вытесняют традиционные виды досуга, фильмы, музыка, чувства и отношения, весь вещественный, материальный мир – все это конструируется из фрагментов, существующих в цифровом формате. Анализ сложившейся ситуации приводит к мысли о том, что молодое поколение сегодня все более замещает реальную социальную активность псевдоактивностью в виртуальном информационно-коммуникационном пространстве. В условиях комфортной для молодого человека среды, он быстро и легко адаптируется к ней, принимает ее правила существования. В ходе этой адаптации возникают поведенческие и эмоциональные сдвиги, которые вызывают беспокойство старшего поколения.

Известна дневниковая запись молодого компьютерного игромана: «К черту весь этот социальный шум. Проблема не в играх, а в том, что

¹ *Бакулев Г.П.* Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. - М.: Аспект Пресс, 2005; URL: <http://pulib.if.ua/part/9663>

мы создали общество, в котором уход от реальности есть единственная возможность быть счастливым и получать удовлетворение от жизни»¹.

2. В поисках выхода

2.1. Медиаобразование

Ощущение угроз, исходящих от медиапространства, стимулировали поиск способов преодоления опасностей. На сегодняшний день есть две основных теоретических модели: медиаобразование и медиаэкология.

Медиаобразование как концептуальная модель возникла в странах с доминирующей либеральной идеологией. И понятно, почему: с одной стороны, в этих странах фиксируется беспрецедентное развитие разнообразных СМИ, создающих огромное количество информационного шума; с другой - существенное понижение гражданской активности, выражающееся в неуклонном падении количества людей, принимающих участие в избирательных кампаниях и других формах гражданского поведения. Все это поставило в повестку дня западных обществ вопрос о поиске новых форм вовлечения граждан в дела общества. В связи с этим возникла теория социальной ответственности СМИ, появилась идея медиаобразования. Причем с самого начала внутри корпуса разработчиков этой идеи боролись два подхода.

Один из них (его можно назвать *педагогическим*) постулировал тезис о том, что «под медиаобразованием следует понимать «направление в педагогике, выступающее за изучение школьниками закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т.д.) Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств»². Другими словами, речь шла лишь о том, чтобы создать квалифицированную (или, как сейчас говорят – компетентную) аудиторию СМИ.

Сторонники второго подхода (его можно назвать *гражданским*) полагают, что «медиаобразование - часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации, оно способствует поддержке демократии...»³. Известный теоретик в области медиа Дж. Гербнер понимает медиаобразование как

¹ Куштина А. Проблема Heroinware // Компьютерра № 152 (10) от 31 марта 2003 г.

² Педагогический энциклопедический словарь. С. 138.

³ Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. In: Outlooks on Children and Media. Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001. P. 152.

формирование коалиции «для расширения свободы и разнообразия коммуникации, для развития критического понимания медиа как нового подхода к либеральному образованию»¹.

Один из лидеров современного медиаобразовательного движения Б. Мак-Махон пишет, что «в эпоху терроризма и войн XXI века медиаобразование молодежи становится настоящим требованием демократического общества»².

Были, разумеется, и попытки совместить оба подхода. Так, в одном документе говорится: «Медиаобразование связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как: 1) анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты; 2) определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст; 3) интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа; 4) отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории; 5) получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции»³.

Потом идея медиаобразования пришла на российскую землю. Разумеется, она пришла не в чистое поле. Были и в советское время эксперименты по повышению медийной (как сейчас говорят) культуры населения. Однако масштабные исследования и эксперименты начались в 80-е, и особенно 90-е годы XX века. И – так уж получилось – подавляющее большинство российских специалистов в области медиаобразования оказались сторонниками первого подхода. Так, лидер медиаобразовательного сообщества А.В. Федоров рассматривает медиаобразование в современном мире как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники⁴. Даже такие признанные авторитеты в области СМИ, как Е.Л. Вартанова и Я.Н. Засурский, полагают, что «медиаобразование = защита от СМИ + подготовка к анализу СМИ = понимание сущности функций СМИ +

¹ *Gerbner G* (1995) / Educators Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. In: *The New Citizen*. 1995, Vol, 2, № 2.

² *McMahon, B.* Relevance and Rigour in Media Education. Keynote Presentation to the National Media Education Conference. – Baltimore. P. 3.

³ Цит. по: URL: <http://www.ifap.ru/projects/mediaed2.htm>.

⁴ *Федоров А.В.* Медиаобразование: история, теория и методика. – Ростов: ЦВВР, 2001.

осознанное участие в медиакультуре»¹.

2.2. Медиаэкология

Другое направление поиска выхода из кризисной ситуации определяется как медиаэкология. Это понятие предложил в 1968 году Нейл Постман в своей речи на Национальном съезде преподавателей английского языка. Хотя ученый признавал, что термин ввел Маршал Маклюэн, книги которого «Галактика Гуттенберга» и «Понимание медиа» вышли в 1962 и 1964 гг., другие исследователи предпочитают все же отдавать пальму первенства Постману.

Что касается России, то впервые идея экологии информации промелькнула в Указе Президента РФ от 20 марта 1993 г. «О гарантиях информационной стабильности и требованиях к телерадиовещанию». Утвержденный этим Указом Минимальный стандарт требований к телерадиовещанию упоминает об «электронной экологии», призывая снижать информационную «загрязненность» телерадиопрограмм, повышать требования к культурному уровню и т.д.²

М.А. Федотов в своей статье «Экология информации», опубликованной в 1999 году, указывал, что новые информационные и коммуникационные технологии делают проблему «информационной загрязненности» еще острее, неся обществу не только новые возможности, но и новые угрозы. Причем, речь идет не столько о новых проблемах, сколько о новых масштабах, новых измерениях старых проблем³.

В центре внимания медиаэкологов - влияние медиатехнологий на психику индивидуума и социокультурные процессы в обществе. Уже созданы ассоциации медиаэкологов⁴, институты медиаэкологии⁵, есть научный журнал «Explorations in Media Ecology». История и современное состояние этой дисциплины хорошо представлены в работах В. Степанова⁶.

Обобщая наработанные в этой сфере подходы, приходится констатировать, что доминирует представление, согласно которому медиа есть некая искусственно созданная человеком сфера, которая в силу каких-то причин иногда выходит из под контроля и тем самым наносит ущерб некоторым индивидам, не умеющим эффективно использовать медийные инструменты. В этом пункте медиаэкологи смыкаются со специ-

¹ Вартанова Е.Л., Засурский Я.Н. Российский модуль медиаобразования: концепции, принципы, модели // Информационное общество. 2003. № 3. С. 5-10.

² URL: <http://www.alppp.ru/law/hozjajstvennaja-dejatel'nost'/svjaz/1/ukaz-prezidenta-rf-ot-20-03-1993--377.html>

³ Федотов М.А. Экология информации // Российская юстиция. 1999. № 12. С. 9-30.

⁴ URL: <http://www.media-ecology.org/>

⁵ URL: <http://www.lnu.edu.ua/mediaeco/index.htm>

⁶ См., напр.: Степанов В. Медиаэкология: опыт демаркации научного направления. – URL: <http://media-ecology.blogspot.ru/>

алистами в сфере медиаобразования, которые тоже стараются обучить своих питомцев тому, как защищаться от плохих медиа.

2.3. Экология медиапространства

На наш взгляд, пришло время посмотреть на эту проблему с другой стороны и поставить вопрос: не пора ли защищать медиапространство от людей? Наша позиция может быть сформулирована следующим образом. Медиапространство подобно природе и так же, как природа, не терпит грубого и неразумного вмешательства. Но большинство людей не осознает, что нарушает объективные законы протекания медийных процессов и эти нарушения вызывают нежелательные последствия. При этом надо понимать, что экологическое состояние медиапространства тесно связано с протеканием других социальных процессов – экономических, политических, демографических и пр.

Поиск ответа на этот глобальный вопрос предполагает разработку такого направления исследований, как экология медиапространства. Можно выделить три основных направления экологии медиапространства:

1. Исследовательское направление.

Есть два класса проблем, нуждающихся в исследованиях. ***В первый класс входят проблемы, связанные с объективными угрозами***, о которых говорилось выше: неконтролируемое увеличение количества информации, делающее практически бессмысленными попытки как-то управлять информационными процессами; формирование нового глобального медиапорядка, где в качестве основных субъектов, участвующих в производстве контента и регулировании информационных процессов, будут выступать очень ограниченный круг транснациональных корпораций; нарастание информационного и коммуникационного неравенства как между странами, так и между регионами, социальными группами и индивидами; повышающаяся зависимость социальных институтов и людей от средств массовой информации.

Во второй класс входят проблемы, связанные с субъективными ощущениями и переживаниями участников коммуникационных процессов:

- информационно-коммуникационная безопасность;
- проблемы свободы слова и цензуры;
- доступ к информации;
- сохранение данных;
- защита персональных данных;
- социальная ответственность СМИ и других медиа;
- этика медиа, этика коммуникации;
- проблемы толерантности и др.

2. Прикладное направление.

В рамках этого направления речь идет о разработке программы по преобразованию отношений между человечеством и медиапростран-

ством, предусматривающей следующие возможные направления действий.

Разработка инфоэкологической политики. Под инфоэкологической политикой понимается любой способ действия, специально принимаемый (либо не принимаемый) для управления человеческой деятельностью с целью предотвращения, сокращения или смягчения вредного воздействия людей на медиaprостранство. Проблема формирования инфоэкологической политики в настоящее время очень актуальна как для России, так и для других стран. Конечно, эта проблема не решается созданием разнообразных нормативных документов. Речь идет о длительной стратегической модели действий в информационно-коммуникационном универсуме, реализуемой политическими, экономическими и образовательными технологиями. И здесь вполне было бы уместным по-новому прочитать работы Э. Геккеля, В.И. Вернадского, П.Тейяр де Шардена, К.Э. Циолковского, Н.Н. Моисеева, И. Валлерстайна, Д.М. Гвишиани, П. Доверна, Д. Медоуза, Г. Хардина и многих, многих других. А также обратиться к работам специалистов по политическому и стратегическому планированию в сфере охраны окружающей среды¹. В книге «Environmental Principles and Policies: An Interdisciplinary Introduction» исследуются шесть ключевых экологических и социальных принципов, которые были включены в международные соглашения и национальное законодательство. Это:

- принцип устойчивого развития;
- принцип «загрязняющий платит»;
- принцип осторожности;
- принцип справедливости;
- принцип прав человека;
- принцип участия².

Возможно, именно эти принципы и должны быть положены в основу разумной инфоэкологической политики.

Создание новых социальных движений, целью которых было бы продвижение идей экологии медиaprостранства в гражданском обществе. За последние 20 лет значительно увеличилось количество движений, которые не ограничиваются стремлением в приобретении тех или иных прав или материальных благ. Среди них есть движения, выступающие за защиту окружающей среды и сохранение мира, феминизм и другие. Форма организации этих движений отличается от моделей массовых движений. Новые социальные движения стремятся

¹ Loomis J., Helfand G.E. Environmental Policy Analysis for Decision Making. - Secaucus, NJ, USA: Kluwer Academic Publishers, 2001. P. 292–298. – URL: <http://site.ebrary.com/lib/hselibrary/Doc?id=10067231&ppg=307>

² См.: Beder S. Environmental Principles and Policies: An Interdisciplinary Introduction. – Sydney: UNSW Press, 2006. – URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Environmental_Principles_and_Policies

создать сеть небольших групп локального характера, каждая из которых имеет свои принципы и стиль деятельности, но в акциях протеста принимает участие вместе с другими группами. Однако среди таких движений практически нет таких, которые встали бы на защиту информационно-коммуникационного универсума от неразумных действий людей.

Формирование инфоэкологического сознания. Неспособность инфо-алармистов, несмотря на их активность, упорядочить взаимодействия людей с информационно-коммуникационным универсумом, свидетельствует о том, что решение этих проблем невозможно без повышения социальной ответственности каждого человека за последствия своего воздействия на медиaproстранство. Чисто потребительский, технократический подход к медиaproстранству не просто узок и ограничен, он губелен для культуры и цивилизации. Вывод очевиден: для решения проблем, возникающих между человеком и медиaproстранством, нужно изменить человека, систему его представлений. И именно здесь возможно тесное сотрудничество между экологией медиaproстранства и медиаобразованием. Но для этого следует отказаться от заложенного Макклэном представления о руковотворности, искусственности медиа, которые созданы человеком в качестве функционального усилителя человеческих способностей. Придется совершить крутой разворот и стать на позиции принципиально иного подхода, согласно которому медиaproстранство возникло как естественный результат взаимодействия множества факторов и представляет собой в настоящее время относительно автономную систему, существование и развитие которой определяется какими-то, нами пока плохо исследованными закономерностями. Другими словами, информационно-коммуникационный универсум представляет собой объективно существующую самоорганизующуюся систему, не менее сложную, масштабную и самодостаточную, чем сама природа. И человек отнюдь не хозяин этой системы, а либо создатель ресурсов, необходимых ей для саморазвития, либо потребитель ресурсов, способный, по глупости или жадности, нанести этой системе вред, так же как человечество наносит вред биосистеме, именуемой «природа».

* * *

И в завершение можно вспомнить, что в 2000 году тяжело больной академик Н.Н. Моисеев написал обращение к участникам круглого стола в редакции журнала «Вопросы философии», на котором обсуждалась его книга «Быть или не быть человечеству?». В этой книге академик доказывал, что если не принять срочных - в масштабе всей планеты - мер, то уже в середине XXI века может разразиться глобальная экологическая катастрофа, чреватая гибелью всего рода человеческого. Не буду пересказывать это обращение. Напомню лишь его название:

«Люди не господа, а часть природы». И добавлю от себя: в том числе и информационно-коммуникационного универсума.

Есть основания полагать, что развитие пространственного подхода к анализу медиа позволит обнаружить новые закономерности функционирования массмедиа и предложить как создателям и потребителям медиаконтента, так и органам, регулирующим процессы, происходящие в сфере медиа, эффективные модели действий.

Литература:

- *Бакулев Г.П.* Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. - М.: Аспект Пресс, 2005; URL: <http://pulib.if.ua/part/9663>
- *Бердяев Н.А.* Философия неравенства. - М., 1990.
- *Бредшоу П.* СМИ 21-го века. - URL: <http://habrahabr.ru/post/54808/>
- *Бурдые.* О телевидении и журналистике. – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/3061/3063>
- *Вартанова Е.Л., Засурский Я.Н.* Российский модуль медиаобразования: концепции, принципы, модели // Информационное общество. 2003. № 3. С. 5-10.
- *Войскуновский А.Е.* Интернет – новая область исследований в психологической науке // Ученые записки кафедры общей психологии МГУ. Вып. 1. - М.: Смысл, 2002.
- Глобализация информационного пространства: вызовы и новые возможности для России. – URL: <http://www.csr.ru/conferences/sem.inf.gl.13.04.00.html>
- Доктрина информационной безопасности. <http://fstec.ru/tekhnicheskaya-zashchita-informatsii/dokumenty/111-tekhnicheskaya-zashchita-informatsii/dokumenty/kontseptsii/374-doktrina-ot-9-sentyabrya-2000-g-n-pr-1895>
- *Ионин Л.Г.* Социология в обществе знаний от эпохи модерна к информационному обществу. - М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2007.
- *Калин А.* Телевещание: возраст магического преобразования. – URL: http://www.nat.ru/?an=izbrannoe_page&uid=9984
- *Коротков А.В.* Цифровое неравенство в процессах стратификации информационного общества // Информационное общество. 2003. № 5. С. 26
- *Макаренко А.* Где предел роста цифровой вселенной? – URL: <http://www.rdcn.ru/estimation/2011/02032011.shtml>
- *Степанов В.* Медиаэкология: опыт демаркации научного направления. – URL: <http://media-ecology.blogspot.ru/>
- *Федоров А.В.* Медиаобразование: история, теория и методика. – Ростов: ЦВВР, 2001.
- *Федотов М.А.* Экология информации // Российская юстиция. 1999. № 12.
- *Шапцев В.А.* Информационная экология информационного обще-

ства // Информационная экология. Сборник статей. Материалы семинара «Информационная кампания по пропаганде экологических знаний в информационном обществе». – М.: Высший химический колледж РАН, 2003. – С.33-44.

- Эванс Д. Прогноз информационного бума и развития информационных и коммутационных технологий. – URL: <http://www.linkc.ru/index.php/uslugi-svyazi/215-prognoz-informatsionnogo-buma-i-razvitiya-informatsionnykh-i-kommutatsionnykh-tekhnologij>
- Яковлев И.П. Современные теории массовых коммуникаций. - СПб.: Роза мира, 2004.
- Ball-Rokeach, S.J., DeFleur, M.L. A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 1976.
- Gerbner G. (1995) / Educators Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. In: *The New Citizen*. 1995, Vol, 2, № 2.
- Frau-Meigs D. Media Regulation, Self-Regulation and Education. In: Feilitzen, C. von, Carlsson, U. (Eds.). *Promote or Protect? Perspectives on Media Literacy and Media Regulation*. Goteborg: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, 2003. P. 26.
- Janda K., Berry J.M., Goldman J. *The Challenge of Democracy. Government in America / 2nd ed.* Boston: Houghton Mifflin, 1989. Pp. 5-21.
- Iyengar S., Reeves R. *Do the Media Govern?* Thousand Oaks, CA: Sage, 1997.
- Loomis J., Helfand G.E. *Environmental Policy Analysis for Decision Making*. - Secaucus, NJ, USA: Kluwer Academic Publishers, 2001. P. 292–298. – URL: <http://site.ebrary.com/lib/hselibrary/Doc?id=10067231&ppg=307>
- McCombs M., Shaw D. The agenda-setting function of mass media // *Public Opinion Quarterly*. 1972. Vol.36. Pp.76-185.
- McMahan, B. Relevance and Rigour in Media Education. Keynote Presentation to the National Media Education Conference. – Baltimore.
- Newton K. May the weak force be with you: The power of the mass media in modern politics // *European Journal of Political Research*. 2006. Vol.45. Pp. 209-234.
- Rogers E., Dearing J. Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? // *Communication Yearbook*. 1988. Vol.11. P. 555-594.
- Semali L.M. *Literacy in Multimedia America*. New York – London: Falmer Press, 2000.