

Дзялошинский Иосиф Михайлович,
профессор Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики», доктор филологических наук.
Телефон: (985)767-3370; e-mail: imd2000@yandex.ru

Медиаиндустрия как источник угроз: модели защиты

Аннотация:

Статья посвящена анализу последствий для общества и личности человека бесконтрольного развития медиаиндустрии. Показаны основные угрозы и возможные подходы минимизации этих угроз.

На основе выполненного анализа сделаны выводы о том, что ныне существующие теоретические модели защиты от медиаугроз: теории медиабезопасности, теории медиаобразования, теории медиаэтики нуждаются в дополнении теориями коммуникативной экологии.

Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта «Экология медиасреды: проблемы безопасности и рационального использования коммуникативных ресурсов».

Ключевые слова: медиаиндустрия, медиаугрозы, медиабезопасность, медиаобразование, медиаэтика, медиаэкология.

Медиа как индустрия

Основная тенденция истории медиа – постепенный и неуклонный переход от ремесленного производства (журналист как индивидуальный создатель текстов), через мануфактурное производство (существование множества автономных редакций), к мощным медиакорпорациям.

Начиналась журналистика как способ самореализации конкретных индивидов. В эпоху Просвещения авторы в одиночку, собственными силами издавали журналы публицистической направленности.

Разумеется, появление первых европейских журналов в первую очередь определялось созданием в XVII в. определенной интеллектуальной среды, вошедшей в историю под названием "La Republique des Lettres" ("Республика литераторов", или "Республика ученых"). Это понятие отразило новую форму общения европейских интеллектуалов, ориентированных на антисхоластические методы познания. Это своего рода интернациональное «братство литераторов», объединенных задачей поиска истины в «невидимые колледжи», свободные от теологических догм. Особенность первых европейских журналов — преимущественно научная ориентация. Научная переписка не могла вовлечь в коммуникацию достаточно большое число авторов. Известно, что первый европейский журнал "Journal des Savants" ("Журнал ученых", 1665-1828) был создан по

инициативе французского министра финансов Жана-Батиста Кольбера. Кольбер задумал периодическое издание, которое бы освещало научные, критические и литературные проблемы, стоящие перед интеллектуальной элитой Европы. В 1665 г. в Англии появился журнал "Philosophical Transactions of the Royal Society" ("Философские труды Королевского общества").

В 1668 г. в Риме появился первый итальянский журнал, в котором помещались работы литературоведческого, языковедческого, философского характера. Журналы литературно-критического содержания во Франции ведут свое начало от периодического издания "Mercure galant" ("Галантный Меркурий"), основанного в 1672 г. Королевскую "привилегию" на издание этого журнала получил популярный в то время драматург и полемист Жан Донно де Визе. В первые годы "Mercure galant" выходил нерегулярно, однако с 1677 г. де Визе сделал это издание ежемесячным. Особенным успехом у читающей публики пользовался раздел новостей, который можно было назвать разделом светской хроники.

Начало европейского Просвещения связано с идеями английских философов конца XVI столетия. Принятие в 1689 г. "Билля о правах" (учитывающем некоторые философские концепции Джона Локка) стало знаменательным событием не только для Англии, но и для всей Европы, ибо в "Билле о правах" была заявлена новая модель взаимоотношения личности и государства. Перед просветительской журналистикой была поставлена задача исправлять нравы общества посредством просвещения и развлечения. Поэтому язык просветительских изданий отличался простотой и ясностью, чтобы быть понятным и доходчивым максимально большему числу читателей. В английской просветительской журналистике выделились два подхода к исправлению нравов — сатирический и морально-дидактический. Их не всегда можно разъединить, но если выделять крайние стороны, то нравоучительная журналистика Джозефа Аддисона и Ричарда Стиля оказываются с одной стороны, а едкая сатира Джонатана Свифта и Даниэля Дефо — с другой.

Персональный журнализм закончился с появлением влиятельных газетных магнатов, которые начинали диктовать информационную повестку дня данного издания или группы изданий. Понятно, что эти магнаты, определяя информационную повестку дня, учитывали интересы государственных структур и отчасти потребителей информации. Наступила эпоха «нового журнализма» или эпоха медиамануфактур. Внутри административного руководства газетного издания стали обособляться функции управления. Осознание самими журналистами конца эпохи персонального журнализма можно датировать возникновением первых журналистских объединений и ассоциаций, декларировавших в качестве своих целей защиту журналистов от всевластия редакторов и владельцев СМИ. Это произошло примерно 120 лет назад.

Нынешний этап развития масс-медиа с полным правом можно назвать индустриальным. В медиасфере налицо все признаки существования особой индустрии:

- 1) внутренне слаженная система функций, выполняемых в обществе и соотносящихся с другими сферами человеческой деятельности;
- 2) материально-техническая база;
- 3) кадры (журналисты, сценаристы, режиссеры, редакторы, корректоры, наборщики, инженеры, художники, дизайнеры, телеведущие, SEO-специалисты и др.).

Медиаиндустрия представляет собой часть общественного производства, связанную с подготовкой информационных, идеологических и ценностных продуктов, направленных на удовлетворение определенных потребностей разных групп населения при условии получения выгоды или прибыли владельцами медиаресурсов.

Индустриализация медиапроизводства способствовала существенным изменениям всей сферы медиа. Можно выделить следующие тренды современной стадии индустриализации:

- **Мультимедиазация.** Совмещение различных способов передачи и представления информации (текста, графики, видео, звука).

- **Визуализация.** Опора в транслируемом контенте на визуальные образы.

- **Адаптация к мобильным устройствам.** Разработка специальных программно-технологических средств передачи контента.

- **Геймификация.** Применение подходов, характерных для компьютерных игр, в программных инструментах для неигровых процессов с целью привлечения пользователей и потребителей. Это обеспечивает «мягкое» управление вниманием и коммуникационным поведением потребителей.

- **Твиттеризация.** Коммуникационная клиповость, возведенная на уровень одного из важнейших глобальных форматов коммуникации.

- **Кастомизация.** Изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем ее комплектации дополнительными элементами. Потенциально одна из самых эффективных и социально опасных технологий в современных интегрированных коммуникациях.

- **Многоплатформенность.** Объединение различных по технологиям трансляции контента коммуникационных платформ.

Как и любая индустрия, медиаиндустрия прошла, а кое-где проходит до сих пор, процесс концентрации и монополизации. В России феномен концентрации средств массовой информации стали анализировать с середины 1990-х годов. Было показано, что на отечественном медиарынке происходят постоянные трансформации организационного, экономического, содержательного характера, связанные с централизацией капитала в сфере информационно-коммуникационной индустрии. В последние годы исследователи показали, что конвергенция журналистики,

внедрение в СМИ новых технологий (интернета, спутниковой и телефонной связи, цифрового телевидения) способствуют формированию крупных медиакомпаний. И на данный момент следует говорить о концентрации средств массовой коммуникации как о характерной и определяющей тенденции современной российской медиасистемы не только на общенациональном информационном рынке, но и на региональном уровне. Стали возникать медиакорпорации.

Однако в последние годы можно констатировать, что происходит переплетение собственности и образование корпораций, тесно связанных с различными областями экономики. Владельцами таких медиакорпораций становятся крупные коммерческие структуры, действующие в различных отраслях, в результате чего явно просматривается связь и взаимозависимость медиабизнеса с другими секторами экономики. Считается, что на данном этапе в условиях высокой конкуренции на медиарынке зачастую укрупнение компаний с включением в них внемедийных активов является единственным способом их существования.

Американский специалист В. Моско при анализе «пространственного направления» концентрации выделяет следующие формы:

- **простая** (*basic-mediaconcentration*) – слияние однотипных СМИ в рамках одной компании, например, приобретение в 1993 г. «The New York Times Company» газеты «The Boston Globe» и в 2003 г. «The International Herald Tribune». По такому принципу организована группа «Hearst Corporation», занимающая ведущие позиции в журнальной периодике США. Среди основных изданий этой группы – журналы *Cosmopolitan*, *Good House keeping*, *Squire* и *Popular mechanics*. К данному виду концентрации также можно отнести российские издательские дома (ИД) – «Пронто-Москва» (100 газет), «Профмедиа» (89 газет), «Жизнь» (60 изданий), «Логос- Медиа» (11 журналов);

- **вертикальная** (*vertical-mediaconcentration*) - объединение разнотипных СМИ внутри одной компании. В качестве примера можно привести приобретение в июне 2000 года французской медиакорпорацией «Vivendi», принадлежащей г-ну Жан-Мари Мессье, кинокомпании *Universal Studios*, музыкальной студии *Universal Music Group* и французского платного телеканала *Canal Plus*;

- **перекрестная** (*cross-mediaconcentration*) – слияние разнородных компаний, занимающихся различными сферами деятельности. Например, американская медиакорпорация «Viacom» (владелец Самнер Редстоун) равномерно распространяя свой контент по интернету, телевидению, радиоэфиру и печати, по «старинке» докупает к одним СМИ другие. «Viacom» признана мировым лидером по созданию, продвижению и реализации продукции в сфере индустрии развлечений, включая музыку (ей принадлежит молодежный канал MTV) и спортивные программы. В собственность этой медиакорпорации входят телевизионные и спутниковые станции, парки развлечений и отдыха, производство различных театрализованных шоу и телепрограмм. «Viacom»

функционирует в области видеопроката и продаж видеофильмов, музыкальных дисков, занимается созданием и развитием веб-сайтов.

Схожую систему концентрации мы встречаем у британской исследовательницы Д. Дойл:

- **Горизонтальная или мономедийная концентрация** (*monomedia expansion*) – объединение однородных видов собственности внутри одной компании, например газетно-журнальные «цепи» (от англ. chains), принадлежащие одному владельцу. Первую такую «цепочку» с единым стилем работы и одинаковыми маркетинговыми принципами на основе модели «нового журнализма» создал в США Эдвард Скриппс в 1880-е гг. Вслед за ним подобные газетно-журнальные «цепи» стали создавать Паттерсоны–Маккормики, У.Р. Херст, Дж. Пулитцер. Помимо газетных «цепочек» по принципу мономедийной концентрации функционируют американские телесети – NBC (National Broadcasting Corporation – год основания 1927), CBS (Columbia Broadcasting System – 1927 г. осн.), ABC (American Broadcasting Company – 1943г.), Fox (1984). Сеть (network) – система объединенных теле – радиовещательных станций, которые подконтрольны «головной» компании.

- **Кроссмедийная** (*cross-mediaexpansion*) **концентрация** – слияние разнородных медиаактивов. В данном случае различают две формы: диагональную и вертикальную. Первая, по мнению Д.Дойл, представляет собой объединение форм деятельности из различных сфер медиаиндустрии, например, когда владелец печатных изданий приобретает радио– и телекомпания. Например, в 2003 г. «The New York Times Company» принадлежало 26 газет, 12 журналов, 9 телестанций (в том числе системы кабельного телевидения), две радиостанции. Вертикальная форма концентрации СМИ происходит внутри одного вида деятельности компании.

Отечественные исследователи С.М. Гуревич, Е.Л. Вартанова, М.И. Гарабова придерживаются той же позиции¹. С.С. Смирнов, опираясь на вышеприведенные классификации, приводит теоретическую модель, в которой выделяют три основных типа концентрации – горизонтальную, вертикальную и диагональную.

- **Горизонтальная концентрация** – это слияние компаний, которые производят одинаковую информационно-коммуникационную продукцию (например, только печатные или только электронные СМИ) и специализирующихся на одной форме ее дистрибуции. Эффективность данной формы концентрации заключается в сокращении многих расходов по мере расширения своего производства.

- **Вертикальная концентрация** – объединение компаний, занимающихся различными стадиями производства и распространения

¹ См: Гуревич С. М. От издательского дома – к медиахолдингу / С. М. Гуревич // www.mediascope.ru – Портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования (23.09.2006); Вартанова Е. Л. Основы медиа-экономики и медиаменеджмента за рубежом. – М., 2002.; Гарабова М. И. Особенности функционирования российских СМИ в условиях их монополизации и концентрации (1996-2001 гг.). – М., 2004.

информационной продукции (печатное издания и типография, телевизионная или телепродюсерская компания и оператор сотовой или спутниковой связи). Вертикальная форма выгодна, медиакомпаниям уверенно контролируют свои рынки, намечая новые различные направления экономии своих ресурсов. Ярким примером, несомненно, является глобальная медиакорпорация «Time Warner Inc», действующая в медиаиндустрии. Она появилась в 1989 году вследствие слияния журнально-газетной компании «Time Inc.» (издающая журналы Time, People, Fortune) и известной всему миру кинокомпании «Warner Brothers». В 1996 году «Time Warner Inc.» приобрела за \$6,7 млрд. телесеть Теда Тернера «Turner Broadcasting» (включая и CNN), став, соответственно, лидером глобального медиарынка. В 2002 г. «Time Warner Inc» объединилась с ведущим американским интернет-провайдером компанией «America On-line». Однако воссоединение столь разноплановых сфер деятельности в рамках одного конгломерата на практике оказалось намного проблематичнее, чем казалось в теории. На успешном развитии «AOL Time Warner» негативно отразился мировой экономический кризис, и с 2002 г. «America on-Line» и «AOL Time Warner» стали вновь функционировать отдельно. Тем не менее, форма вертикальной интеграции является одной из ведущих тенденции современного развития мировой системы средств массовых коммуникаций.

• **Диагональная концентрация** – это слияние медиакомпаний, производящих разнообразную продукцию и распространяющих ее на различных медиаплатформах (печатное СМИ, сетевые ресурсы, телекиноиндустрия). На сегодняшний день среди крупнейших транснациональных медиакорпораций, можно выделить Time Warner (США), News Corporation (Австралия, США, Британия), Walt Disney Corp. (США)².

Стремясь освоить возможности мирового информационного рынка, крупнейшие медиаконцерны в послевоенный период перешагнули национальные границы, их деятельность приобрела транснациональный характер. Наиболее крупные и экономически могущественные объединения, использующие новейшие коммуникационные технологии и огромные материально-финансовые ресурсы, сегодня доминируют на международном рынке новостей, их операции приобрели поистине всемирный размах. Сегодня на мировом рынке информации и коммуникаций ведущие позиции занимают могущественные корпорации, базирующихся в основном в США.

Последствия индустриализации медиа

Индустриализация любого производства влечет за собой как массу позитивных последствий, так и множество негативных. Не случайно само

² Смирнов С. С. Концентрация средств массовой информации России в условиях трансформации национальной медиасистемы (1991-2006 гг.): дис. ... канд. филол. наук. – М., 2006.

понятие «экология окружающей среды» в современном понимании этого словосочетания возникло в связи с переходом производственной системы в индустриальную фазу.

То же самое произошло (и происходит) с переходом медиапроизводства в индустриальную фазу. Чрезвычайно осложнило ситуацию появление интернета. И как любое глобальное явление, существенно влияющее на развитие человеческого общества, интернет имеет свои плюсы и минусы.

К плюсам обычно относят:

- оперативность получения любой информации – интернет-пользователю нет необходимости идти в библиотеки, искать необходимый материал, достаточно только открыть любую поисковую систему и задать в строке поиска условие и из предложенных вариантов выбрать то, что необходимо;

- информативность – на любую предложенную тему можно найти несколько точек зрения, сравнить их, получить полную информацию;

- технологичность – использование новейших достижений информационных и телекоммуникационных технологий;

- творчество – пользователь может использовать в своей работе готовые наработки, предлагаемые для свободного доступа в сети интернет, а может на основе предложенной информации представить что-то свое, непохожее на то, что было предложено, таким образом самовыразиться;

- расширение границ общения (социальные сервисы и форумы, электронная почта) – возможность общения, обмена опытом, знаниями;

- формирование информационной компетентности, включая умение работать с информацией (находить, получать, анализировать, систематизировать и использовать);

- возможность постоянного самообразования, самореализации.

Очевидно, что Интернет в наше время стал своеобразной медийной средой, благодаря которой происходит глобальный обмен информацией. Его популярность можно объяснить тем, что, в отличие от линейных текстов традиционных СМИ, электронные медиа характеризуются гипертекстуальностью, благодаря чему каждый текст имеет выходы на другие, и это в значительной степени расширяет информационный поток, которым интересуется пользователь.

Что касается минусов, то специально проведенное исследование показало, что и эксперты, и население отчетливо осознают, что современная медиаиндустрия влечет за собой ряд существенных угроз:

1. Активность в кибермире не способствует росту гражданской активности в реальном мире; виртуализация политической активности граждан скорее препятствует гражданской активности и осознанному участию российских граждан в политическом процессе.

2. В группах социальных сетей Интернета активно стали работать по найму так называемые «тролли», т.е. пользователи, распространяющие

искаженную, неверную, но выгодную тем или иным лоббистам информацию.

3. В Интернете доминируют сайты с девиантной информацией: о сексуальных связях, скандалах, насилии, разрушительных социальных действиях и т.п.

4. В России нарастает информационное и коммуникационное неравенство между регионами

5. В России нарастает информационное и коммуникационное неравенство между социальными группами и индивидами

6. В современном мире медиазависимость стала реальной угрозой целостности, социальной адекватности человека

7. В современных медиа (традиционных и новых) все больше информации представляется в форме визуальных образов.

8. Все больше людей испытывают психологическую зависимость от процессов, происходящих в медиапространстве.

9. Вторжение в частную жизнь можно признать значимой этической проблемой современных медиа.

10. Выполнение совместных перформансных проектов нередко создает только видимость того, что участие в группах социальных сетей Интернета способствует формированию и развитию гражданского общества.

11. Жизненный успех современного человека во многом определяется количеством и качеством его присутствия/представленности в Интернете

12. Жизненный успех современного человека определяется не его способностями, а объемом и качеством имеющейся в его распоряжении информации

13. Информация о личности рассматривается как экономически выгодный товар и как источник власти.

14. Люди все больше встраиваются во всеохватную и быстродействующую коммуникационную сеть, располагая все меньшей возможностью влиять на объем циркулирующей в ней информации, темп быстрого действия или контролировать их.

15. Массовое распространение Интернета влечет за собой нарастание киберпреступности: противозаконный сбор и использование информации; несанкционированный доступ к информационным ресурсам; манипулирование информацией; незаконное копирование данных в информационных системах и др.

16. Неконтролируемый доступ к информации опасен.

17. Обилие разнообразной информации маскирует принципиальную недоступность, закрытость многих сегментов медиапространства

18. Образная подача информации в медиа поддерживает мифологическое мышление (образные объяснения процессов и явлений, не предполагающие понимания их сущности, реально возможных связей и зависимостей).

19. Повышается зависимость социальных институтов от средств массовой информации.

- 20.СМИ виновны в засорении и отравлении умов детей и подростков
- 21.СМИ можно обвинить в разрушении моральных устоев
- 22.СМИ навязывают людям недостоверную повестку дня, создают иллюзорную картину мира.
- 23.СМИ способствуют разжиганию социальной агрессии и нетерпимости, формированию «образа врага»
- 24.СМИ формируют у людей стремление к реализации нереалистичных жизненных сценариев
- 25.Современное медиапространство способствует разрушению традиционной культуры и системному социокультурному кризису России.
- 26.Современные медиа создают и навязывают людям стереотипные образы (идолов и отверженных)
- 27.Современные медиа травмируют психику людей, формируют чувства страха и безысходности
- 28.Современные научно-технические достижения предоставляют невиданные ранее возможности для превращения информации о личности в инструмент социального контроля и манипулирования человеческим поведением.
- 29.Современный Интернет поддерживает желание пользователей получать через его сервисы информацию, распространение которой в традиционных СМИ ограничено нормами морали и законов.
- 30.Социальные сети разделяют пользователей на группы по интересам, поэтому единого пространства коммуникации в Интернете не существует.
- 31.Существенные различия в компьютерной грамотности и возможностях пользоваться современными информационными технологиями увеличивает психологический разрыв поколений.
- 32.Существует угроза информационного потопа - неконтролируемого увеличения количества информации, делающего практически бессмысленными попытки управлять информационными процессами.
- 33.Сформировался глобальный медиапорядок, где в качестве основных субъектов, участвующих в производстве контента и регулировании информационных процессов, выступает ограниченный круг транснациональных корпораций.

Стоит отметить высокую степень солидарности всех групп опрошенных. Мнения мужчин и женщин, представителей разных возрастных групп и разных городов различаются не очень сильно. Не наблюдается существенных разногласий по поводу значимости представленных медиаугроз и у респондентов из разных городов России, в которых проводилось исследование³.

Определяя возможные пути решения проблемы минимизации угроз со стороны медиа, А.А.Морозова указывает на следующие варианты:

³ См.: Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. «Медиа как пространство угроз: 15 лет в тени доктрины информационной безопасности». Электронный научный журнал "Коммуникации. Медиа. Дизайн». [https://www.hse.ru/data/2016/10/20/1108077758/comedi-01%20\(1\).pdf](https://www.hse.ru/data/2016/10/20/1108077758/comedi-01%20(1).pdf)

- 1) государственный контроль, создание реестра запрещенных сайтов и каналов коммуникации;
- 2) самостоятельный контроль медиаресурсов со стороны Интернет-провайдеров и редакторов СМИ;
- 3) Самообразование каждого индивида в отношении проблемы медиабезопасности, самоконтроль;
- 4) медиаобразование населения, особенно молодежи по проблеме медиабезопасности;
- 5) введение этического кодекса коммуникации⁴.

Если обобщить эти и другие высказывания, то можно сделать вывод о том, что в настоящее время сложились три основных подхода к поиску способов минимизации возможного вреда, наносимого масс-медиа. Это подход, опирающийся на концепции медиабезопасности, медиаобразовательный подход, и подход, который можно назвать «этическим», поскольку его сторонники полагают, что основным способом уменьшения медиаугроз является соблюдение медиаакторами высоких этических стандартов медиаповедения.

Теории медиабезопасности

Западные эксперты и специалисты по медиа избегают пользоваться терминологией опирающейся на концепт «информационная (медиа) безопасность». Обычно речь идет о защите прав различных социальных групп (меньшинств), или о предотвращении нарушений законодательства в медиасреде. Напротив, в странах незападной (или антизападной) ориентации охотно пользуются понятиями «информационная безопасность», «информационная война», «защита от медиаагрессии» и т.п. Достаточно почитать множество появившихся в конце 1990-х – начале 2000-х годов работ, посвященных проблемам информационной и информационно-психологической безопасности.⁵

В большинстве упомянутых выше работ основной акцент делался на угрозах, которым подвергаются общегосударственные и корпоративные информационные и телекоммуникационные системы. С этой точки зрения основными объектами обеспечения информационной безопасности являются:

- информационные ресурсы, содержащие сведения, отнесенные к государственной тайне, и конфиденциальную информацию;

⁴ Морозова А. А. Медиа-безопасность в эпоху информации // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Материалы IX Международной научно-практической конференции, 18-20 октября 2012 г. / Т. 1. – Казань: Казан. ун-т, 2012. С. 280 – 287.

⁵ 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; Человек в медиамире. Безопасность в массовой коммуникации. Челябинск: Ципцеро, 2005.

- средства и системы информатизации (средства вычислительной техники, информационно-вычислительные комплексы, сети и системы), программные средства (операционные системы, системы управления базами данных, другое общесистемное и прикладное программное обеспечение), автоматизированные системы управления, системы связи и передачи данных, осуществляющие прием, обработку, хранение и передачу информации ограниченного доступа, их информативные физические поля;

- технические средства и системы, работающие с открытой информацией, но размещенные в помещениях, в которых обрабатывается информация ограниченного доступа, а также сами помещения, предназначенные для обработки такой информации;

- помещения, предназначенные для ведения закрытых переговоров, а также переговоров, в ходе которых оглашаются сведения ограниченного доступа.

Источниками угроз, как полагают авторы, придерживающиеся этого подхода, являются:

- деятельность специальных служб иностранных государств, преступных сообществ, организаций и групп, противозаконная деятельность отдельных лиц, направленная на получение несанкционированного доступа к информации и осуществление контроля за функционированием информационных и телекоммуникационных систем;

- вынужденное в силу объективного отставания отечественной промышленности использование при создании и развитии информационных и телекоммуникационных систем импортных программно-аппаратных средств;

- нарушение установленного регламента сбора, обработки и передачи информации, преднамеренные действия и ошибки персонала информационных и телекоммуникационных систем, отказ технических средств и сбои программного обеспечения в информационных и телекоммуникационных системах;

- использование несертифицированных в соответствии с требованиями безопасности средств и систем информатизации и связи, а также средств защиты информации и контроля их эффективности;

- привлечение к работам по созданию, развитию и защите информационных и телекоммуникационных систем организаций и фирм, не имеющих государственных лицензий на осуществление этих видов деятельности.

В качестве мер, использование которых должно обеспечить так понимаемую информационную безопасность, предлагаются следующие:

- предотвращение перехвата информации из помещений и с объектов, а также информации, передаваемой по каналам связи с помощью технических средств;

- исключение несанкционированного доступа к обрабатываемой или хранящейся в технических средствах информации;

- предотвращение утечки информации по техническим каналам, возникающей при эксплуатации технических средств ее обработки, хранения и передачи;
- блокирование специальных программно-технических воздействий, вызывающих разрушение, уничтожение, искажение информации или сбои в работе средств информатизации;
- обеспечение информационной безопасности при подключении общегосударственных информационных и телекоммуникационных систем к внешним информационным сетям, включая международные;
- обеспечение безопасности конфиденциальной информации при взаимодействии информационных и телекоммуникационных систем различных классов защищенности;
- выявление внедренных на объекты и в технические средства электронных устройств перехвата информации.

Основными организационно-техническими мероприятиями по защите информации в общегосударственных информационных и телекоммуникационных системах являются:

- лицензирование деятельности организаций в области защиты информации;
- аттестация объектов информатизации по выполнению требований обеспечения защиты информации при проведении работ, связанных с использованием сведений, составляющих государственную тайну;
- сертификация средств защиты информации и контроля эффективности их использования, а также защищенности информации от утечки по техническим каналам систем и средств информатизации и связи;
- введение территориальных, частотных, энергетических, пространственных и временных ограничений в режимах использования технических средств, подлежащих защите;
- создание и применение информационных и автоматизированных систем управления в защищенном исполнении.

Другая группа сторонников концепции медиабезопасности, опирается на положение о том, что информационно-психологическую безопасность следует рассматривать как состояние защищенности личности, разнообразных социальных групп и объединений людей от воздействий, способных против их воли и желания изменять психические состояния и психологические характеристики человека, модифицировать его поведение и ограничивать свободу выбора.⁶

⁶ См.: Рошин С. К., Соснин В. А. Психологическая безопасность: новый подход к безопасности человека, общества и государства // Российский монитор. 1995. №6; Проблемы информационно-психологической безопасности (сборник статей и материалов конференций). М.: Институт психологии РАН, 1996; Смолян Г. Л., Зараковский Г. М., Розин В. М. Информационно-психологическая безопасность (определение и анализ предметной области). Препринт. М.: Институт системного анализа РАН, 1996; Грачев Г. В., Мельник И. К. Приемы и техника манипулятивного воздействия в массовых информационных процессах // Проблемы информационно-психологической безопасности (сборник статей и материалов конференций). М.: Институт психологии РАН, 1996; Грачев Г. В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. М., 1998; Информационно-психологическая безопасность в СМИ. - М.: Аспект-пресс, 2002; Вепринцев В. Б., Манойло А. В., Петренко А. И., Фролов Д. Б. Операции информационно-психологической войны: методы, средства, технологии: Краткий энциклопедический словарь. М.: Горячая линия – Телеком, 2003.

В последние годы все активнее используется понятие медиабезопасности. Этим понятием чаще всего обозначают состояние защищенности каждого индивида от недостоверной или опасной информации, причиняющей вред здоровью человека, его нравственности и личностному развитию⁷. Есть и другие определения. Например, такое: «Под медиабезопасностью понимается «один из видов безопасности современного человека, живущего в атмосфере постоянных природных и техногенных рисков, наряду с экологической, дорожной, противопожарной, химической и другими видами безопасности. Под медиабезопасностью логично понимать состояние защищенности жизненно важных интересов субъектов от угроз, исходящих из медиaprостранства, то есть от системы средств массовой информации и коммуникации (медиа). Как отмечает И.А. Фатеева, принципиально важным является выбор термина для опорного понятия: используя вместо привычного для российского научного и правового дискурса словосочетания «информационная безопасность» слово «медиабезопасность», мы подчеркиваем особую роль контента, распространяемого по каналам СМИ и СМК («медиа» по западной терминологии)⁸.

Понятно, что в качестве основного защитника от медиаугроз при таком подходе рассматривается государство. В соответствии со ст. 4 Закона РФ «О СМИ» «Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации» действует специальный орган - Роскомнадзор. Последнее время происходит ужесточение подобного рода законов, так президент РФ Владимир Путин 28 июля 2012 года подписал закон «О внесении изменений в ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" и отдельные законодательные акты РФ». Закон предусматривает создание единого реестра доменных имен и универсальных указателей страниц сайтов в Интернете и сетевых адресов сайтов, содержащих информацию, запрещенную к распространению на территории РФ. Во внесудебном порядке (по решению уполномоченных федеральных органов исполнительной власти) в реестр будут включаться те сайты, которые содержат материалы с порнографическими изображениями детей или объявления о привлечении их в качестве исполнителей для участия в зрелищах порнографического характера; сайты, публикующие информацию о способах изготовления и использования наркотиков, местах их приобретения, а также о способах совершения самоубийства и призывы к суициду. Кроме того, некоторые сайты могут быть включены в реестр по решению суда о признании информации, распространяемой ими, как запрещенной.

⁷ Морозова А. А. Медиа-безопасность в эпоху информации / Информационное поле современной России: практики и эффекты: Материалы IX Международной научно-практической конференции, 18-20 октября 2012 г. / Под ред. Р. П. Баканова: в 2-х т. – Т. 1. – Казань: Казан. ун-т, 2012. С. 280 – 287.

⁸ Фатеева И. А. Социальные сети в аспекте медиабезопасности // Медиаобразование 2014: Сб. тезисов и статей Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) «Медиаобразование 2014. Региональный аспект» 7 октября – 9 октября 2014 г. / Под редакцией И. В. Жилавской, Е. А. Карягиной. М.: РИЦ МГТУ им. М. А. Шолохова, 2014.

Самостоятельный контроль медиаресурсов со стороны Интернет-провайдеров и редакторов СМИ также существует практически с момента появления средств массовой информации и коммуникации. Но постоянное расширение Интернет-пространства и медиарынка создали практически неуправляемый контент в медиасреде, при котором самостоятельный контроль Интернет-провайдеров и редакторов СМИ зачастую является настолько трудоемким, что становится практически невозможным. Поэтому «общественное регулирование Интернета является понятием достаточно условным, поскольку реализуется в первую очередь Интернет-провайдерами по указанию властных структур, т.е. фактически носит принудительный характер»⁹.

Теории медиаобразования

Самообразование каждого индивида в отношении проблемы медиабезопасности, самоконтроль в рамках пользования медиаресурсами и в процессе получения информации, мог бы стать одним из самых простых способов осуществления защиты граждан от вредоносного медиаконтента. Но, как показывают многочисленные исследования, граждане России имеют слабый уровень медиаграмотности и не способны защитить себя от информационной опасности.

С целью повышения медиакомпетентности населения разрабатываются и реализуются различные программы медиаобразования.

В документах Совета Европы «медиаобразование (media education) определяется как обучение, которое стремится развивать медиакомпетентность, понимаемую как критическое и вдумчивое отношение к медиа с целью воспитания ответственных граждан, способных высказать собственные суждения на основе полученной информации. Это дает им возможность использовать необходимую информацию, анализировать ее, идентифицировать экономические, политические, социальные и/или культурные интересы, которые с ней связаны. Медиаобразование обучает индивидов интерпретировать и создавать сообщения, выбирать наиболее подходящие для коммуникации медиа. Медиаобразование позволяет людям осуществлять их право на свободу самовыражения и информацию, что не только способствует личному развитию, но также увеличивает социальное участие и интерактивность. В этом смысле медиаобразование готовит к демократическому гражданству и политическому пониманию. Необходимо развивать медиаобразование как часть концепции обучения в течение всей жизни человека»¹⁰.

Медиаобразование как концептуальная модель возникла в странах с доминирующей либеральной идеологией. И понятно, почему: с одной стороны, в этих странах фиксируется беспрецедентное развитие

⁹Шилина М.Г. Ценностные ориентиры профессиональной медиакommunikации в Интернете // Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012. – С. 443 – 444.

¹⁰ Council Europe (2000). Recommendation. Media Education. URL: <http://assembli.coe.int/Documents/AdoptedText/TA00/EREC1466.htm>

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 (media education) следует понимать обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической и автономной области знаний в педагогической теории и практике; его следует отличать от использования СМК как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких как, например, математика, физика, география».¹¹ Аналогичная формулировка содержится в «Педагогическом энциклопедическом словаре», который определяет медиаобразование как «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»¹².

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...»¹³.

Известный теоретик в области медиа Дж. Гербнер понимает медиаобразование как формирование коалиции «для расширения свободы и разнообразия коммуникации, для развития критического понимания медиа как нового подхода к либеральному образованию».¹⁴ 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»¹⁵.

¹¹ Media Education. – Paris: UNESCO, 1984. P. 8.

¹² Педагогический энциклопедический словарь. - М.: Большая Российская энциклопедия, 2008. С. 138.

¹³ Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. In: Outlooks on Children and Media. Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001. P. 152.

¹⁴ Gerbner G. Educators Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. In: The New Citizen. 1995, Vol, 2, № 2.

¹⁵ McMahon B. Relevance and Rigour in Media Education. Keynote Presentation to the National Media Education Conference. – Baltimore. P. 3.

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»¹⁶.

И вряд ли является случайным совпадением то обстоятельство, что параллельно с развитием концепций медиаобразования ООН, ЮНЕСКО, Совет Европы много внимания уделяли идеям гражданского образования. Так, Генеральной Ассамблеей ООН была принята Всемирная программа образования в области прав человека. В документах пятьдесят девятой сессии Генеральной Ассамблеи ООН следующим образом раскрывается содержание понятия «образование в области прав человека»: «...усилия по образованию, обучению и информированию, которые предпринимаются для создания всеобщей культуры прав человека путем обмена знаниями, привития навыков и формирования позиций, которые направлены на:

- укрепление уважения прав человека и основных свобод;
- всестороннее развитие человеческой личности и чувства человеческого достоинства;
- содействие взаимопониманию, терпимости, равенству мужчин и женщин и дружбе между нациями, коренными народами и расовыми, национальными, этническими, религиозными и языковыми группами;
- обеспечение для всех людей возможности эффективно участвовать в жизни свободного и демократического общества, в котором господствует право;
- строительство и поддержание мира;
- обеспечение устойчивого развития в интересах общества и социальной справедливости.

Образование в области прав человека охватывает:

- знание и навыки — изучение прав человека и механизмов обеспечения их защиты, а также приобретение навыков применять их в повседневной жизни;

¹⁶ Цит. по: <http://www.ifap.ru/projects/mediaed2.htm>.

- ценности, мировоззренческие подходы и поведенческие модели — развитие ценностей и укрепление мировоззренческих подходов и поведенческих моделей, отстаивающих права человека;
- действия — принятие мер по защите и поощрению прав человека»¹⁷.

Теории медиаэтики

В 2011 году в специальном докладе ООН доступ к сети Интернет был признан неотъемлемым правом человека. Любое ограничение в этом отношении признается прямым нарушением установленных прав. Вместе с глобальным доступом в сеть возникают различного рода задачи, которые необходимо решать и регулировать на международном и национальном уровне. В частности, речь идет о соблюдении кибербезопасности, регулировании киберповедения и соблюдении норм киберэтики.

Установлено, что понятие киберэтики или информационной этики (ИЭ) является дисциплинарным и касается исследования проблем, возникающих в связи с развитием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). ИЭ возникает на стыке дисциплин компьютерной этики и философии информации. В связи с тем, что ИКТ создают определенный конгломерат этических дилемм и коллизий (авторское право, неприкосновенность частной жизни и защита информации, интеллектуальная свобода, ответственность и безопасность поведения в сети Интернет) ИЭ ставит в фокус своего рассмотрения вопросы собственности, доступа, неприкосновенности частной жизни, безопасности и общности информации. В этой сфере создаются этические кодексы, которые призваны регулировать поведение интернет-пользователей, сообществ, а также государственные стратегии развития, которые стремятся объять всю сферу распространения ИКТ для создания процедурного поля взаимодействия не только частных лиц, но и общественных институтов. Следовательно, ИЭ формируется множеством усилий разного порядка. Отметим, что важными аспектами формирования этического поведения в Интернет является справедливое использование информации, которое касается хранения, распространения и корректирования персональной информации, а также забота об общем благе и непричинении вреда глобальному сообществу.

При исследовании проблемы этики в информационном пространстве было установлено, что рассмотрение указанной проблематики невозможно без учета проблематики киберугроз и кибербезопасности. Резолюция 2009 года «Создание глобальной культуры кибербезопасности и оценка национальных усилий по защите важнейших информационных инфраструктур» ООН содержит инструментарий, который призван помочь

¹⁷ Организация Объединенных Наций. Генеральная Ассамблея. A/59/525/ Rev. Distr. General 2 March 2005.

национальным государствам создать стратегию устойчивого развития в информационном секторе с тем, чтобы укрепить также глобальную информационную среду. В частности, в документе содержатся рекомендации по определению реальных потребностей кибербезопасности, фиксации деятельности по отношению к произошедшим сбоям, анализу и обновлению правовой документации. Важнейшими пунктами документа являются указания на необходимость взаимодействия государственных органов с частным сектором, бизнесом и гражданским обществом, вплоть до проведения образовательных кампаний среди отдельных граждан. Значительными элементами представляются специальные разработки образовательных модулей, которые содержат указания о безопасном поведении в Интернете, о соблюдении правовых норм и защите частной информации. В частности, ООН предлагает в рамках проекта Академии ИКТ образовательные программы для лидеров государственного сектора с целью формирования навыков работы с информационным сектором, понимания его специфики, политики применения и технологии ИКТ. Взаимодействие в этой области должно осуществляться на всех уровнях общественной системы, с учетом как разработок в правительственном секторе, так и в неправительственных организациях (НГО, академические круги, прочее). Все эффективные меры, которые содействуют укреплению кибербезопасности на национальном уровне затем будут аккумулированы для глобального сообщества.

Необходимо отметить, что понятия информационной этики и информационной безопасности тесно связаны не только с процессом разумного ограничения распространения определенных категорий информации, но, в первую очередь, с разумным доступом к ней. Обеспечение доступа СМИ и представителей гражданских информационных ресурсов (к примеру, блогеров) к открытой информации, совершенствование правовых норм, регулирующих обозначенный процесс должны являться одними из приоритетных задач государственной стратегии обеспечения информационной безопасности. Вместе с тем, защита от информации, порочащей честь и достоинство, как отдельных граждан, так и целых сообществ и групп, также является необходимым элементом этой стратегии. Обеспечение устойчивого развития современного общества связано напрямую с его полноценной информатизацией.

Российские исследователи в вопросе о решении проблемы медиабезопасности также приходят к мысли о необходимости развития этических регуляторов¹⁸.

¹⁸ Шилина М. Г. Ценностные ориентиры профессиональной медиакоммуникации в Интернете // Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012. С. 443–444.; Дзялошинский, И.М. Экология медиасреды: этические аспекты. Монография. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2016..

Поиск новой парадигмы

На наш взгляд, основной недостаток всех описанных выше теорий защиты человека от вредных воздействий медиа, заключается в том, что они создают иллюзию, что защита от «вредного воздействия» в принципе возможна. Однако очевидно, что в современном глобализирующемся мире внутренняя динамика медиасистемы и динамика внешних воздействий на нее носят чрезвычайно сложный характер, и все последствия этих динамических отношений трудно предсказать, а значит, невозможно проанализировать все источники и все виды возможных рисков. Отобранными для организации защиты от них окажется некоторое ограниченное число угроз, и значительно большее множество реально существующих угроз будет проигнорировано по следующим причинам: 1) низкая оценка уровня их опасности или вероятности реализации на момент анализа; 2) ограниченная способность людей познавать сложные системы; 3) невозможность построения достаточно адекватных моделей развития событий; 4) невозможность предсказания появления новых угроз и пр. Мало помогает в данном случае и абстрактно понимаемая концепция повышения медиаинформационной компетентности. Слишком много компетенций, и они все время меняются, и будут меняться.

Представляется, что назрела необходимость перехода на парадигму устойчивого развития медиапространства.¹⁹

Термин «устойчивое развитие» впервые появился в 1987 г. в русском издании книги «Наше общее будущее», которое было осуществлено в Копенгагене Комиссией ООН под председательством госпожи Гро Харлем Брунтланд, тогдашнего премьер-министра Норвегии.²⁰ Устойчивое развитие - это развитие, которое удовлетворяет потребности ныне живущего поколения, не ставя под угрозу возможности будущих поколений удовлетворить их собственные потребности (в объеме, не меньшем, чем это делаем мы). Это классическое определение Комиссии ООН, и оно принято мировым сообществом. Широкое звучание этот термин получил в июне 1992 г. на Второй Международной конференции по окружающей среде и развитию, которая была организована в Рио-де-Жанейро. На этой конференции была принята стратегия (концепция) перехода современного общества к устойчивому развитию. Речь в данном случае идет о переходе к новой эпохе цивилизационного развития на основе радикального изменения ценностей и целей современного общества, ориентации и содержания различных сфер человеческой деятельности.

¹⁹ Подробнее об этом понятии см.: Дзялошинский И. М. Глобализация медиапространства и проблема культурного разнообразия // Моделирование реальности в пространстве разнообразия: гуманитарные исследования общественных процессов. - М.: Ленанд, 2012; Он же. Экология медиапространства: от метафоры к научному понятию // Молодежь и медиа: экология медиапространства. - М.: РИЦ МГГУ им. М.А.Шолохова. 2012; Он же. Экология медиапространства: новая научная дисциплина и направление исследований // Информационное сопровождение социальных проектов в современном обществе: Материалы IV Международной научно-практической конференции. - М.: ИД «АТиСО», 2013; Он же. Экология медиапространства: проблемы безопасности и рационального использования коммуникативных ресурсов // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. № 3.

²⁰ Наше общее будущее. Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР). URL: <http://устойчивоеразвитие.pdf/files/monographs/OurCommonFuture-introduction.pdf>

Предлагаемый подход предполагает постановку принципиально иного вопроса: «Не пора ли защищать медиапространство от людей?». 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. Исходя из этого, можно выделить три основных направления возможной реализации нового подхода к медиаобразованию.

1. Разработка инфоэкологической политики. Под инфоэкологической политикой понимается любой способ действия, специально предпринимаемый (либо не предпринимаемый) для управления человеческой деятельностью с целью предотвращения, сокращения или смягчения вредного воздействия людей на медиапространство. Проблема формирования инфоэкологической политики в настоящее время очень актуальна как для России, так и для других стран. Конечно, эта проблема не решается созданием и принятием разнообразных нормативных документов. Речь идет о разработке и воплощении в жизнь стратегической модели действий в медиапространстве, реализуемой с помощью политических, экономических и образовательных технологий. 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 других исследователей. А также обратиться к работам специалистов по политическому и стратегическому планированию в сфере охраны окружающей среды.²¹

В книге «Environmental Principles and Policies: An Interdisciplinary Introduction» исследуется 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 участия.²²

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

2. Создание новых социальных движений, целью которых было бы продвижение идей экологии медиапространства в гражданском обществе. За последние 20 лет значительно увеличилось количество движений, которые не ограничиваются стремлением к приобретению или

²¹ 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>

²² См.: Beder S. Environmental Principles and Policies: An Interdisciplinary Introduction. – Sydney: UNSW Press, 2006; URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Environmental_Principles_and_Policies

защите тех или иных прав или материальных благ. Среди них есть социальные движения, выступающие за защиту окружающей среды, сохранение мира и др. Форма их организации отличается от моделей массовых движений: они стремятся 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 медиапространства от неразумных действий людей...

3. Формирование инфоэкологического сознания. Неспособность инфоалармистов, несмотря на их активность, упорядочить взаимодействия людей с медиапространством, свидетельствует о том, что решение этих проблем невозможно без повышения социальной ответственности каждого человека за последствия своего воздействия на медиапространство. Чисто потребительский, технократический подход к медиапространству не просто узок и ограничен, он губелен для культуры и цивилизации. Вывод очевиден: для решения проблем, возникающих между человеком и медиапространством, нужно изменить человека, систему его представлений. И именно здесь необходим новый подход, основанный на тесном «сотрудничестве» экологии медиапространства и медиаобразования. Но для этого следует отказаться от заложенного М. Маклюэном представления о руковотворности, искусственности медиа, которые созданы человеком в качестве функционального усилителя человеческих способностей.

Придется совершить крутой разворот и встать на позиции принципиально иного подхода, согласно которому медиапространство 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, медиапространство 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».