

ОБ АВТОРЕ

Мелинда Уэннер Мойер (Melinda Wenner Moyer) — пишущий редактор *Scientific American*, автор книги «Как воспитывать детей, чтобы они не становились подлецами: научно обоснованные стратегии наилучшего воспитания от младенчества до подросткового возраста» (*How to Raise Kids Who Aren't Assholes: Science-Based Strategies for Better Parenting — from Tots to Teens*, 2021). В сентябрьском номере *Scientific American* (ВМН, № 11, 2021) вышла ее статья о причинах повышенного риска аутоиммунных заболеваний у женщин.



К

огда Аманда Гарднер (Amanda Gardner), преподаватель с двадцатилетним опытом работы, помогала с открытием новой начальной и средней школы с собственным уставом за пределами Сиэтла, она не предполагала, что ей придется учить школьников, которые отрицают существование Холокоста, утверждают, будто *COVID-19* — мистификация, и рассказывают своему учителю, что результаты президентских выборов 2020 г. были подтасованы.

Тем не менее некоторые дети настаивали на том, что эти конспирологические теории — правда. Ложная информация, включающая добросовестные заблуждения, и дезинформация, связанная с намеренным введением в заблуждение, по словам Гарднер, «оказывали все большее влияние на учеников в последние 10–20 лет», однако многие школы не уделяют внимание этой проблеме. «Большинство средних школ, вероятно, проводят определенное обучение, чтобы предотвратить плагиат, но не более того», — говорит Гарднер.

Как выясняется, дети — это готовая мишень для фейковых новостей. Согласно данным исследования, опубликованного в сентябре 2021 г. в *British Journal of Developmental Psychology*, 14 лет — возраст, когда дети часто начинают верить в недоказанные идеи о заговорах. Многие подростки также испытывают трудности с оценкой достоверности онлайн-информации. В ходе исследования, проведенного в 2016 г. с участием почти 8 тыс. американских школьников и студентов, ученые из Стэнфордского университета обнаружили: более 80% школьников среднего звена считали, что анонсы, обозначенные как спонсорский контент, были настоящими информационными материалами. Исследователи также выяснили, что менее 20% учеников старших классов серьезно ставят под сомнение ложные заявления в социальных медиа, подобные посту в *Facebook*, в котором

говорилось, будто фотографии странного вида цветов якобы рядом с местом аварии на ядерной электростанции в Японии доказывают, что в этом районе сохраняется опасный уровень радиации. Когда студенты колледжа посмотрели на сообщение в *Twitter*, рекламирующее результаты голосования в поддержку контроля над оружием, более двух третей участников не обратили внимания на то, что либеральные группы, выступающие против свободного ношения оружия и проводившие опрос, могли повлиять на данные.

Во время кампаний по дезинформации часто стремятся непосредственно воздействовать на молодых пользователей, направляя их к контенту, вводящему в заблуждение. В ходе расследования, проведенного в 2018 г. *Wall Street Journal*, выяснилось, что алгоритму *YouTube*, выдающему пользователям персональные рекомендации для дальнейшего просмотра, свойственны перекосы: видео, которые предлагается посмотреть, более экстремальны и надуманны, чем те, с которых человек начал просмотр. Например, когда исследователи искали видео, используя фразу «лунное затмение», их направляли к видеоролику, в котором предполагалось, что Земля плоская. *YouTube* — один из наиболее популярных среди подростков сайтов социальных медиа. После того как Зейнеп Туфекчи (Zeynep Tufekci), доцент Школы информатики и библиотечного дела Университета

Северной Каролины в Чапел-Хилле, провела некоторое время, осуществляя поиск видео на YouTube и отмечая, что именно алгоритм предложит ей посмотреть дальше, она выдвинула предположение о том, что YouTube — «один из наиболее могущественных инструментов радикализации XXI в».

Важное средство, которое могут использовать школы, чтобы справиться с этой проблемой, называется обучением медиаграмотности. Идея заключается в том, чтобы учить детей тому, как оценивать и критически осмысливать получаемые ими сообщения и как распознавать ложь, замаскированную под правду. Для детей, чьи родители, возможно, верят в конспирологические теории или другую ложь, подпитываемую дезинформацией, школа — единственное место, где их могут научить мастерству объективной оценки подобных утверждений.

Тем не менее лишь немногие американские дети проходят такое обучение. Прошлым летом Иллинойс стал первым штатом США, в котором все учащиеся средней школы обязаны пройти курс медиаграмотности. В 13 других штатах существуют законы, касающиеся медиаграмотности, но требования могут иметь общий характер, например размещение перечня онлайн-ресурсов на веб-сайте департамента образования. Все большее число студентов в той или иной форме обучаются медиаграмотности в колледже, но, как говорит исполнительный директор Центра информационной грамотности Университета Стони-Брук Хауард Шнайдер (Howard Schneider), «слишком поздно начинать такого рода обучение». Когда много лет назад он начал преподавать в колледже, он обнаружил, что «студенты приходят с огромным недостатком знаний и уже приобретают очень плохие привычки».

Даже если бы все больше студентов посещали такие уроки, существуют серьезные разногласия относительно того, чему должны учить во время этих занятий. Определенные учебные программы направлены на то, чтобы научить школьников придавать большее значение журналистским источникам, но некоторые исследователи утверждают, что подобная практика не учитывает потенциальную предвзятость публикаций и самих репортеров. Другие курсы обучения побуждают студентов определять источник информации и задаваться вопросом, каким образом контент помогает тем, кто его распространяет. В целом существует очень мало данных о том, какой способ учить детей отделять факты от вымысла лучше всего.

Большинство подходов к медиаграмотности «начинают выглядеть очень слабыми, когда вы задаете вопрос: "Можете ли вы представить доказательство?"», — говорит Сэм Уайнберг (Sam Wineburg), профессор педагогики в Стэнфордском университете, возглавляющий Стэнфордскую группу

преподавания истории. За каждым методом стоит группа исследователей в области образования, говорит Рене Хоббс (Renee Hobbs), директор Лаборатории медиаобразования Университета Род-Айленда, и «каждая группа прилагает все усилия, чтобы оскорбить другую». Такие подходы не сопоставляли на равных, и некоторые из них подкреплены очень малым количеством исследований. Подобно ситуации с самими источниками онлайн-медиа, трудно разобраться, каким из методов можно доверять.

Одно из направлений исследований в сфере медиаграмотности — информационная грамотность, непосредственно касающаяся распространения теорий заговора и способности отличать настоящие новости от фейковых. Информационная грамотность предусматривает наличие ряда навыков, помогающих людям оценить надежность и достоверность новостей и информации в целом. Но, как и в случае с медиаграмотностью, у исследователей очень разные представления о том, как нужно обучать такому виду анализа новостей.

В соответствии с некоторыми программами, такими как программа Шнайдера в Университете Стони-Брук и учебный курс некоммерческого Проекта информационной грамотности (*News Literacy Project*) в Вашингтоне, округ Колумбия, студентов учат распознавать качество информации отчасти за счет знаний механизмов ответственной журналистики. Студенты изучают, как журналисты ищут новости, как отличать разные виды информации и как оценивать данные, которые легли в основу рассказываемых историй. Цель, как писал Шнайдер в статье для *Nieman Reports*, заключается в превращении студентов «в потребителей, способных отделить переработанную, непроверенную информацию, циркулирующую в интернете, от независимой проверенной журналистской продукции».

Однако некоторые исследователи медиаграмотности сомневаются в эффективности подобных подходов. Например, Хоббс в своей статье, опубликованной в 2010 г., доказывала, что такие методы возвеличивают журналистику, игнорируют множество существующих в ней проблем и от них мало толку для развития навыков критического мышления. «Вся эта сосредоточенность на идеалах журналистики — просто пропаганда, если при этом закрывают глаза на реалии современной журналистики, когда пристрастная политика и разгул клеветы — самые надежные способы завоевать аудиторию», — утверждает Хоббс.

При других подходах студентов учат методам оценки надежности новостных и информационных источников, отчасти за счет определения их целей и побудительных причин. Студентов учат задавать вопросы: «Кто создал этот контент



и зачем? Что говорится в других источниках?» Но это относительно новые методы, которые еще не были широко изучены.

Отсутствие тщательных исследований различных подходов действительно представляет собой серьезное препятствие, говорит Пол Михаилидис (Paul Mihailidis), специалист по гражданским СМИ и журналистике из Колледжа Эмерсона. Михаилидис — ведущий специалист исследовательского проекта «Картирование эффективных методов повышения медиаграмотности» (*Mapping Impactful Media Literacy Practices*), поддерживаемого Национальной ассоциацией образования в сфере медиаграмотности. «Большая часть научных знаний основаны на очень скудных данных, полученных в исследованиях, имеющих разведочный характер. Это лишь качественный анализ», — говорит Михаилидис. И дело не только в отсутствии ресурсов. «Неясно также, каковы цели», — добавляет он.

Например, в исследовании, проведенном в 2017 г., ученые выясняли, насколько хорошо студенты, прошедшие базовый университетский курс в Стони-Брук, год спустя могли ответить на вопросы

по сравнению со студентами, не прошедшими обучение. Те, кто освоил курс, чаще правильно отвечали на вопросы о СМИ — например, что финансовая поддержка некоммерческой службы телевизионного вещания *PBS (Public Broadcasting Service)* не зависит в основном от рекламы. Но в исследовании не проверялось, насколько успешно студенты способны отличить фейки от настоящих новостей, поэтому трудно определить, служит ли программа хорошей прививкой против лжи для студентов.

Более того, немногочисленные существующие исследования проводились преимущественно с участием студентов колледжей, а не школьников средних и старших классов, которые так уязвимы перед дезинформацией. В действительности различные подходы, используемые в государственной системе образования детей, едва ли были протестированы вообще. В качестве составляющей нынешнего исследовательского проекта Михаилидис и его группа провели опрос глав всех крупных организаций, входящих в Национальный альянс медиаграмотности, который содействует образованию в сфере медиаграмотности. «Мы постоянно

обнаруживаем, что многие используемые ими способы оказания поддержки школам и учителям — ресурсы, руководства, передовые методы и т.д. — не изучены самым тщательным образом», — говорит Михаилидис.

Некоторые ученые, включая Сэма Уайнберга, пытаются восполнить этот пробел. В исследовании, результаты которого были опубликованы в 2017 г., Уайнберг со своей командой сравнили, как десять профессоров истории, десять специалистов по проверке достоверности фактов прессы и 25 студентов Стэнфордского университета оценивали веб-сайты и информацию по социальным и политическим вопросам. Ученые выяснили, что если манипулятивные сайты часто вводили в заблуждение историков и студентов, то специалисты по проверке достоверности фактов не заблуждались. Более того, их методы анализа значительно различались: историки и студенты пытались оценить достоверность сайтов и информации, читая по вертикали и перемещаясь по сайту, чтобы больше о нем узнать, а специалисты по проверке фактов читали по горизонтали, открывая новые окна в браузере для разных источников и осуществляя поиск, чтобы сделать вывод о надежности исходного веб-сайта.

В сотрудничестве с Институтом Пойнтера и Ассоциацией местных СМИ при поддержке *Google.org* (благотворительной организации, учрежденной технологическим гигантом) Уайнберг и его группа создали гражданский курс критической оценки онлайн-ресурсов, в рамках которого студентов учат оценивать информацию, читая по горизонтали. Пока достигнутый эффект выглядит многообещающе. Во время полевых исследований с участием 40 тыс. учеников старших классов из городских медицинских округов Уайнберг и его группа установили, что школьники, прошедшие курс, оказались способны лучше оценивать веб-сайты и надежность утверждений, размещенных в интернете, таких как посты в *Facebook*, по сравнению с учащимися, не посещавшими курс.

Тем не менее даже если в результате обучения информационной грамотности прививают специальные навыки, некоторые исследователи задаются вопросом о его более широком, долговременном эффекте. Когда школьники и студенты научатся оценке интернет-сайтов и утверждений, насколько можно быть уверенным, что они сохранят эти навыки и будут использовать их в дальнейшем? Насколько мы можем быть уверены, что эти методы внушат школьникам и студентам скептицизм по отношению к теориям заговоров и кампаниям по дезинформации? И приведут ли такие методы к тому, что учащиеся станут социально активными членами общества? «Постоянно прибегают к заявлениям наподобие "это сделает

наши демократическую и информационную системы сильнее". Но я не знаю, всегда ли это так», — говорит Михаилидис.

Результаты некоторых изысканий действительно наводят на мысль, что методы обучения информационной грамотности могли бы иметь более широкий положительный эффект. В ходе проведенного в 2017 г. исследования с участием 397 взрослых ученые обнаружили, что люди с более высоким уровнем медиаграмотности менее склонны поддерживать конспирологические теории по сравнению с теми, у кого уровень медиаграмотности ниже. «Мы не можем с определенностью сказать, что информационная грамотность заставляет вас отвергать конспирологические теории, но тот факт, что наблюдается положительная взаимосвязь, говорит нам, что необходимо продолжить исследование», — объясняет соавтор статьи Сет Эшли (Seth Ashley), доцент кафедры журналистики и исследований СМИ из Университета штата Айдахо в Бойсе.

Дети — это готовая мишень для фейковых новостей. Согласно данным недавнего исследования, 14 лет — возраст, когда дети часто начинают верить в недоказанные идеи заговорах

Хотя результаты, полученные Эшли, вдохновляют, некоторых специалистов беспокоит, что концентрация только на оценке веб-сайтов и новостных статей — слишком узкий подход. «Информационная грамотность во многом сосредоточена на достоверности и на том, знаем ли мы, что какая-то информация верна или нет, и это действительно важный вопрос. Но это всего лишь один вопрос, — говорит Мишель Чулла Липкин (Michelle Ciulla Lipkin), исполнительный директор Национальной ассоциации образования в сфере медиаграмотности. — Как только мы выясним, правда это или ложь, какие еще оценки и анализ необходимо провести?» Определение достоверности информации — всего лишь первый этап, утверждает Липкин. Учащимся также следовало бы задуматься о том, почему новости рассказываются определенным образом, чьи истории рассказывают, а чьи нет и каким образом информация доходит до потребителя новостей.

Настоятельное требование от учащихся скептического подхода к любой информации также

может иметь неожиданные отрицательные стороны. «Мы полагаем, что некоторые подходы к информационной грамотности не только не работают, но и, возможно, имеют обратный эффект за счет роста цинизма учащихся или усугубления неверного понимания того, как работают средства массовой информации», — говорит Питер Адамс (Peter Adams), первый вице-президент по образованию Проекта информационной грамотности. По словам Адамса, учащиеся могут начать «видеть всякие злодейские мотивы во всем». Детали проблемы, вызывающей озабоченность у Адамса, в 2018 г. на медиаконференции *South by Southwest* прояснила дана бойд (danah boyd), исследовательница технологий в *Microsoft Research* и основательница и президент Исследовательского института «Информация и общество» (*Data & Society*). Бойд доказывала, что, хотя полезно просить студентов ставить под сомнение их предположения, «обнаруживающийся пробел, который заставляет людей искать новые объяснения, может быть восполнен крайне проблематичным образом». Джордан Рассел (Jordan Russell), преподаватель социальных наук в старшей школе в Брайане, штат Техас, согласен с бойд: «Учащиеся очень легко могут перейти от здорового критического мышления к нездоровому скептицизму и мысли, будто все всегда лгут».

Для того чтобы избежать подобных потенциальных проблем, Эшли выступает за применение широких подходов, помогающих школьникам и студентам формировать образ мышления, благодаря которому они чувствуют себя комфортно в ситуации неопределенности. По словам педагога-психолога Уильяма Перри (William Perry) из Гарвардского университета, школьники проходят через разные стадии познания. Сначала детям свойственно черно-белое мышление: они думают, что есть верные и неверные ответы. Затем они превращаются в релятивистов, осознавая, что знание может быть контекстуальным. Однако эта стадия может оказаться опасной. Как отмечает Рассел, это как раз тот этап, когда люди могут начать верить, что правды не существует. Эшли добавляет: если учащиеся думают, будто все — ложь, они также считают, что нет смысла заниматься трудными вопросами.

Цель образования в сфере информационной грамотности — перевести школьников и студентов на следующий уровень, как говорит Эшли, «туда, где вы способны начать понимать и ценить тот факт, что мир сложен и это нормально. Вы владеете основными методами получения знаний, которые способны принять, но по-прежнему цените неопределенность и продолжающиеся споры о том, как устроен мир». Задача заключается в том, чтобы направить студентов к знанию и вовлеченности, а не вызвать у них апатию.

Школам предстоит еще долгий путь, прежде чем им удастся достичь этой цели. Одна из серьезных проблем заключается в том, как расширить подобные программы, чтобы они включали каждого, особенно тех детей в школьных округах с низким доходом, которые, вероятно, гораздо реже проходят хоть какое-нибудь обучение информационной грамотности. К тому же у учителей и так очень много материала, который они должны передать на уроках. Смогут ли они еще больше увеличить объем, особенно если добавляемый материал сложен и имеет множество нюансов? «Мы остро нуждаемся в профессиональном развитии, подготовке и поддержке педагогов, потому что они не специалисты в этой области, — говорит Адамс. — А современное информационное поле — самое большое, сложное и перегруженное в человеческой истории».

В 2019 г. сенатор от штата Миннесота Эми Клобушар (Amy Klobuchar) внесла на рассмотрение в Сенате США проект Закона о цифровом гражданстве и медиаграмотности, который в случае его принятия предусматривает выделение \$20 млн на создание программы грантов Министерства образования для помощи штатам в разработке и финансировании инициатив по обучению медиаграмотности в государственных средних школах. Крайне важно больше инвестировать в такого рода образование, для того чтобы американская молодежь научилась, не теряя головы, ориентироваться в этом новом и постоянно развивающемся медиапространстве. Необходимо также еще больше исследований, чтобы понять, как этого добиться. В Центре информационной грамотности Шнайдер планирует вскоре провести исследование, чтобы определить, насколько его курс способствует развитию информационной грамотности, гражданской активности и навыков критического мышления у школьников средних и старших классов.

Но потребуются гораздо больше исследований, чтобы ученые получили всесторонние знания о том, какие методы работают в долгосрочной перспективе, а какие нет. По словам Шнайдера, научные специалисты в сфере образования должны «смело сделать большой шаг вперед. Сейчас мы сталкиваемся с перерождением способов получения, обработки и распределения информации. Самая грандиозная революция за 500 лет в самом разгаре». ■

Перевод: С.М. Левензон

ИЗ НАШИХ АРХИВОВ

■ Кватрочочки В. Внутри эхокамеры // ВМН, № 5–6, 2018.