



КУЛЬТУРА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Халикова Севара

Чирчикский государственный

педагогический университет

студент 1 курса, группы ХТА 25-9

Научный руководитель: Туганова Луиза Джурсаевна

Аннотация

В статье рассматривается культура распространения информации в современном медиапространстве как важный социальный, культурный и этический феномен. Анализируются особенности медиасреды, влияние цифровых технологий и социальных сетей на характер информационных потоков, а также проблемы дезинформации, манипуляции общественным сознанием и ответственности участников медиакommunikации. Особое внимание уделяется роли медиаграмотности, профессиональной этики журналистов и критического мышления аудитории в формировании устойчивой и безопасной информационной среды. Делается вывод о необходимости комплексного подхода к развитию культуры распространения информации в условиях цифровизации общества.

Ключевые слова

медиапространство, информация, культура информации, медиаграмотность, социальные сети, дезинформация, журналистская этика.



Введение

В условиях глобализации и стремительного развития цифровых технологий медиапространство стало неотъемлемой частью повседневной жизни современного человека. Интернет, социальные сети, онлайн-СМИ и мессенджеры обеспечивают мгновенный доступ к информации, стирая географические и временные границы. Однако вместе с расширением информационных возможностей возрастает и ответственность за качество, достоверность и этичность распространяемой информации.

Культура распространения информации в медиапространстве представляет собой совокупность норм, ценностей, правил и практик, определяющих способы создания, передачи и восприятия информационных сообщений. Низкий уровень информационной культуры может приводить к распространению фейковых новостей, манипуляции общественным мнением, росту социальной напряжённости и подрыву доверия к медиа. В связи с этим изучение данной проблемы является актуальным как для специалистов в области медиа, так и для широкой аудитории.

Цель данной статьи — проанализировать особенности культуры распространения информации в медиапространстве, выявить основные проблемы и определить пути их решения в современном обществе.

Основная часть

Понятие медиапространства и его особенности

Медиапространство представляет собой совокупность традиционных и цифровых каналов коммуникации, через которые осуществляется производство, распространение и потребление информации. К традиционным средствам массовой информации относятся телевидение, радио и печатные



издания, тогда как цифровое медиапространство включает интернет-СМИ, социальные сети, блоги, видеохостинги и мессенджеры.

Ключевыми особенностями современного медиапространства являются высокая скорость распространения информации, интерактивность, доступность и многообразие источников. Каждый пользователь может выступать не только потребителем, но и создателем контента, что существенно меняет структуру информационного обмена. С одной стороны, это способствует демократизации медиасферы, с другой — усложняет контроль за качеством и достоверностью информации.

Культура распространения информации: сущность и значение

Культура распространения информации предполагает осознанный и ответственный подход к созданию и передаче медиаконтента. Она включает соблюдение этических норм, проверку фактов, уважение к аудитории, а также понимание возможных социальных последствий распространения той или иной информации.

Высокий уровень информационной культуры способствует формированию доверия между медиа и обществом, развитию критического мышления и укреплению демократических ценностей. Напротив, игнорирование принципов информационной культуры ведёт к распространению слухов, кликбейта и дезинформации, что негативно отражается на общественном сознании.

Проблема дезинформации и фейковых новостей

Одной из наиболее острых проблем современного медиапространства является распространение дезинформации и фейковых новостей. Под фейковыми новостями понимаются заведомо ложные или искажённые



сведения, распространяемые с целью манипуляции, получения выгоды или привлечения внимания.

Социальные сети и мессенджеры значительно облегчают распространение подобного контента, поскольку информация часто передаётся без проверки источников. В результате аудитория может принимать ложные сведения за достоверные, что приводит к формированию искажённой картины мира.

Борьба с дезинформацией требует совместных усилий государства, медиаплатформ, журналистского сообщества и самих пользователей. Важную роль в этом процессе играет развитие медиаграмотности и навыков критического анализа информации.

Роль журналистской этики и профессиональных стандартов

Журналистская этика является фундаментом культуры распространения информации в профессиональных медиа. Она включает принципы объективности, достоверности, независимости и ответственности. Соблюдение профессиональных стандартов позволяет минимизировать искажение информации и повысить качество медиаконтента.

В условиях конкуренции за внимание аудитории журналисты и редакции нередко сталкиваются с искушением использовать сенсационные заголовки и упрощённые интерпретации событий. Однако подобная практика подрывает доверие к СМИ и снижает общий уровень информационной культуры.

Медиаграмотность как фактор формирования информационной культуры

Медиаграмотность предполагает способность человека анализировать, оценивать и критически воспринимать информацию, поступающую из различных источников. Она включает умение отличать факты от мнений,



проверять достоверность источников и осознавать возможные манипулятивные приёмы.

Развитие медиаграмотности особенно важно для молодёжи, которая является активным участником цифрового медиапространства. Образовательные программы, направленные на формирование медиакомпетенций, способствуют повышению уровня информационной культуры и снижению влияния дезинформации.

Заключение

Культура распространения информации в медиапространстве является важнейшим условием устойчивого развития современного общества. В условиях цифровизации и информационной перегруженности возрастает необходимость ответственного отношения к созданию и потреблению медиаконтента.

Основными проблемами современной медиасреды остаются дезинформация, снижение доверия к источникам и недостаточный уровень медиаграмотности. Их решение возможно лишь при комплексном подходе, включающем развитие журналистской этики, повышение ответственности медиаплатформ и формирование критического мышления у аудитории.

Таким образом, культура распространения информации выступает не только как профессиональная норма, но и как социальная ценность, от которой зависит качество общественного диалога и информационная безопасность общества.

Литература

1. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. — М.: Канон-пресс, 2003.



2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. — М.: ГУ ВШЭ, 2000.
3. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации. — М.: Аспект Пресс, 2018.
4. Потятиник Б. В. Медиакультура и медиаграмотность. — Киев: Академия, 2016.
5. Тоффлер Э. Третья волна. — М.: АСТ, 2019.