

ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 070

РОЛЬ СМИ В РАЗВИТИИ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ СВЯЗЕЙ



Фатима Иzzатуллаевна МУМИНОВА
доктор филологических наук, профессор
Университета мировой экономики и дипломатии
Ташкент, Узбекистан
PMuminova@uwed.uz

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы влияния масс медиа на мировосприятие, поведение и стиль жизни молодежи. Акцентируется внимание на необходимость развития в них творческих, созидательных черт характера. С развитием цифровой технологии наблюдается обострение вопросов воспитания и ценностных ориентаций молодых людей, они не всегда правильно оценивают разнородную информацию, циркулирующую в масс-медиа. В статье указываются пути вовлечения учащуюся молодежь к развитию креативности и социально-образовательной деятельности.

Ключевые слова: цифровая технология; мегаполис; современная молодежь; ценности; формирование личности; негативное воздействие; деструктивное влияние; информационные угрозы. культурная идентичность; приобщение к мировой культуре; креативные проекты.

МАДАНИЙ АЛОҚАЛАР РИВОЖИДА ОММАВИЙ АХБОРОТ ВОСИТАЛАРИНИНГ ЎРНИ

Фотима Иzzатуллаевна МУМИНОВА
Филология фанлари доктори, профессор
Жаҳон иқтисодиёти ва дипломатия университети
Тошкент, Ўзбекистон
PMuminova@uwed.uz

Аннотация

Мақолада оммавий ахборот воситаларининг ёшлар дунёқарашини, ҳуқ-атвори ва турмуш тарзини таъсири таҳлил қилинган. Улардаги ижодкорлик, бунёдкорлик каби хусусиятларни ривожлантиришга алоҳида аҳамият бериш зарурлиги таъкидланган. Рақамли технологиялар ривожланиши билан ёшлар онгига турли ахборотларнинг таъсири кучайиб бормоқда. Оммавий ахборот воситаларида айланаётган турли хил маълумотларни ёшлар ҳар доим ҳам тўғри баҳолай олмайдилар. Мақолада талабаларни ижодкорликка ва ўз ижтимоий-маърифий фаолиятини ривожлантиришга жалб қилиш йўллари кўрсатилган.

Калит сўзлар: рақамли технологиялар; мегаполис; замонавий ёшлар; кадрлар; шахс шакллантириши; салбий таъсир; зарарли маълумотлар; ахборот таҳдидлари; жаҳон маданиятига кириш; ижодий лойиҳалар.

THE ROLE OF MASS MEDIA IN THE DEVELOPMENT OF INTERCULTURAL RELATIONS

Fatima Izzatullaevna MUMINOVA

Doctor of Philology, Professor
University of World Economy and Diplomacy
Tashkent, Uzbekistan
PMuminova@uwed.uz

Abstract

The article deals with the influence of mass media on the world view, behavior and lifestyle of young people. The attention is focused on the need to develop creative, creative character traits in them. With the development of digital technology, there is an aggravation of the issues of education and value orientations of young people; they do not always correctly evaluate the heterogeneous information circulating in the mass media. The article indicates the ways of involving students in the development of creativity and social and educational activities.

Keywords: digital technology; megapolis; modern youth; values; personality formation; negative impact; destructive influence; informational threats; cultural identity; introduction to world culture; creative projects.

Современная молодежь, прочно связанная с цифровой технологией, значительно отличается от своих родителей, их образа жизни, установок и ценностей. Не случайно некоторые ставят вопрос ребром: Что движет сегодняшними двадцатилетними, чего они хотят? (1). Ведь они гораздо больше ценят собственный комфорт, не стремятся сделать карьеру, заработать материальные блага и не рвутся увидеть мир. Журналист японской газеты «Никкей» в своей книге «Молодежь, которая ничего не хочет» характеризует ее так: они не ездят на машинах, они не хотят брендовых вещей, они не занимаются спортом, они не пьют спиртные напитки. «Они не путешествуют. Любовь им безразлична. За такими людьми закрепился термин “поколение сатори”. “Сатори” — это слово можно перевести как “просветление”, так называется один из видов медитативной практики».

В статье «Молодежь без стремлений» приводятся разные подходы молодых двух стран к жизни и работе. Так, студентка Мисаки из частного токийского университета намерена сразу же после окончания вуза «устроиться в крупную компанию, чтобы не беспокоиться о зарплате». А для ее ровесника Павла из московского вуза важно получать от работы удовольствие Он говорит: «Я нигде не работал и не работаю. Сейчас я живу с родителями, они оплачивают мою учебу, в клубы я не хожу, потому что для меня в этом нет необходимости. У меня были подработки, один раз мне даже заплатили 17 тысяч рублей, но они год пролежали у меня — мне не на что было их потратить. Я понимаю, что мне придется рано или поздно создать семью, и тогда мне нужно будет ее обеспечивать, но пока у меня нет дела, от которого я бы “горел”» (1).

Один из психологов замечал, что исследования московских подростков показало, что у детей, близких к возрасту «сатори», очень низкий уровень запросов. Для них самым важным является «лишь бы на хлеб хватило». Родители этих детей постоянно говорили им, что очень устали, внушали, что тяжелым трудом вынуждены заниматься, чтобы иметь деньги. В результате они не занимались детьми и те целыми днями сидели у компьютера, так «интернет этим детям компенсировал социализацию». Такое положение дел чаще встречается, по мнению специалистов, в мегаполисах. Например, в России молодежь больше старается из региона выехать в крупные города — «на родине у них нет такого количества развлечений, как в Москве или Петербурге, там у молодых людей больше амбиций» (2).

В современной информационно насыщенной жизни одним из актуальных становится вопрос качества информационной продукции. Этой продукцией может быть и печатная статья, информация, новость в газете или журнале, радиопередача, телевизионное сообщение, видеосюжет, кинофильм, даже музыкальная программа, концерт, показ моды, не говоря уже о рекламе и ПР-акции. Нельзя остановить ускоряющийся и развивающийся поток информации, особенно в глобальной сети Интернет, но и нельзя отдавать свое дитя, своих родных и близких, своих сограждан, особенно молодых, на произвол этой информационной стихии, чтобы она «потопила» в своей глубине их лучшие помыслы и стремления, их неокрепшие шаги в созидании, в обустройстве своей личной жизни. Научить культуре восприятия, потребления, анализа произведений зрелищной киноиндустрии, формировать в детях, школьниках, студенческой и рабочей молодежи умения к отбору и вкус к хорошей, полезной и нужной для его интеллектуального, профессионального роста информации становится одной из приоритетных задач времени. Она относится не только к педагогам, психологам, обществоведам, критикам, воспитателям, но и в не меньшей мере к кинопродюсерам, работникам искусства, артистам, писателям, сценаристам, популяризатором кинорекламной продукции.

О важности выработки в человеке умения отбора, выбора из информационного потока важного, объективного сообщения, произведения свидетельствуют факты и исследования ученых. Голливуд является одним из крупных производителей кинопродукции в мире. Одной из его целей является распространение американского образа жизни и действия, тиражирование в зрелищной и занимательной форме потребительских ценностей, конъюнктуры. Кинофильм – это тоже информация, только в изящной упаковке. Информация политическая, звуковая, зрелищная, журналистско-медийная стала оружием

проведения политики, определенной идеи в жизнь и деятельность другого государства, народа.

Ученый Н. С. Леонов пишет: «Информация, как никогда, стала инструментом власти, когда была обнаружена восприимчивость человеческой психики к внушению, информация в форме пропаганды и агитации стала главным рычагом управления». Р. Никсон, будучи президентом США, выступая по вопросу бюджетных расходов в Совете национальной безопасности, сказал, что считает «один доллар, вложенный в информацию и пропаганду более ценным, чем десять долларов, вложенных в создание систем оружия, ибо последнее вряд ли будет когда-либо употреблено в дело, в то время как информация работает ежечасно и повсеместно» (3).

Известны примеры из зарубежных периодических изданий, когда журналист помещал в газете серию публикаций об общественно-политическом деятеле, приводил примеры и детали из его личной жизни, его встреч с другими людьми, месте проживания, причем говорил, что сам лично с ним беседовал и видел все описываемое. Это печаталось на видном месте полосы и вызывало интерес читателей. Однако, как выяснилось позже, все это было выдуманной ложью, неправдой. Корреспондент из Интернета и справочников собирал материалы об этой личности и компоновал их, «творчески домысливал» события и никогда не был в той местности, где жил его герой. Редакция опубликовала свои извинения, призналась в чрезмерном доверии этому сотруднику, лжеинформатору. А как быть с доверчивой читательской аудиторией, которая, может, хотела быть похожей на героя произведения этого лжесвидетеля. А ведь о ложно интерпретированных фактах, их подтасовках не всегда становится известным общественности, редакция не всегда сообщает о промахах, лжесведениях своих сотрудников.

Это еще раз заставляет серьезно задуматься о том, как воспитать в наших, отечественных, узбекистанских кинотелезрителях, читателях информационную культуру, иммунитет против лжеинформации, лжесвидетельств. Как научить широкую общественность правильно оценивать, отличать факт от вымысла в различных материалах СМИ, имеющих глобальный характер. В эпоху роста информационного противостояния, выдвижения на первый план в политике, внутренней и внешней, информационной составляющей, необходимость информационного образования населения, социальных слоев общества становится важной стратегической задачей государства и сферы образования.

Если мы возьмем народы Центральной Азии, то здесь общий характер хозяйственности, семейного быта, идентичность климата, культуры, обычаев и

единая религия отражается на воспитании детей, отношении к молодым. С детства детям прививается уважение, почитание старших, трудолюбие и занятие каким-либо ремеслом. Есть восточная поговорка: *молодому джигиту и сорок ремесел мало*. Обучение ремеслу, профессии – это тоже знание, развитие умений, навыков. Причем взрослеющий парень постоянно ощущает свою ответственность перед семьей, родителями за своих братьев и сестер. Поэтому большая часть молодых людей Узбекистана и других соседних республик, выходя на контакт с другими через Всемирную Сеть, интернет-ресурсы, подходит, на наш взгляд, более рационально-практически, типа, что я буду от этого иметь, какая польза в этом, чем потом я смогу помочь своим близким, родителям. Сейчас учащаяся молодежь Узбекистана изучает иностранные языки, причем много желающих знать восточные языки – китайский, корейский, японский, турецкий и др. Конечно, спрос на европейские языки сохраняется, но, учитывая, что рынок экономический, торговый смещается на АТР, образовательные интересы активно направляются в сторону этого региона. Через онлайн-сеть предоставляется большее число языковых программ, курсов, практических занятий по изучению восточных языков.

В интернете социальные группы обмениваются информацией по научно-образовательной, спортивно-развлекательной, музыкальной, туристической линиям. Культурные, национальные и религиозные темы также служат фактором прямых или косвенных контактов, ведения дискуссий, переписки между молодыми людьми. Все это в целом можно определить как межкультурную коммуникацию, которая оказывает свое воздействие на взаимоотношения между государствами. Считается, что глобализация, с одной стороны, побуждает страны активизировать работу по сохранению своей ментальности, культурной идентичности, а с другой стороны, ведет к сближению народов, стиранию границ между ними, стандартизации норм, принципов, методов работы. Интернет «превращается в интерактивное средство межкультурного общения», потому ведутся научные исследования, пишутся диссертационные работы по эффективному использованию его в целях прогресса контактов и сотрудничества между государствами. Интернет оказывает огромное влияние на культуру молодежи, их вкусы, интересы, стиль жизни. Но у этого явления есть и отрицательные стороны – включение молодежи в преступные группы, националистические движения, распространение порнографии, ксенофобии и др.

Задача СМИ, журналистов, педагогической и научной общественности – противостоять этим деструктивным угрозам, направить молодежь на изучение

мировой культуры и приобщение к ее достижениям, распространять художественные, искусствоведческие ценности, направлять их силы и разум на креативные, созидательные проекты.

В Университете мировой экономики и дипломатии накоплен в этом отношении большой опыт, здесь проводятся дни китайской, японской культур, олимпиады, конкурсы на лучшее знание истории, страны, например, Германии, Франции, Италии, приглашаются представители посольств этих стран, исполняются песни и театральные инсценировки на иностранном языке (4; 7). Сообщения об этих событиях, мероприятиях публикуются на университетском веб-сайте и в республиканских СМИ. При университете действует клуб любителей литературы, международный форум «Модель ООН», ведется взаимосотрудничество с выпускниками УМЭД, студентами зарубежных вузов. Отрадно отметить, что студенты-старшекурсники активно участвуют в написании публицистических и научных статей, информации, аналитических материалов. Так, умэдовцы постоянно выпускают специальную полосу «Студенческий меридиан» в республиканской газете «Учитель Узбекистана» (5), активно участвуют в республиканских и международных конференциях. Весь этот контент находит свое отражение в интернет-публикациях (6). Непосредственная, практическая работа над разными проектами помогает студенческой молодежи укрепить убеждения, веру в свои способности, достижение высоких целей.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Нармания Давид, Токуяма Асука. Молодежь без стремлений: в России выросло поколение «сатори». // <https://ria.ru/society/20171015/1506764905.html>
2. NikiKomori, Niasuki, 2004.jpg // <https://ru.wikipedia.org/>
3. Леонов Н.С. Информационно-аналитическая работа в загранучреждениях- М.1996. 96 с.// <https://books.google.co.uz/books?>
4. Празднование дня китайской и японской культуры // <https://fledu.uz/ru/prazdnovanie-dnya-kitajskoj-i-yaponskoj-kultury/>
5. «Учитель Узбекистана» 14 ноября 2018; «Учитель Узбекистана 15 декабря 2017; «Учитель Узбекистана» 3 ноября 2017; «Учитель Узбекистана» 3 февраля 2017 и др.
6. Мастерство подготовки материалов для СМИ. // <http://uwed.uz/ru/news/page/2>
7. Изучая литературное наследие Чингиза Айтматова и Абая Куканбаева // <https://fledu.uz/ru/directory/yangiliklar/page/8/>

REFERENCES

1. Narmaniya David, Tokuyama Asuka, available at: <https://ria.ru/society/20171015/1506764905.html>
2. Hikikomori, Hiasuki, available at: <https://ru.wikipedia.org/>
3. Leonov N.S. Informacionno-analiticheskaja rabota v zagranuchrezhdenijah, Moskow, 1996, 96 p., available at: <https://books.google.co.uz/books?>
4. Prazdnovanie dnja kitajskoj i japonskoj kul'tury, available at: <https://fledu.uz/ru/prazdnovanie-dnya-kitajskoj-i-yaponskoj-kul'tury/>
5. «Uchitel' Uzbekistana» 14 nojabrja 2018; «Uchitel' Uzbekistana 15 dekabrja 2017; «Uchitel' Uzbekistana» 3 nojabrja 2017; «Uchitel' Uzbekistana» 3 fevralja 2017 i dr.
6. Masterstvo podgotovki materialov dlja SMI, available at: <http://uwed.uz/ru/news/page/2>
7. Izuchaja literaturnoe nasledie Chingiza Ajtmatova i Abaja Kukanbaeva, available at: <https://fledu.uz/ru/directory/yangiliklar/page/8/>