

**СПЕЦИФИКА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ-МЕЖДУНАРОДНИКОВ
К РАБОТЕ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
PECULIARITIES OF THE TRAINING OF SPECIALISTS IN INTERNATIONAL
RELATIONS IN THE WORK WITH MASS MEDIA**

doi: 10.25629/НС.2018.02.08

Спицына Светлана Юрьевна, преподаватель кафедры английского языка №2. Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. 119454, Москва, проспект Вернадского, 76. E-mail: s.spitsyna@inbox.ru.

Spitsyna Svetlana Yur'evna, lecturer, English language Department #2. Moscow state Institute of international relations (University) of the MFA of Russia. 119454, Moscow, Prospekt Vernadskogo, 76.

Аннотация. В статье рассматриваются особенности подготовки специалистов-международников, вызывающие необходимость вносить коррективы в образовательный процесс высших учебных заведений международного профиля. Автор утверждает, что эти особенности указывают на значимость обучения современного поколения специалистов-международников работе с печатными и электронными средствами массовой информации. К таким факторам относятся: процесс информатизации, информационная война, а также особенности образа мышления представителей "цифрового поколения". В статье особое внимание уделяется специфике и задачам программ и спецкурсов по работе с печатными и электронными СМИ в условиях изменяющихся реалий в обществе.

Abstract. The article considers the peculiarities of training international specialists that recognize the necessity of making adjustments to the educational process of higher education institutions offering programmes in international relations. The author claims that these features point to the importance of training modern-day specialists in international relations how to work with print and electronic mass media. These factors are as follows: the process of computerization, information war, a peculiar way of thinking of digital natives. The article gives special attention to the specifics and aims of programmes and specialty courses in print and electronic media in response to changing realities in the society.

Ключевые слова: информация, информационный массив, образовательный процесс, печатные и электронные средства массовой информации, студенты-международники.

Key words: information, data set, educational process, print and electronic mass media, specialists in international relations.

Информация, которая во все времена являлась ценным и полезным ресурсом в жизни человека, с наступлением XXI века стала играть роль определяющую в его развитии и функционировании.

Фразу, сказанную еще в 1815 году Натаном Майером Ротшильдом, влиятельным английским финансистом XIX века и основателем банковской династии Ротшильдов, – "Кто владеет информацией, тот владеет миром" – можно включить в ряд принципов, которым следует современное общество. Сегодняшние реалии таковы, что общество поставлено в условия постоянного и непрерывного "соприкосновения" с огромным количеством информации, поступающей из различных источников. Это происходит неизбежно и не зависит от возраста или профессии.

Если перед человеком стоит задача целенаправленного формирования информационного массива, то можно с уверенностью сказать, что далеко не в последнюю очередь он обратится к одним из наиболее популярных и достаточно емким каналам получения информации на сегодняшний день – печатным и электронным средствам массовой информации. Последние представляют собой электронные версии печатных изданий, блоги и различные специализированные сайты, предлагающие актуальную информацию в области политики, экономики, бизнеса, финансов, культуры и т.д. и с каждым днем наращивают свое глобальное влияние.

Данной тенденции в немалой степени поспособствовал процесс информатизации общества, который предполагает создание оптимальных "условий для удовлетворения потребностей в информации... при использовании информационных и коммуникационных технологий (ИКТ)" [10].

Сегодня все чаще можно услышать термин "информационная война" (англ. information war). Невозможно отрицать тот факт, что СМИ являются ключевым средством противоборства в информационной среде и средствах массовой информации для достижения различных политических целей [3]. Чем массивнее поток информации, подаваемой в СМИ, тем большая вероятность попыток ее искажения, где посредством дезинформации целью может являться подмена понятий и/или манипуляция, то есть умышленное изменение взглядов или решений граждан в целях личной выгоды, например, как это произошло в 1815 году, когда братья Ротшильды, Натан и Якоб, став одними из первых обладателей достоверной информации о приближающемся поражении Наполеона в битве при Ватерлоо, молниеносно приняли сознательное решение продавать облигации английского правительства, зная, что это будет означать для остальных участников биржи известием о проигрыше англичан в битве и логичным падением финансового рынка Великобритании. Дезинформация тогда сработала, и Ротшильды, тайно, через своих агентов, скупая практически обесцененные облигации, в один день прибавили к своему состоянию без малого сорок миллионов фунтов-стерлингов. Официальное объявление правительства, поступившее лишь днем позже, оставило

сотни деловых людей того времени банкротами. Вышеописанный пример ярко показывает, как грамотное использование актуальной информации в кратчайший срок способно достичь поставленной цели, в особенности, если эта информация исходит от влиятельных и уважаемых людей в той или иной сфере, или, как в нашем случае, появляется в материалах качественной прессы или иных надежных источниках.

Подобное может создавать благоприятную почву для возникновения трудностей, в частности для современного молодого поколения, в адекватном восприятии получаемой информации из СМИ, а также, "впитав" ее и "пропустив через себя", умения выразить собственную точку зрения относительно того или иного события или принять обдуманное и взвешенное решение, которое способно будет в мирных целях привести к объективной пользе двух или более взаимодействующих сторон.

Сегодняшний рынок труда, реагируя на изменения в обществе, диктует следующее: чем большими навыками по работе с информацией и информационными источниками (что подразумевает развитую аналитическую компетенцию) обладает специалист, тем более он ценится работодателем. Ведь такой работник склонен быстрее и точнее обрабатывать оперативные данные и прошлый опыт, выводить грамотные умозаключения, принимать взвешенные решения и прогнозировать. Совокупность же высококвалифицированных кадров, отвечающих нуждам и потребностям государства, "умеющих эффективно реагировать на комплекс сложнейших международных проблем" [7], напрямую влияет на значимость роли, которое это государство способно играть в мире.

А поскольку сегодня одной из своих главных инвестиций ведущие страны мира считают вклад в интеллектуальное развитие молодежи, то есть в обеспечение получения качественного образования, одной из приоритетных задач университетов международного профиля (ведь именно в их программах и спецкурсах мы найдем этому отражение) должно являться обучение работе с отечественными и зарубежными печатными и электронными средствами массовой информации.

Подтверждением тому может служить следующая цитата Билла Гейтса, создателя Империи Microsoft, и поистине отличным примером человека, устремленного в будущее и сумевшего расширить рамки человеческой жизни: "Самый надежный способ выделить свою компанию среди конкурентов – это хорошо организовать работу с информацией. Именно то, как вы собираете, организуете и используете информацию, определяет, победите вы или проиграете" [4, с. 23]. Здесь напрашивается сравнение компании с высшим учебным заведением, процесс сбора и организации информации (для более простого понимания печатные и электронные СМИ приравняем к информации в целом) – с тем, на что нацелен и как построен процесс обучения, и далее, ее использование – это то, как выпускники применяют накопленные ими за годы учебы знания и навыки на практике. Если смотреть глубже, мы можем провести параллель между компанией и государством, сбор и организацию информации – с тем набором институтов и университетов, осуществляющих подготовку будущих кадров, в полной мере обладающих умениями и навыками работы с информацией, содержащейся в отечественных и зарубежных печатных и электронных СМИ, и использование этой информации можно сравнить с тем, как государство, оперируя знаниями взращенных им кадров, как мощнейшим ресурсом, позиционирует себя на мировой арене и осуществляет свою внутреннюю и внешнюю политику. Именно поэтому подготовка квалифицированных кадров для международной деятельности фактически выделена в отдельный вид образования и осуществляется государствами под особым контролем [9].

Прежде чем мы перейдем к рассмотрению непосредственно целей, задач и особенностей составления программ по обучению студентов-международников работе с печатными и электронными СМИ, мы хотели бы остановиться еще на одном важном внешнем

факторе, который принципиальным образом с недавнего времени стал вносить существенные коррективы в специфику образовательного процесса в высших учебных заведениях. Таковым является отличительная особенность современного молодого поколения, родившегося в конце XX – начале XXI века, которое следует охарактеризовать как "цифровое поколение" (англ. digital natives) [11]. Это изменение является следствием процесса информатизации общества. Говоря о "цифровом поколении" или как их еще называют "сетевое поколение" или юмористично "цифровые туземцы" или "цифровые аборигены", мы ведем речь о принципиально новом поколении молодежи. Оно отличается от поколения своих родителей и родителей их родителей не только мировоззренческими установками, но и, будучи "как рыба в воде", когда дело касается работы со смартфонами, планшетами, управления новомодными шлемами виртуальной реальности и прочими гаджетами, кардинально новой моделью поиска информации, ее потребления и социального общения [6].

Сопоставив работы исследователей, занимающихся данным вопросом, можно составить огромный список признаков, характерных представителям "цифрового поколения". В нашей работе мы, основываясь на наблюдениях А.А. Вербицкого [2, с. 10-11], подробнее остановимся на тех из них, которые непосредственным образом связаны и/или влияют на процесс обучения будущих специалистов-международников, и соответственно, накладывают свой отпечаток на специфику обучения работе со СМИ. Таковыми являются:

– информация, поданная в форме визуальных образов более привычна и соответственно понятна представителям "цифрового поколения", чем предыдущему поколению (для которого подобным являлся обычный текст), так как с самого раннего детства они крайне часто имеют доступ к телефонам, планшетам и компьютерам, где интересующая их информация (например, такая как описание героев их любимых мультфильмов, сериалов, комиксы) подставлена именно в этом виде;

– в более сознательном возрасте, будучи учащимися старших классов и ВУЗов, они каждодневно по множеству часов проводят время "перед экранами" своих гаджетов, где вновь открытая страница в браузере сменяет предыдущую, одно всплывающее сообщение в мессенджере дополняется еще десятком от других собеседников и т.д. – все это развивает скорость восприятия ими информации; однако, переключаясь с одного на другое, страдает их выработка способности удерживать внимание на одном предмете;

– заметки и новости, поданные в краткой, сжатой форме, воспринимаются ими гораздо лучше, чем длинные статьи; именно фрагментарность – отличительная особенность образа их мыслей, а поверхностность – суждений; этому уже даже выработан специфический термин – "клиповое мышление" (англ. clip thinking), то есть такое явление восприятия информации, когда "образ не задерживается в мыслях надолго, а его место тут же занимает новый" [8].

– при этом представители "цифрового поколения" нетерпеливы, но менее амбициозны, чем предыдущее поколение; их внимание чаще останавливается на выполнении краткосрочных целей;

– как следствие двух последних наблюдений, большие объемы или избыток информации, или задания, требующие длительной проработки, могут влечь за собой их быстрое переутомление и развитие стрессового напряжения вследствие повышения когнитивной нагрузки, что проявляется в их непоседливости, непослушании и излишней возбудимости во время занятий.

И если визуальная подача информации в виде газетных вырезок, короткого аудио- или видеоматериала, картинок, клипарта – это то, к чему система образования приходит постепенно и "безболезненно", то в случае с трудностями " сетевого поколения" анализировать информацию вследствие вышеспомянутой фрагментарности образа мыслей подобное может явиться серьезным затруднением для составителей нового поколения образовательных программ. И для того, чтобы учителям и преподавателям было легко найти

подход к обучающимся, целесообразна разработка непривычных, нестандартных для классической, традиционной педагогики методик, которые будут способствовать порождению студентом, а в будущем специалистом, личностных знаний об актуальных ситуациях или реалиях, происходящих в стране проживания или пребывания и за рубежом, где именно это будет являться конечной целью обучения. Чтобы данные методики работали, имея в виду потенциальное переутомление представителей "цифрового поколения", обучение следует начинать на ранних этапах учебы студентов в ВУЗе, знакомя их с базовыми понятиями, спецификой печатных и электронных СМИ, давая им простейшие навыки работы с ними, и далее постепенно наращивать темпы и усложнять программы.

Далее мы постараемся свести воедино задачи, которые могут ставить перед собой составители программ и спецкурсов по обучению студентов-международников работе с печатными и электронными СМИ в условиях изменяющихся реалий в обществе.

Для того, чтобы легко ориентироваться в информационном потоке СМИ будущего специалиста-международника необходимо обучить четкой и понятной для него технике отбора значимой информации по изучаемой проблеме для последующего ее комбинирования и систематизации. Для этого следует проинструктировать студента разбить процесс на 2 этапа: использование сведений, находящихся в открытом доступе и их верификация.

Поскольку студент и в большинстве случаев специалист-международник не является непосредственным участником или наблюдателем изучаемых событий, он поставлен в условия вычленения данных из внешних источников информации.

Здесь вводящим в заблуждение является мнение, что чем большие объемы информации поступят в руки специалиста, тем больше у него шансов сделать грамотные выводы на их основании.

Когда мы имеем дело с печатными и электронными СМИ, имеет место переполненность информационного пространства, так как они (в отличие от сайтов информационных агентств) предоставляют читателю синтез фактической информации с большой долей примесей авторской субъективной оценки, предубеждений и фоновых сведений. Поэтому, придерживаясь вывода А.И. Доронина, "простое количественное увеличение обрабатываемых источников приводит только к перегрузке аналитика без видимых результатов улучшения качества его работы" [5].

Так, работа аналитика должна быть направлена на очистку фактологической информации от сопутствующего "мусора".

Соответственно, задачей спецкурса должно являться ознакомление студентов со списком авторитетных источников отечественных и зарубежных печатных и электронных СМИ и различных других специализированных сайтов, предоставляющих надежные сведения, посредством построения программ на использовании именно этих источников и непременным указанием их в каждом отдельном практическом задании. Это позволит будущим специалистам-международникам оптимизировать усилия по сбору информации в их работе. Им потребуются лишь задействовать принцип "ключевых слов" при обращении к уже закрепившимся в их памяти списку источников.

Параллельно, это нивелирует потенциальные трудности в рамках образовательного процесса, связанные с клиповым характером мышления современной молодежи, ведь обработка больших объемов информации текстового формата является для них препятствием.

Если речь идет о более простом для студента и одновременно базовом сценарии, моделируемом в ходе практических занятий в ВУЗе, когда студента не ставят в условия самостоятельного сбора данных, а обеспечивают его необходимым набором информации, которой будет достаточно в рамках неподготовленного обсуждения, она обязательно должна быть:

- подана в краткой, сжатой форме;
- четко структурирована;
- в идеале сопровождается краткой моделью по обработке и анализу в схематичной, наглядной форме для снижения степени многозадачности;
- подкреплена рядом фоновой информации, которая будет служить разъяснением основного тематического блока;
- сопровождается визуальными элементами, служащими с одной стороны, способом привлечения внимания, неким "вау" эффектом (нетипичным для традиционной подачи информации), а с другой стороны, эти элементы также могут интегрировать в себе часть информации. В качестве примера может служить текст, соответствующий освещаемой теме, нанесенный на картинку, клип-арт, мемы или карикатуры, являющиеся, как и в средствах массовой информации мощным средством передачи мысли.

Далее, в процессе формирования информационного массива идет этап верификации данных.

В первую очередь, необходимо разъяснить студентам в рамках теоретического блока спецкурса, что в сегодняшних условиях "информационной войны" аналитик должен скептически относиться к потоку информации. С его стороны опрометчиво было бы принимать на веру все то, что публикуется даже в авторитетных источниках СМИ. Происходит это вследствие их ангажированности. Так, публикация даже правдивой информации может быть частью манипуляции [1, с. 79], если ей даны преференции в рамках статьи или иной формы трансляции данных, если она становится достоянием общественности в выгодный для издания момент времени, или же если публикуется не вся правда. Таким образом, главной целью будущего специалиста-международника является стремление "докопаться" до истины, рассмотрев анализируемый объект с разных ракурсов.

На практике осуществить задачу нахождения истины позволит освещение одной и той же ситуации или события материалами СМИ независимых друг от друга источников (обычно двух и более), представляющих разные геополитические группировки, и значит, каждой из них присуща заинтересованность в том или ином развитии событий. В качестве примера (возьмем англоязычные издания за образец зарубежных СМИ, и русскоязычные – за отечественных) может служить набор "клиппингов", опубликованных в "The Guardian", "The Independent" "The Economist", представляющих интересы Великобритании и Европы, "The New York Times", "The Wall Street Journal" – США, в "Независимой газете", "Итогах" или "Коммерсанте" – Россию.

Немаловажным для успешного ориентирования в информационном потоке СМИ является умение комбинировать и систематизировать информацию с целью окончательного формирования информационного массива.

В ходе прохождения данного этапа обработки информации от студента потребуется технически структурировать найденные и выверенные на предмет достоверности данные в логическом порядке для повторного просмотра, чтобы, во-первых, освежить в памяти те факты, которые были найдены и отобраны в самом начале поиска, во-вторых, исключить повторы одних и тех же данных, выбранных из разных источников СМИ, и окончательно реконструировать себе в голове хронологию события и взаимосвязь с сопутствующими ему фактами и происшествиями.

Проявить себя в этом студенты-международники смогут в рамках индивидуальных мини-проектов. К примеру, в качестве объекта анализа им может быть дана конкретная страна или регион земного шара; а целью анализа может служить конкретное событие, вызвавшее резонанс внутри страны или за ее пределами и нашедшее отражение в международных публикациях СМИ; экономическая ситуация страны в целом или отдельные ее аспекты; а также роль и влияние данной страны на внешнеполитической арене.

Таким образом, при правильном усвоении и выполнении каждого из этапов данного алгоритма можно добиться высокого качества в ходе первичной обработки информации и формировании информационного массива.

Особое место в работе с печатными и электронными СМИ является умение составить корректное и одновременно уникальное умозаключение аналитического характера.

Оригинальный вывод, сформулированный студентом, и есть конечная цель, преследуемая в рамках образовательного процесса обучения работе с печатными и электронными СМИ; это навык реконструкции произошедшего или актуального события и в условиях недостатка фактов (что является неизбежным при работе только лишь со СМИ в качестве источника сведений) и ограниченности во времени сделать оригинальный прогноз одного или нескольких исходов этого события.

Важно отметить, что набор практических заданий, следующий за предоставленным аутентичным материалом должен с одной стороны, частично повторяться от одного тематического блока к последующему. Посредством этого составители программы смогут реализовать понимание студентами цели задания, осуществить закрепления ими техники его выполнения, а соответственно добиться автоматизации отрабатываемых навыков. С другой стороны, учитывая разнообразие событий, находящихся свое отражение в СМИ, множества жанров статей, аудио- и видеоматериала, подобные задания должны и неизбежно будут "разбавляться" незадействованными ранее. Их специфика будет так или иначе диктовать набор практических заданий для конкретного тематического блока.

Безусловно, принципиальным является наращивание оборотов внедрения и использования инновационных практик коммуникативного поведения в структуре образовательного процесса, что предопределяет последующие изменения медиапотребления и работы с материалами СМИ у "цифрового поколения" в перспективе.

Литература:

1. Введение в прикладной анализ международных ситуаций: Учебник / Под ред. Т.А. Шаклеиной. – 2-е изд., исправ. и доп. – М.: АСПЕКТ ПРЕСС, 2017, – 288 с.
2. Вербицкий А.А. "Цифровое поколение": проблемы образования // Профессиональное образование. 2016, №7, с. 10-13.
3. Война и Мир в терминах и определениях. Военно-политический словарь, под общей редакцией Дмитрия Рогозина. –М.: Вече, 2011, –640 с. URL: <http://www.voina-i-mir.ru/article/106> (дата обращения 25.01.2018).
4. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. Изд. 2-е, исправленное. – М.: Изд-во Эксмо, 2002. – 480 с.
5. Доронин А.И. Бизнес-разведка. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство "Ось-89", 2010, – 704 с
6. Назаров М.М. Цифровое поколение двухтысячных: особенности медиапотребления // Информационное общество, 2016, вып. 3, с. 27-36.
7. Портал МГИМО (У) МИД России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mgimo.ru/> (дата обращения 17.01.2018).
8. Семеновских Т.В. Феномен "клипового мышления" в образовательной вузовской среде. URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/105PVN514.pdf> (дата обращения 09.01.2018).
9. Спицына С.Ю. Роль исторических и культурных традиций в подготовке международных // Материалы научной конференции (Москва, 15-16 ноября 2013 г.) - М.: МГИМО-Университет, 2014. - С. 289-293.
10. Федеральный закон "Об информации, информатизации и защите информации" от 20.02.1995 г. № 24-ФЗ (с изменениями от 10.01.2003 г. № 15-ФЗ) URL: http://www.igpran.ru/public/publiconsite/information_proekt.pdf (дата обращения 26.01.2018).

11. Palfrey John, Gasser Urs. *Born Digital: Understanding the first generation of digital natives*, New York: Basic Books, 2008.

References:

1. *Vvedenie v prikladnoi analiz mezhdunarodnykh situatsii* [Introduction to applied analysis of international situations] / T.A. Shakleina (ed.). 2-e izd. Moscow, ASPEKT PRESS Publ., 2017, 288 p.

2. Verbitskii A.A. [The "digital generation": challenges of education]. *Professional'noe obrazovanie*, 2016, no. 7, pp. 10-13. (In Russ.).

3. *Voina i Mir v terminakh i opredeleniyakh. Voенно-politicheskii slovar'* [War and Peace in terms and definitions. Military-political dictionary]. In D. Rogozin (ed.). Available at: <http://www.voina-i-mir.ru/article/106> (accessed 25.01.2018).

4. Geits B. *Biznes so skorost'yu mysli* [Business at the speed of thought]. 2-e izd. Mscow, Eksmo Publ., 2002, 480 p.

5. Doronin A.I. *Biznes-razvedka* [Business intelligence]. 5-e izd. Moscow, "Os'-89" Publ., 2010, 704 p.

6. Nazarov M.M. [Digital Millennials: characteristics of media consumption]. *Informatsion-noe obshchestvo*, 2016, issue 3, pp. 27-36. (In Russ.).

7. Portal MGIMO (U) MID Rossii. Available at: <http://www.mgimo.ru/> (accessed 17.01.2018).

8. Semenovskikh T.V. *Fenomen "klipovogo myshleniya" v obrazovatel'noi vuzovskoi srede* [The phenomenon of "clip thinking" in the educational University environment]. Available at: <https://naukovedenie.ru/PDF/105PVN514.pdf> (accessed 09.01.2018).

9. Spitsyna S.Yu. [The role of historical and cultural traditions in the preparation of international]. *Materialy nauchnoi konferentsii (Moskva, 15-16 noyabrya 2013 g.)* [Materials of scientific conference (Moscow, 15-16 November 2013)]. Moscow, MGIMO-University Publ., 2014, pp. 289-293. (In Russ.).

10. RF Federal law "On information, Informatization and protection of information" dated 20.02.1995, № 24-FZ (as amended on 10.01.2003 No. 15-FZ). (In Russ.).

11. Palfrey John, Gasser Urs. *Born Digital: Understanding the first generation of digital natives*, New York: Basic Books, 2008.