



МРНТИ 19.01.07

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2024-149-4-34-50>

## Тенденции развития медиаграмотности в Казахстане в условиях глобализации медиапространства

С.Ш. Тахан\*<sup>1</sup> , А.К. Хусаинова<sup>2</sup>

Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

(E-mail: <sup>1</sup>takhan\_serik@mail.ru, <sup>2</sup>elma\_koksetau@mail.ru)

**Аннотация.** В статье рассматриваются изменения, вызванные развитием цифровых технологий и глобализацией медиапространства. Особое внимание уделяется развитию медиаграмотности, как базового навыка современного человека, необходимого для осознанного потребления информации и взаимодействия с цифровой средой. Целью исследования является анализ тенденций развития медиаобразования в Казахстане и оценка уровня медиаграмотности молодежи в условиях растущего информационного давления. В статье подчеркивается стратегическая значимость медиаграмотности в обеспечении национальной безопасности, противодействии манипуляциям, пропаганде и фейковой информации. Рассмотрены количественные и аналитические данные отечественных и зарубежных исследовательских институтов по использованию казахстанцами сети интернет и новых медиа. Подчеркивается возрастающая роль медиаграмотности в контексте развития новых медиа и глобализации медиапространства, а также обозначены риски, связанные с низким уровнем медиаграмотности казахстанского общества. Представлены результаты исследования, проведенного в общеобразовательной школе г. Астаны среди учеников 9-11 классов, для определения уровня медиаграмотности школьников. Сделан краткий обзор основных медиаобразовательных тенденций в организациях среднего и высшего образования, анализ структуры и содержания учебных программ по медиаграмотности в учебных заведениях страны. В статье акцентировано внимание на необходимость интеграции медиаграмотности в образовательные процессы для гармоничного развития подрастающего поколения в условиях развития цифровых технологий.

**Ключевые слова:** медиаграмотность, медиаобразование, новые медиа, социальные сети, средства массовой информации, медиапространство.

## **Введение**

Стремительное развитие цифровых технологий, увеличение доли интернет-коммуникаций и появление глобального медиапространства значительно изменили условия существования современного человека. Мобильные средства связи и цифровые платформы обеспечивают мгновенную передачу данных, а социальные сети, новостные сайты и мессенджеры стали постоянными спутниками в повседневной жизни.

Интернет-коммуникации преобразили мир, открыв не только новые горизонты и возможности, но и поставив человечество перед новыми, глобальными вызовами. Одним из ключевых аспектов этого преобразования является постоянное воздействие информационных потоков на личность. Это воздействие становится частью повседневной жизни, влияя на восприятие мира, формирование убеждений и ценностей. Кроме того, постоянное присутствие в информационном пространстве приводит к изменению психологического состояния человека. Перегрузка информацией, зависимость от социальных сетей, кибербуллинг и другие аспекты цифрового воздействия могут оказывать негативное влияние на ментальное здоровье.

В этих условиях возрастает необходимость развития медиаграмотности у людей, как базового навыка для анализа и осознанного потребления информации. Это включает в себя развитие способности критически воспринимать и оценивать информацию, осуществлять безопасный поиск и передачу данных, а также создавать и делиться медиаконтентом в цифровой среде.

Вместе с тем, в условиях активного развития технологий информационного воздействия, повышение уровня медиаграмотности населения становится не просто актуальностью, а стратегической необходимостью, обусловленной обеспечением национальной и государственной безопасности. Глобальный характер этих процессов видно на примере политических и социокультурных проблем международной политики последних лет. Применение технологий информационного воздействия позволяет не только конструировать общественное мнение в заданном направлении, но и осуществлять манипуляцию, вести полномасштабные информационные войны, включая искажение данных и распространение ложной информации. Таким образом, значение медиаграмотности возрастает многократно, так как она позволяет распознавать манипуляции, пропаганду, искажение информации, фейки в контенте социальных медиа и средств массовой информации, а также способствует умению эффективно управлять своей цифровой идентичностью.

Цель данного исследования заключается в анализе тенденций развития медиаобразования в Казахстане в условиях глобализации медиапространства, а также в оценке уровня медиаграмотности молодежи. В рамках исследования подчеркивается необходимость развития медиаграмотности среди подрастающего поколения, поскольку грамотное потребление информации в условиях глобализации становится основным навыком для гармоничного существования в современном мире.

В соответствии с вышеизложенным, задачи исследования включают несколько ключевых направлений. Первое – это изучение текущих тенденций развития новых

медиа в Казахстане, что позволит определить характер изменений в медиaprостранстве, влияние этих изменений на общественные процессы. Второй задачей является проведение социологического опроса среди учащихся образовательных организаций с целью определения уровня медиаграмотности. Этот подход позволяет получить эмпирические данные о том, насколько современные образовательные методики развивают у молодежи умения, необходимые для безопасного и осознанного взаимодействия с информационными потоками.

Третье, исследуется процесс организации медиаобразования в системе среднего образования Республики Казахстан, включая его интеграцию в учебные программы и в повседневную практику образовательных учреждений. Проводится анализ в контексте того, как медиаобразование способствует развитию у молодежи навыков анализа и критического восприятия информации. Четвертой задачей исследования является анализ структуры и содержания учебных программ по медиаграмотности, реализуемых в учебных заведениях, что дает представление о степени интеграции медиаграмотности в образовательный процесс и выявит возможные пробелы в обучении.

Методологической основой исследования являются социологические методы, включая анкетирование и анализ информации. Проведен анализ информационного ландшафта медиaprостранства Казахстана с целью выявления ключевых особенностей, характерных для цифрового контекста страны. Также проведен анализ учебных программ по медиаграмотности, реализуемых в системе среднего образования, с целью выявления соответствия образовательных практик современным требованиям.

## Обсуждение

Глобализация – многомерный процесс, происходящий одновременно на нескольких уровнях. Это глобализация и рынка, и производства, и финансов, и, конечно, коммуникаций, опирающихся на глобальную инфраструктуру. Глобальная информационная инфраструктура обеспечивает беспрепятственное круглосуточное движение не только финансовых потоков, но и потоков информации. Понятие «информация» в данном контексте используется в самом широком смысле и включает в себя как сведения о рынках, потребителях, налоговых системах, так и символы, образы, понятия, единые для всего человечества. Последние формируют своего рода единую символическую среду, в которой свободно циркулируют потоки медиаконтента вне зависимости от национальной и территориальной принадлежности их создателей. Общедоступность этой символической среды в географическом и понятийном смысле и есть глобализация в сфере СМИ [1].

Эксперты отмечают возрастающее значение социальных медиа в выстраивании коммуникаций. Во всем мире наблюдается сокращение рынка СМИ и переход этого рынка в интернет-пространство. Важный тренд, по словам экспертов в сфере коммуникаций, в реальном времени: благодаря смартфонам, создание и потребление массовой информации происходит ежеминутно [2].

Согласно данным аналитической платформы Datareportal в настоящее время Интернетом пользуются более 66% всех людей на Земле, общее количество пользователей во всем мире составляет 5,35 миллиарда человек.

На начало 2024 года в Казахстане насчитывалось 18,1 миллиона интернет-пользователей, а уровень проникновения Интернета составлял 92,3%. В сравнении, по данным этого же портала в 2023 году в Казахстане насчитывалось 17,7 миллиона интернет-пользователей, проникновение интернета составляло 90,9 %. Что касается пользователей социальных сетей (TikTok, Instagramи Facebook и др.) в январе 2024 года в Казахстане насчитывалось 14,1 миллиона пользователей, что составляет 71,5% от общей численности населения. Этот же показатель в январе 2023 года составлял 11,8 миллиона. Таким образом, мы видим ежегодное увеличение пользователей и интернета, и социальных сетей [3].

Эти показатели свидетельствуют о том, что значительная часть казахстанцев активно использует интернет и социальные сети для коммуникации, получения информации, работы и развлечений. Наибольшую популярность в стране имеют социальные сети TikTok, Instagramи Facebook. С учетом растущей аудитории и разнообразия форматов контента, новые медиа в Казахстане имеют огромный потенциал для дальнейшего развития. В будущем можно ожидать усиления интеграции технологий, таких как искусственный интеллект и виртуальная реальность, в создание контента.

Необходимо отметить, что новые медиа становятся важным инструментом политической коммуникации. Лидеры общественного мнения, государственные органы и политические деятели используют социальные платформы для информирования населения, обсуждения общественных вопросов и мобилизации граждан. Кроме того, новые медиа становятся пространством для выражения гражданской позиции.

Сегодня информационные войны имеют различные формы, иногда более видимые, иногда и совсем незаметные. Но практически всегда их главная задача - поддерживать градус недоверия и вражды между группами населения, не давать людям объединиться вокруг общечеловеческих ценностей, а найти отличия по условной линии «мы» — «они». Для этого используется инструментарий уже упомянутого нами языка вражды, в который, кроме всего прочего, входит и дискриминационная лексика, и призывы к действиям против той или иной социальной, национальной, религиозной и иной группы лиц [4].

В августе 2022 года Общественный фонд «Молодежная информационная служба Казахстана» провела исследование «Влияние дезинформации на общество Казахстана». Согласно данным исследования, граждане Казахстана подвергаются угрозам дезинформации и пропаганды в значительной мере. Каждый второй житель Казахстана не проверяет достоверность информации, полученной из СМИ и социальных сетей. Каждый пятый житель Казахстана также не знает, что такое пропаганда. Как показывает исследование, в зоне риска в первую очередь находится молодежь в возрасте от 14 до 18 лет, которые больше других считают, что сталкиваются с дезинформацией в СМИ редко, и поддерживают убеждение о том, что СМИ не могут транслировать недостоверную информацию [5].

Таким образом, развитие медиаграмотности в Казахстане становится важным элементом формирования информационно-цифровой, в некоторой степени правовой культуры общества. Она способствует формированию информированного, критически мыслящего и активно участвующего в цифровой среде гражданина.

Важным шагом во внедрении медиа и информационной грамотности в общественную жизнь является ее включение в число приоритетных направлений национальной политики разных стран в области образования, культуры, информации, СМИ и т.д. Кроме того, в системах образования должны состояться структурные и педагогические реформы, необходимые для развития медиа- и информационной грамотности, среди которых прежде всего особое внимание следует уделить включению медиаграмотности в учебную программу на всех уровнях образования. ЮНЕСКО вместе с Альянсом цивилизаций ООН считают, что именно медиа- и информационная грамотность и ее внедрение в глобальное образование может улучшить понимание между различными культурами и цивилизациями, поэтому сегодня значительные усилия направляются на поощрение интеркультурного диалога и международного сотрудничества в развитии медиаграмотности во всем мире [6].

Теоретико-методологические основания медиаграмотности восходит к идеям Г. Маклюэна, сформулировавшего принцип «Средство передачи сообщения и есть содержание сообщения». Следовательно, для того, чтобы понять смысл сообщения, необходимо понимать, как именно устроен тот канал, по которому это сообщение приходит, как специфика этого канала воздействует на поступающую по нему информацию [7].

Если посмотреть на зарубежный опыт, то Великобритания одна из первых западноевропейских стран, которая активно начала повышать медиаграмотность своих граждан. Медиаобразование стало неотъемлемой частью учебной программы на каждой ступени школьного обучения.

Личность в Великобритании сегодня развивается на основе и с помощью материалов СМК. Таким образом, формируется культура коммуникации с медиа, критическое мышление, умение интерпретировать, анализировать и оценивать медиатексты. Кроме того, происходит обучение в области позиционирования и самовыражения посредством СМК [8].

Последние пятнадцать лет Канада также признанный мировой лидер в этой области. Медиакультура интегрирована в обязательную школьную программу с 1 по 12 класс [9].

История медиаобразования в США насчитывает уже много десятилетий. Медиаобразование начало зарождаться на основе кинообразования еще в 20-е гг. XX в. Это были отдельные практические курсы, внедренные в школьные программы, сначала на материале киноискусства, а впоследствии прессы, радио, телевидения [10].

В резолюциях и рекомендациях ЮНЕСКО неоднократно подчеркивалась важность и поддержка развития медиакультуры (конференции ЮНЕСКО: в Грюнвальде, 1982; Тулузе, 1990; Париже, 1997; Вене, 1999; Севилье, 2002, и др.). В рекомендациях ЮНЕСКО 2002 г. подчеркивается: «Медиаобразование – часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации, оно способствует поддержке демократии. Признавая различия в подходах и развитии медиаобразования

в различных странах, рекомендуется, чтобы оно было введено везде, где возможно в пределах национальных учебных планов, так же как в рамках дополнительного, неформального образования и самообразования в течение всей жизни человека» [11].

На глобальном уровне вопрос развития информационной грамотности рассматривался на II Европейской конференции по информационной грамотности, которая проводилась 20-23 октября 2014 года в Хорватии [12].

Особенно остро вопрос развития навыков медиаграмотности встает в системе среднего образования, у детей школьного возраста. Современные дети, имея свободный доступ к гаджетам и смартфонам, с раннего детства погружены в огромный поток самой разнообразной информации. По мере развития информационного пространства разнообразие и количество информации увеличивается, возрастает актуальность выработки у обучающихся умений различать правдивую информацию от дезинформации. Школьники используют социальные сети, ведут блоги и создают публикации в новых форматах, востребованные в цифровой среде. При этом в силу возраста они могут не осознавать до конца отрицательное воздействие и манипулятивные возможности СМИ и новых медиа.

Начиная с 2021-2022 учебного года, в Казахстане содержание среднего образования включен элективный курс «Глобальные компетенции», который преподается в обязательном порядке в школах с 5 по 11 класс. Развитие навыков медиаграмотности школьников включено в содержание раздела «Медиаграмотность и финансовая грамотность» данного курса. Кроме раздела «Медиаграмотность» в содержание элективного курса включены еще 5 разделов: «Этика и этикет», «Гражданственность и патриотизм», «Безопасность жизнедеятельности», «Экологическая культура», «Светскость и основы религиоведения».

Как следует из содержания учебной программы, раздел «Медиаграмотность и финансовая грамотность» направлен на формирование навыков, позволяющих анализировать, оценивать и использовать инструменты медиапространства. В рамках программы дети знакомятся с понятиями - социальные сети, цифровой след, аккаунт в социальных сетях, подкаст, видеохостинг, кибербуллинг, блогер, правила безопасного общения в интернете и др. Преподавать медиаграмотность в школах могут учителя, которые прошли специальные курсы в Национальном центре повышения квалификации «Орлеу». Педагог самостоятельно выбирает методики и технологии обучения, интегрируя дискуссионные, игровые, тренинговые и другие формы деятельности.

Для определения уровня медиаграмотности казахстанских школьников был проведен опрос на государственном и русском языках обучающихся 9-11 классов общеобразовательной школы. В опросе приняли участие 400 учеников казахских классов и 278 учеников из русских классов. Возраст участников опроса 15-17 лет. Опросник состоит из 20 вопросов, которые позволяют оценить уровень медиаграмотности школьников.

На рисунках 1 и 2 представлен результат первого вопроса: «Как часто и продолжительно вы используете интернет?». Согласно полученным данным большая часть опрошенных - 62,9% учеников казахских классов и 78,8% учеников русских классов интернет используют несколько часов в день.

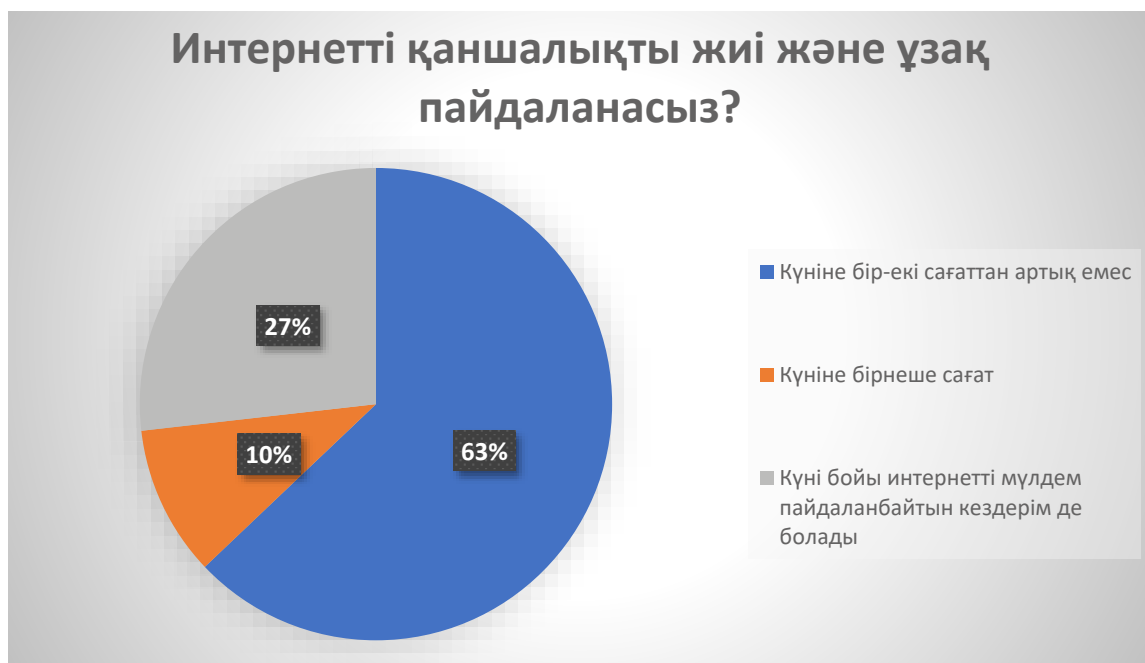


Рисунок 1. Использование интернета школьниками из казахских классов



Рисунок 2. Использование интернета школьниками из русских классов

Более 96% всех участников опроса заявили о том, что используют социальные сети, в наибольшей степени школьники используют социальные сети Instagram и Tik-Tok.

Целями использования социальных сетей большинство опрошенных отметили: общение с друзьями, получение новостей и поиск новых друзей.

При этом, 54% опрошенных учащихся русских классов больше доверяют информации из сети интернет, чем нет. 8,5% полностью доверяют информации получаемой из сети интернет (рис.3).



Рисунок 3. Доверие к информации из сети интернет школьниками из русских классов

В то время как 46,2% учеников из казахских классов указали, что не доверяют информации в сети Интернет и 40,7% больше доверяют информации получаемой из сети интернет, чем нет (рис.4).



Рисунок 4. Доверие к информации из сети интернет школьниками из казахских классов



На вопрос «Как вы проверяете информацию, полученную из сети интернет?» большинство опрошенных ответили, что проверяют ее в других источниках информации. Признаками недостоверности информации в интернете большинство из них указали: отсутствие ссылки на источник информации, наличие опечаток и грамматических ошибок в тексте, а также слишком сенсационные заголовки.

Как показал опрос, большинство школьников знают, что такое кибербезопасность и кибербуллинг, при этом 62,2% школьников из казахских классов не знают, что такое фишинг, а 69,4% не знают, что такое фактчекинг. В русских классах 39,6% опрошенных не знают, что такое фишинг и 42,5% не знакомы с понятием фактчекинг. При этом на вопрос «Как вы поступите, если вам прислали неизвестную ссылку в Whatsapp?» больше 70% обучающихся ответили, что не откроют ссылку.

С понятием «Авторское право» знакомы более 85 % опрошенных. 72,1% опрошенных из русских классов знают о том, что распространение ложной информации влечет правовые последствия. В то время как в казахских классах 43,1% ответили «Не знаю», а 22,1 % считает, что распространение ложной информации не влечет правовых последствий (рис.5).



Рисунок 5. Знание школьников из казахских классов о правовой ответственности за распространение ложной информации

50,9% опрошенных из русских классов считают, что СМИ могут распространять дезинформацию, в то время как другая половина учащихся затруднилась ответить или считает, что СМИ не могут распространять дезинформацию (рис.6).



Рисунок 6. Доверие к информации из СМИ школьниками из русских классов

В казахских классах 54,8% не знают могут ли СМИ распространять недостоверную информацию, 20,6% считают, что не могут (рис.7).



Рисунок 7. Доверие к информации из СМИ школьниками из казахских классов

Большинство участников опроса знают, что такое искусственный интеллект и как с его помощью могут создаваться фейковые новости. Также большинство опрошенных знакомы с интернет-мошенничеством, при этом 53,8% опрошенных из русских классов сталкивались с интернет-мошенничеством.

48,5% опрошенных из русских классов оценили свой уровень знаний о защите персональных данных как средний, 46,7% – как высокий (рис.8).



Рисунок 8. Уровень оценивания знаний о защите персональных данных школьниками из русских классов

60,4 % опрошенных из казахских классов оценили свой уровень знаний о защите персональных данных как средний и 30,8% считают, что у них высокий уровень знаний (рис.9).



Рисунок 9. Уровень оценивания знаний о защите персональных данных школьниками из казахских классов

Исходя из результатов опроса, можно сделать вывод, что уровень медиаграмотности у учащихся русских классов выше, чем у учащихся казахских классов.

В рамках исследования было изучено содержание учебной программы юнита «Медиаграмотность и финансовая грамотность». Так, объем учебной нагрузки по курсу «Глобальные компетенции» составляет в 5-8 классах - 0,5 часа в неделю, 18 часов в учебном году; в 9-11 классах - 1 час в неделю, 36 часов в учебном году.

Таким образом, за весь учебный год в 5 классе в рамках раздела «Медиаграмотность и финансовая грамотность» учащиеся изучают шесть тем по финансовой грамотности и всего две темы по медиаграмотности: «Что такое социальные сети?» и «Мой аккаунт в социальных сетях». В 6 классе включено 7 тем, из которых две по медиаграмотности: «Правила общения в интернете», «Мой цифровой след», в 7 классе из 8 представленных тем 2 темы касаются медиаграмотности: «Публичное выступление в реальной жизни и в медиапространстве», «Подкаст. Современные методы коммуникации», в 8 классе всего одна тема из семи: «Для чего используется видеохостинг? Ложная популярность», в 9 классе две темы из семи: «Блогеры в социальных сетях», «Кибербуллинг». В 10 и 11 классах в рамках содержания курса «Глобальные компетенции» учащиеся знакомятся с основами предпринимательства.

Исходя из содержания учебной программы по курсу «Глобальные компетенции», можно сделать вывод, что медиаобразование в системе среднего образования интегрировано в содержание учебных программ. Вместе с тем количество представленных тем в программе с 5 по 9 классы составляет небольшое количество – всего семь тем. В то время как для детей школьного возраста важное значение в современной цифровой среде имеют также такие темы как: последствия и ответственность за распространение ложной информации, фактчекинг, фишинг, медиа-манипуляции, пропаганда, понятие «информационные войны» и др, которые не включены в содержание данного курса. Все эти темы были указаны участниками опроса как незнакомые. Вместе с тем возникает вопрос о достаточности количества учебных часов и тем, включенных в содержание курса, для полноценного ознакомления с основами медиаграмотности.

В учебных программах высших учебных заведений нет отдельной дисциплины по медиаграмотности. Вместе с тем, в вузах также уделяется внимание медиаобразованию студентов, на регулярной основе проводятся семинары и тренинги для студентов, на которых преподаватели делятся методами и приемами критического анализа медиа-текстов.

Необходимо отметить, что определенную работу в части продвижения медиаобразования в Казахстане проводит Общественный фонд «Международный центр журналистики «MediaNet». Так, общественный фонд реализует проект «Доступ к информации» по повышению уровня медиаграмотности населения, который проводится в рамках Центральноазиатской программы MediaCAMP при поддержке Агентства США по международному развитию (USAID). В рамках проекта разработаны учебные пособия «Медиа и информационная грамотность» для преподавателей вузов и педагогов школ, а также «Медиа и информационная грамотность» для учащихся 9-11 (12) классов общеобразовательных школ. С 2021 года в некоторых регионах Казахстана (Костанайская

и Карагандинская области, г. Петропавловск) работают «дома медиаграмотности», где ежемесячно обучение проходят все слои населения: госслужащие, работники культуры, журналисты, студенты, школьники, представители уязвимых слоев: пожилые люди, люди с ограниченными возможностями, а также молодежные лидеры и гражданские активисты. Кроме этого общественным фондом проводятся неформальные мероприятия по повышению медиаграмотности: фестивали в регионах Казахстана, конкурсы на тему медиаграмотности, семинары и тренинги.

Работу по развитию медиаграмотности в Казахстане проводит и Международная организация ЮНЕСКО. В частности ЮНЕСКО проводит ежегодную Неделю медийной и информационной грамотности в Центральной Азии. В рамках недели проводятся семинары, тренинги и мастер-классы для школьников, студентов вузов, педагогов, общественных организаций и др. В октябре-ноябре 2023 года Институтом ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании по заказу и по инициативе Министерства культуры и информации Республики Казахстан проведена серия онлайн-тренингов для молодежи, посвященных различным аспектам медийной и информационной грамотности.

### **Заключение**

Анализ результатов проведенного исследования позволяет сделать вывод, что в среднем современный казахстанский школьник находится более пяти-шести часов в день в сети интернет. Соответственно у него формируются привычные стереотипы восприятия информации, ее фильтрации и поиска, что подчеркивает значение подрастающего поколения как важнейшей целевой аудитории программы медиаобразования.

На фоне быстрого развития новых медиа, увеличения численности населения, использующего социальные сети и мессенджеры, как основной источник информации, очевидна необходимость повышения медийной и информационной грамотности казахстанского общества. В этой связи уполномоченным органам в сфере образования необходимо обратить пристальное внимание на развитие медиаграмотности в учебных заведениях, обеспечить полноту содержания учебных программ, направленного на развитие навыков медиаграмотности среди школьников и студентов. Развивать медиаграмотность взрослого населения необходимо через эффективное взаимодействие государства, СМИ и общественных институтов.

### **Вклад авторов.**

**С.Ш. Тахан** – оценка актуальности темы, определение целей и задач научной статьи, методов исследования, интерпретация результатов и выводов.

**А.К. Хусаинова** – обзор и изучение литературы, сбор и анализ данных, работа с использованием материала, оформление научной статьи.

**Литература:**

1. Сергеев Е.Ю. «Средства массовой коммуникации в условиях глобализации» // Общество. Среда. Развитие. – 2009. - № 1 (10). – С. 120.
2. Буряк М.А. Роль коммуникационных агентств в современном медиапространстве: по материалам экспертного опроса // Общество. Среда. Развитие. – 2014. № 3 (32). - С. 77.
3. Исследование «Digital 2023: Kazakhstan» [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-kazakhstan> (дата обращения: 28.01.2024).
4. Штухрецкий С. Медиаграмотность. Практическое учебное пособие для высших учебных заведений по медийной и информационной грамотности [Электронный ресурс]. URL: <https://medianet.ngo/archives/1189> (дата обращения: 28.01.2024).
5. Беймишева А., Жусупова А., Джандосова Ж., Медникова И. Общественный фонд «Молодежная информационная служба Казахстана». Аналитический отчет «Влияние дезинформации на общество Казахстана». – Астана, 2022.
6. Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization, UNESCO, in: Education for the Media and the Digital Age, UNESCO, Vienna, 1999. P. 273–274.
7. Ахметова Л.С., Веревкин А.В., Лифанова Т.Ю. Медийная и информационная грамотность среди молодежи в сфере обеспечения национальной безопасности». URL: <https://pps.kaznu.kz/kz/Main/FileShow2/167270//1/22/0//> (дата обращения: 28.01.2024).
8. Прокопов В.А. Медиаобразование в зарубежных странах // Научные труды Московского гуманитарного университета. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaobrazovanie-v-zarubezhnyh-stranah> (дата обращения: 28.01.2024).
9. Колесниченко В.Л. Основные тенденции развития медиаобразования в Канаде 50-х-80-х годов XX века // Медиапедагогика за рубежом. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyie-tendentsii-razvitiya-mediaobrazovaniya-v-kanade-50-h-80-h-godov-xx-veka> (дата обращения: 28.01. 2024).
10. Паукова А.С. История развития курса «Медиаобразование» в школах США. - Астана, 2014.
11. Захарова М.В. Медиакомпетентность современного общества: опыт и тенденции развития // Историческая и социально-образовательная мысль. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediakompetentnost-sovremennogo-obschestva-opyt-i-tendentsii-razvitiya> (дата обращения: 28.01. 2024).
12. Горун Ю.Н. Современные тенденции развития медиа и информационной грамотности в мире. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-mediai-informatsionnoy-gramotnosti-v-mire> (дата обращения: 28.01.2024).

**С.Ш. Тахан, А.К. Хусаинова**

*Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан*

**Медиа кеңістіктің жаһандануы жағдайында Қазақстандағы медиасауаттылықтың даму тенденциясы**

**Аннотация.** Мақалада цифрлық технологияның дамуы мен медиа кеңістіктің жаһандануынан туындаған өзгерістер қарастырылады. Ақпаратты саналы түрде тұтыну және цифрлық ортамен өзара әрекеттесу үшін қажетті заманауи адамның негізгі дағдысы ретінде медиа сауаттылықты

дамытуға ерекше назар аударылады. Зерттеудің мақсаты Қазақстандағы медиа білім берудің даму үрдістерін талдау және өсіп келе жатқан ақпараттық қысым жағдайында жастардың медиа сауаттылық деңгейін бағалау болып табылады. Мақалада ұлттық қауіпсіздікті қамтамасыз етудегі, манипуляцияларға қарсы тұрудағы, насихаттаудағы және жалған ақпараттағы медиа сауаттылықтың стратегиялық маңыздылығы көрсетілген. Қазақстандықтардың интернет желісін және жаңа медианы пайдалануы бойынша отандық және шетелдік зерттеу институттарының сандық және талдамалық деректері қаралды. Жаңа медианы дамыту және медиа кеңістіктің жаһандануы контекстінде медиа сауаттылықтың өсіп келе жатқан рөлі атап өтіледі, сондай-ақ қазақстандық қоғамның медиа сауаттылығының төмен деңгейімен байланысты тәуекелдер белгіленеді. Оқушылардың медиа сауаттылық деңгейін анықтау үшін Астана қаласының жалпы білім беретін мектебінде 9-11 сынып оқушылары арасында жүргізілген зерттеу нәтижелері ұсынылды. Орта және жоғары білім беру ұйымдарындағы негізгі медиа білім беру үрдістеріне қысқаша шолу жасалды, еліміздің оқу орындарындағы медиа сауаттылық бойынша оқу бағдарламаларының құрылымы мен мазмұнына талдау жасалды. Мақалада цифрлық технологиялардың дамуы жағдайында жас ұрпақтың үйлесімді дамуы үшін медиа сауаттылықты білім беру процестеріне біріктіру қажеттілігіне баса назар аударылады.

**Түйін сөздер:** медиасауаттылық, медиабілім, жаңа медиа, әлеуметтік желілер, БАҚ, медиа-кеңістік.

**S.Sh. Tahan, A.K. Khussainova**

*L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan*

### **Trends in the development of media literacy in Kazakhstan in the context of globalization of the media space**

**Abstract.** The article examines the changes caused by the development of digital technologies and the globalization of the media space. Special attention is paid to the development of media literacy as a basic skill of a modern person, necessary for conscious consumption of information and interaction with the digital environment. The purpose of the study is to analyze trends in the development of media education in Kazakhstan and assess the level of media literacy of young people in the context of growing information pressure. The article emphasizes the strategic importance of media literacy in ensuring national security, countering manipulation, propaganda and fake information. The quantitative and analytical data of domestic and foreign research institutes on the use of the Internet and new media by Kazakhstanis are considered. The increasing role of media literacy in the context of the development of new media and the globalization of the media space is emphasized, as well as the risks associated with the low level of media literacy in Kazakh society. The results of a study conducted in a comprehensive school in Astana among students in grades 9-11 to determine the level of media literacy of schoolchildren are presented. A brief overview of the main media educational trends in secondary and higher education institutions, an analysis of the structure and content of media literacy curricula in educational institutions of the country is made.

The article focuses on the need to integrate media literacy into educational processes for the harmonious development of the younger generation in the context of the development of digital technologies.

**Keywords:** media literacy, media education, new media, social networks, mass media, Internet, media space, globalization.

## References

1. Sergeev E.Ju. Sredstva massovoj kommunikacii v uslovijah globalizacii [Means of mass communication in the conditions of globalization], *Obshhestvo. Sreda. Razvitie»* [Society. Wednesday. Development], 1 (10), 120 (2009).
2. Buryak M.A. Rol' kommunikacionnyh agentstv v sovremennom mediaprostranstve: po materialam jekspertnogo oprosa [The role of communication agencies in the modern media space: according to the materials of an expert survey], *Obshhestvo. Sreda. Razvitie»* [Society. Wednesday. Development], 3 (32), 77 (2014).
3. Issledovanie «Digital 2023: Kazakhstan» [The study "Digital 2023: Kazakhstan"] [Electronic resource]. Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-kazakhstan> (Accessed: 28.01.2024.)
4. Shtukhretsky S. Mediagramotnost' [Media literacy]. Practical textbook for higher educational institutions on media and information literacy. [Electronic resource]. Available at: <https://medianet.ngo/archives/1189> (Accessed: 28.01.2024).
5. Beimisheva A., Zhusupova A., Dzhandosova Zh., Mednikova I., *Obshhestvennyj fond «Molodezhnaja informacionnaja sluzhba Kazahstana», analiticheskij otchet «Vlijanie dezinformacii na obshhestvo Kazahstana»* [Public Fund "Youth Information Service of Kazakhstan. Analytical report "Influence of disinformation on the society of Kazakhstan"] (Astana, 2022).
6. Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization, UNESCO, in: *Education for the Media and the Digital Age*, UNESCO, Vienna, 1999. P. 273–274.
7. Akhmetova L.S., Verevkin A.V., Lifanova T.Yu. Media and information literacy among youth in the field of national security". Available at: <https://pps.kaznu.kz/kz/Main/FileShow2/167270//1/22/0//> (Accessed: 28.01.2024).
8. Prokopov V.A. Mediaobrazovanie v zarubezhnyh stranah [Media education in foreign countries], *Nauchnye trudy Moskovskogo gumanitarnogo universiteta* [Scientific Proceedings of the Moscow University of the Humanities]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaobrazovanie-v-zarubezhnyh-stranah> (Accessed: 28.01.2024).
9. Kolesnichenko V.L. Osnovnye tendencii razvitija mediaobrazovaniya v Kanade 50-h-80-h godov XX veka [The main trends in the development of media education in Canada in the 50s-80s of the XX century], *Mediapedagogika za rubezhom* [Media education abroad]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-tendentsii-razvitiya-mediaobrazovaniya-v-kanade-50-h-80-h-godov-xx-veka> (Accessed: 28.01.2024).
10. Paukova A.S. Istorija razvitija kursa «Mediaobrazovanie» v shkolah SShA [History of the development of the course "Media Education" in schools in the USA] (Astana, 2014).
11. Zakharova M.V. Mediakompetentnost' sovremennogo obshhestva: opyt i tendencii razvitija [Media competence of modern society: experience and development trends], *Istoricheskaja i social'no-obrazovatel'naja*



mysl' [Historical and socio-educational thought]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/media-kompetentnost-sovremennogo-obschestva-opyt-i-tendentsii-razvitiya> (Accessed: 28.01.2024).

12. GorunYu.N. Sovremennye tendencii razvitiya media i informacionnoj gramotnosti v mire [Modern trends in the development of media and information literacy in the world]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-mediai-informatsionnoj-gramotnosti-v-mire> (Accessed: 28.01.2024).

#### **Сведения об авторах:**

**Тахан С.Ш.** – ф.ғ.д., журналистика және әлеуметтік ғылымдар факультетінің профессоры, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан.

**Хусаинова А.К.** – «Қоғаммен байланыс» білім бағдарламасының магистранты, журналистика және әлеуметтік ғылымдар факультеті, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан.

**Тахан С.Ш.** – д.ф.н., профессор факультета журналистики и социальных наук, Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан.

**Хусаинова А.К.** – магистрант образовательной программы «Связь с общественностью», факультет журналистики и социальных наук, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан.

**Tahan S.Sh.** – Doctor of Philology, Professor, Faculty of Journalism and Social Science, L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

**Khussainova A.K.** – Master's student of the Public Relations Group, Faculty of Journalism and Social Science, L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).