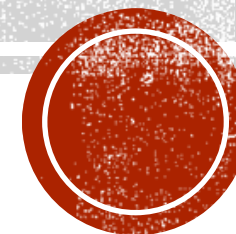


МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ И ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ ИНФОРМАЦИОННУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ШКОЛЬНИКОВ



Баранова Мария Вячеславовна
главный специалист Информационного центра
ГАУ ДПО ЯО ИРО

ВОПРОСЫ

- понятие медийно-информационной грамотности
- понятие медиаобразования и его принципы
- понятие медиакомпетентности (медиаграмотности?), место медиакомпетентности в информационной культуре
- виды медиатекстов и их роль
- методы формирования медиакомпетентности/медиаграмотности



МЕДИА

«*медиа*» (от латинского “medium” - средство, посредник) – аналог СМК (средства массовой коммуникации):

- печать
- фотография
- радио
- кинематограф
- телевидение
- видео
- мультимедийные компьютерные системы, включая Интернет



ФУНКЦИИ МЕДИА

*ведущая роль в информационных и коммуникационных процессах
один из способов передачи информации (хотя их роль значительно шире)*

- действуют как каналы информации и знаний, через которые граждане могут общаться друг с другом и принимать решения на основе полученной информации;
- стимулируют проведение компетентных дискуссий между общественными деятелями;
- являются основным источником информации об окружающем мире, выходящей за пределы нашего непосредственного опыта;
- являются тем средством, с помощью которого общество может узнать о самом себе и сформировать у гражданина чувство принадлежности сообществу;
- выполняют функции независимого наблюдателя за действиями государственных органов, способствуя прозрачности общественной жизни и установлению общественного
- контроля за властью путем выявления фактов коррупции, недобросовестного управления и противоправных действий корпораций;
- являются средством выражения культуры и установления культурных связей как между представителями одного народа, так и между народами



ФУНКЦИИ МЕДИА

- информирование;
- обучение;
- содействие преподаванию и освоению;
- предоставление доступа ко всем типам информации (часто бесплатно, без ограничений и надежно);
- обеспечение навигации в информации;
- содействие продвижению общечеловеческих ценностей и гражданских свобод, таких как свобода самовыражения и информации;
- выполнение функций коллективной памяти общества;
- сбор информации;
- сохранение культурного наследия;
- развлечение.



МЕДИА

Задание:

Составьте список медиа и других поставщиков информации в Вашей школе.

Какие роли из числа перечисленных функций выполняют эти организации?

Пример других поставщиков информации:

- стенды/плакаты в рекреациях и кабинетах,
- библиотека,
- музей,
- информационные сайты библиотек, архивов, энциклопедий, словарей в сети Интернет
- т.п.



МЕДИА

Задание:

Представьте, что в один прекрасный день вы просыпаетесь, а медиа, библиотеки, Интернет и мобильные телефоны исчезли, нет газет, журналов, радиостанций и телевизионных каналов.

Каковы будут последствия для граждан:

- ❑ как их теперь будут информировать?
- ❑ как они будут обмениваться новостями, фактами и информацией о событиях?
- ❑ что произойдет с решениями, которые вы обычно принимаете?
- ❑ чего лично вам будет больше всего не хватать в этой ситуации?
- ❑ каковы будут потери общества при возникновении этой проблемы?



МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ (МИГ)

Медийно-информационная грамотность – это совокупность знаний, навыков, установок, компетенций и практик, которые позволяют обеспечить эффективный доступ, анализ, критическую оценку, интерпретацию, использование, создание и распространение информации и медийных продуктов с использованием всех необходимых средств и инструментов на творческой, законной и этичной основе.

Медийно-информационная грамотность – комплексное понятие (ЮНЕСКО 2007 г.)

все компетенции:

- информационная грамотность
- *медиаграмотность*
- цифровая (или технологическая) грамотность



КОМПЕТЕНЦИИ МИГ

Понимание значения медиа и информации (свобода самовыражения и информации; доступ к информации; плюрализм медиа; понятие редакционной независимости и этики создания новостей, медиа и информации)

Понимание медиа контента и вариантов его использования (язык в медиа и информации; знание и понимание различных способов использования медиа в личной и профессиональной жизни, отношений между гражданами и медиа контентом (аудитория), а также использования медиа в различных целях)

Эффективный и оперативный доступ к информации (определение типа информации, которая необходима для решения конкретной задачи; информационная грамотность и навыки пользования библиотеками и т.п.)

Критическая оценка информации и информационных источников (критическая оценка информации и источников её поступления (например, возможности и риски сети Интернет); использование отобранной информации для решения проблем и т.п.)

Применение новых и традиционных медиа форматов (основы цифровых технологий, средств коммуникации и сетей, а также их использование в различных контекстах и с различными целями)

Определение социокультурного контекста медиа контента (анализ манипуляций стандартами, принятыми для определенного жанра медиа, для достижения конкретных целей или результатов и т.п.)



МЕДИАГРАМОТНОСТЬ

медиаграмотность – это часть более широкого и емкого понятия – информационная грамотность, совокупность *умений* (как результат *медиаобразования*):

- анализировать и синтезировать медийную реальность,
- «читать» медиатекст,
- способность использовать медийную технику,
- знание основ медиакультуры

медиаобразование – процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники.

Приобретенные в результате этого процесса навыки называются *медиаграмотностью*.



МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как:

грамотно «читать» медиатекст

- анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты
- определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст
- интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа
- отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории
- получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции



ПРИНЦИПЫ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

связь с социальными структурами общества

суть – переосмысление/репрезентация (! *медиа не отражают реальность, а переосмыляют/представляют ее, используя систему знаков и символов*)

продолжается всю жизнь (учащиеся – приоритетная аудитория)

не только развитие *критического мышления*, но и *критической автономии*

актуально и своевременно (здесь и теперь)

в идеале оценка медиаобразования учащихся – это их *самооценка*

групповое обучение

родители – профессионалы в области медиа – педагоги

учитель + ученик = диалог, размышление, исследование (не просто передача знаний учителями и «открытие» их учениками)



МЕДИАВОСПИТАНИЕ

составная часть художественного, культурологического воспитания
состоящая в совместной деятельности воспитателя и воспитанника
направлена на:

- усвоение медийной культуры,
- изучение закономерностей происхождения,
- изучение развития и функционирования медиакультуры

– система приобщения к духовным, эстетическим, нравственным, ментальным общечеловеческим ценностям в процессе восприятия и анализа *медиа**текстов*** и *медийной деятельности*

(Н.Ф. Хилько, 2000)

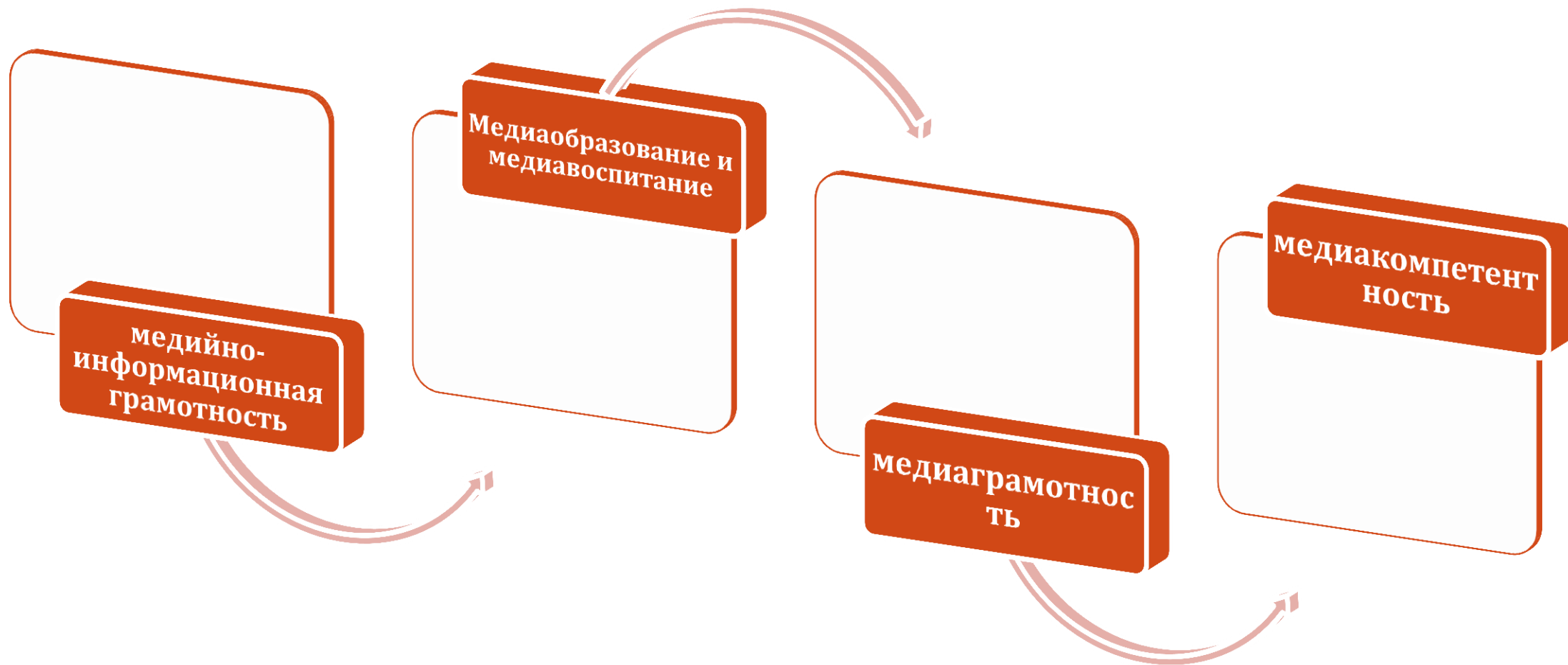


МЕДИАБЕЗОПАСНОСТЬ

Обеспечение государством, обществом, социальной группой, личностью –

- защищенных и оптимальных медийных ресурсов и потоков для поддержания жизнедеятельности, устойчивого функционирования и развития
- противостояние негативному воздействию на индивидуальное и общественное сознание и психику, а также на источники информации





МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТЬ

медиаграмотность = медиакомпетентность?

совокупность мотивов, знаний, умений, способностей *личности*

(показатели: мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный/оценочный, практико-операционный/деятельностный, креативный),

способствующих:

- выбору,
- использованию,
- критическому анализу,
- оценке, созданию и передаче медиатекстов

в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме

[Федоров А.В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям//Иновации в образовании. 2007 №10. С.75-108.]



ПОКАЗАТЕЛИ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ

- **мотивационный** (мотивы контакта с медиатекстами: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические и др.)
- **контактный** (частота общения/контакта с произведениями медиакультуры – медиатекстами)
- **информационный** (знания терминологии, теории и истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации)
- **перцептивный** (способности к восприятию медиатекстов)
- **интерпретационный/оценочный** (умения интерпретировать, анализировать медиатексты на основе определенного уровня медиавосприятия, критическая автономия)
- **практико-операционный/деятельностный** (умения создавать/ распространять собственные медиатексты)
- **креативный** (наличие творческого начала в различных аспектах деятельности – перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др., связанной с медиа)

[Федоров А.В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям//Иновации в образовании. 2007 №10. С.75-108.]



МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТЬ

медиакомпетентность (нем. – medienkompetenz, англ. – media competence) – способность к «квалифицированному, самостоятельному, творческому и социальноответственному действию по отношению к медиа

медиакомпетентность/медиаграмотность (media competence/media literacy) – способность использовать, анализировать, оценивать и передавать сообщения (messages) в различных формах



МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТЬ

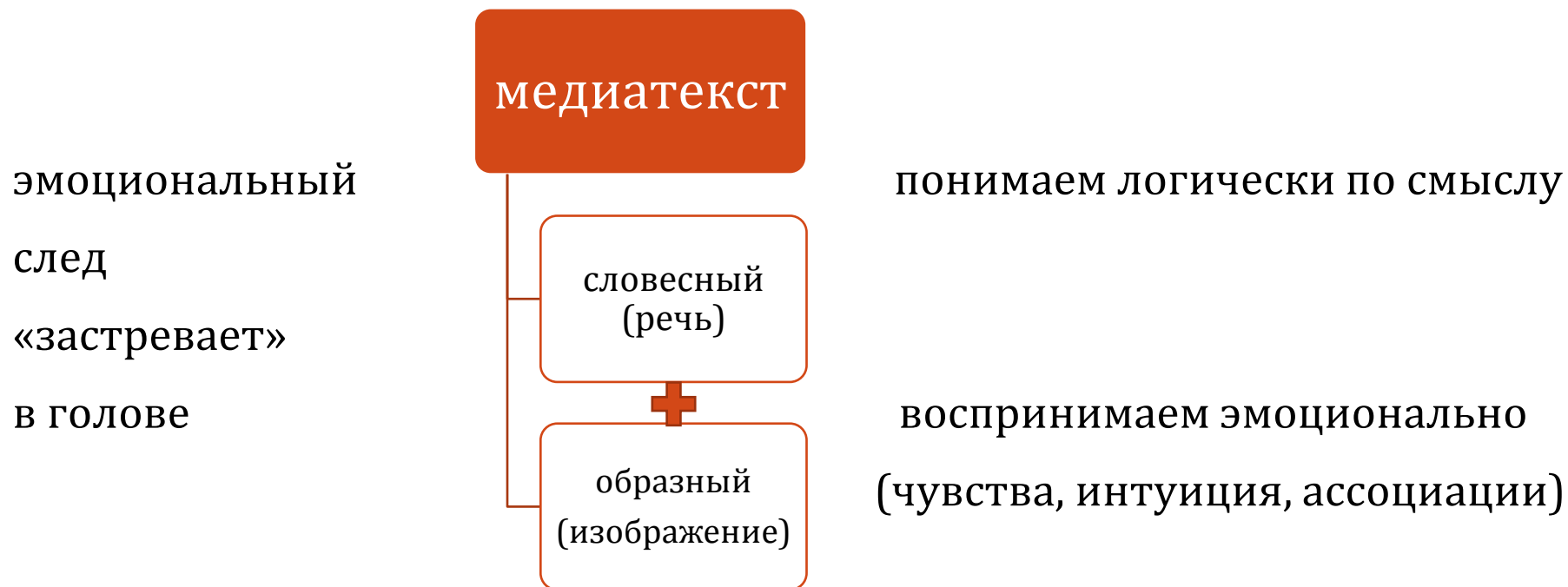
Умения, необходимые для медиакомпетентности личности:

- 1) «способность и готовность сделать усилие, чтобы воспринимать, понять содержание медиатекста и отфильтровывать «шум»;
- 2) понимание и уважение силы влияния медиатекстов (понимание воздействия медиа на личность и общество);
- 3) способность различать эмоциональную и аргументированную реакцию при восприятии, чтобы действовать соответственно;
- 4) развитие компетентного предположения о содержании медиатекста;
- 5) знание условностей жанров и способность определять их синтез (развитие умений анализировать и обсуждать медиатексты);
- 6) способность размышлять о медиатекстах критически, независимо от того, насколько влиятельны их источники (способность критического мышления, которая дает возможность аудитории развить независимые суждения о содержании медиа);
- 7) знание специфики языка различных медиа и способность понимать их воздействия, независимо от сложности медиатекстов»



МЕДИАТЕКСТ

Медиа́текст – сообщение, изложенное в любом виде и жанре медиа (неразрывно связано с СМИ): газетная статья, радиопередача, телепередача, видеоклип, фильм, веб-сайт и т.п.



ЧЕГО МЫ ЖДЁМ ОТ МЕДИАТЕКСТА

- систематизация знаний (систематизация и анализ хаотичной информации и подача ее в понятной форме)
- ответственность
- правдивость (источники информации должны быть указаны точно, чтобы граждане могли судить о релевантности, надежности и возможной тенденциозности информации)
- адекватность и актуальность информации
- общественный интерес
- независимость (без предвзятости)
- существование каналов для взаимодействия с общественностью (обратная связь)
- доступность информации
- сохранение баланса неприкосновенности частной жизни и права на информацию



МЕДИАТЕКСТ

Медиа́тeкст



эмоциональный след, впечатление



использование СМИ для навязывания мнения



необходимость критического анализа



МЕДИАТЕКСТ

по форме создания

- устный
- письменный

по каналу распространения

- печатный (газеты, журналы, книги, плакаты)
- радиовещательный
- телевизионный
- Интернет

по жанру

- информационный
- аналитический
- художественно-публицистический
- рекламный



Виды медиатекста по форме создания

- Устный медиатекст



- Письменный медиатекст



Медиатекст по каналу распространения

- Печатный
- Радиовещательный
- Телевизионный
- Интернет



МЕДИАТЕКСТ

по жанру

- **информационный** (краткое сообщение с отсутствием авторской оценки)

НОВОСТИ

- **аналитический** (сообщение большего объема с авторским отношением к рассматриваемому вопросу)

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ПЕРЕДАЧА «ОДНАКО»

- **художественно-публицистический** (сообщение с использованием образных средств)

ТВОРЧЕСКАЯ БИОГРАФИЯ ПИСАТЕЛЯ, АКТЁРА и т.п.

- **рекламный** (сообщение, направленное на продвижение какого-либо товара и получение прибыли)

РЕКЛАМА ЗУБНОЙ ПАСТЫ и т.п.



МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ

Метод «тематического поиска»

самостоятельный поиск информации по определенной теме, тематика запросов связана с медийной и информационной грамотностью в современном обществе

Стадии поиска:

- постановка вопроса;
- определение связанных с ним мнений и представлений: объяснение фактов и принципов, связанных с данным вопросом;
- поиск, организация и анализ данных;
- интерпретация данных и решение задачи;
- действие и переосмысление последствий действий и результатов каждого этапа

пример: изучение кибербуллинга



МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ

Метод проблемно-ориентированного обучения

система, развивающая у обучающихся одновременно междисциплинарные знания и навыки, с одной стороны, и способности к критическому мышлению и решению проблем, с другой. Учащиеся сами определяют цели обучения, формулируют запросы и методы поиска информации и анализируют получаемые результаты.

пример: разработка эффективной кампании социальной рекламы для определенной аудитории



МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ

Метод научного изыскания

исследование окружающего мира и предложение своих объяснений на основе полученных данных.

«исследовательский цикл»

- проведение наблюдений;
- постановка вопросов;
- установление уже известных фактов;
- планирование исследований;
- анализ имеющихся знаний в свете экспериментально полученных данных;
- использование инструментов для сбора, анализа и интерпретации данных;
- разработка объяснений;
- сообщение результатов.

пример: изучение последствий отображения жестокости в медиа или изучение роли онлайн сообществ



МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ

Метод кооперативного обучения

обучающиеся работают вместе (в паре, группе) для достижения общих целей, направленных на развитие концептуального понимания и мышления более высокого уровня, развитие навыков межличностного общения, формирование более позитивного отношения к школе и к собственной личности.

- реализация проекта,
- метод разделения учебного материала на фрагменты и распределения между обучаемыми, обучение на основе постановки вопросов и совместного поиска ответов в ходе дискуссии,
- взаимное обучение (каждый из учеников на некоторое время становится учителем)
- ...

пример: обмен идеями и возможность получать знания друг от друга в пространстве ВИКИ по определённой медиатеме



МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ

Метод анализа текста

семиотический анализ, в результате которого идентифицируются коды и символы различных медийных жанров.

- изучение способов использования языковых кодов и условных обозначений для создания посланий, апеллирующих к чувствам определенных аудиторий;
- определение «технических», «символьных» и «повествовательных» (сюжетных) кодов любого медиа текста – анализ аудитории, цели, автора, технических/текстовых особенностей и контекста

пример: обучаемых можно попросить выбрать отрывок из заинтересовавшего их медиатекста (это может быть репортаж о последних событиях, видео из YouTube или видеоклип из онлайн-новостей)

Метод контекстного анализа

изучение систем классификации фильмов, телевизионных игр и видеоигр и т.п.



МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ

Метод трансляции

передача на расстояние речи, музыки, изображения средствами радио или телевидения (медиа)

примеры:

- взять газетную статью о происшествии и преобразовать ее в подкаст новостного радиорепортажа
- после просмотра небольшого отрывка из детского фильма, работая в небольших группах, написать сценарий, соответствующий просмотренной сцене, определив раскадровку, угол съемки и монтажные переходы
- сбор визуальных материалов о жизни человека и на их основе разработка плана съемки короткого документального фильма об этом человеке

Метод имитации

изображение членов съемочной группы документального фильма, работающей над телевизионной передачей для молодежи, радиожурналистов, или журналистов Интернет-изданий, берущих интервью для подкаста у преподавателя медиа, или учеников, создающих рекламный видеоролик о жизни своей школы



МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ

Метод создания информационного и медиа продукта

создание медиа текстов (аудио-, видео- и печатных текстов) – более глубокое обучение на практике, изучение и погружение

пример: создание одноминутного репортажа на любую актуальную тематику – производство медийного и информационного контента позволяет изучить процесс творчества и самовыражения, излагая свои идеи и взгляды



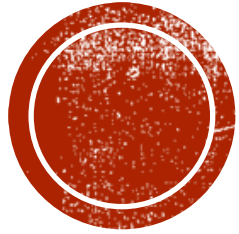
«Средство коммуникации есть сообщение, поскольку уже сам вид средства передачи информации влияет на наше восприятие».

Маршалл Маклюэн, специалист по вопросам медиа

Как выбор медиа влияет на получаемую нами информацию? Как это влияет на идею, передаваемую конкретным видом медиа?

- Каково предназначение этого медиа текста/текста?
- Как он был создан?
- Кто его создал?
- Для какой аудитории он был создан? Откуда вы это знаете?
- В чем его основной смысл?
- Кому он полезен и какую пользу он принес?
- Каковы мои информационные потребности?
- Как я определяю эти потребности?
- Существует ли интересующая меня информация в той форме, которая меня устраивает? Если нет, что я могу предпринять?
- Что нужно сделать, чтобы понять, организовать и оценить найденную информацию?
- Что нужно сделать, чтобы представить эту информацию в удобном для использования формате?
- Что нужно сделать для обеспечения сохранности информации, ее многократного использования, записи и архивирования?





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

РИБЦ Информационный центр ГАУ ДПО ЯО ИРО

(4852)23-09-57

каб. 303

baranova@iro.yar.ru