



Библиотека  
им. В. Г. Беллинского

# МЕДИАГРАМОТНОСТЬ: СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ



# ЛИЦА МЕДИА



**Маршалл Маклюэн**  
(1911-1980 гг.)

*«Медиа – это средство передачи смыслов, которое может существовать в различной форме (речь, книга, музыка, кино, реклама, телевидение и прочее)»*

канадский филолог и культуролог,  
теоретик средств массовой коммуникации,  
исследователь массовой культуры и медиа

# ЛИЦА МЕДИА



**Жилавская И.В.**  
**(1955-2021гг.)**

Ирина Владимировна Жилавская -  
кандидат филологических наук,  
выдающийся учёный, медиапедагог,  
журналист, общественный деятель

# ФУНКЦИИ МЕДИА

- **информационная** – сбор и распространение информации
- **коммуникативная** – передача и обмен информацией
- **идеологическая** – социализация личности и освоению опыта, знаний, норм и традиций
- **развлекательная** – разрядка и физический и психологический отдых



# ФУНКЦИИ МЕДИА



- **креативная** – помогает раскрыть творческий потенциал, адаптирует человека к окружающей среде
- **интеграционная** – объединяет людей, помогает взаимопониманию разных культур и традиций
- **посредническая** – устанавливает контакты
- **управленческая** – посредник между социумом и властью

# ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

ДОСЯГАЕМОСТЬ

ДОСТУПНОСТЬ

МОБИЛЬНОСТЬ

ГИБКОСТЬ

ПРОСТОТА



# МЕДИА

## ТРАДИЦИОННЫЕ

средства коммуникации,  
сформированные  
в традиционной аналоговой культуре –  
книга, газета, журнал

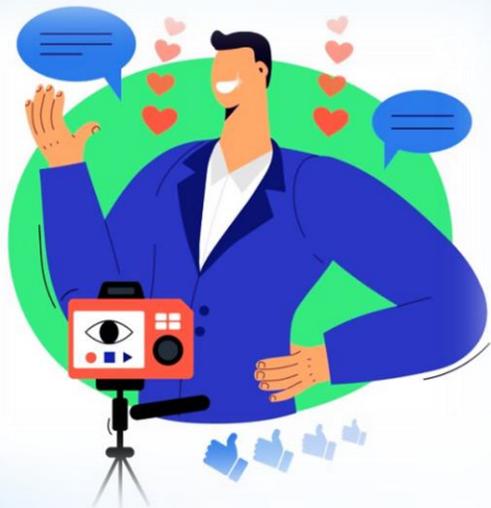


## НОВЫЕ

возникли в период  
всеобщей цифровизации  
и виртуализации – сетевые издания,  
блоги, аккаунты, компьютерные игры и  
Т.Д.



# МЕДИА



## НЕВЕРБАЛЬНЫЕ

для передачи информации  
используют визуальные образы,  
акустические системы

## ВЕРБАЛЬНЫЕ

содержат устный  
или письменный текст



# МЕДИАСРЕДА



это сфера, которая через посредничество массовых коммуникаций связывает человека с окружающим миром.

Информирует, развлекает, пропагандирует те или иные нравственно-эстетические ценности, оказывает идеологическое, экономическое или организационное воздействие на оценки, мнения и поведение людей

# ВОЗДЕЙСТВИЕ НА АУДИТОРИЮ

## МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ПРИЁМЫ

- громкие и интригующие заголовки
- громкие, эмоционально окрашенные выражения
- (неподтверждённые слухи)
- комментарии от лица кумира аудитории
- ссылки на мнимых экспертов



# ГЕЙМИФИКАЦИЯ

внедрение игровых форм  
в неигровой контекст: работу, учебу  
и повседневную жизнь



использование игровых элементов  
и механик в любом неигровом  
контексте: в бизнесе, быту,  
образовании и т. д.

# МОТИВАЦИЯ В ГЕЙМИФИКАЦИИ

- ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ
- СОРЕВНОВАНИЕ
- ДОСТИЖЕНИЕ
- ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ



# ФОРМЫ МЕДИААКТИВНОСТИ



- ✓ поиск
- ✓ получение
- ✓ потребление
- ✓ передача
- ✓ производство
- ✓ распространение

**И  
Н  
Ф  
О  
Р  
М  
А  
Ц  
И  
И**







# ТИПЫ ПОВЕДЕНИЯ В СОЦСЕТЯХ



- плагиаторы — незаконно используют чужой контент
- спамеры — распространители спама
- демагоги — с помощью социальных уловок приемов вводят в заблуждение с корыстной, целью

# МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ

Совокупность установок, знаний, умений и навыков, которые позволяют человеку определять, когда и какая информация требуется, где и как её можно получить, как следует ее оценивать, систематизировать и использовать в соответствии с правовыми и этическими нормами

# МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ



Умение работать с любыми источниками информации (устными, письменными цифровыми), любыми типами информационных ресурсов

# МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ

Это опосредованная система психических, физических и социальных действий индивида или сообщества, сложившаяся в результате их взаимодействия с медиасредой, направленная на самореализацию личности и удовлетворение ее информационных и коммуникативных потребностей

# МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ

Широкий кругозор



П  
Р  
Е  
Д  
П  
О  
Л  
А  
Г  
А  
Е  
Т

Критическое отношение  
к следующим вопросам:

- ✓ Что я делаю?
- ✓ Для чего я это делаю?
- ✓ Посредством чего я это делаю?

# МЕДИАКОНТЕНТ

- работа с потенциальными пользователями
- продвижение и реклама
- обучение и консультации
- сохранение: сведений о памятных событиях и людях, научных знаний, культурных, нравственных и др. ценностей



# ЯЗЫК И СТИЛЬ МЕДИАТЕКСТОВ



- следование языковой норме, общей грамотности
- соотношение литературной и разговорной лексики
- использование профессиональной лексики
- употребление неологизмов; англицизмов
- употребление штампов и канцеляризмов
- выразительность стиля

## МЕДИАТЕКСТ ДОЛЖЕН БЫТЬ:

- Актуальным
- Достоверным
- Объективным
- Иметь документальную  
подтвержденность
- Показывать динамику  
и срез общественного мнения



# ОСНОВНЫЕ СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА КОНТЕНТА

- ✓ **сбалансированность**  
(информация с разных точек зрения)
- ✓ **ссылка на источник информации**

- ✓ **полнота, точность**  
передачи информации
- ✓ **отделение фактов**  
от мнений комментариев

# НАВЫКИ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ

- П** Знать структуру медиа, какой истинный смысл  
**О** скрыт в том или ином медиа контенте  
**И** подвергать критическому осмыслению  
**Н** сообщения медиа  
**И** Четко представлять политические,  
**М** коммерческие и другие цели медиа  
**А** Уметь определять ценность источников  
**Т** Какова целевая аудиторию, и как она  
**ь** расположена к представленной информации



# НАВЫКИ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ

- П** Разницу между вымыслом и фактом,
- О** Как различать различные виды
- Н** медиаконтента
- И** Что содержание медиа зависит
- М** от автора и заказчика контента
- А** И анализировать, контролировать
- Т** информацию
- Ь** И знать как работают медиа



# ПРОСТЫЕ ПРАВИЛА ПРОВЕРКИ ИНФОРМАЦИИ

- ✓ найти первоисточник
- ✓ зарегистрированное СМИ надежнее, чем социальные медиа
- ✓ СМИ, которому вы привыкли доверять, надежнее, чем что-то новое
- ✓ даже надежное СМИ не дает окончательную гарантию качества



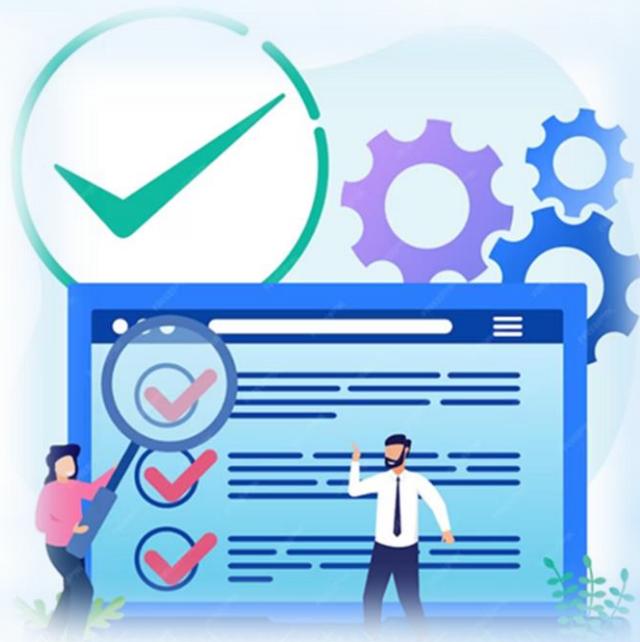
# РАСШИРЕННАЯ ПРОВЕРКА



- Соответствие места и времени с действием
- Когда появилась информация, когда была загружена в сеть. **Когда был создан сайт**
- Кто автор медиатекста, как давно и серьезно занимается этой тематикой
- Почему материал появился именно сейчас
- Какие эмоции вызвал этот текст и какие ожидались

# ГЛАВНЫЕ КРИТЕРИИ НАДЕЖНОСТИ ИСТОЧНИКА

- РЕПУТАЦИЯ
- НЕЗАВИСИМОСТЬ
- ПРОФЕССИОНАЛИЗМ



# ТИПОЛОГИЯ ИСТОЧНИКА НА ДОСТОВЕРНОСТЬ

- ГОСУДАРСТВЕННЫЕ САЙТЫ

- САЙТЫ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ

- САЙТЫ НОВОСТНЫХ АГЕНТСТВ, СМИ С ХОРОШЕЙ РЕПУТАЦИЕЙ

# ТИПОЛОГИЯ ИСТОЧНИКА НА ДОСТОВЕРНОСТЬ

▫ **ТЕМАТИЧЕСКИЕ ЭЛ. РЕСУРСЫ/САЙТЫ**  
ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ И ЛЮБИТЕЛЕЙ

▫ КОММЕРЧЕСКИЕ САЙТЫ

▫ «ЖЕЛТЫЕ» САЙТЫ

▫ САЙТЫ С НЕИЗВЕСТНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ



# АЛГОРИТМ ПРОВЕРКИ ИНФОРМАЦИИ НА ОСНОВЕ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ

- ✓ Смотрим на разные источники и сравниваем их
- ✓ Выбираем источники, которые не связаны друг с другом (наука, СМИ, диссертации и другие)
- ✓ Анализируем на разные мнения
- ✓ Выделяем суть и ключевые моменты, затем сравниваем их же с другими материалами

# ПРОВЕРЯЕМ ДОСТОВЕРНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ

*Тексты законов, постановлений, указов и других нормативных актов федерального и регионального уровня ...*



**КонсультантПлюс**  
надежная правовая поддержка

ТЕХЭКСПЕРТ

Версия 6.4.2.74

**Профессиональные  
справочные  
системы**

Идет загрузка ...



**ГАРАНТ®**

ИНФОРМАЦИОННО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

# ОБЛАДАТЬ НАВЫКАМИ ИНФОРМАЦИОННО-МЕДИЙНОЙ ГРАМОТНОСТИ

- Получать объективную информацию о развитии окружающего мира
- Понимать медиа, а также формы и способы представления в них информации
- Обучаться на протяжении всей своей жизни



# ОБЛАДАТЬ НАВЫКАМИ ИНФОРМАЦИОННО-МЕДИЙНОЙ ГРАМОТНОСТИ



- Самостоятельно создавать информацию
- Критически мыслить
- Безопасно для себя и других пользователей использовать медиа
- Применять медиа для творчества и самовыражения
- Активно участвовать в жизни общества и мировой информационной сети

# ЦИФРОВОЙ ЭТИКЕТ

## ОБЩЕНИЕ ПО ТЕЛЕФОНУ



- ✓ при общении с незнакомым деловым партнером старайтесь подстроиться под его темп речи
- ✓ если не срочный вызов, решайте вопрос в мессенджере, в почте
- ✓ неожиданный вызов воспринимается, как вторжение в личное пространство
- ✓ не используйте фразы «тревожу вас», «беспокою вас»

# ЦИФРОВОЙ ЭТИКЕТ

## ОБЩЕНИЕ ПО ТЕЛЕФОНУ

- ✓ продолжительность времени телефонного разговора не более пяти минут
- ✓ не звоните до начала и после рабочего дня, и в выходные дни ( в крайнем случае напишите СМС)
- ✓ не жуйте и не пейте во время беседы по телефону



# ЦИФРОВОЙ ЭТИКЕТ

## ОБЩЕНИЕ ПО ТЕЛЕФОНУ

- ✓ не ждите и не требуйте сиюминутного ответа
- ✓ приказной тон неуместен («Когда сможете ответить?», «Жду ответа» и т.д.)
- ✓ избегайте фраз повелительного наклонения «Смотрите», «Слушайте!»  
«Как вы знаете..», «Как вы должны знать..»
- ✓ фраза «Я вас услышал» звучит как грубая насмешка



# ЦИФРОВОЙ ЭТИКЕТ

- не участвуйте в массовой рассылке картинок, открыток, видео и т.д.



- перед отправкой сообщения проверьте грамотность сообщения (на предмет «автозамены»)
- в групповые чаты отправляйте информацию, которая будет интересна большинству участников чата

# ЦИФРОВОЙ ЭТИКЕТ

## ПРЕДЕЛЬНО КОРРЕКТНО КАСАТЬСЯ ТЕМ

- НАЦИОНАЛЬНОСТИ
- РЕЛИГИИ
- ФАШИЗМА И ТЕРРОРИЗМА



# ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

1. О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию : Федер. закон от 29 дек. 2010 г. N 436-ФЗ : (ред. от 28.04.2023) // ГАРАНТ.RU : информ.-правовой портал. - Москва, 1990-2024. - URL:  
<https://base.garant.ru/12181695/?ysclid=ls1sd5l6qf992308399> (дата обращения: 31.01.2024).
2. Об информации, информационных технологиях и о защите информации : Федер. закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ : (ред. от 12.12.2023) // ГАРАНТ.RU : информ.-правовой портал. - Москва, 1990-2024. - URL:  
<https://base.garant.ru/12148555/?ysclid=ls1sfgt0bg819904559> (дата обращения: 31.01.2024).
3. О персональных данных : Федер. закон от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ : (ред. от 06.02.2023) // ГАРАНТ.RU : информ.-правовой портал. - Москва, 1990-2024. - URL:  
<https://base.garant.ru/12148567/> (дата обращения: 31.01.2024).

# ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

4. О противодействии экстремистской деятельности : Федер. закон от 25 июля 2002 г. N 114-ФЗ : (ред. от 28.12.2022) // ГАРАНТ.RU : информ.-правовой портал. - Москва, 1990-2024. - URL: <https://base.garant.ru/12127578/?ysclid=ls1sh7pbyi248577658> (дата обращения: 31.01.2024).
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18 дек. 2006 г. N 230-ФЗ : (ред. от 13.06.2023, с изм. от 14.12.2023) // КонсультантПлюс : [сайт]. - Москва, 2007-2024. - URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64629/?ysclid=ls1sihgsex240047588](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/?ysclid=ls1sihgsex240047588) (дата обращения: 31.01.2024).
6. Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по библиотечно-информационной деятельности" : приказ М-ва труда и соц. защиты Рос. Федерации от 14 сент. 2022 г. N 527н // Собрание законодательства Российской Федерации. - 2013. - № 4. - Ст. 293 ; 2014. - № 39. - Ст. 5266. - URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202210140007> (дата обращения: 31.01.2024).

# О ЗАЩИТЕ ДЕТЕЙ ОТ ИНФОРМАЦИИ, ПРИЧИНЯЮЩЕЙ ВРЕД ИХ ЗДОРОВЬЮ И РАЗВИТИЮ

Федеральный закон от 29.12.2010 №436-ФЗ (ред. от 28.04.2023)

## ЗАПРЕЩЕННАЯ ДЛЯ ДЕТЕЙ ИНФОРМАЦИЯ

- призывающая к совершению противоправных действий
- побуждающая детей к совершению действий, представляющих угрозу их жизни
- вызывающая желание употребить наркотические средства, нецензурную брань

# О ПРОТИВОДЕЙСТВИИ ЭКСТРЕМИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Федеральный закон от 25.07.2002 № 114 (ред. от 28.12.2022) (с изм. и доп.,  
вступ. В силу с 15.07.2023)

<https://base.garant.ru/12127578/?ysclid=ls1sh7pbyi24857765>

Законом определяются правовые организационные основы  
противодействия экстремистской деятельности, устанавливается  
ответственность за её осуществление

# ФЕДЕРАЛЬНЫЙ СПИСОК ЭКСТРЕМИСТСКИХ МАТЕРИАЛОВ

<https://minjust.gov.ru/ru/extremist-materials/>

Список формируется на основании поступающих в Минюст России копий вступивших в законную **силу решений судов о признании информационных материалов экстремистскими.**

Законодательством Российской Федерации установлена **ответственность за массовое распространение экстремистских материалов, включенных в опубликованный федеральный список**, а равно их производство либо хранение в целях массового распространения.

# ОБ ИНФОРМАЦИИ, ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ И О ЗАЩИТЕ ИНФОРМАЦИИ

Федеральный закон от 27.07.2008 № 149-ФЗ (ред. от 12.12.2023)

**Статья 1.** Сфера действия настоящего Федерального закона

1. Настоящий Федеральный закон регулирует отношения, возникающие при:

- 1) осуществлении права на поиск, получение, передачу, производство и распространение информации;
- 2) применении информационных технологий;
- 3) обеспечении защиты информации.

# ОБ ИНФОРМАЦИИ, ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ И О ЗАЩИТЕ ИНФОРМАЦИИ

Федеральный закон от 27.07.2008 № 149-ФЗ (ред. 12.12.2023)

**Статья 1.** Сфера действия настоящего Федерального закона

1. Настоящий Федеральный закон регулирует отношения, возникающие при:

- 1) осуществлении права на поиск, получение, передачу, производство и распространение информации;
- 2) применении информационных технологий;
- 3) обеспечении защиты информации.

# О ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ (ред. от 06.02.2023)

«Операторы и иные лица, получившие доступ к персональным данным, обязаны не раскрывать третьим лицам и не распространять персональные данные без согласия субъекта персональных данных, если иное не предусмотрено федеральным законом.»

# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ СПЕЦИАЛИСТ ПО БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(Утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 14 сентября 2022 г. N 527н)

## ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ

- ✓ приобщение современного пользователя к ресурсам библиотеки посредством социальных сетей
- ✓ активное взаимодействие с ними с целью вовлечения в совместную деятельность
- ✓ упаковка информации с учетом особенностей современного пользователя

# ВЫПОЛНИТЬ ЗАДАНИЕ



Составить список нормативных документов по теме «Информация, информационные технологии и защита информации» (документы представленные в презентации не включать).

Список в количестве от 3 до 5 источников с указанием активных ссылок.



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !**

**Отдел электронных ресурсов  
СОУНБ им. В.Г. Белинского**

**[z\\_inf@uraic.ru](mailto:z_inf@uraic.ru)**

**тел. +7 (343) 304-60-15, доб. 320**