

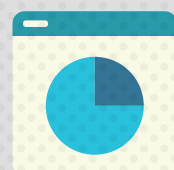
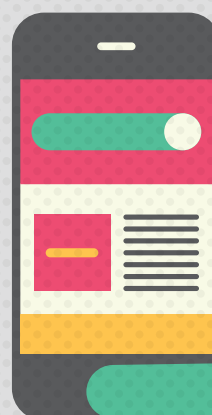


unesco

МЕДИЙНО
И ИНФОРМАЦИОННО
ГРАМОТНЫЕ ГРАЖДАНЕ

МЫСЛИТЕ
КРИТИЧЕСКИ,
КЛИКАЙТЕ
С УМОМ!

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ЮНЕСКО
ПО МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ
ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ПЕДАГОГОВ
И УЧАЩИХСЯ



Опубликовано в 2021 году Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры
Пляс де Фонтенуа 7, Париж 07 SP, Франция 75352

© ЮНЕСКО 2021



ISBN 978-5-6046449-5-9

Данная публикация предлагается в открытом доступе под лицензией Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CCBY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Используя содержание данной публикации, пользователи соглашаются с правилами пользования Репозитория открытого доступа ЮНЕСКО (<http://en.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en>).

Использованные названия и представление материалов в данной публикации не являются выражением со стороны ЮНЕСКО какого-либо мнения относительно правового статуса какой-либо страны, территории, города или района или их соответствующих органов управления, равно как и линий разграничения или границ. Ответственность за взгляды и мнения, высказанные в данной публикации, несут авторы. Их точка зрения может не совпадать с официальной позицией ЮНЕСКО и не накладывает на Организацию никаких обязательств.

Авторы

Алтон Гриззл, Кэролайн Уилсон, Рамон Туазон, С.К. Чонг, Хесус Лау, Рэчел Фишер, Дороти Гордон, Кваме Акайеампонг, Ягтар Сингх, Поль Р. Карр, Кристин Стюарт, Сэми Тайе, Олунифеси Сурадж, Маарит Яккола, Джина Тезэ, Курмира Галстон

Под редакцией Алтона Гриззла, Кэролайн Уилсон, Дороти Гордон

Переводчик: Анастасия Паршакова

Редактор русского издания: Татьяна Мурована

Графический дизайн: ЮНЕСКО/Катарин Магридж

Обложка: ЮНЕСКО/Катарин Магридж

Опубликовано ЮНЕСКО

Русская версия: Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании, 2022

ПРЕДИСЛОВИЕ



Одрэ Азуле
Генеральный директор
ЮНЕСКО

«Мыслите критически, кликайте с умом! Медийно и информационно грамотные граждане»

ВТОРОЕ ИЗДАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ЮНЕСКО ПО МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ПЕДАГОГОВ И УЧАЩИХСЯ

Пандемия COVID-19 отчетливо показала, что доступ к надежной и основанной на фактах информации обуславливает качество жизненно важных решений и участие во всех областях деятельности общества. Он также является неотъемлемым элементом существования демократии и значимым условием нашей способности отвечать на все серьезные вызовы, будь то изменение климата, миграция, конфликты или бедность.

По сути, к доступу к надежной информации стоит относиться как к общественному благу, так же, как к воде, которую мы пьем, или к воздуху, которым дышим.

Пандемия сопровождалась взрывом дезинформации и слухов, в распространении которых особую роль сыграли социальные медиа. Многие деятели, в том числе и Генеральный секретарь ООН, назвали такую ситуацию «инфодемией». Однако эта инфодемия не должна была стать неожиданностью. Она явилась результатом значительных технологических изменений, произошедших в последние десятилетия и радикально повлиявших на то, как мы общаемся, взаимодействуем и получаем информацию. Почти семьдесят процентов молодых людей в мире сейчас имеют доступ к Интернету¹. Каждый день люди смотрят более миллиарда часов видео на YouTube², почти два миллиарда человек пользуются Facebook³, причем многие используют эти платформы в качестве основного источника новостей и информации о том, что происходит в мире.

¹ How Many Children and Young People Have Internet Access at Home? ITU, 2021. https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/UNICEF/How-many-children-and-young-people-have-internet-access-at-home-2020_v2final.pdf

² Daily Active Users on YouTube in 2021. Global Media Insight 2021. <https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/#:~:text=1%20billion%20hours%20of%20content,seconds%20on%20YouTube%20every%20day.>

³ Facebook — Statistics & Facts. Statista, 2022 <https://www.statista.com/topics/751/facebook/#dossierKeyfigures>

Неслучайно мы наблюдаем рекордное падение доверия к информации во всем мире. Особенно заметно это недоверие по отношению к информации, находящейся в Интернете, но тенденция распространяется и на традиционные СМИ, и на информацию, исходящую от правительств⁴.

Технические достижения предоставили новые впечатляющие возможности для обучения, обсуждения и самовыражения, но они требуют совершенно нового понимания того, что такое информация, как она появляется и как распространяется в онлайн- и офлайн-среде. Должны быть переосмыслены и другие связанные с этим проблемы — от понимания медиа и научных исследований, до этики и конфиденциальности данных, влияния алгоритмов и искусственного интеллекта.

Именно эти вопросы и охватывает медийная и информационная грамотность, которой посвящена новая учебная программа ЮНЕСКО. Программа была разработана в течение полутора лет после международных консультаций, которые я имела удовольствие открыть в Республике Сербия в сентябре 2019 года. Этот документ призван стать глобальной основой как для обучения ключевым навыкам XXI века, так и для деятельности ЮНЕСКО, направленной на сотрудничество с правительствами, медиа, гражданским обществом, онлайн-платформами с целью приоритизации медийной и информационной грамотности как одной из центральных тем глобальной повестки дня в области образования.

Перечисленные выше вызовы затрагивают всех нас, и каждая страна должна найти на них ответы путем выработки национальной и институциональной политики. Система образования каждой страны должна быть направлена на формирование критически мыслящих умов, умеющих ориентироваться в современных потоках информации, проверять ее источники, отличать факты от вымысла, не поддаваться ненавистнической риторике и, самое главное, принимать осознанные решения в отношении собственной жизни.

Однако мы также должны выходить за рамки формальных систем образования и разрабатывать новые инструменты, позволяющие охватывать людей всех возрастов в рамках образования на протяжении всей жизни, которое способно реагировать на постоянно меняющуюся информационную среду. Такие инструменты должны работать в тех самых местах, где расцветает дезинформация, включая социальные сети. Также они должны быть эффективными при работе с маргинализированными группами, существующими за пределами основных информационных экосистем.

Будущее демократических обществ и наша способность отвечать на разнообразные вызовы зависят от того, насколько каждый член общества умеет «думать критически и действовать осмысленно», то есть от повышения всеобщего уровня медийной и информационной грамотности.

⁴ Барометр доверия (Edelman Trust Barometer), 2021 (исследование 33 тыс. человек старше 18 лет из 28 стран): доверие к информации находится на рекордно низком уровне — только 35% доверяют тому, что видят в социальных сетях, 53% доверяют традиционным СМИ. Почти 60% респондентов уверены, что журналисты и правительства их стран намеренно пытаются ввести людей в заблуждение.

АННОТАЦИЯ

Можем ли мы улучшить общество, в котором живем, кликая с умом?

Поставщики информации, такие как библиотеки, архивы, музеи, медиа и компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, могут содействовать инклюзивному и устойчивому развитию. Однако они не всегда соответствуют этому идеалу, что создает определенные трудности для их пользователей. Поставщики информации всех типов располагают широким спектром возможностей для реализации непрерывного обучения, но, в то же время, оказываются связаны с такими проблемными явлениями, как распространение дезинформации и некорректной информации, пропаганда ненависти, нарушение неприкосновенности частной жизни и др.

Медийная и информационная грамотность представляет собой набор компетенций, которые помогают людям максимально использовать указанные преимущества и минимизировать возможный вред. Компетенции, составляющие МИГ, позволяют критически и эффективно взаимодействовать с разнообразным контентом, теми акторами и структурами, которые этот контент создают и распространяют, с цифровыми технологиями. Такие возможности необходимы всем людям, вне зависимости от их возраста или рода занятий.

Данная Учебная программа содержит структурированную модель компетенций в области медийной и информационной грамотности и учебные модули для преподавателей и учащихся, охватывающие широкий диапазон компетенций, которые необходимы для того, чтобы ориентироваться в современной коммуникационной экосистеме. В программе также показано, как медийная и информационная грамотность связана с рядом актуальных вопросов и проблем, таких как искусственный интеллект, образование в области цифрового гражданства, образование в интересах устойчивого развития, формирование культурной грамотности, экспоненциальный рост дезинформации и некорректной информации. Эффективное использование Программы может помочь каждому значительно повысить свой уровень медийной и информационной грамотности, а также стать преподавателем этого вида грамотности.

Около 60% населения планеты пользуются Интернетом, но всеохватная и последовательная работа по формированию медийной и информационной грамотности для всех до сих пор не ведется



Мысли о войне возникают в умах людей, поэтому в сознании людей следует укоренять идею защиты мира.

Устав ЮНЕСКО

Генеральная Ассамблея ООН обратилась ко всем государствам-членам и другим заинтересованным сторонам с призывом:

«...разрабатывать и осуществлять политику, планы действий и стратегии, способствующие повышению медийной и информационной грамотности, и – в зависимости от обстоятельств – повышать уровень осведомленности, укреплять потенциал для предотвращения распространения дезинформации и ложной информации и повышать устойчивость к ним».

Резолюция A/RES/75/267: Всемирная неделя медийной и информационной грамотности

СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

Предисловие	3
Аннотация	5
ЧАСТЬ 1.	
УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА И РАМКИ КОМПЕТЕНЦИЙ	19
ЧАСТЬ 2.	
МОДУЛИ	75
Введение: как использовать Учебную программу	76
Глоссарий	441
Благодарность	467

СОДЕРЖАНИЕ

ЧАСТЬ 1. УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА И РАМКИ КОМПЕТЕНЦИЙ	19
Введение	20
Медийная и информационная грамотность как комплексное понятие	27
Преимущества и необходимые условия МИГ	32
Основные темы Учебной программы по МИГ для педагогов и учащихся	34
Концептуальные рамки Учебной программы	38
Политика и стратегия	40
Понимание информации, медиа, цифровых коммуникаций для устойчивого развития, мира, демократического дискурса и социального участия	40
Анализ и оценка информации, медиа и цифровой коммуникации	43
Производство и использование контента как составляющие и условия МИГ	44
Ключевые компетенции преподавателей	45
Методики преподавания и изучения МИГ: использование Учебной программы	58
Приложение: Подборка ресурсов по МИГ и смежным темам	63
ЧАСТЬ 2. МОДУЛИ	75
Введение: как использовать Учебную программу	76
Целевая аудитория	76
Основные характеристики Учебной программы	77
Рекомендации по адаптации Учебной программы	78
Стратегии интеграции в образовательный процесс	80
МОДУЛЬ 1. УСТАНОВОЧНЫЙ МОДУЛЬ: ВВЕДЕНИЕ В МЕДИЙНУЮ И ИНФОРМАЦИОННУЮ ГРАМОТНОСТЬ И ДРУГИЕ КЛЮЧЕВЫЕ ПОНЯТИЯ	83
РАЗДЕЛ 1. ЗНАКОМСТВО С ПОНЯТИЕМ МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ	89
Основные темы	89
Цели обучения	89
Педагогические подходы и виды деятельности	92
Оценивание и рекомендации	96
РАЗДЕЛ 2. МИГ, ГРАЖДАНСКОЕ УЧАСТИЕ И ПРАВО НА ИНФОРМАЦИЮ	97
Основные темы:	97
Цели обучения	97
Педагогические подходы и виды деятельности	99
Педагогические подходы и виды деятельности	103
Оценивание и рекомендации	104
РАЗДЕЛ 3. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С МЕДИА И ДРУГИМИ ПОСТАВЩИКАМИ ИНФОРМАЦИИ – БИБЛИОТЕКАМИ, АРХИВАМИ И КОМПАНИЯМИ, ЗАНИМАЮЩИМИСЯ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЕЙ	105

Основные темы	105
Цели обучения	105
Педагогические подходы и виды деятельности	107
Оценивание и рекомендации	110
РАЗДЕЛ 4. МИГ, ЦИФРОВЫЕ НАВЫКИ, УЧАСТИЕ В КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	111
Основные темы	111
Цели обучения	111
Педагогические подходы и виды деятельности	113
Оценивание и рекомендации	117
Темы для дальнейшего изучения	117
РАЗДЕЛ 5. МИГ, ОБУЧЕНИЕ И ОБРАЗОВАНИЕ НА ПРОТЯЖЕНИИ ВСЕЙ ЖИЗНИ	117
Основные темы	117
Цели обучения	117
Педагогические подходы и виды деятельности	118
Оценивание и рекомендации	120
МОДУЛЬ 2. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ОБ ИНФОРМАЦИИ И ТЕХНОЛОГИЯХ	123
РАЗДЕЛ 1. ТЕХНОЛОГИИ, МЕДИА И ОБЩЕСТВО	127
Основные темы	127
Цели обучения	127
Педагогические подходы и виды деятельности	130
Оценивание и рекомендации	131
Темы для дальнейшего изучения	132
РАЗДЕЛ 2. СВОБОДА, ЭТИКА И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПЕРЕД ОБЩЕСТВОМ	132
Основные темы	132
Цели обучения	132
Педагогические подходы и виды деятельности	135
Оценивание и рекомендации	136
Темы для дальнейшего изучения	136
РАЗДЕЛ 3. ЧТО ДЕЛАЕТ НОВОСТЬ НОВОСТЬЮ: АНАЛИЗ КРИТЕРИЕВ	137
Основные темы	137
Цели обучения	137
Педагогические подходы и виды деятельности	138
Оценивание и рекомендации	141
Темы для дальнейшего изучения	141
РАЗДЕЛ 4. ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ НОВОСТЕЙ: ЗА ПРЕДЕЛАМИ ВОПРОСОВ «КТО, ЧТО, ГДЕ, КОГДА, ЗАЧЕМ И КАК»	141
Основные темы	141
Цели обучения	142
Педагогические подходы и виды деятельности	143
Оценивание и рекомендации	145
Темы для дальнейшего изучения	145

МОДУЛЬ 3. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦИКЛ, ОБРАБОТКА ЦИФРОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ	149
РАЗДЕЛ 1. КАК СОЗДАЕТСЯ УЧЕБНАЯ И НАУЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	155
Основные темы	155
Цели обучения	155
Педагогические подходы и виды деятельности	155
Оценивание и рекомендации	157
Темы для дальнейшего изучения	158
РАЗДЕЛ 2. ПОИСК: СТРАТЕГИИ АНАЛИЗА ИНФОРМАЦИИ	158
Основные темы	158
Цели обучения	158
Педагогические подходы и виды деятельности	159
Оценивание и рекомендации	163
Темы для дальнейшего изучения	163
РАЗДЕЛ 3. ОЦЕНИВАНИЕ УЧЕБНОЙ И НАУЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ	163
Основные темы	163
Цели обучения	164
Педагогические подходы и виды деятельности	164
Оценивание и рекомендации	167
Темы для дальнейшего изучения	167
РАЗДЕЛ 4. ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ: КОНЦЕПЦИИ И ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ	167
Основные темы	167
Цели обучения	168
Педагогические подходы и виды деятельности	169
Оценивание и рекомендации	171
РАЗДЕЛ 5. СРЕДА ОБУЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ	172
Основные темы	172
Цели обучения	172
Педагогические подходы и виды деятельности	172
Оценивание и рекомендации	175
Темы для дальнейшего изучения	175
РАЗДЕЛ 6. К ВОПРОСУ ОБ ОБРАБОТКЕ ЦИФРОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	176
Основные темы	176
Цели обучения	176
Педагогические подходы и виды деятельности	177
РАЗДЕЛ 7. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ И ПРИЗНАНИЕ АВТОРСТВА	179
Основные темы	179
Цели обучения	180
Оценивание и рекомендации	182
Темы для дальнейшего изучения	183

МОДУЛЬ 4. КОМПЕТЕНЦИИ МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ НЕКОРРЕКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ, ДЕЗИНФОРМАЦИИ И НЕНАВИСТНИЧЕСКИМ ВЫСКАЗЫВАНИЯМ: В ЗАЩИТУ УСТАНОВЛЕНИЯ ИСТИНЫ И МИРА	185
РАЗДЕЛ 1. ИСТИНА ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ	191
Основные темы	191
Цели обучения	191
Педагогические подходы и виды деятельности	191
Оценивание и рекомендации	194
Темы для дальнейшего изучения	194
РАЗДЕЛ 2. ПРОСТРАНСТВО НЕКОРРЕКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ И ДЕЗИНФОРМАЦИИ	194
Основные темы	194
Цели обучения	194
Педагогические подходы и виды деятельности	195
Оценивание и рекомендации	198
Темы для дальнейшего изучения	198
РАЗДЕЛ 3. МЕДИА И НЕКОРРЕКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	199
Основные темы	199
Цели обучения	199
Педагогические подходы и виды деятельности	199
Оценивание и рекомендации	201
Темы для дальнейшего изучения	201
РАЗДЕЛ 4. ВЛИЯНИЕ ЛОЖНОГО И ВВОДЯЩЕГО В ЗАБЛУЖДЕНИЕ КОНТЕНТА НА ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВО	201
Основные темы	201
Цели обучения	202
Педагогические подходы и виды деятельности	202
Оценивание и рекомендации	203
Темы для дальнейшего изучения	203
РАЗДЕЛ 5. МЕДИЙНАЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ И НЕКОРРЕКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	204
Основные темы	204
Цели обучения	204
Педагогические подходы и виды деятельности	204
Оценивание и рекомендации	205
Темы для дальнейшего изучения	205
МОДУЛЬ 5. АУДИТОРИЯ КАК ГРАЖДАНЕ	209
РАЗДЕЛ 1. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ГЛОБАЛЬНОЙ ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ	214
Основные темы	214
Цели обучения	214
Оценивание и рекомендации	219
РАЗДЕЛ 2. АУДИТОРИИ: НАЦИОНАЛЬНЫЙ И ОБЩЕМИРОВОЙ КОНТЕКСТ	219

Основные темы	219
Цели обучения	219
Педагогические подходы и виды деятельности	221
Оценивание и рекомендации	224
РАЗДЕЛ 3. МИГ, ЦИФРОВЫЕ МЕДИА И ГРАЖДАНСКОЕ УЧАСТИЕ	224
Основные темы	225
Цели обучения	225
Педагогические подходы и виды деятельности	227
Оценивание и рекомендации	228
РАЗДЕЛ 4. СОЗДАВАЕМАЯ И РАСПРОСТРАНЯЕМАЯ ГРАЖДАНАМИ ИНФОРМАЦИЯ И ГРАЖДАНСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА	228
Основные темы	228
Цели обучения	229
Педагогические подходы и виды деятельности	230
Оценивание и рекомендации	232
МОДУЛЬ 6. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ В МЕДИА И ИНФОРМАЦИИ: АКЦЕНТ НА ГЕНДЕРНОМ РАВЕНСТВЕ	235
РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ	239
Основные темы	240
Цели обучения	240
Педагогические подходы и виды деятельности	240
Оценивание и рекомендации	242
РАЗДЕЛ 2. ОСВЕЩЕНИЕ НОВОСТЕЙ И СИЛА ОБРАЗА	242
Основные темы	242
Цели обучения	242
Педагогические подходы и виды деятельности	243
Оценивание и рекомендации	248
РАЗДЕЛ 3. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ КОДЕКСЫ В ОБЛАСТИ РАЗНООБРАЗИЯ И РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ	249
Основные темы	249
Цели обучения	249
Педагогические подходы и виды деятельности	249
Оценивание и рекомендации	250
РАЗДЕЛ 4. ТЕЛЕВИДЕНИЕ, КИНЕМАТОГРАФ И ПЕЧАТНЫЕ ИЗДАНИЯ	251
Основные темы	251
Цели обучения	251
Педагогические подходы и виды деятельности	252
Оценивание и рекомендации	253
РАЗДЕЛ 5. РЕПРЕЗЕНТАЦИИ И МУЗЫКАЛЬНЫЕ ВИДЕОКЛИПЫ	254
Основные темы	254
Цели обучения	254
Педагогические подходы и виды деятельности	254
Оценивание и рекомендации	255

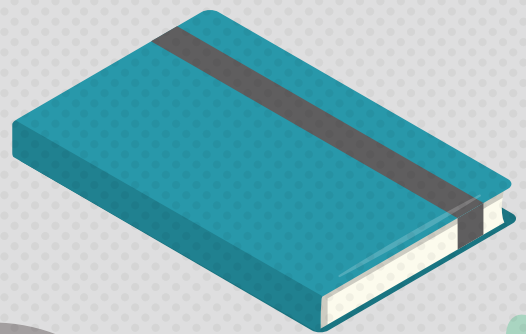
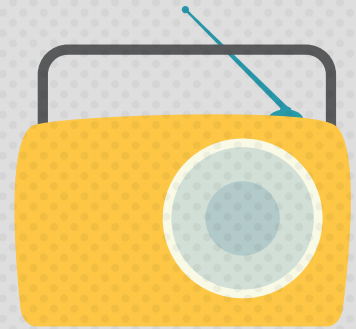
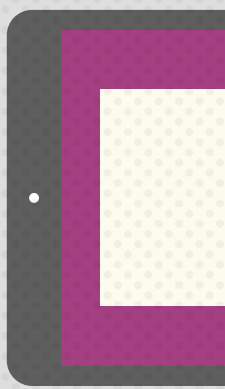
МОДУЛЬ 7. ВЛИЯНИЕ МЕДИА И ТЕХНОЛОГИЙ НА КОНТЕНТ	257
РАЗДЕЛ 1. ЧТЕНИЕ МЕДИЙНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕКСТОВ	262
Основные темы	262
Цели обучения	262
Педагогические подходы и виды деятельности	262
Оценивание и рекомендации	264
РАЗДЕЛ 2. СООБЩЕНИЕ И СРЕДСТВО ЕГО ПЕРЕДАЧИ: НОВОСТИ В ПЕЧАТНЫХ И ВЕЩАТЕЛЬНЫХ СМИ	265
Основные темы	265
Цели обучения	265
Педагогические подходы и виды деятельности	265
Оценивание и рекомендации	266
РАЗДЕЛ 3. ЖАНРЫ В КИНЕМАТОГРАФЕ И СТОРИТЕЛЛИНГ	266
Основные темы	266
Цели обучения	267
Педагогические подходы и виды деятельности	267
Оценивание и рекомендации	268
РАЗДЕЛ 4. КОММУНИКАЦИЯ НА ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМАХ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА	268
Основные темы	268
Цели обучения	268
Педагогические подходы и виды деятельности	269
Оценивание и рекомендации	271
МОДУЛЬ 8. КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ, ЗАЩИТА ДАННЫХ И ЧЕЛОВЕК	275
РАЗДЕЛ 1. ПОНИМАНИЕ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ В МИГ	281
Основные темы	281
Цели обучения	281
Уровень компетенций, необходимых для данного раздела	281
Педагогические подходы и виды деятельности	283
Оценивание и рекомендации	286
РАЗДЕЛ 2. КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ, ДАННЫЕ И РАЗВИТИЕ	286
Основные темы	286
Цели обучения	287
Педагогические подходы и виды деятельности	290
Оценивание и рекомендации	292
РАЗДЕЛ 3. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА РАЗЛИЧНЫХ СТОРОН ПО ЗАЩИТЕ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ И ДАННЫХ	293
Основные темы	293
Цели обучения	293
Уровень компетенций, необходимых для данного раздела	293
Педагогические подходы и виды деятельности	294
Оценивание и рекомендации	297

МОДУЛЬ 9. ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ ИНТЕРНЕТА	299
РАЗДЕЛ 1. МОЛОДЕЖЬ В ВИРТУАЛЬНОМ МИРЕ	304
Основные темы	304
Цели обучения	304
Педагогические подходы и виды деятельности	304
Оценивание и рекомендации	306
РАЗДЕЛ 2. ВЫЗОВЫ И РИСКИ ВИРТУАЛЬНОГО МИРА	307
Основные темы	307
Цели обучения	307
Педагогические подходы и виды деятельности	307
Оценивание и рекомендации	316
РАЗДЕЛ 3. ОБУЧЕНИЕ, ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И СОЦИАЛЬНОЕ УЧАСТИЕ В ОНЛАЙН-СРЕДЕ	317
Основные темы	317
Цели обучения	317
Педагогические подходы и виды деятельности	317
Оценивание и рекомендации	321
РАЗДЕЛ 4. МЕДИЙНО И ИНФОРМАЦИОННО ГРАМОТНЫЙ ПОДХОД К ЦИФРОВЫМ СЛЕДАМ: К ВОПРОСУ ОБ УПРАВЛЕНИИ ПРИСУТСТВИЕМ В ОНЛАЙН-СРЕДЕ	322
Основные темы	322
Цели обучения	322
Педагогические подходы и виды деятельности	324
Оценивание и рекомендации	325
МОДУЛЬ 10. РЕКЛАМА И МЕДИЙНАЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ	329
РАЗДЕЛ 1. РЕКЛАМА, ПРИБЫЛЬ И НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ	334
Основные темы	334
Цели обучения	334
Педагогические подходы и виды деятельности	335
Оценивание и рекомендации	338
РАЗДЕЛ 2. ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА НА ПОЛИТИЧЕСКОЙ АРЕНЕ	338
Основные темы	338
Цели обучения	339
Уровень компетенций, необходимых для данного раздела	339
Педагогические подходы и виды деятельности	340
Оценивание и рекомендации	342
РАЗДЕЛ 3. СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА	343
Основные темы	343
Цели обучения	343
Педагогические подходы и виды деятельности	343
РАЗДЕЛ 4. РЕКЛАМА: ТВОРЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС	345
Основные темы	345

Цели обучения	345
Педагогические подходы и виды деятельности	346
Оценивание и рекомендации	348
РАЗДЕЛ 5. ТРАНСНАЦИОНАЛЬНАЯ РЕКЛАМА И «СУПЕРБРЕНДЫ»	348
Основные темы	348
Цели обучения	348
Педагогические подходы и виды деятельности	349
Оценивание и рекомендации	350
МОДУЛЬ 11. ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ, СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА И КОМПЕТЕНЦИИ МИГ	353
РАЗДЕЛ 1. ПОНИМАНИЕ ОСНОВ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА	359
Основные темы	359
Цели обучения	359
Педагогические подходы и виды деятельности	359
РАЗДЕЛ 2. КОМПЕТЕНЦИИ МИГ В ЭПОХУ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА	362
Основные темы	362
Цели обучения	362
Уровень компетенций, необходимых для данного раздела	362
Педагогические подходы и виды деятельности	367
РАЗДЕЛ 3. РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕАЛИЗАЦИИ ЛИЧНЫХ И ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРАВ И ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ	371
Основные темы	371
Цели обучения	372
Педагогические подходы и виды деятельности	372
Оценивание и рекомендации	373
Оценивание и рекомендации	375
РАЗДЕЛ 4. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В ИНТЕРЕСАХ РАЗВИТИЯ	376
Основные темы	376
Цели обучения	376
Уровень компетенций, необходимых для данного раздела	377
Педагогические подходы и виды деятельности	377
Оценивание и рекомендации	381
МОДУЛЬ 12. ЦИФРОВЫЕ МЕДИА, ИГРЫ И ТРАДИЦИОННЫЕ МЕДИА	385
РАЗДЕЛ 1. ОТ ТРАДИЦИОННЫХ СМИ К ТЕХНОЛОГИЯМ ЦИФРОВЫХ МЕДИА	390
Основные темы	390
Цели обучения	390
Педагогические подходы и виды деятельности	390

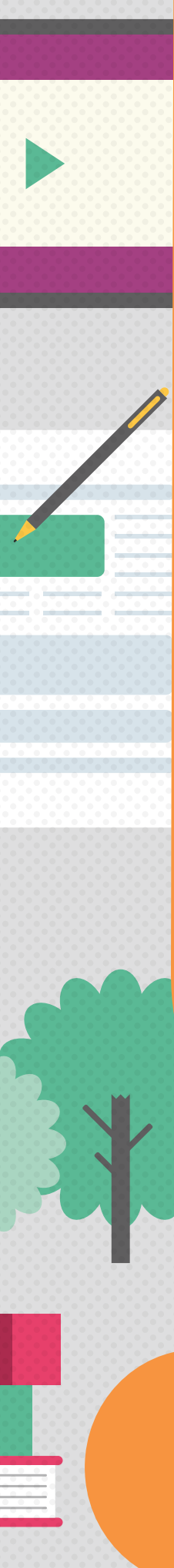
РАЗДЕЛ 2. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ МЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБЩЕСТВЕ – СОЦИАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ	392
Основные темы	392
Цели обучения	392
Педагогические подходы и виды деятельности	392
Оценивание и рекомендации	395
РАЗДЕЛ 3. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ОБУЧЕНИИ ИНТЕРАКТИВНЫХ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ, ВКЛЮЧАЯ ОНЛАЙН-ИГРЫ	396
Основные темы	396
Цели обучения	396
Педагогические подходы и виды деятельности	397
Оценивание и рекомендации	399
МОДУЛЬ 13. МЕДИА, ТЕХНОЛОГИИ И ЦЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ: КОНТЕКСТ МИГ	401
РАЗДЕЛ 1. РОЛЬ МИГ В ДОСТИЖЕНИИ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ	406
Основные темы	406
Цели обучения	406
Педагогические подходы и виды деятельности	407
Оценивание и рекомендации	410
РАЗДЕЛ 2. МЕДИА И КОМПАНИИ, ЗАНИМАЮЩИЕСЯ ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИЕЙ: СОЦИАЛЬНЫЕ, КУЛЬТУРНЫЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ	411
Основные темы	411
Цели обучения	411
Педагогические подходы и виды деятельности	411
РАЗДЕЛ 3. КТО ВЛАДЕЕТ МЕДИА И КАК ИНФОРМАЦИЯ ПРЕВРАЩАЕТСЯ В ТОВАР	413
Основные темы	413
Цели обучения	414
Оценивание и рекомендации	417
РАЗДЕЛ 4. ПРОДВИЖЕНИЕ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ МЕДИА С ПОМОЩЬЮ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	418
Основные темы	418
Цели обучения	419
Педагогические подходы и виды деятельности	419
Оценивание и рекомендации	420
РАЗДЕЛ 5. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ МЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБЩЕСТВЕ – СОЦИАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ	421

МОДУЛЬ 14. КОММУНИКАЦИЯ И ИНФОРМАЦИЯ, МИГ И ОБУЧЕНИЕ – ИТОГОВЫЙ МОДУЛЬ	423
РАЗДЕЛ 1. КОММУНИКАЦИЯ И ИНФОРМАЦИЯ, ПРЕПОДАВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ	427
Основные темы	427
Цели обучения	427
Оценивание и рекомендации	430
РАЗДЕЛ 2. ТЕОРИИ ОБУЧЕНИЯ И МИГ	430
Основные темы	430
Цели обучения	430
Педагогические стратегии	431
Оценивание и рекомендации	434
РАЗДЕЛ 3. УПРАВЛЕНИЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯМИ В ЦЕЛЯХ СОЗДАНИЯ БЛАГОПРИЯТНЫХ УСЛОВИЙ ДЛЯ МИГ В ПРОСТРАНСТВЕ ОБУЧЕНИЯ	434
Основные темы	434
Цели обучения	435
Педагогические стратегии	435
Оценивание и рекомендации	437
ГЛОССАРИЙ	441
БЛАГОДАРНОСТЬ	467



ЧАСТЬ 1

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА И РАМКИ КОМПЕТЕНЦИЙ



ВВЕДЕНИЕ

Где жизнь, которую мы потеряли, живя? Где мудрость, которую мы потеряли в знаниях? Где знания, которые мы потеряли в сведениях?

Т. С. Элиот

Данная Учебная программа посвящена обсуждению компетенций, необходимых для взаимодействия с контентом, который мы сегодня получаем с помощью многочисленных технологий и практически бесконечного числа провайдеров контента — поставщиков информации. При этом акцент ставится на информационных сообщениях, получаемых в большом потоке контента. Программа помогает изучать постоянно растущие цифровые возможности получения, обмена и создания информации, а также расширять знания об основных типах учреждений, предоставляющих контент: библиотеках, музеях, медиакомпаниях и организациях, занимающихся цифровыми коммуникациями — социальными сетями, сервисами для обмена сообщениями или поисковыми системами. Почему всё это так важно? Потому что влияет на достижение устойчивого развития и реализацию прав человека.

В 2015 году страны всего мира согласовали и взяли на себя обязательства по достижению к 2030 году 17 целей в области устойчивого развития (ЦУР) в качестве основных коллективных задач международного сотрудничества в сфере развития. Эти цели были сформулированы исходя из идеи «не оставлять никого в стороне». Генеральный секретарь ООН в своем докладе «Путь к достойной жизни»¹ отметил, что ЦУР предоставляют глобальным лидерам и людям во всем мире уникальные возможности для того, чтобы покончить с бедностью и совершить социальные преобразования, которые помогут удовлетворить нужды людей и поддержать экономический рост. Центральное место в числе этих возможностей занимают охрана окружающей среды, обеспечение мира и защита прав человека. Продвижение понимания информации как общественного блага необходимо для достижения целей устойчивого развития к 2030 году. Медийная и информационная грамотность (МИГ) способствует реализации всех целей, в частности, обеспечению хорошего здоровья и благополучия (ЦУР 3), качественного образования для всех (ЦУР 4), гендерного равенства и расширения прав и возможностей женщин (ЦУР 5), доступа к информации и защиты основных свобод (задача 10 ЦУР 16), а также созданию инклюзивных и устойчивых городов и населенных пунктов (ЦУР 11).

В статье 19 Всеобщей декларации прав человека говорится: «Каждый человек имеет право на свободу убеждений и на свободное выражение их; это право

¹ «Путь к достойной жизни: покончим с голодом, преобразуем жизнь всех людей и защитим планету». ООН, 2014. <https://www.un.org/development/desa/ru/news/sustainable/blueprint-towards-sustdev.html>

включает свободу беспрепятственно придерживаться своих убеждений и свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами и независимо от государственных границ». Медийная и информационная грамотность объединяет такие компетенции, как способность понимать информацию, способность критически взаимодействовать с информацией, использовать медиа и цифровые коммуникации для участия в устойчивом развитии, способность находить и использовать все преимущества, которые даются основными правами человека, для общественного блага. В этом смысле МИГ также является общественным благом.

Понимание медийной и информационной грамотности как общественного блага подкрепляется Грюнвальдской декларацией 1982 года², в которой говорится о необходимости того, чтобы политические и образовательные системы содействовали критическому пониманию гражданами «феноменов коммуникации» и их участию в медиа (новых и традиционных). Эти же идеи отражены в Пражской декларации «На пути к информационно грамотным обществам»³ (2003), Александрийской декларации об информационной грамотности и образовании на протяжении всей жизни «Маяки информационного общества»⁴ (2008), Фесской декларации о медийной и информационной грамотности⁵ (2011), Московской декларации о медиа- и информационной грамотности⁶ (2012), Молодежной декларации о медийной и информационной грамотности⁷ (2016) и Сеульской декларации «Медийная и информационная грамотность для всех и каждого: защита от дезинформации»⁸ (2020). Конференции, проводимые ЮНЕСКО и ее партнерами на протяжении более трёх десятилетий, подчеркивают центральную роль медийной и информационной грамотности для продвижения образования на протяжении всей жизни. МИГ может дать возможность гражданам из всех слоев общества эффективно искать, оценивать, использовать и создавать информацию, медиа и цифровой контент для достижения своих личных, общественных, профессиональных, образовательных целей и целей развития.

За первые пять лет реализации и мониторинга целей устойчивого развития был достигнут определенный прогресс⁹. Однако, нельзя не отметить темпы, которые за это время набрала цифровая трансформация: число людей, пользующихся

² Грюнвальдская декларация о медиаобразовании. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/theme_media_literacy_grunwald_declaration.pdf

³ Пражская декларация «На пути к информационно грамотным обществам». <https://ar.unesco.org/sites/default/files/praguedclaration.pdf>

⁴ Александрийская декларация об информационной грамотности и образовании на протяжении всей жизни «Маяки информационного общества». <http://eprints.rclis.org/3829/1/alexfinalreport.pdf>

⁵ Фесская декларация о медийной и информационной грамотности. <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/Fez%20Declaration.pdf>

⁶ Московская декларация о медиа- и информационной грамотности. http://www.ifapcom.ru/files/News/Images/2012/mil/Moscow_Declaration_on_MIL_rus.pdf

⁷ Молодежная декларация о медийной и информационной грамотности. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/youth_declaration_mil.pdf

⁸ Сеульская декларация «Медийная и информационная грамотность для всех и каждого: защита от дезинформации» https://en.unesco.org/sites/default/files/seoul_declaration_mil_disinfodemic_en.pdf

⁹ Десятилетие действий. ООН, 2020. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/decade-of-action/>

Интернетом, увеличилось с 3,2 миллиарда в 2015 г.¹⁰, когда были приняты ЦУР, до 4,66 миллиарда человек в 2020 г.¹¹ Это рост на 32% всего за пять лет. В то же время, в развивающихся странах стремительно увеличивается цифровой гендерный разрыв — согласно глобальным статистическим данным за 2019 г., доля женщин, пользующихся Интернетом, составляет 48% по сравнению с 58% у мужчин¹². Возможно, подъём в области технологий на основе искусственного интеллекта откроет путь к новым возможностям для ускорения устойчивого развития, под которыми — в том числе — обычно подразумевается, что всё большее количество людей имеют доступ к информации, необходимой для принятия решений и участия в общественной жизни. Возникает следующий вопрос: достаточно ли одного доступа к информации, медиа и цифровой коммуникации для достижения ЦУР? Ответ очевиден — нет.

Несмотря на прогресс в достижении целей устойчивого развития, ООН отмечает, что их реализация продвигается недостаточно быстро и в меньших масштабах, чем этого можно было бы ожидать¹³. Цифровая трансформация несет как обещания и возможности, так и угрозы. «Вот и наступила эпоха, когда компьютеры и роботы учатся самостоятельно принимать решения. И если сегодня «самостоятельность» - это слишком громкое слово для лишенных сознания машин, которые по своему «интеллекту» не могут тягаться и с лягушкой, то перспективы развития искусственного интеллекта пугают одних и заставляют мечтать других» — написала профессор Ямина Шопова в Курьере ЮНЕСКО в 2018 году¹⁴.

Помощь людям в понимании влияния международного законодательства в области прав человека на информацию, этики использования информации и данных, особенностей современного ландшафта цифровых коммуникаций становится приоритетной задачей. С одной стороны, коммерческие цифровые технологии способствуют достижению целей устойчивого развития, с другой стороны, содействуют росту таких проблем, как увеличение количества дезинформации, сохраняющееся гендерное неравенство¹⁵, расовая дискриминация и другие формы нетерпимости и дискриминации. Хотя дезинформация — давняя проблема, теперь она подпитывается мощными технологиями¹⁶ и алгоритмическими бизнес-моделями, которые ещё больше усиливают ее распространение. Дезинформация стала проблемой для глобального развития, она подрывает доверие к истине и устоявшимся институтам, поощряя дискурсы, которые имеют потенциал к нарушению мира, развития

¹⁰ ИКТ: факты и цифры. МСЭ, 2015. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2015.pdf>

¹¹ Измерение цифрового развития: факты и цифры. МСЭ, 2020. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2020.pdf>

¹² Цифровой разрыв быстро растет в развивающихся странах. МСЭ, 2020. <https://itu.foleon.com/itu/measuring-digital-development/gender-gap/>

¹³ Десятилетие действий. ООН, 2020. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/decade-of-action/>

¹⁴ Курьер ЮНЕСКО, №3, 2018. <https://ru.unesco.org/courier/2018-3>

¹⁵ Женщины мира: тенденции и статистика. ООН, 2020. <https://news.un.org/ru/story/2020/10/1388732>

¹⁶ Журналистика, «фейковые новости» и дезинформация. Руководство по академической и профессиональной подготовке журналистов. ЮНЕСКО, 2019. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371785/PDF/371785rus.pdf.multi>

и демократии. По состоянию на момент написания данной Программы можно было утверждать, что пандемия COVID-19 принесла с собой «дезинфодемию»¹⁷. Приносящая вред ошибочная информация, теории заговора распространяются как лесной пожар в Интернете и вне его, отрицая реалии кризиса, вызванного коронавирусом, и потребность в вакцинах.

Географические, классовые, гендерные, языковые и другие различия препятствуют открытому и равному доступу к информации, медиа и цифровым технологиям, что может означать расширение лакун в знаниях и, как следствие, большую подверженность влиянию некорректной и ложной информации. Пандемия уже сопровождается всплеском всевозможного — образовательного, культурного, художественного и т. д. — контента, произведенного цифровыми платформами. Ожидается, что эта тенденция продолжится и усилится по мере возвращения мира к норме (или к новой нормальности) после пандемии COVID-19. Увеличивается не только активное вовлечение во взаимодействие с контентом, созданным профессиональными поставщиками, но и создание и распространение контента всех типов, включая информацию, самими людьми. Таким образом, благоприятная среда для развития компетенций и цифровых навыков, связанных с медийной и информационной грамотностью, могла бы способствовать расширению прав и возможностей людей, а также взаимопониманию и межкультурному диалогу.

Объем информации, создаваемой каждый день, настолько велик, что у некоторых людей возникает ощущение передозировки. Информационные ленты бесконечны. Задача постоянно решать, что является реальностью, что — подделкой, а что трудноопределимо, ошеломляет. Также существуют противоречия между объемом доступной информации и ее фактическим осознанным использованием. Не весь контент является информацией; большая его часть относится к развлечениям или рекламе, всё большее распространение получают некорректные или «дезинформационные» материалы (рассматриваемые здесь как вводящие в заблуждение сведения и конспирологические материалы, связанные с теориями заговора). Людям трудно их различить, что чревато серьезными последствиями. Если нет информации, проверенных или поддающихся проверке сведений, то решения основываются исключительно на эмоциях и/или на ложных выводах и связях.

Посредники и поставщики информации — библиотеки, архивы, музеи, профессиональные и этичные СМИ и компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, — располагают большим потенциалом для того, чтобы помогать гражданам принимать информированные решения в отношении тех направлений развития, которые «не оставляют никого в стороне». Но если не будут приняты меры, существует опасность не только сохранения нынешнего положения дел, но и увеличения разрыва в знаниях, в том числе между людьми с различными экономическими и социальными возможностями. Примером

¹⁷ Дезинфодемия. Аналитическая записка в 2-х частях. ЮНЕСКО, 2020. <https://en.unesco.org/covid19/disinfodemic>

может служить ситуация с фактическими знаниями о гендерной дискриминации, которые могут искажаться медийным контентом: согласно исследованию, проведенному в 2020 году, при сохранении тех темпов изменений, которые мы наблюдаем на сегодняшний день, достижение гендерного равенства как среди сотрудников новостных медиа, так и в содержании информации, создаваемой и распространяемой ими, прогнозируется только через 70 лет¹⁸. Усилению целого ряда различных видов неравенства способствует получение интернет-компаниями прибыли от распространения контента, содержащего ненавистнические высказывания и дезинформацию. Такого рода контент значительно влияет на уровень осведомленности и принятия решений различными группами пользователей, живущими в разных смысловых вселенных. Поставщики контента могут формировать социальную идеологию, нормализуя определенные убеждения и практики или продвигая культуру потребления, которая угрожает устойчивости развития.

Тем не менее, при условии изменений определенный ряд поставщиков контента и посредников могут помогать обществам получать информацию о себе и других, поддерживать публичный дискурс и диалог, формировать чувство общности, терпимости и уважения к общему будущему. Поставщики контента и посредники могут оказать положительное влияние на продвижение образования на протяжении всей жизни. Для этого гражданам необходимы базовые знания о функциях различных медиа, о том, как оценивать получаемые, распространяемые или создаваемые медиатексты. Цель медийной и информационной грамотности — вооружить этими знаниями пользователей контент-сервисов.

Консенсус в отношении необходимости продвигать концепцию медийной и информационной грамотности, выработанную ЮНЕСКО, растет. Медийная и информационная грамотность, или МИГ, представляет собой зонтичное понятие, охватывающее различные развивающиеся компетенции, необходимые для управления современной все более усложняющейся коммуникационной средой. МИГ способствует формированию критического мышления и других компетенций, необходимых для осознанного и этичного взаимодействия с контентом, структурами, создающими и распространяющими контент и предоставляющими людям возможности для производства и распространения собственного контента, и цифровыми технологиями. МИГ также способствует осмысленному и творческому использованию цифровых технологий пользователями и расширению знаний о правах в онлайн-пространстве, таких как право на неприкосновенность частной жизни и права, связанные с доступом к информации и ее использованием. Таким образом, МИГ содействует развитию межкультурного диалога, гендерного равенства, доступа к информации, свободы выражения мнений, миру и устойчивому развитию в обществе, которое становится все более цифровым.

¹⁸ Comparing gender and media equality across the globe. A Cross-National Study of the Qualities, Causes, and Consequences of Gender Equality in and through the News Media. NORDICOM, 2020. <https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1502571/FULLTEXT02.pdf>

Граждане, вооруженные благодаря медийной и информационной грамотности навыками критического мышления, будут ожидать от всех поставщиков контента высококачественных услуг и уважения своих прав.

Связанные с целями устойчивого развития социальные возможности и вызовы весьма сложны, т.к. они находятся на пересечении различных культур и по своей природе являются междисциплинарными. Соответственно, и ответы на эти вызовы должны основываться на межкультурном подходе и быть междисциплинарными. Именно поэтому ЮНЕСКО при продвижении МИГ уделяет особое внимание тому, как медийная и информационная грамотность связана с другими социальными компетенциями, такими как культурная грамотность, навыки межкультурного общения, образование для устойчивого развития, воспитание глобальной гражданственности, грамотность в области здоровья, научная грамотность и другие. 14 модулей в этой Учебной программе также представлены в контексте междисциплинарного подхода, способствуя укреплению связи между созданием знаний и их применением в интересах устойчивого развития и мира.

Значительное внимание в Учебной программе и структуре компетенций уделяется различного типа поставщикам контента, которые преодолевают географические и культурные границы. Этой сложной системе потоков информации следует отдать должное.

Как социальный институт, новостные медиа (и новостные медиасервисы как часть института медиа, понимаемого в более широком смысле) имеют определенные функции, которые, как ожидается, они будут выполнять в рамках устойчивого развития и демократических обществ. Во многих демократических странах вещательные средства информации, вследствие их повсеместной распространённости и ограниченности радиочастотного спектра, регулируются для обеспечения баланса. При этом компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, получили больше свободы, чем новостные медиа, поскольку изначально позиционировали себя как платформы доступа, а не как активных издателей. Ситуация меняется по мере того, как такие компании стали более явно выступать в качестве редакторов, используя алгоритмическую приоритизацию контента, результатов поиска и рекомендаций, а также путем прямого вмешательства в выбор категории или отдельных единиц контента, которые будут показываться конкретным пользователям. Государства-члены ЮНЕСКО согласились в том, что вектор развития управления цифровым пространством должен предусматривать предоставление услуг на основе принципов уважения прав человека, открытости, доступности и участия всех заинтересованных сторон¹⁹.

В качестве альтернативы жесткому государственному регулированию новостные медиа и компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, разрабатывают системы саморегуляции, призванные обеспечить большую подотчетность обществу. Растущая зависимость людей от цифровых платформ в получении

¹⁹ Д. Сутер, А. ван дер Спуй. Индикаторы универсальности Интернета ЮНЕСКО: Основа для оценки развития Интернета. ЮНЕСКО, 2021. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000378008>

информации и способность последних контролировать общественный дискурс и потоки контента заставляют поднимать вопрос усиления саморегуляции таких компаний или законодательного регулирования их деятельности. Подобное регулирование может охватывать такие аспекты, как размер компании и пределы ее власти (разделение компании на части и/или ограничение ее возможностей влияния, например, на рекламных рынках), конфиденциальность, прозрачность, переносимость и совместимость данных, защита прав потребителей и даже таргетирование контента.

Системы саморегуляции опираются на определенные этические ценности и принципы, в отношении которых у общества есть свои ожидания. Если компании не соответствуют этим ожиданиям, они становятся объектами массовой критики, даже если существующие законы не предполагают подобных обязательств компаний. Такая ситуация задает рамки, с помощью которых можно оценивать новостные медиа и компании, занимающиеся цифровыми коммуникациями, с точки зрения их функций, условий, в которых они выполняют эти функции, и путей критического восприятия и оценки результатов и продуктов их деятельности аудиторией. Несмотря на то внимание, которое уделяется медиа и интернет-компаниям, важность для информационной и коммуникационной экосистемы других поставщиков контента, таких как библиотеки, архивы, музеи, также рассматривается в рамках данной Учебной программы.

Повышение уровня медийной и информационной грамотности учащихся и всех граждан предполагает, что преподаватели сами владеют грамотностью в области медиа и информации. Учебная программа ориентирована как на преподавателей, так и на учащихся, и может использоваться в различных образовательных контекстах — формальных, неформальных и информальных. Путь от медийно и информационно грамотных преподавателей к учащимся и, в конечном итоге, к обществу в целом необходим для продвижения МИГ в любых средах: школах, общественных центрах, клубах, неправительственных организациях, в семье или в рамках учреждений. У владеющих медийной и информационной грамотностью педагогов больше возможностей для того, чтобы помочь учащимся «научиться учиться», учиться самостоятельно, на протяжении всей жизни, и самим стать преподавателями МИГ друг для друга. Преподавание медийной и информационной грамотности позволяет педагогам, с одной стороны, содействовать увеличению количества информированных и сознательных граждан, а с другой — реагировать на процессы трансформации роли учителя, уравнивая подходы, ориентированные на учителя, с методами, в большей степени ориентированными на учащихся.

Чтобы лучше соответствовать ожиданиям педагогов, Учебная программа ЮНЕСКО по медийной и информационной грамотности включает использование педагогических стратегий, соединяющих социальное обучение за пределами учебных заведений с обучением в рамках формального образования и тем самым способствующих повышению качества образования. Содействие изменениям в формальном, неформальном и информальном секторах образования, которые могут возникнуть в результате интеграции медийной и информационной грамотности в образование и в профессиональное развитие педагогов, является

важной целью данной Учебной программы и представленных в ней рамок компетенций. Учебная программа охватила самый широкий спектр вопросов, связанных с МИГ, при этом учитывалась необходимость ее адаптации к местным условиям. В следующих разделах представлена более подробная информация о структуре Учебной программы и связанных с ней компетенциях. См. также раздел «Как использовать Учебную программу» во введении к части 2.

МЕДИЙНАЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ КАК КОМПЛЕКСНОЕ ПОНЯТИЕ

Учебная программа ЮНЕСКО по МИГ и представленные в ней рамки компетенций объединяют три разных области — медиаграмотность, информационную грамотность и цифровую грамотность — в одном зонтичном понятии: медийная и информационная грамотность. Содержание этого понятия развивается от простой суммы указанных областей как таковых (см. рисунок 1²⁰) в направлении к комплексному понятию, охватывающему информацию, медиа и технологии в качестве составных элементов и отражающему цели и задачи МИГ.

РИСУНОК 1: КЛЮЧЕВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ/ЭЛЕМЕНТЫ МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ

ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ ²¹						
Определять и формулировать информационные потребности	Определять местонахождение и владеть способами получения доступа к информации	Получать информацию	Структурировать информацию	Использовать информацию на этической основе	Распространять информацию	Использовать ИКТ-навыки для переработки информации

МЕДИАГРАМОТНОСТЬ				
Понимать роль и функции медиа и интернет-компаний в демократических обществах	Понимать условия, в которых медиа могут реализовывать свои функции	Критически оценивать медийный контент в контексте функций медиа	Использовать медиа для самовыражения и демократического участия	Владеть навыками, необходимыми для создания пользовательского контента (включая ИКТ-навыки)

ЦИФРОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ ²²						
Использовать цифровые инструменты	Понимать, что такое цифровая идентичность	Знать о цифровых правах	Оценивать риски, связанные с технологиями искусственного интеллекта	Развивать навыки цифровой коммуникации	Владеть навыками в области цифрового здоровья	Применять инструменты цифровой безопасности и защиты

²⁰ Источник: Р. Кэттс, Х. Лай, 2008.

²¹ Источник: White Paper. Digital Intelligence (DQ): A Conceptual Framework & Methodology for Teaching and Measuring Digital Citizenship. DQ Institute, 2017

²² Эта тема подробно рассматривается в публикации «Структура ИКТ-компетентности учителей. Рекомендации ЮНЕСКО», 2019. <https://iite.unesco.org/wp-content/uploads/2019/05/ICT-CFT-Version-3-Russian-1.pdf>

Традиционная информационная грамотность концентрируется на вопросах доступа к информации, оценки и этичного использования информации. Традиционная медиаграмотность также связана с доступом к информации и свободой выражения мнений, уделяя особое внимание пониманию функций медиа и компаний цифровой коммуникации, оценке медийного контента и того, как эти функции выполняются, а также навыкам критического взаимодействия с медиа для устойчивого развития и самовыражения. Цифровая грамотность является сквозной грамотностью, охватывающей традиционные информационные и медиакомпетенции. Зачастую цифровая грамотность фокусируется на овладении «твердыми» навыками в области технологий, но также учитываются и некоторые «мягкие» навыки, важные для работы в «цифре». С ростом популярности цифровых платформ этот вид грамотности стал включать навыки использования цифровых инструментов для создания текстов, изображений, видео и других творческих продуктов. Увеличение доли таких форм обмена информацией и актуализация вопросов этики в области создания и распространения контента для всех категорий граждан, особенно для молодежи, выводят компетенции МИГ и цифровые навыки на передний план — далее эта тема будет рассматриваться более подробно. Учебный план и рамки компетенций МИГ для преподавателей и учащихся включают в себя все три набора компетенций. Такое концептуальное понимание медиаграмотности, информационной грамотности и цифровой грамотности позволяет говорить о компетенциях, в развитии которых делается упор на проблемном подходе и формировании навыков решения задач путем осмысленного взаимодействия со всеми видами поставщиков контента и медиа, вне зависимости от используемых технологий.

Исторически сложились три основных подхода, рассматривающих взаимосвязь между этими пересекающимися областями — медиаграмотностью, информационной грамотностью и цифровой грамотностью. В рамках первого подхода формирование информационной грамотности рассматривается как более широкая область обучения, а две другие включены в нее в качестве составных частей. Для второй группы специалистов информационная грамотность и цифровая грамотность являются элементами медиаграмотности, которая рассматривается в качестве более широкой сферы. С точки зрения третьего подхода наиболее всеохватной областью считается цифровая грамотность, включающая в свой состав информационную и медиаграмотность. Однако большинство международных экспертов, собранных ЮНЕСКО, указывают на тесную связь, а порой и неотделимость информации, медиа и цифровых технологий. Различные специалисты в разных странах мира используют следующую терминологию:

● Медиаграмотность	● Библиотечная грамотность
● Информационная грамотность	● Новостная грамотность
● Грамотность в области самовыражения и информации	● Грамотность в области социальных медиа

- Грамотность в области неприкосновенности частной жизни
- Критическая грамотность
- Визуальная грамотность
- Грамотность в области печатных медиа
- Компьютерная грамотность
- Интернет-грамотность
- Цифровая грамотность
- Кинематографическая грамотность
- Навыки критического просмотра фильмов
- Игровая грамотность
- Телевизионная грамотность
- Грамотность в области рекламы
- Грамотность в области технологий искусственного интеллекта
- Грамотность в области данных
- Гражданская грамотность
- Социальная и эмоциональная грамотность
- Сетевая грамотность

Между этими понятиями есть очевидная связь (см. рисунок 2). В данной публикации, которая носит рамочный характер, не все взаимосвязи представлены, однако некоторые из них стали основой для упражнений в вводном модуле (Модуль 1). По мере того, как преподаватели и учащиеся будут повышать свой уровень осведомленности в области МИГ, они будут сталкиваться с этими терминами и должны быть с ними знакомы. Многие из этих терминов продолжают оставаться предметом оживленных дискуссий и применяются по-разному в зависимости от научного и профессионального контекста или культурной практики тех групп специалистов, которые их используют. В глобальном масштабе многие организации используют термин «медиаобразование», который покрывает и медиаграмотность, и информационную грамотность. Использование ЮНЕСКО термина «медийная и информационная грамотность» направлено на гармонизацию различных понятий и подходов в условиях конвергенции медиа и других средств предоставления информации.

Согласно сложившемуся консенсусу, МИГ как обобщающий термин связан с процессами взаимодействия граждан с различными формами коммуникации и контента (информация, развлечения, реклама, некорректная информация и заведомо ложная информация и т. д.), с тем, как и кем контент производится и распространяется, как он используется или не используется; как люди понимают важность деятельности и взаимодействуют (или не взаимодействуют) с библиотеками, медиа и компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией; какие знания, навыки и установки применяются для критической оценки контента и медиа; как люди управляют своим взаимодействием с информацией и другими типами контента, медиа и цифровыми инструментами коммуникации для достижения желаемых результатов в своей личной, социальной, политической, экономической и культурной жизни²³.

²³ Белградские рекомендации по проекту глобальных стандартов для учебных программ в области медийной и информационной грамотности. ЮНЕСКО, 2019. https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf

РИСУНОК 2. ЭКОСИСТЕМА ВИДОВ ГРАМОТНОСТЕЙ, СВЯЗАННЫХ С ПОНЯТИЕМ «МЕДИЙНАЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ»



Связь между различными элементами МИГ отражена в проведенном ЮНЕСКО исследовании, результатом которого стали Пять законов медийной и информационной грамотности (см. рисунок 3). Они основаны на пяти законах библиотечной науки, сформулированных Ш. Р. Ранганатаном (отцом библиотечной науки в Индии) в 1931 году. Пять законов МИГ, как и другие разработанные ЮНЕСКО ресурсы по этой теме, призваны стать руководящими материалами для всех заинтересованных сторон, участвующих в развитии и продвижении МИГ в различных сферах.

РИСУНОК 3.



Данная Учебная программа и рамки компетенций для преподавателей и учащихся носят рамочный характер. На их основе в разных странах — и развитых, и развивающихся — могут быть разработаны свои программы, позволяющие педагогам и учащимся стать медийно и информационно грамотными. Предполагается, что работающие с этой публикацией преподаватели смогут внести свой вклад в коллективный процесс формирования и развития этой Учебной программы как живого документа. Так, оба издания Учебной программы обогатились благодаря сотрудничеству и серии дискуссий, в которых принимали участие эксперты из разных стран. В фокусе Учебной программы находятся самые основные компетенции и навыки МИГ, которые могут быть легко интегрированы в уже существующие образовательные программы, не создавая чрезмерной нагрузки на насыщенные учебные планы.

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕОБХОДИМЫЕ УСЛОВИЯ МИГ

Медийная и информационная грамотность повышает способность граждан критически и осмысленно взаимодействовать с информацией, в том числе для достижения целей и идеалов в области устойчивого развития. МИГ также вооружает граждан возможностями в области реализации основных прав человека, отраженных, в частности, в статье 19 Всеобщей декларации прав человека: «Каждый человек имеет право на свободу убеждений и на свободное выражение их; это право включает свободу беспрепятственно придерживаться своих убеждений и свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами и независимо от государственных границ».

Основные преимущества медийной и информационной грамотности:

1. В рамках процессов преподавания и обучения МИГ дает преподавателям дополнительные знания о критическом взаимодействии с информацией, медиа и цифровыми технологиями для того, чтобы укрепить возможности будущих граждан и помочь учащимся стать инструкторами в области МИГ для своих сверстников.
2. С помощью МИГ люди могут расширять свои возможности эффективного использования медиа и цифровых инструментов, тем самым способствуя развитию более качественного Интернета и распространению информации на благо общества.
3. МИГ дает важные знания о функциях поставщиков контента и информационных посредников (библиотеки, архивы, музеи, медиа и компании, занимающиеся цифровой коммуникацией), понимание условий, необходимых для эффективного выполнения таких функций, и основные критические навыки оценки деятельности контент-провайдеров в контексте их функций.
4. Медийная и информационная грамотность предлагает надежный способ борьбы с растущей «дезинформацией».
5. МИГ является основанием для других форм грамотности, таких как грамотность в области здоровья, финансовая грамотность, научная грамотность, культурная грамотность, образование в области глобальной гражданственности и образование в интересах устойчивого развития, поскольку укрепляет навыки, необходимые для определения полезной и вредоносной информации и управления ею (эта тема подробно рассматривается в следующем разделе Учебной программы).
6. Интеграция МИГ во все типы обучения содействует защите от нарушений конфиденциальности и позволяет уважать права других на неприкосновенность частной жизни.
7. МИГ содействует повышению осведомленности в вопросах этики искусственного интеллекта и постоянно развивающихся процессов цифровой трансформации, что делает ее обязательной компетенцией.

8. Массовое повышение уровня МИГ содействует укреплению многосторонней структуры управления Интернетом, что позитивно сказывается на всех слоях общества.
9. Медийная и информационная грамотность способствует повышению качества образования, соединяя обучение в формальных контекстах с повседневным социальным научением, как онлайн, так и офлайн.
10. Медийно и информационно грамотные люди с большей вероятностью откажутся использовать и распространять недостоверную информацию, предубеждения и стереотипы, которые усиливают неравенство между женщинами и мужчинами всех возрастов, а также дискриминацию по отношению к народам, религиям и т. д.
11. МИГ является инструментом повышения навыков граждан и пользователей оценивать заслуживающую доверия информацию и ее источники, что имеет значение для всех поставщиков контента и других структур, особенно в современных условиях всесторонней утраты доверия. (Доверие как таковое здесь не является самоцелью, скорее, значение имеют ожидания — в случае, если они оправданны — в отношении того, что субъекты информационного взаимодействия ведут себя добросовестно и с должным вниманием к общественным интересам. В этом смысле не критически ожидаемое или даруемое доверие отличается от скептического отношения, когда люди могут критически оценить, насколько их доверие оправданно, а затем разумно им распорядиться.)
12. Медийно и информационно грамотное общество способствует устойчивому развитию и укреплению свободных, независимых и плюралистических СМИ и открытых систем информации и цифровой коммуникации.

Чтобы воспользоваться преимуществами медийной и информационной грамотности, в дополнение к принципам, сформулированным в Пяти законах МИГ (см. рисунок 3 выше), необходимо выполнение следующих условий:

1. Медийную и информационную грамотность следует рассматривать как единое целое, включающее в себя совокупность компетенций (знаний, навыков, установок и ценностей).
2. Учебные программы по МИГ должны позволять преподавателям и учащимся формировать медийную и информационную грамотность и распространять ее среди других учащихся, в том числе и сверстников, с тем чтобы они умели использовать информацию, медиа и цифровые инструменты как самостоятельно и критически мыслящие граждане.
3. Граждане должны знать, как находить и использовать информацию, а также как создавать информацию и другие типы контента.
4. Женщины и мужчины всех возрастов, включая маргинализированные группы, такие как люди с ограниченными возможностями здоровья, коренные и малочисленные народы или этнические меньшинства, должны иметь равный доступ к информации и знаниям.
5. МИГ следует рассматривать как важный инструмент, способствующий межкультурному диалогу, взаимопониманию и культурной грамотности.

ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПО МИГ ДЛЯ ПЕДАГОГОВ И УЧАЩИХСЯ

Данная Учебная программа и структура компетенций МИГ должна быть локализована в тех конкретных контекстах, в которых она будет использоваться. Это довольно гибкий инструмент, который может быть адаптирован к условиям

РИСУНОК 4. ЗНАНИЯ, НАВЫКИ И УСТАНОВКИ, СВЯЗАННЫЕ С МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТЬЮ



Источник: Проект стандартов для разработки учебных программ по МИГ²⁴

²⁴ Белградские рекомендации по проекту глобальных стандартов для учебных программ в области медийной и информационной грамотности. ЮНЕСКО, 2019. https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf

разных стран. Структура Учебной программы может быть использована как модель для разработки программ обучения медийной и информационной грамотности через использование различного рода форм взаимодействия с информацией, медиа и цифровыми коммуникациями. Широкий список компетенций определяет те знания, навыки и установки, развитие которых ожидается в рамках учебных программ по МИГ.

В целом, данная Учебная программа направлена на то, чтобы помочь преподавателям и учащимся изучить и освоить МИГ путем формирования следующих общих учебных результатов обучения, компетенций и установок.

В общей сложности, Программа направлена на формирование 19 учебных результатов или компетенций и шести социальных ценностных установок (см. рисунок 4 и таблицу 1 ниже).

ТАБЛИЦА 1. ОБЩИЕ УЧЕБНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И КОМПЕТЕНЦИИ МИГ²⁵

Общие учебные результаты в области МИГ		Компетенции медийно и информационно грамотного человека
1.	Понимать и формулировать собственные потребности в области информации, коммуникации и медиа в личной и общественной жизни	Способность осознавать, определять и формулировать характер, роль, тип и объем информации, медиа и технологий, соответствующих личным, общественным и гражданским интересам и целям; умение отличать собственные потребности и мотивы от задач и побуждений различных поставщиков информационных и медийных услуг
2.	Понимать роли и функции провайдеров информации и коммуникации, таких как библиотеки, архивы, музеи, издатели, медиа, включая СМИ, цифровые коммуникации и др.	Способность понимать общественную необходимость и функции поставщиков информационных, медийных и технологических услуг как в реальном пространстве, так и онлайн. Понимать, как компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, и медиа могут работать в интересах устойчивого развития, включая содействие формированию открытых, прозрачных и инклюзивных обществ
3.	Понимать условия, в которых поставщики информационных и медийных услуг и инструментов способны осуществлять свои функции	Способность понимать значение свободы информации, свободы слова и самовыражения, свободы печати; иметь представление о проблемах, связанных с собственностью на медийные и технологические платформы, с протоколами и технологиями принятия основанных на законе и открытых решений, с профессионализмом и этикой в работе информационных репозиторий. Понимание того, что большинство поставщиков в этой области ориентированы на извлечение прибыли, что может ставить под угрозу общественные интересы и благополучие; способность выносить оценки, принимать решения и действовать, исходя из такого понимания. Умение распознавать, когда участники процесса коммуникации используют его для распространения дезинформации, манипулятивного контента или ненавистнических высказываний, умение противодействовать этим явлениям путем предложения позитивного и достоверного контента и укрепления способности к верификации информации (фактчекингу), понимание необходимости для компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, обеспечивать соответствующие механизмы противодействия и возможности для пользователей обжаловать контент или поведение

²⁵ Использованы различные источники. См.: 1) Global Media and Information Literacy Assessment Framework: country readiness and competencies. UNESCO, 2013. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf00000224655>. 2) Grizzle, A. (2018). Assessing Citizens' Responses to Media and Information Literacy Competencies through an online course: An Empirical Study and Critical Comparative Analysis of Experts' Views. Doctoral Dissertation. ISBN: 9788449084775. <http://hdl.handle.net/10803/666860>. 3) Thesis Doctorals en Xarxa (TDX). Autonomous University of Barcelona, Spain. 4) Frau-Meigs, D. A Curriculum for MIL Teaching and Learning. In Carlsson, U. Understanding Media and Information Literacy (MIL) in the Digital Age. Department of Journalism, Media and Communication (JMG). University of Gothenburg, Sweden, 2019.

4.	Уметь находить и получать доступ к информации, необходимой для удовлетворения личных, образовательных, политических, культурных, духовных и других потребностей	Умение применять поисковые инструменты и техники для эффективного и результативного поиска и оценки информации и медийного контента; способность извлекать из поисковой выдачи информацию о происхождении результатов поиска, логики их ранжирования и другие данные, связанные с общественными проблемами или с вопросами развития
5.	Критически оценивать информацию, медиа и цифровой контент	Умение оценивать, анализировать, сравнивать и осмысливать информацию и медиа в соответствии с исходными критериями оценки информации, распознавать и разоблачать теории заговора. Способность критически оценивать информацию и каналы ее получения с точки зрения достоверности, качества, надежности и текущих потребностей, взвешивая получаемые возможности и потенциальные риски
6.	Уметь защититься от рисков, связанных с программным обеспечением, контентом, общением и взаимодействием онлайн	Осведомленность о практиках цифровой безопасности и владение ими для защиты от онлайн-угроз (кража идентичности, фишинг, следающее или вредоносное программное обеспечение, нарушения приватности и конфиденциальности). Знание о таких угрозах личной безопасности, как онлайн-груминг, кибербуллинг, приносящие вред рекомендации, типизация и составление профилей (profiling), несоответствующий возрасту контент, незаконный контент, подстрекательство к нанесению ущерба, нарушение прав человека и т. д.; применение этих знаний для собственной защиты и предотвращения дальнейшего распространения опасного контента
7.	Анализировать, организовывать, распространять и сохранять информацию и медийный контент	Способность анализировать информацию и медийный контент с использованием различных методов и инструментов, упорядочивать по заранее определенным категориям и хранить в соответствии с потребностями и ресурсами
8.	Формулировать идеи на основе получаемой информации и контента и действовать на основе переработанной информации	Умение сопоставлять и обобщать получаемую информацию и контент, абстрагироваться от источников информации и использовать сформулированные в результате получения и переработки информации идеи в качестве основы для собственных действий
9.	Использовать информацию ответственно и в рамках этики, распространять или передавать имеющиеся и создаваемые знания в адекватной форме с использованием наиболее подходящих каналов	Умение использовать и распространять информацию, медийный контент и знания этичным и эффективным путем, выбирая наиболее подходящие формы и методы в зависимости от особенностей аудитории
10.	Применять ИКТ-навыки при использовании программного обеспечения, переработке информации и производстве контента	Обладание навыками, позволяющими использовать ИКТ для поиска, оценки и создания разнообразного контента, владение навыками, необходимыми для производства и распространения информации
11.	Применять ИКТ-навыки для создания продуктов и услуг, имеющих общественную или коммерческую ценность, содействуя тем самым развитию предпринимательства	Способность применять соответствующие навыки для создания информационных и медийных продуктов и услуг в рамках предпринимательских инициатив, вовлекаясь таким образом в функционирование экономики знаний
12.	Использовать ИКТ в контексте понимания их жизненно важного потенциала	Способность выходить за пределы базового использования ИКТ, понимая, каковы логика, механизмы и условия их развития, кто ими владеет и кто контролирует
13.	Взаимодействовать с поставщиками информации и медиа, занимая активную позицию и исходя из идей глобальной гражданской ответственности	Способность активно взаимодействовать с организациями и другими людьми, исходя из уважения прав человека и идей открытости, доступности и многостороннего участия в развитии библиотек, архивов, музеев и других акторов в области медиа и технологий

14.	Управлять неприкосновенностью своей частной жизни онлайн и офлайн	Понимание необходимости и ценности права на неприкосновенность частной жизни для развития личности и защиты прав как в онлайн-пространстве, так и в реальном мире, способность отстаивать такое право в случаях его нарушения. Представление о процессах превращения личной информации и данных в товар и их монетизации, об использовании настроек регулирования доступа и уровней открытости. Умение устанавливать баланс между приватностью и прозрачностью, свободой самовыражения и доступом к информации. Использовать персональную информацию других людей на этической основе и уважать их право на частную жизнь
15.	Управлять своим взаимодействием с играми, включая те, в которых используются технологии искусственного интеллекта	Понимание возможностей и угроз использования игр с точки зрения обучения и развития; представление о том, каким образом права и свободы могут быть ущемлены при взаимодействии с играми. Содействие разработке игр. Знание о том, каким образом можно содействовать расширению прозрачности и подотчетности технологий искусственного интеллекта и игр. Умение учитывать связь между конфиденциальностью и взаимодействием с системами на основе искусственного интеллекта и играми
16.	Взаимодействовать онлайн и офлайн со структурами в сфере медиа, информации и предоставления контента на основе продвижения идей развития доступа к информации, свободы самовыражения, межкультурного и межрелигиозного диалога, демократического участия и гендерного равенства для противодействия всем формам неравенства, нетерпимости и дискриминации	Знание о ценности социального участия посредством различных средств медиа в интересах развития доступа к информации, свободы самовыражения и выражения мнения (кроме случаев распространения ненавистнических высказываний), межкультурного диалога, участия в демократическом дискурсе в рамках этики
17.	Использовать МИГ для развития других социальных навыков	Понимание того, как применять навыки критического мышления для развития грамотности в области здоровья, финансовой грамотности, научного мировоззрения, умения жить в многокультурном обществе и др.
18.	Использовать МИГ для решения задач и сотрудничества	Отношение к жизненным возможностям и проблемам как к тем, которыми можно воспользоваться или которые можно решить с помощью информации. Понимание, как установить общение и взаимодействие с другими людьми в реальном мире и онлайн для обмена информацией и знаниями в целях генерирования идей и решения проблем
19.	Распознавать и противодействовать распространению ненависти и радикалистского контента в Сети	Понимание того, как контент может содействовать разжиганию или снижению ненависти и радикалистских настроений. Способность идентифицировать дискриминационный контент или ненавистническую риторику и знание того, какие шаги необходимо предпринять при столкновении с подобным контентом

ЦЕННОСТИ И УСТАНОВКИ, СВЯЗАННЫЕ С ФОРМИРОВАНИЕМ КОМПЕТЕНЦИЙ МИГ

20.	Межкультурный диалог и межрелигиозный диалог
21.	Свобода выражения мнений, свобода информации и свобода участия
22.	Толерантность и уважение к другим
23.	Саморефлексия и понимание ценности процесса подвергания сомнению собственных убеждений
24.	Понимание международных стандартов в области прав человека
25.	Устойчивое развитие, солидарность и мир

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ РАМКИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

На основании рекомендаций экспертных совещаний и консультаций²⁶, проведенных под руководством ЮНЕСКО, а также на основании содержания учебных модулей, разработанных различными авторами для данной Учебной программы, сопровождающей рамки компетенций, были определены три ключевые взаимосвязанные тематические области, вокруг которых построена Учебная программа по МИГ для преподавателей и учащихся:

1. Знание и понимание информации, медиа и цифровых коммуникаций для устойчивого развития, мира, демократического дискурса и участия в общественной жизни.
2. Оценка контента и деятельности связанных с его созданием и распространением структур.
3. Производство и использование контента.

Эти тематические области были соединены с шестью ключевыми областями общего образования и повышения квалификации педагогов таким образом, чтобы отразить их развивающиеся взаимоотношения и сформировать концептуальные рамки для этой модельной Учебной программы по МИГ (см. таблицу 1). Более широкий контекст разработки политики в данной области и руководство по развитию МИГ и ее интеграции во все уровни образования и сферы общества отражены в разработанных ЮНЕСКО документах — Руководящих принципах для политики и стратегии в области медийной и информационной грамотности²⁷ и Проекте стандартов для учебных программ в области медийной и информационной грамотности²⁸.

Учебная программа по МИГ и сопутствующие ей модули являются комплексными, всеобъемлющими и не носят предписывающий характер, что призвано облегчить процесс их адаптации в глобальном, региональном или национальном контексте (см. разделы «Рекомендации по адаптации Учебной программы» и «Стратегии интеграции в образовательный процесс» в Части 2 данного издания). Они являются достаточно гибкими для адаптации к различным образовательным и институциональным системам и потребностям на местах. Однако, с точки зрения ЮНЕСКО, чтобы быть полезным, любое знакомство преподавателей и учащихся с МИГ обязательно должно включать элементы, подчеркивающие необходимость критического участия в достижении целей в области устойчивого развития и защите основных свобод, изложенных в статье 19 Всеобщей

²⁶ Этот документ основывается на рекомендациях серии экспертных встреч и консультаций, начавшихся в 2008 г. в рамках подготовки первого издания Учебной программы и продолжившихся в 2019–2020 гг. для подготовки данного, второго издания.

²⁷ Media and Information Literacy: Policy and Strategy Guidelines. UNESCO, Paris, 2013. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000225606>

²⁸ Белградские рекомендации по проекту глобальных стандартов для учебных программ в области медийной и информационной грамотности. ЮНЕСКО, 2019. https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf

декларации прав человека. В любой адаптации Учебная программа должна помочь преподавателям и учащимся понять важность МИГ для устойчивого развития и необходимость основных свобод и прав человека как неотъемлемой части гражданского образования.

Учебная программа актуальна для любой медийной среды: для печатных и аудиовизуальных медиа, включая газеты, книги, широкоэлектронные СМИ (такие как радио и телевидение) как онлайн, так и офлайн, для цифровых коммуникаций и других типов поставщиков контента. Таким образом, подготовка преподавателей медийной и информационной грамотности и тренеров МИГ формата «равный-равному» (peer-educators) не должна рассматриваться как предназначенная только для тех, кто имеет доступ к передовым цифровым технологиям. Она в равной степени применима и в тех условиях, когда использование цифровых технологий ограничено.

ТАБЛИЦА 2. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ РАМКИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПО МИГ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

СФЕРЫ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ			
Ключевые области учебной программы	Знания в области информации в целях устойчивого развития и демократического дискурса	Оценка контента	Создание и использование контента
Учебная программа и оценка	Знания о провайдерах контента, их функциях и условиях, необходимых для реализации таких функций	Понимание критериев оценки контента	Навыки, связанные с определением того, как, с какими целями и в каком социокультурном контексте контент создается, как используется гражданами
Профессиональное развитие преподавателей	Знания в области использования МИГ для гражданского образования, участия в профессиональных сообществах и управлении ими	Оценка и управление средствами медиа и информацией, цифровое взаимодействие с ресурсами для профессионального обучения	Лидерство и активная гражданская позиция, приверженность делу продвижения и использования МИГ в развитии преподавателей и учащихся
Контент	Знания в сфере онлайн- и офлайн-контента, начиная от традиционных поставщиков, таких как СМИ, библиотеки, музеи, книги и т. д.	Характеристика контента, связанная с институциональными или индивидуальными источниками	Использование контента, его переработка/создание и распространение, в том числе с учетом алгоритмического ранжирования или технологий обмена
Организация и администрирование	Знания в области создания учебных планов по МИГ	Сотрудничество на основе медийной и информационной грамотности	Использование МИГ для обучения на протяжении всей жизни
Педагогика	Включение контента в основную учебную программу/образовательное пространство и в педагогический дискурс	Оценка контента и поставщиков контента в целях решения проблем	Создаваемый пользователями контент и его использование в процессах обучения и преподавания
Политика и стратегия	Подготовка медийно и информационно грамотных преподавателей и образовательных пространств	Подготовка медийно и информационно грамотных учащихся/граждан	Содействие формированию медийно и информационно грамотных обществ

ПОЛИТИКА И СТРАТЕГИЯ

Для обеспечения систематического и последовательного включения МИГ во все уровни образования и в жизнь общества в целом необходима национальная политика. Отправной точкой должно служить соответствующее видение в области государственного образования, ИКТ, молодежи, связанных с созданием и распространением контента учреждений и отраслей, культурной политики, обеспечения свободы выражения мнений и законодательства в сфере свободы информации, политики в области устойчивого развития, а также их взаимосвязь с политикой в области медийной и информационной грамотности. В странах, где такая политика не выработана, ключевым вопросом является та роль, которую могут сыграть преподаватели и учащиеся в продвижении ее необходимости. Если политика в области МИГ разработана, необходимо проанализировать ее актуальность — в какой степени она отражает международные стандарты и передовой опыт, какие возможности есть для ее обновления. Таким образом, ключевым аспектом Учебной программы по МИГ является обсуждение политики и стратегии медийной и информационной грамотности и ее влияния на все уровни и типы образования и на общество в целом. Подобное обсуждение должно привести к анализу политики и стратегии, а также того, как они связаны с подготовкой медийно и информационно грамотных преподавателей и учащихся. Наконец, следует обратить внимание на роль педагогов в развитии медийно и информационно грамотного общества. Поэтапное движение в этом направлении представлено в разработанных ЮНЕСКО Руководящих принципах для политики и стратегии в области медийной и информационной грамотности²⁹.

ПОНИМАНИЕ ИНФОРМАЦИИ, МЕДИА, ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ, МИРА, ДЕМОКРАТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА И СОЦИАЛЬНОГО УЧАСТИЯ

Целью этой обширной тематической области является развитие критического понимания того, как медийная и информационная грамотность может повысить способность преподавателей, учащихся и всех граждан в целом взаимодействовать с поставщиками контента как с потенциальными фасилитаторами устойчивого развития, свободы выражения мнений, плюрализма, межкультурного диалога, толерантности и глобальной гражданственности, а также как с соучастниками процесса использования информации в общественных интересах, укрепления демократического дискурса и надлежащего управления.

²⁹ Media and Information Literacy: Policy and Strategy Guidelines. UNESCO, Paris, 2013. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000225606>

Рисунок 5 в конце этого раздела иллюстрирует такую взаимосвязь. Данная тема охватывает множество взаимопересекающихся вопросов, касающихся функций и значения различных поставщиков контента (включая библиотеки, медиа и компании цифровой коммуникации), таких как:

- Предоставление каналов общения, используя которые граждане могут коммуницировать друг с другом и отстаивать свои права.
- Хранение, обработка, анализ и распространение информации в интересах общественного блага.
- Распространение нарративов, идей и информации.
- Корректировка информационной асимметрии между управляющими, управляемыми и конкурирующими частными агентами.
- Содействие информированным дебатам между различными социальными акторами и поощрение разрешения споров демократическим путем.
- Предоставление средств, с помощью которых общество узнает само о себе и формирует чувство общности.
- Предоставление средств для культурного самовыражения, культурной сплоченности внутри и между нациями, устойчивого развития.
- Выполнение функций наблюдателей за правительством в любых формах, способствуя прозрачности общественной жизни и общественному контролю над теми, кто наделен властью, и разоблачая коррупцию и корпоративные правонарушения.
- Выполнение функций инструмента повышения социальной и экономической эффективности.
- Содействие устойчивому развитию и демократическим процессам, содействие в гарантии свободных и справедливых выборов.
- Выступление в качестве защитника и социального актора от своего собственного имени при уважении к ценностям плюрализма (новостные медиа).
- Выполнение функций института коллективной памяти общества (библиотеки).
- Сохранение культурного наследия.
- Обеспечение доступа к информации.
- Содействие преодолению цифрового разрыва путем предоставления доступа для широкой аудитории.
- Содействие библиотекам, архивам и музеям в том, чтобы они выступали в качестве информационных агентств и учебно-ресурсных центров.
- Содействие использованию всех типов информационных ресурсов в библиотеках.

- Содействие преподаванию, обучению и «научению учиться» с помощью научных библиотек.
- Обучение пользователей библиотек.

(По материалам публикации ЮНЕСКО «Показатели развития средств информации: система оценки развития средств информации»³⁰.)

Фундаментальные основы устойчивого развития, демократии и надлежащего управления — прозрачность, подотчетность и гражданское участие — затруднительно сформировать без открытой информации, медиа и цифровых систем. Эти системы могут служить для стимулирования динамичного гражданского общества или «культуры гражданственности». Функции таких сервисов включают:

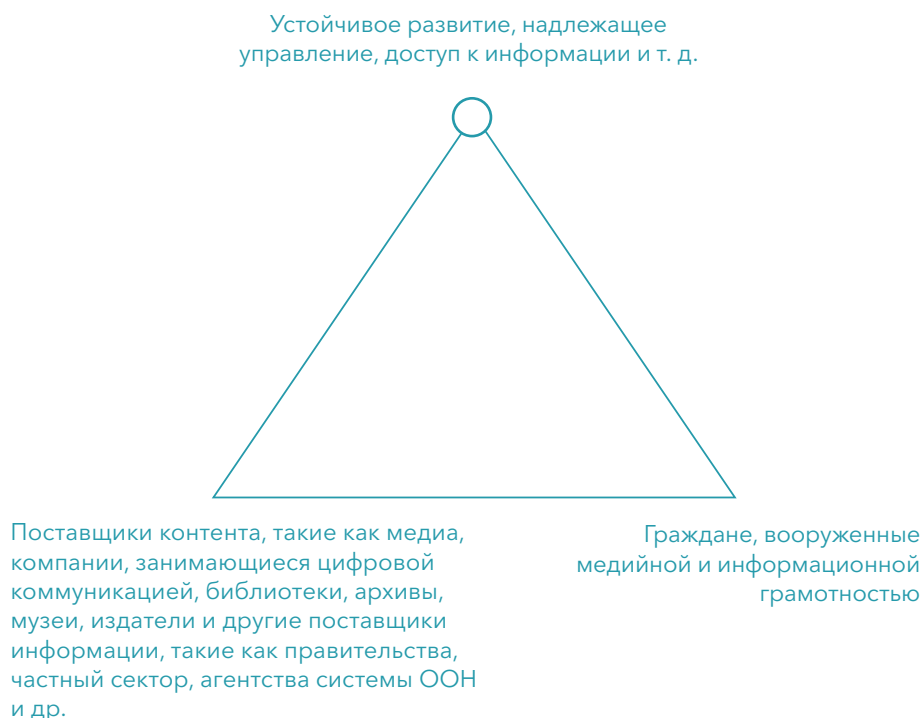
- Обеспечение равного доступа к информации и знаниям, понятным и актуальным для различных групп людей; предоставление платформы для открытых дебатов и дискуссий.
- Поддержка лояльности и приверженности ценностям и процедурам, адекватным ценностям устойчивого развития, демократии и надлежащего управления.

Учебная программа по МИГ предоставляет преподавателям и учащимся материалы, необходимые для развития навыков интеграции медийной и информационной грамотности в практику преподавания и обучения таким образом, чтобы при этом имели ценность мнения учащихся и разнообразие, учитывалось гендерное представительство. В этом контексте встает вопрос о том, как каждый отдельный человек может организовать свое взаимодействие с поставщиками контента, чтобы иметь возможность самовыражения, чтобы голос каждого был услышан и вносил свой вклад в развитие многообразия понимания и взглядов.

Информационные институты (библиотеки, медиа и компании, занимающиеся цифровыми коммуникациями) предоставляют платформу для расширения участия в профессиональном обучении. В некоторых странах они могут даже быть участниками процессов открытого и дистанционного обучения и непрерывного профессионального развития преподавателей. Вопрос использования различных информационных и коммуникационных систем для повышения участия преподавателей в педагогических профессиональных сообществах также освещается в этой Учебной программе. Педагоги, работающие в разных социальных контекстах и в разных географических регионах, могут делиться знаниями и информацией о профессиональном обучении и практике.

³⁰ Показатели развития средств информации: система оценки развития средств информации. ЮНЕСКО, 2008. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000163102_rus. Все ссылки на Косово в данной публикации должны интерпретироваться в контексте резолюции 1244 от 1999 г. Совета Безопасности ООН.

РИСУНОК 5. МИГ И ЕЕ ВАЖНОСТЬ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И ДЕМОКРАТИИ



АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ИНФОРМАЦИИ, МЕДИА И ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Навыки решения проблем и критического мышления лежат в основе обучения всем предметам, не менее важны они и для повседневной жизни. Критическая оценка информации, получаемой из различных источников, превращает проблемы в возможности.

В этой связи появляется задача повышения способности преподавателей и учащихся оценивать источники и информацию на основе определенных выполняемых общественными службами функций, которые нормативно предписываются поставщикам контента. Педагоги и учащиеся должны обладать компетенциями МИГ для того, чтобы выявлять и анализировать полезный, предвзятый или вредоносный контент, уметь деконструировать содержащиеся в нем сообщения и критически взаимодействовать с ним. Другая задача — вооружить преподавателей и учащихся знаниями о том, какие действия можно предпринять в тех случаях, когда эти службы отклоняются от выполнения ожидаемых ролей. Педагоги должны быть способны проанализировать, как компетенции МИГ соотносятся с контентом, создаваемым для формального и неформального обучения и в его рамках. Необходимо отметить, что

информация и контент, которыми располагают системы образования, могут сами по себе быть предвзятыми, стереотипными, неполными, а иногда даже ошибочными. Например, преподаватели должны иметь возможность изучать вопросы, связанные с репрезентацией гендерных, расовых, религиозных и других особенностей в материалах учебников, учебных программ или научных исследований, в информации, распространяемой медиа и системами цифровых коммуникаций. Также педагоги должны уметь анализировать то, каким образом связанные с разнообразием и плюрализмом проблемы решаются на местном и глобальном уровнях. Наконец, преподаватели и учащиеся должны развивать навыки рефлексии в отношении того, каким образом они сами интерпретируют информацию в целом и отдельные тексты из различных источников в частности, а также — как это содействует или препятствует процессам обучения или социальной вовлеченности.

ПРОИЗВОДСТВО И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНТЕНТА КАК СОСТАВЛЯЮЩИЕ И УСЛОВИЯ МИГ

Способность отбирать, адаптировать и/или разрабатывать и использовать материалы и инструменты медийной и информационной грамотности для реализации заданного набора целей обучения и потребностей должна осваиваться преподавателями и учащимися в качестве навыка. Преподаватели также должны развивать навыки, которые позволят им помогать учащимся применять такие инструменты и ресурсы в процессе обучения, особенно в части создания контента.

Создание и использование контента должно способствовать развитию ориентированной на учащегося педагогики, в рамках которой поощряются исследовательская активность и рефлексивное мышление преподавателей и учащихся. В этом контексте необходимо уделять большее внимание развитию понимания основ жизненного цикла информации и навыков научного исследования. Обучение в ходе практической деятельности — это важная составляющая приобретения знаний в XXI веке. Производство контента предоставляет преподавателям и учащимся возможность погрузиться в процесс обучения, создавая тексты и изображения в интерактивной среде в рамках формального образования и за его пределами. Педагоги должны играть активную роль в этом процессе, если ожидается, что учащиеся освоят компетенции, необходимые для применения активных методов обучения.

Создаваемый пользователями контент является основным объектом внимания со стороны большинства компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, и традиционных медиа. Взаимодействие с другими пользователями социальных сетей становится все более значимой причиной, по которой молодые люди выходят в Интернет, используя различные технологии. Это тенденция характерна не только для развитых стран: в Африке, Южной Азии, Латинской Америке и странах Карибского бассейна все большее количество граждан

получают доступ к мобильным технологиям и используют их для получения и отправки сообщений и участия в обсуждении вопросов жизни общества, устойчивого развития или политики, влияющих на их жизнь. В то же время они развлекаются и становятся объектами для рекламы, а также осваивают методы противодействия распространению ложного и вводящего в заблуждение контента.

По мере того, как преподаватели и учащиеся развивают компетенции и уверенные навыки создания и использования мультимедийного и цифрового контента в учебных целях, они становятся лидерами в продвижении медийной и информационной грамотности в рамках учебных программ. Повышение уровня преподавания и изучения МИГ для реализации различных функций позволяет преподавателям и учащимся стать активными сторонниками распространения и обучения медийной и информационной грамотности в учебных и социальных контекстах, а также в обществе в целом.

КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

В таблице 3 проиллюстрирована связь МИГ с различными областями Учебной программы, предназначенной для преподавателей и других работников сферы образования. Указанные навыки отражают основные компетенции, которые преподаватели должны приобрести и продемонстрировать в рамках каждого из элементов структуры Учебной программы по МИГ. Общие ожидаемые результаты обучения, представленные в таблице, могут использоваться для оценки уровня овладения навыками.

ТАБЛИЦА 3. ЦЕЛИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ЮНЕСКО И НАВЫКИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

ОБЛАСТИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ	ЦЕЛИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ	РАЗВИВАЕМЫЕ НАВЫКИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ
Политика и стратегия	Привлечь внимание преподавателей к вопросам политики и стратегии, необходимых для МИГ	Преподаватели понимают, какая политика необходима для продвижения МИГ и как она может быть реализована в рамках образования и в обществе в целом. Они также понимают, каким образом МИГ содействует формированию жизненных навыков и развитию в контексте гражданского воспитания и образования в области глобальной гражданственности
		
Учебная программа и оценка	Увеличить востребованность ресурсов, посвященных МИГ, и их практическое применение	Преподаватели понимают, каким образом МИГ может применяться в рамках школьных учебных программ. Они способны критически оценивать широкий спектр поставщиков контента в свете приписываемых им функций и в этих целях способны отбирать различные материалы для формирования МИГ. Владеют навыками оценки уровня освоения МИГ учащимися
		

Информация, медиа и интернет-структуры	Укрепить знания в отношении всего круга поставщиков информации, таких как библиотеки, архивы, музеи, медиа, компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, и т. д.	Преподаватели знают и понимают, как формировались и изменялись структуры, предоставляющие доступ к контенту. Они развивают навыки использования доступных технологий для того, чтобы взаимодействовать с различными аудиториями. Используют разнообразные источники информации для развития критического мышления и навыков решения проблем, а также для того, чтобы формировать такие навыки у учащихся
		
Организация и администрирование	Расширить возможности преподавателей по организации учебных пространств в целях эффективного участия во всех формах преподавания и обучения, а также для того, чтобы использовать источники информации в качестве неотъемлемого инструмента достижения этой цели	Медийно и информационно грамотные преподаватели понимают, каким образом организуются учебные пространства, и способны создавать условия для максимизации использования различных поставщиков контента в целях воспитания гражданственности и обучения на протяжении всей жизни. Они способны демонстрировать навыки такой организации процесса обучения, при которой в рамках учебных пространств уважаются различные точки зрения и позиции вне зависимости от каких-либо особенностей их носителей, включая пол (гендер)
		
Педагогика	Реализовать изменения образовательных педагогических практик с тем, чтобы они предусматривали обучение в области МИГ	Медийно и информационно грамотные преподаватели осваивают педагогические навыки, необходимые для преподавания МИГ учащимся. Они способны обучать МИГ в контексте идей надлежащего управления, устойчивого развития и межкультурного диалога. Владеют знаниями о том, как учащиеся реагируют на различных поставщиков контента и взаимодействуют с ними, и используют эти знания для вводных занятий по МИГ для учащихся. Также преподаватели освоили ключевые понятия, методы исследования и предметную структуру МИГ для того, чтобы формировать значимый для учащихся учебный опыт, подготавливающий их к роли граждан
		
Профессиональное развитие педагогов	Продвигать образование на основе использования источников информации в целях обучения на протяжении всей жизни и профессионального развития	Преподаватели располагают необходимыми навыками использования технологий и взаимодействия с поставщиками контента для того, чтобы получать доступ к информации и осваивать предметные области и педагогические знания, содействующие их профессиональному развитию
		

Данная Учебная программа включает 14 основных модулей, обеспечивающих широкий тематический охват. Модули содержат краткое описание тем, цели обучения, педагогические подходы, виды деятельности и рекомендуемые формы оценки знаний, которые могут быть адаптированы преподавателями или любыми другими заинтересованными лицами или учреждениями. Список компетенций, связанных с модулями, разделами и темами Учебной программы по МИГ, отражает те знания и навыки, которые преподаватели должны осваивать по мере изучения модулей. В случае использования отдельных модулей для составления какой-то определенной программы по обучению медийной и информационной грамотности необходимо охватывать большинство из

предлагаемых компетенций. Перечисленные ниже компетенции являются лишь примером всех тех компетенций, которые содержатся в 14 модулях. Для детального ознакомления с компетенциями и учебными результатами обращайтесь к вводной части каждого модуля.

КОМПЕТЕНЦИЯ МИГ 1:

Понимание роли информации, медиа и цифровых коммуникаций в деле устойчивого развития и демократии

Модули Учебной программы, связанные с данной компетенцией:

Модуль 1. Установочный модуль: введение в медийную и информационную грамотность и другие ключевые понятия; **Модуль 2.** Представление об информации и технологиях; **Модуль 13.** Медиа, технологии и цели устойчивого развития: контекст МИГ; **Модуль 14.** Коммуникация и информация, МИГ и обучение — итоговый модуль.

Преподаватели, учащиеся или другие заинтересованные лица начнут свое знакомство с нормативными функциями различных поставщиков контента и расширят понимание их потенциальной важности для формирования гражданской ответственности и принятия информированных решений.

Результаты освоения этой компетенции должны включать способность преподавателей и учащихся:

- Выделять ключевые учебные результаты/элементы обучения, иметь представление о конвергенции медийной и информационной грамотности.
- Определять, описывать и оценивать связанные с устойчивым развитием и демократическими обществами нормативные функции различных поставщиков контента, рассматриваемых в качестве общественной службы.
- Понимать связь между МИГ и целями устойчивого развития, иметь представление о роли МИГ в решении различных проблем, связанных с развитием.
- Понимать и владеть ключевыми понятиями, используемыми поставщиками контента, в том числе библиотеками, медиа и компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией.
- Понимать, как владение этими понятиями помогает пользователям/гражданам взаимодействовать на критической основе с поставщиками контента.

- Демонстрировать понимание таких важных концепций, как свобода выражения мнений, доступ к информации и основные права, закрепленные в Статье 19 Всеобщей декларации прав человека.
- Понимать и быть способным интерпретировать взаимосвязь между МИГ, гражданственностью, устойчивым развитием и демократией.
- Понимать и обосновывать важность плюрализма мнений и точек зрения, представляемых с помощью различных поставщиков контента как участников межкультурного диалога.
- Ориентироваться в таких понятиях, как редакционная независимость, профессиональные стандарты и подотчетность.
- Понимать и быть способным объяснить, почему журналистика является необходимой общественной службой верификации информации.
- Иметь представление об этике в области информации, медиа и технологий, уметь определять нарушения в данной области.

КОМПЕТЕНЦИЯ МИГ 2:

Понимание контента и его использование

Модули Учебной программы, связанные с данной компетенцией:

Модуль 2. Представление об информации и технологиях; **Модуль 6.** Репрезентация в медиа и информации: акцент на гендерном равенстве; **Модуль 7.** Влияние медиа и технологий на контент; **Модуль 5.** Аудитория как граждане; **Модуль 10.** Реклама и медийная и информационная грамотность; **Модуль 11.** Искусственный интеллект, социальные медиа и компетенции МИГ; **Модуль 13.** Медиа, технологии и цели устойчивого развития: контекст МИГ.

Преподаватели, учащиеся или другие заинтересованные лица смогут продемонстрировать знания в области использования информации, медиа и цифровых технологий в личной и общественной жизни, взаимоотношений между гражданами и контентом, а также применения полученных знаний для достижения широкого круга целей.

Результаты освоения этой компетенции должны включать способность преподавателей и учащихся:

- Интерпретировать контент, контекст и транслируемые цели, а также устанавливать связи между ними.
- Понимать роль и значение информации и навыков информационной грамотности в информационном обществе и обществах знаний.

- Описывать связь между МИГ и глобальной гражданственностью, их актуальность для обучения.
- Овладеть пониманием того, что такое аудитория, какие факторы обуславливают разницу в интерпретации контента разными людьми и разными аудиториями.
- Знать о преимуществах принадлежности к человеческой общности, наличия общих ценностей и обязательств, эмпатии, солидарности и уважения к различиям и разнообразию.
- Осмысливать динамические взаимовлияющие и обладающие трансформационным потенциалом взаимосвязи между такими феноменами, как производство контента, сообщение (message), вовлеченность и аудитория.
- Знать и уметь перечислить отдельные примеры использования в целях развития технологий искусственного интеллекта и социальных медиа.
- Знать и уметь перечислить отдельных ключевых участников в сфере разработки и применения технологий искусственного интеллекта.
- Владеть базовыми знаниями в области этики, управления и нормативно-правового регулирования, связанных с технологиями искусственного интеллекта.
- Использовать стратегии анализа стереотипов в информационном и медийном контенте (например, распознавать стереотипы, которые служат интересам одних групп общества за счет других; выявлять и деконструировать используемые визуальными медиа приемы, содействующие распространению стереотипов, в том числе гендерных и расовых).
- Выявлять и критически анализировать различные используемые в рекламе (и в других типах контента) приемы, которые направлены на оказание влияния на решения и поведение людей.
- Анализировать медийные репрезентации, в том числе искаженные и недостаточные.
- Осмысливать взаимосвязь между конфиденциальностью, личным и социальным развитием.
- Понимать, как концепция «активной аудитории» применяется в рекламе и стратегических коммуникациях, или, более конкретно, как разные аудитории по-разному понимают медийные сообщения (чем, например, объясняется успех одной рекламы и неуспех другой).
- Оценивать влияние рекламы на контент и услуги в области информации и коммуникации.
- Предлагать стратегии, направленные на продвижение идеи информированной гражданственности и учитывающие вызовы, связанные с использованием эмоционально заряженных сообщений в рекламе и распространением некорректной и заведомо ложной информации.
- Владеть знаниями об основных характеристиках и значении общественных вещательных компаний.

КОМПЕТЕНЦИЯ 3:

Эффективная и действенная оценка информации с применением этики

Модули Учебной программы, связанные с данной компетенцией:

Модуль 1. Установочный модуль: введение в медийную и информационную грамотность и другие ключевые понятия; **Модуль 9.** Возможности и вызовы интернета; **Модуль 3.** Научно-исследовательская деятельность, информационный цикл, обработка цифровой информации, интеллектуальная собственность; **Модуль 8.** Конфиденциальность, защита данных и человек.

Преподаватели, учащиеся или другие заинтересованные лица смогут определять типы контента, необходимого для решения конкретных задач, искать и получать доступ к информации эффективным и действенным образом.

Результаты освоения этой компетенции должны включать способность преподавателей и учащихся:

- Выбирать эффективные и действенные способы доступа к контенту, необходимому для осуществления познавательной или поисковой деятельности.
- Учиться использованию команд для поиска в базах данных.
- Понимать роль поставщиков контента (включая поисковые системы в Интернете, библиотеки, музеи и архивы и их роль в сохранении цифровой информации).
- Осуществлять онлайн-поиск с использованием соответствующих инструментов (поисковые системы, тематические каталоги и порталы).
- Формулировать ключевые слова и связанные с темой поиска термины для доступа к необходимому контенту.
- Ориентироваться в многообразии типов и форматов потенциальных источников информации. Формулировать критерии для принятия решений в отношении выбора контента и его источников.
- Понимать значение базовой научной грамотности и ее взаимосвязи с МИГ.
- Применять для поиска контента знание ключевых аспектов организации информации, таких как схемы классификации (например, системы библиотечной классификации, индексы, аннотации, библиографии, базы данных и т. д.).

- Знать и применять законодательство в сфере авторского права, включая лицензии Creative Commons и другие подходы к лицензированию авторских прав.
- Понимать разницу между авторским правом и правом собственности.
- Ориентироваться в различных видах интеллектуальной собственности и понимать ее значение.

КОМПЕТЕНЦИЯ 4:

Критическая оценка информации и ее источников с применением этических норм

Модули Учебной программы, связанные с данной компетенцией:

Все модули, включая Модуль 1. Установочный модуль: введение в медийную и информационную грамотность и другие ключевые понятия; **Модуль 2.** Представление об информации и технологиях; **Модуль 3.** Научно-исследовательская деятельность, информационный цикл, обработка цифровой информации, интеллектуальная собственность; **Модуль 9.** Возможности и вызовы интернета; **Модуль 5.** Аудитория как граждане; **Модуль 6.** Репрезентация в медиа и информации: акцент на гендерном равенстве; **Модуль 10.** Реклама и медийная и информационная грамотность; **Модуль 4.** Компетенции МИГ, необходимые для противодействия некорректной информации, дезинформации и ненавистническим высказываниям: в защиту установления истины и мира.

Преподаватели, учащиеся или другие заинтересованные лица смогут критически оценивать контент и его источники и использовать отобранную информацию для решения проблем и анализа идей.

Результаты освоения этой компетенции должны включать способность преподавателей и учащихся:

- Изучать и сравнивать полученный из разных источников контент, выделяя различные функциональные характеристики информации, развлекательного и рекламного контента, некорректной информации и дезинформации.
- Оценивать информационный контент с точки зрения его надежности, достоверности, точности, авторитетности, своевременности и непредвзятости.
- Использовать различные критерии (например, ясность, точность, эффективность, непредвзятость, релевантность фактов) для оценки конкретных текстов (веб-сайтов, документальных фильмов, рекламы, новостных программ).

- Распознавать предубеждения, ненависть, ложь или манипуляции.
- Ориентироваться в различных теориях истины.
- Анализировать основные характеристики, иллюстрирующие концепцию «постправды».
- Распознавать различные типы заведомо ложного и вводящего в заблуждение контента, т.е. дезинформации, некорректной информации и утечек информации, включая теории заговора и мифы.
- Понимать механизмы действия таких явлений, как троллинг и кликбейт, в том числе в контексте дезинформации.
- Ориентироваться в типологии, особенностях и происхождении теорий заговора, понимать причины их привлекательности и владеть методами противодействия им.
- Понимать роль бизнес-моделей в распространении некорректной информации и дезинформации, уметь оценивать меры по смягчению их воздействия методами модерации контента и использования редакционных стандартов.
- Идентифицировать культурный, социальный или иной контекст, в условиях которого создается контент, и понимать влияние контекста на его интерпретацию.
- Иметь представление о возможностях цифровых технологий, включая применение дипфейков и манипулятивных приемов в цифровой среде.
- Сопоставлять новые знания с приобретенными ранее, чтобы понимать их ценность, определять возникающие противоречия или идентифицировать значимые особенности используемой информации.
- Оценивать уровень достоверности контента путем критического анализа его источников, ограничений, собственных инструментов и стратегиям сбора информации, а также обоснованности сделанных выводов.
- Использовать различные стратегии для интерпретации текстов (выводы, обобщение, синтез изученных материалов, обращение к изображениям или информации визуальных медиа для обоснования точки зрения, деконструкция контента для определения исходных предубеждений и подтекста).
- Анализировать информацию, полученную из разных источников, уделяя особое внимание медийной репрезентации пола, расы, происхождения, других маркеров культурной идентичности или сексуальной ориентации.
- Конвертировать компетенции МИГ в конкретные показатели эффективности, воплощенные в новых знаниях, установках и навыках.
- Разбираться в проблемах конфиденциальности и неприкосновенности частной жизни в Интернете и понимать, как МИГ может быть полезной в этой сфере.

- Вырабатывать стратегии защиты личной информации в цифровой среде.
- Понимать важность конфиденциальности для того, чтобы люди могли свободно выражать свое мнение и использовать преимущества доступа к информации.
- Идентифицировать культурные коды и негласные договоренности (условности, конвенции), используемые для передачи смыслов в разного типа информационных сообщениях и контенте.
- Понимать, каким образом способ и путь распространения информации и их особенности влияют на смысл и восприятие передаваемого сообщения.
- Определять информацию, которая может быть распространена с помощью определенного канала.
- Анализировать методы идентификации и таргетирования (явные и скрытые) различных аудиторий, понимать роль алгоритмов в этой области.
- Анализировать реакцию различных аудиторий на контент и выделять определяющие различную реакцию факторы, особенно в контексте глобальной гражданственности.

КОМПЕТЕНЦИЯ 5:

Использование цифровых и традиционных медийных форматов

Модули Учебной программы, связанные с данной компетенцией:

Модуль 9. Возможности и вызовы интернета; **Модуль 6.** Репрезентация в медиа и информации: акцент на гендерном равенстве; **Модуль 7.** Влияние медиа и технологий на контент; **Модуль 4.** Компетенции МИГ, необходимые для противодействия некорректной информации, дезинформации и ненавистническим высказываниям: в защиту установления истины и мира; **Модуль 11.** Искусственный интеллект, социальные медиа и компетенции МИГ; **Модуль 12.** Цифровые медиа, игры и традиционные медиа; **Модуль 13.** Медиа, технологии и цели устойчивого развития: контекст МИГ.

Преподаватели, учащиеся или другие заинтересованные лица смогут ознакомиться с использованием цифровых технологий, средств коммуникации и сетей в целях сбора информации, принятия решений и участия в социальных преобразованиях.

Результаты освоения этой компетенции должны включать способность преподавателей и учащихся:

- Понимать основы цифровых технологий, средств коммуникации и сетей, а также их использование в разных контекстах для разных целей.
- Уметь объяснять, почему владение МИГ может помочь учащимся лучше ориентироваться в социальных аспектах применения технологий искусственного интеллекта и критически взаимодействовать с такими системами.
- Применять компетенции МИГ при взаимодействии с технологиями искусственного интеллекта и социальными сетями и определять инструменты и ресурсы, которые могут быть полезны для этого.
- Использовать различного рода медиатексты для выражения собственных идей с помощью разнообразных медиа (традиционных печатных, электронных, цифровых и т. д.).
- Осуществлять базовый поиск онлайн-контента.
- Понимать, для каких целей молодые люди используют Интернет.
- Определять разницу в технологиях, используемых традиционными и цифровыми медиа, потенциал цифровых платформ в развитии партисипаторной демократии, и, в то же время, в усилении имеющихся угроз и появлении новых.
- Ориентироваться в возможностях использования игр в формальном, неформальном и информальном образовании.
- Владеть методами игровой педагогики и использовать ее в преподавании.
- Развивать социальные, интеллектуальные и пространственно-временные навыки, используя интерактивные мультимедийные средства, в частности игры.
- Применять интерактивные мультимедийные средства, в частности цифровые игры, в целях воспитания и обучения.
- Использовать низко- и высокотехнологичные интерактивные мультимедийные инструменты/игры для ознакомления с понятиями, изучаемыми в рамках учебных дисциплин (математика, естественные и общественные науки и т. д.).
- Анализировать различные интерактивные мультимедийные средства, разработанные с использованием бесплатного программного обеспечения с открытым исходным кодом или проприетарного программного обеспечения, оценивать их значение и влияние на процессы обучения.
- Понимать взаимосвязь между новой медийной средой и сложившимися бизнес-моделями, влияние последних на поведение людей, взаимодействие и онлайн-присутствие.
- Оценивать, насколько новые технологии и услуги, предлагаемые интернет-компаниями, способствуют устойчивому развитию и развитию демократических институтов и процессов в обществе.

КОМПЕТЕНЦИЯ 6:

Определение социокультурного контекста информации, медиа и цифрового контента

Модули Учебной программы, связанные с данной компетенцией:

Модуль 1. Установочный модуль: введение в медийную и информационную грамотность и другие ключевые понятия; **Модуль 2.** Представление об информации и технологиях; **Модуль 13.** Медиа, технологии и цели устойчивого развития: контекст МИГ.

Преподаватели, учащиеся или другие заинтересованные лица смогут продемонстрировать знание и понимание того, что информация, цифровой и медийный контент создается в рамках определенного культурного и социального контекста.

Результаты освоения этой компетенции должны включать способность преподавателей и учащихся:

- Понимать связь между МИГ и целями устойчивого развития, иметь представление о роли МИГ в решении различных проблем, связанных с развитием.
- Разбираться в проблемах конфиденциальности и неприкосновенности частной жизни в Интернете и понимать, как МИГ может быть полезна в этой сфере.
- Понимать, как цифровые данные используются влиятельными акторами для стимулирования социально-экономического развития или отставания.
- Понимать, как можно манипулировать маркерами конкретных информационных и медийных жанров и ожиданиями аудитории в их отношении для достижения определенных эффектов или целей.
- Определять нормативную значимость журналистики и ее роль в укреплении и обеспечении надлежащего управления, демократии и устойчивого развития.
- Создавать тексты, представляющие различные точки зрения и видение мира.
- Оценивать поставщиков контента в качестве участников межкультурного диалога. Критически оценивать контент с позиции соответствия устойчивому развитию, демократическому гражданству и культурному разнообразию.
- Критически осмысливать принципы, исходя из которых выносятся суждения о новостях или формируются новостные сообщения.

- Понимать, как обработка визуального контента может повлиять на смыслы, транслируемые медиа (исключение альтернативных позиций; отфильтрованные или подразумеваемые точки зрения; акцент на конкретных идеях и т. д.).
- Понимать важность конфиденциальности для того, чтобы люди могли свободно выражать свое мнение и пользоваться преимуществами доступа к информации.
- Исследовать перечисленные выше проблемы в личном, локальном или социальном контексте.
- Определять ключевых игроков в сфере защиты конфиденциальности и их роли.

КОМПЕТЕНЦИЯ 7:

Продвижение МИГ среди учащихся/ граждан и управление желательными изменениями

Модули Учебной программы, связанные с данной компетенцией:

Модуль 1. Установочный модуль: введение в медийную и информационную грамотность и другие ключевые понятия; **Модуль 9.** Возможности и вызовы Интернета; **Модуль 13.** Медиа, технологии и цели устойчивого развития: контекст МИГ; **Модуль 14.** Коммуникация и информация, МИГ и обучение — итоговый модуль.

Преподаватели, учащиеся или другие заинтересованные лица смогут использовать полученные в ходе освоения МИГ знания и навыки для того, чтобы продвигать медийную и информационную грамотность среди учащихся и управлять связанными с этой сферой изменениями в учебной среде/образовательных учреждениях.

Результаты освоения этой компетенции должны включать способность преподавателей и учащихся:

- Понимать, как различные учащиеся/граждане интерпретируют медийные продукты и события и используют их в своей жизни;
- Содействовать применению МИГ учащимися/гражданами для решения различных задач и проблем.
- Использовать различные виды учебной деятельности для развития у учащихся/граждан навыков в области медийной и информационной грамотности.

- Помогать учащимся/гражданам выбирать наиболее подходящие средства (например, системы поиска информации) для доступа к необходимому контенту.
- Помогать учащимся/гражданам критически оценивать контент и его источники, включая получаемую информацию в имеющуюся систему знаний.
- Использовать знания об эффективных вербальных, невербальных и других методах коммуникации для того, чтобы способствовать активному поиску, сотрудничеству и свободному и открытому общению между учащимися/гражданами.
- Применять стратегии формального и неформального оценивания для развития у учащихся/граждан знаний и навыков критического восприятия текстового, визуального и аудиоконтента.
- Использовать инструменты медийной и информационной грамотности для повышения интерактивности учебной среды для учащихся/граждан.
- Применять в рамках школы и за ее пределами традиционные или цифровые технологии для укрепления связи школьного и внешкольного обучения.
- Использовать ИКТ в процессе школьного обучения, чтобы помочь учащимся раскрыть для себя потенциал цифровых технологий, медиа и других доступных им источников информации, а также освоить способы их применения в обучении.
- Использовать медийную и информационную грамотность для расширения вовлеченности учащихся в процесс обучения.
- Применять знания и навыки, полученные в ходе обучения МИГ, для повышения качества обучения учащихся/граждан.
- Применять знания и навыки, полученные в ходе обучения МИГ, для развития у учащихся/граждан навыков оценки медиа и информации и понимания этических проблем, связанных с МИГ.
- Мотивировать участие в Альянсе МИГ ЮНЕСКО — глобальной сети, объединяющей различные заинтересованные стороны в области МИГ, и продвигать методы творческого обучения в рамках городских пространств на основе инициативы «Медийно и информационно грамотные города»³¹.
- Выявлять различные проекты и инициативы, направленные на расширение прав и возможностей учащихся/граждан и поощрение их участия (часть подобных инициатив и проектов приведены в разделах «Педагогические подходы и виды деятельности» всех модулей).

³¹ Инициатива ЮНЕСКО «Медийно и информационно грамотные города» продвигает идею творческого обучения МИГ в контексте городских пространств с участием различных заинтересованных сторон. Акцент в рамках инициативы «МИГ-города» делается на гражданах. Основная цель — ориентировать городское развитие в направлении разработки инновационных подходов по повышению возможностей граждан с помощью МИГ, при этом поддерживается объединение таких городов по всему миру. Подробнее об инициативе можно узнать на портале ЮНЕСКО <https://en.unesco.org/milcities>.

МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ И ИЗУЧЕНИЯ МИГ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

В основе используемых во всех модулях Учебной программы по МИГ лежат следующие педагогические подходы.

I. Исследовательское обучение

Исследовательское обучение — это ориентированный на учащегося/гражданина подход к обучению, в рамках которого основная исследовательская активность направляется на вопросы, связанные с медийной и информационной грамотностью в современном обществе. Данный подход включает целый ряд методов, связанных с исследовательской деятельностью, решением проблем и принятием решений, когда учащиеся приобретают новые знания и навыки в ходе следующих этапов обучения:

1. Определение вопроса/темы, распознавание сопровождающих этот вопрос/тему взглядов и убеждений.
2. Уточнение фактов и принципов, лежащих в основе вопроса/темы.
3. Поиск, систематизация и анализ данных.
4. Переосмысливание вопроса/темы и разработка решения.
5. Принятие мер и пересмотр последствий и результатов каждого этапа.

Этот метод подходит для преподавания МИГ, поскольку дает учащимся/гражданам возможность углубленного изучения конкретных тем и вопросов.

Примеры применения исследовательского метода в обучении МИГ: изучение и анализ того, как отображаются в медиа гендерное и расовое равенство; изучение вопросов, связанных с конфиденциальностью в деятельности и продуктах медиа и компаний, занимающихся цифровыми коммуникациями, посредством анализа первичных и вторичных документов; изучение кибербуллинга на основе этнографических исследований.

II. Проблемно-ориентированное обучение

Проблемное обучение — это система разработки учебных программ и реализации обучения, направленная на параллельное развитие у учащихся как междисциплинарных знаний и навыков, так и критического мышления и стратегий решения проблем. Это высокоструктурированный режим обучения в рамках совместной деятельности, позволяющий расширить индивидуальные и коллективные знания, вовлекая учащихся/граждан в критическое и глубокое исследование реальных проблем. Цели обучения, вопросы и методы исследования, а также получаемые результаты определяются и направляются самими учащимися.

Примером проблемно-ориентированного обучения в МИГ может служить разработка эффективной кампании социального маркетинга для конкретной аудитории, например, для продвижения целей устойчивого развития среди молодежи.

III. Эмпирический метод и научное исследование

Эмпирический метод исследования относится к числу методов, используемых учеными для исследования окружающего мира и выявления закономерностей на основе наблюдаемых фактов и явлений. Процесс исследования может быть представлен в виде несложного набора действий — так называемого цикла исследования, включающего следующие шаги: наблюдение, постановка вопросов, инвентаризация имеющихся знаний, планирование исследования, пересмотр имеющихся знаний на основе полученных данных, использование инструментов для сбора, анализа и интерпретации данных, формулировка объяснений и озвучивание результатов. Этот метод может быть адаптирован для обучения медийной и информационной грамотности.

Примеры использования метода научного исследования: изучение конкретных примеров воплощения на практике потенциального вреда или пользы от распространения определенного контента; оценка взаимосвязи между степенью популярности в социальных сетях и уровнем дофамина; изучение ролей отдельных онлайн-сообществ и влияния рекомендательных сервисов на формирование этих ролей; изучение особенностей/последствий случаев нарушения конфиденциальности или попыток использования технологий искусственного интеллекта для выявления разжигающих ненависть высказываний.

Научное исследование включает в себя вышеупомянутые инструменты, но может также предусматривать проведение экспериментов, состоящих из предварительных исследований, последующих корректирующих воздействий и тестирования их результатов, формирования экспериментальных групп/ситуаций и контрольных групп/ситуаций, многократных испытаний в долгосрочной и краткосрочной перспективе, к которым могут привлекаться несколько групп исследователей. Проблема применения метода научного исследования в преподавании и обучении МИГ заключается в том, что большинство компаний, занимающихся интернет-коммуникацией, не открывают доступ к своим огромным массивам данных, хотя расширение открытого доступа к этой информации — даже на основе аккредитаций — в значительной степени поможет продвижению понимания ценности МИГ и накоплению знаний, связанных с этого вида грамотностью.

IV. Метод изучения ситуаций, или тематическое исследование (case study)

Метод изучения ситуаций предполагает углубленное изучение отдельного случая или события. Он широко используется в университетах, где студенты исследуют реальные ситуации, применяя теоретические знания к практическим кейсам. Этот подход может применяться для обучения МИГ, поскольку учащиеся/граждане ежедневно сталкиваются с множеством различного рода сообщений от различных поставщиков контента (что представляет собой широкий набор «кейсов»). Метод изучения ситуаций — это способ систематизированного исследования событий, сбора и анализа данных и представления результатов, который может использоваться в сочетании с исследовательским обучением

учащихся/граждан. Применение метода изучения ситуаций может дать более глубокое и полное понимание причин, по которым события разворачивались тем или иным образом. Данный метод может быть реализован через выдвижение и проверку гипотез.

Метод изучения ситуаций может быть использован для изучения роли МИГ в повышении устойчивости людей к некорректной информации и дезинформации в конкретном сообществе; случаев нарушений этики при использовании технологий искусственного интеллекта; успешных стратегий маркетинговой кампании для продвижения известного цифрового или медийного продукта; успешности продакт-плейсмента, или «скрытого» спонсорства, для определенных продуктов со стороны инфлюенсеров — «лидеров мнений».

V. Обучение в сотрудничестве

Метод обучения в сотрудничестве предполагает объединение учащихся/граждан для совместной работы, направленной на достижение общих целей. Применение этого метода может варьироваться от работы в парах до более сложных форматов, таких как проектное обучение, групповой пазл, управляемая проверка знаний «равный-у-равного» и взаимное обучение. Все эти инструменты призваны работать на получение таких учебных результатов, как развитие концептуального мышления и мышления высшего порядка, навыки межличностного общения, позитивное отношение к школе и к самому себе. Применение этого метода помогает найти возможности организации общего учебного пространства для учеников с разным уровнем освоения базовых навыков/умений. Этот метод также применим для изучения и преподавания МИГ, поскольку включает обмен идеями и обучение по принципу «равный-равному».

Примерами обучения в сотрудничестве в контексте МИГ могут служить коллективная работа в вики-пространстве или совместное участие в инициативах и мероприятиях ЮНЕСКО «MIL CLICKS» в социальных сетях.

VI. Текстуальный анализ

Учащиеся/граждане могут научиться проводить анализ текста, идентифицируя и интерпретируя коды и условности различных жанров медиа (визуальных, печатных, устных и т. д.). Целью семиотического анализа является более глубокое понимание ключевых понятий изучаемого жанра коммуникации. С помощью этого метода учащиеся/граждане приобретают знания, позволяющие определить, как язык и другие визуальные коды и условности (конвенции) используются для создания определенных типов репрезентаций, обращенных к определенной аудитории. В рамках этого метода учащиеся/граждане учатся определять «технический», «символический» и «повествовательный» коды любого типа текста, осваивают визуальный анализ/анализ изображений. Метод текстуального анализа может применяться к материалу из повседневной жизни и служить для решения задач, выходящих за рамки академических упражнений.

Примеры использования этого метода: учащихся/граждан можно попросить выбрать интересный для них пример контента — новостную статью, видео на YouTube или видеоролик из новостного онлайн-ресурса. Затем под руководством преподавателя группы учащихся/граждан проводят анализ целей медиатекста с точки зрения информации об авторе, используемых приемов, особенностей медиатекста, его целевой аудитории и общего контекста, в который он помещен.

VII. Контекстный анализ

Этот метод позволяет освоить базовый контекстный анализ конкретного контента, проблемы, ситуации и события с точки зрения какого-то параметра, например, источника контента или институциональная принадлежность. Учащиеся/граждане могут научиться анализировать текст (в любом формате) с учетом того, в каком историческом, культурном, ситуативном или социальном контексте он создавался или распространялся. Контекстный анализ также касается качества контента/текста с точки зрения наличия аргументов, согласованности и логики, приведенных доказательств и т. д. В рамках этого подхода можно уделять внимание различным аспектам медиатекста, связанным с гендерными отношениями, политической экономией, соображениями культурного характера и пр.

Контекстный анализ может использоваться для того, чтобы помочь учащимся/гражданам получить знания о системах классификации фильмов, телепередач и видеоигр, действующих в конкретных странах, или о том, как владение медиа и цифровыми коммуникациями (и их концентрация) связаны с вопросами демократии и свободы слова.

VIII. Метод преобразования

Этот педагогический метод может принимать разные формы и использоваться в различных контекстах. Учащиеся/граждане могут, например, выбрать газетную статью о каком-то происшествии в своей местности и преобразовать ее в подкаст, новость для радио или в другой контент, подходящий для публикации в социальных сетях. Можно продемонстрировать учащимся/гражданам небольшой фрагмент последовательности из детского фильма, а затем предложить им в небольших группах сделать раскадровку этого фрагмента, выделив отдельные кадры, ракурсы и переходы между кадрами или планами съемки.

Другие примеры использования метода преобразований: создание на основе сказки раскадровки для съемок; создание небольшого документального фильма на базе коллекции визуальных материалов, связанных с жизнью конкретного человека.

IX. Моделирование

Моделирование часто используется в качестве педагогического подхода в рамках изучения кинематографа, медиа и цифровых коммуникаций. Моделирование включает в себя исполнение определенных ролей и функций,

которое помогает учащимся/гражданам понять, как медиа и цифровое обучение «выглядят» изнутри. При этом преподаватель берет на себя роль ученика, который выполняет задания учащихся, действующих как преподаватели. Обсуждение хода и результатов процесса обмена ролями является важной частью метода моделирования.

Примеры применения этого метода: учащиеся/граждане берут на себя роль съемочной группы, которая создает ориентированную на молодежь телевизионную программу, или роль журналистов радио/онлайн-медиа, берущих интервью для подкаста; или изображают группу актеров, готовящихся снимать рекламные видеоролики о проблемах устойчивого развития.

Х. Создание контента

Этот метод предполагает обучение на личном практическом опыте, которое является ключевым аспектом приобретения знаний в XXI веке. Метод создания контента побуждает учащихся/граждан осваивать знания и навыки на глубоком лично-значимом уровне, погружаясь в обучение путем исследования и непосредственной деятельности. Создавая тексты (например, для аудио, видео, различных письменных форматов, анимации), учащиеся/граждане могут проявлять свои творческие способности и искать собственный «голос», развивая, формулируя и выражая свои идеи и взгляды.

В качестве примера применения такого метода можно привести использование учащимися/гражданами бесплатного программного обеспечения с открытым исходным кодом для съемки и монтажа видео и создание одноминутного ролика в цифровом формате, посвященного экологическим проблемам или любой другой актуальной для них теме.

XI. Критическое исследование

В образовании критическая теория³² предусматривает интегрированный и часто нелинейный процесс поиска, сбора, оценки и осмысления разнообразного контента и различных точек зрения с целью достижения всестороннего, систематического и обоснованного понимания и проведения анализа. Этот метод направлен на создание новых знаний, идей, вариантов применения или путей решения новых исследовательских задач. Критическое исследование использует и развивает логику, навыки поиска доказательств, структурирования собранных материалов, аргументации и выдвижения предположений в отношении анализируемого контента.

³² Kari D. Weaver & Jane H. Tuten (2014). The Critical Inquiry Imperative: Information Literacy and Critical Inquiry as Complementary Concepts in Higher Education, *College & Undergraduate Libraries*, 21:2, 136-144, DOI: 10.1080/10691316.2014.906779. См. также Prayogi, Saiful & Yuanita, Leny & Wasis, Wasis (2018). Critical Inquiry Based Learning: A Model of Learning to Promote Critical Thinking Among Prospective Teachers of Physic. *Journal of Turkish Science Education*. 15. 10.12973/tused.10220a). См. также Douglas, Kellner & Share, Jeff (2007). Critical media literacy is not an option. *Learning Inquiry*. 1. 59-69. 10.1007/s11519-007-0004-2.

XII. Диалогический метод или диалогическое исследование

Диалогическое исследование связано с культурой, языком, политикой и темами гражданственности, ученичества и учительства. В определенной степени это феноменологический подход, поскольку он основан на опыте людей и уровне их знакомства с различными объектами, ситуациями, событиями или материалами, в отношении которых осуществляется процесс исследования. Объектами диалогического исследования могут стать популярная игра, фильм, телешоу, видео в социальных сетях, книга, журнал, новостной репортаж или другой контент, который обычно связан с какими-то аспектами массовой культуры. Применяя этот метод, учащиеся и преподаватели оценивают эту связь и пишут или говорят о текстах и/или событиях, опираясь на личный опыт повседневной жизни. Процесс диалога должен двигаться от субъективного видения к глобальному критическому измерению, принимающему во внимание более широкие перспективы общества, истории и глобального гражданства, что зачастую увязывается с культурой (или теорией) участия, воспитанием глобальной гражданственности и цифровым гражданством. В рамках применения этого метода граждане, учащиеся и преподаватели получают возможность работать с тем, что им известно, и тем, что им пока неизвестно, последовательно или одновременно, изучая связь между ними в процессе социального взаимодействия.

ПРИЛОЖЕНИЕ: ПОДБОРКА РЕСУРСОВ ПО МИГ И СМЕЖНЫМ ТЕМАМ

Приложение содержит краткие описания 17 различных ресурсов по МИГ, тематически близких к содержанию данной Учебной программы.

I. Проект стандартов для учебных программ в области медийной и информационной грамотности

Этот документ включает описание Белградских рекомендаций по проекту глобальных стандартов для учебных программ в области медийной и информационной грамотности и отражает процесс последовавших многосторонних консультаций по разработке проекта данной Учебной программы по медийной и информационной грамотности. Документ представляет собой руководство по созданию учебных программ в области МИГ и их внедрению заинтересованными сторонами в различных странах мира. Для достижения цели «медийная и информационная грамотность для всех» необходимо, чтобы этот вид грамотности был интегрирован во все уровни формального, неформального и информального образования и обучения. Документ предназначен для политиков, ответственных за разработку учебных программ, включая программы в области МИГ, разработчиков учебных программ, методистов, учителей, экспертов в сфере МИГ и практиков, реализующих учебные программы в данной сфере. https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf

II. Медийная и информационная грамотность: руководящие принципы политики и стратегии

В современных условиях одни люди перегружены контентом, а другие остро нуждаются в надежной информации. Повсюду люди стремятся свободно выражать свое мнение, активно участвовать в процессах управления и культурного обмена. Медийная и информационная грамотность наделяет всех граждан критически важными навыками, позволяющими добиться успеха в подобной деятельности, особенно в контексте XXI века.

Признавая, что достижение МИГ для всех потребует его интеграции в национальную политику, ЮНЕСКО в 2013 году опубликовала Руководство по политике и стратегии в области медийной и информационной грамотности. Профессор Улла Карлссон, директор Северного информационного центра исследований в области медиа и коммуникаций, отмечает в своем предисловии к этой книге: «Эта публикация имеет жизненно важное значение для повышения эффективности усилий по продвижению МИГ на национальном и региональном уровнях».

Руководство разделено на две части. Первая часть освещает краткое содержание публикации и представляет собой аналитическую записку по теме политики в области МИГ, предназначенную для лиц, принимающих решения. Вторая часть книги включает несколько глав, в которых обсуждаются следующие темы: 1) как использовать МИГ в качестве инструмента развития; 2) концептуальные основы политики и стратегии в области МИГ; и 3) модельная политика и стратегия в области МИГ, которые могут быть адаптированы для разработки политики на национальном уровне в различных странах мира.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375023>

III. Глобальные рамки оценки медийной и информационной грамотности: готовность стран и компетенции

Публикация представляет собой методическое руководство по адаптации глобальных рамок оценки МИГ на национальном уровне, содержащее описание шести шагов по адаптации и необходимых для этого практических инструментов. Проведение оценки с использованием данного руководства может стать основой для принятия обоснованных решений в отношении изменений, направленных на развитие уровня МИГ путем создания благоприятных условий и повышения компетентности граждан. Рамки оценки МИГ включают описание основных целей, структуры проведения оценки и других параметров для измерений на национальном уровне. Профиль готовности страны к МИГ отражает качественные и количественные показатели: представленность медиа и информации в образовании; политика в области медийной и информационной грамотности, медиа и информационного обеспечения; СМИ и доступ к информации, ее использование гражданским обществом и т. д.

Документ также содержит матрицу компетенций МИГ (компоненты, вопросы, компетенции, критерии эффективности и уровни квалификации). Предлагаются инструменты оценки как индивидуальных, так и институциональных компетенций,

особенно в отношении практикующих и будущих учителей. Описываемые компетенции МИГ могут отражать контекстуальные национальные факторы, которые способствуют созданию благоприятных условий для повышения МИГ. Также в публикации представлены методические и практические рекомендации по проведению оценки МИГ на национальном уровне.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655>

IV. Медиа- и информационная грамотность в журналистике: пособие для журналистов и преподавателей журналистики

Пособие для журналистов и преподавателей журналистики «Медиа- и информационная грамотность в журналистике» опубликовано ЮНЕСКО на четырех языках (английском, каракалпакском, русском и узбекском). Издание представляет собой практическое руководство, призванное помочь журналистам в выполнении их профессиональных обязанностей в части, касающейся МИГ.

Пособие содержит как теоретические материалы, так и упражнения, анализ конкретных ситуаций и практические инструменты, направленные на укрепление теоретических знаний и формирование навыков их применения на практике. В пособии рассматриваются такие явления, как «фейковые новости» (использование этого термина не рекомендуется — если контент является поддельным, то он не может относиться к новостному жанру) и дезинформация, описывается концептуальная основа медийной и информационной грамотности и тесная связь этого вида грамотности с журналистикой, исследуются принципы и роль МИГ в журналистском образовании. Кроме того, издание охватывает темы этики в Интернете, прав человека и работы с источниками с точки зрения сбора и обработки информации, способов проверки и предоставления надежной информации, выявления «фейковой», ложной или измененной текстовой или визуальной информации.

<https://en.unesco.org/sites/default/files/russian.pdf>

V. Журналистика, «фейковые новости» и дезинформация: руководство для академической и профессиональной подготовки журналистов

В этом руководстве, написанном экспертами по борьбе с дезинформацией, исследуется природа журналистики и раскрыты такие темы, как важность доверия, роль цифровых технологий и социальных платформ в распространении ложного и вводящего в заблуждение контента, борьба с дезинформацией и некорректной информацией посредством медийной и информационной грамотности, фактчекинг (проверка фактов), верификация информации в социальных сетях и борьба с интернет-злоупотреблениями.

Руководство представляет собой модельную учебную программу, призванную стать весомым дополнением к образовательным материалам, которые используются преподавателями журналистики, практикующими журналистами и редакторами, интересующимися тем, что такое информация, как она распространяется и как применяется. Авторы руководства считают очень

важным вовлечь всех, кто занимается журналистикой, в процессы осмысления и обсуждения вызовов, касающихся достоверности информации. Руководство также может стать полезным ресурсом для политических деятелей, медицинских работников, предпринимателей, ученых, наблюдателей на выборах и других заинтересованных лиц. Издание переведено на 23 языка.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371785/PDF/371785rus.pdf.multi>

VI. Компромисс: противодействие цифровой дезинформации с учётом свободы выражения мнений

В 2020 году Комиссия по широкополосной связи в интересах устойчивого развития, основанная ЮНЕСКО и Международным союзом электросвязи (МСЭ), выпустила в свет всестороннее исследование одной из самых сложных мировых проблем, получившее название «Компромисс: противодействие цифровой дезинформации с учётом свободы выражения мнений». Это исследование, уникальное по глобальности масштаба и полноте, в значительной степени ориентировано на деятельность и содержит набор практических рекомендаций для различных секторов и рамочный инструмент для оценки мер реагирования на дезинформацию по 23 параметрам.

Представленные в издании тематический анализ и рекомендации затрагивают полный жизненный цикл дезинформации — от инициирования и создания до способов распространения и практического воздействия. Различные разделы публикации могут представлять интерес для следующих групп читателей:

- законодатели и лица, определяющие политику (кампании по борьбе с дезинформацией, меры, связанные с проведением выборов, системы оценки свободы слова);
- интернет-компании, производители и распространители контента (кураторы контента, политика в области технологий, применения алгоритмов, рекламы, а также меры по демонетизации);
- журналисты, исследователи-аналитики и организации, занимающиеся фактчекингом;
- университеты, прикладные и эмпирические исследователи;
- другие целевые аудитории (образовательные, этические и нормативные аспекты, вопросы, связанные с расширением прав, возможностей и доверия).

Полученные в ходе исследования данные легли в основу новой типологии 11 мер реагирования на ложный и вводящий в заблуждение контент, включающих выявление и проверку такого рода контента, политические и законодательные меры, технологические и образовательные. Для каждого типа мер предлагается описание соответствующей деятельности, ведущейся в различных странах мира, с указанием участвующих в ней сторон, способов финансирования и целевых ориентиров. В отчете также с точки зрения преимуществ и вызовов проанализированы основные установки и теории изменений, лежащие в основе этих мер. Каждый тип мер оценивается

в контексте его взаимосвязи с всеобщим правом человека на свободу выражения мнений, при этом особое внимание уделяется вопросам свободы печати и доступа к информации. Наконец, для каждого типа мер представлены исследования конкретных ситуаций распространения ложного и вводящего в заблуждение контента, связанного с темой COVID-19. Издание базируется на понимании необходимости и ценности сбалансированного реагирования на дезинформацию, сочетающегося с уважением к свободе выражения мнений — проведенные исследования демонстрируют реальность соблюдения такого баланса.

Резюме на русском языке:

https://en.unesco.org/sites/default/files/execsum_foe_disinfo_report_ru.pdf

Полный текст на английском языке:

https://www.broadbandcommission.org/Documents/working-groups/FoE_Disinfo_Report.pdf

VII. Преобразующее участие в преподавании и обучении

В последние годы наблюдается возрастающая активность молодых людей, влияющих на жизнь местных, национальных или глобальных сообществ в целом ряде аспектов — от вооруженного насилия в школах до вопросов изменения климата. Многие учащиеся выражают желание внести свой вклад в процессы преобразования, но при этом отмечают нехватку соответствующих знаний и навыков. Такая тенденция демонстрирует актуальность осмысления различных форм преобразующего участия обучающихся, особенно в сфере образования.

Опираясь на задачу 4.7 Цели устойчивого развития 4, касающейся образования, ЮНЕСКО поддерживает усилия государств-членов в области воспитания глобальной гражданственности и образования в интересах устойчивого развития, предусматривающих предоставление учащимся возможности играть активную, ответственную и эффективную роль в решении проблем на местном, национальном и глобальном уровнях.

Несмотря на существование довольно большого количества литературы по вопросам гражданственности и гражданского образования, пока нет полной ясности в отношении того, что такое «ответственное преобразующее участие» молодых людей в контексте воспитания глобальной гражданственности и образования в интересах устойчивого развития. Это касается и типов преобразующего участия, и понимания категории ответственности. В данной публикации связь между участием обучающихся и образованием раскрывается через призму знаний, навыков и компетенций, формируемых в школах, а также того, как в зависимости от контекста может меняться роль образования.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368961?locale=fr>

VIII. Онлайн-курс по образованию в области глобальной гражданственности для педагогов/учителей

Преподаватели, сотрудники различных образовательных организаций и учащиеся могут пройти обучение на онлайн-курсах или воспользоваться другими ресурсами, разработанными Институтом ЮНЕСКО Махатмы Ганди по образованию в интересах мира и устойчивого развития (на английском языке):

- курс «Эмпатия и доброжелательность» для самостоятельного обучения <https://mgiep.unesco.org/cit>;
- геймифицированные курсы по социальным и эмоциональным навыкам <https://mgiep.unesco.org/article/empowering-learners-through-unesco-mgiep-s-indigenously-designed-learning-platform-framerspace>;
- коллекция ресурсов по глобальной гражданственности <https://mgiep.unesco.org/global-citizenship>;
- один из основополагающих ресурсов: комплект образовательных материалов «Переосмысление учебного процесса — обзор в сфере социального и эмоционального обучения для систем образования» <https://mgiep.unesco.org/>.

IX. Медиаобразование: набор ресурсов для учителей, учащихся, родителей и специалистов

Этот набор ресурсов по медиаобразованию, опубликованный ЮНЕСКО на английском, арабском и французском языках, создан при участии проекта MENTOR, который был инициирован ЮНЕСКО и поддержан Европейской Комиссией в качестве первой попытки разработать всеобъемлющую коллекцию инструментов в области МИГ.

Материалы, содержащиеся в этом наборе, помогают найти ответы на вопросы, связанные с пониманием того, что такое медиаобразование, кто должен вести обучение в этой области, как медиаобразование может быть интегрировано в учебную программу и какова роль семьи, какие специалисты и каким образом могут быть вовлечены в процесс медиаобразования, какие социальные стратегии помогают пользоваться преимуществами и преодолевать ограничения различных медиа.

В набор входят предложения по формированию модульной учебной программы, руководства для учителей, учащихся и родителей, пособие по этике взаимоотношений школ, общественности и медиа, а также справочник по интернет-грамотности.

<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf>

X. Показатели развития средств информации ЮНЕСКО

Показатели развития средств информации ЮНЕСКО представляют собой набор согласованных на международном уровне показателей, предназначенных для оценки условий, при которых средства массовой информации

и информационные структуры выполняют свои функции общественной службы. В документе представлены пять основных категорий показателей развития средств информации: система правового регулирования; плюрализм и разнообразие СМИ; СМИ как платформа для демократического обсуждения; наращивание профессионального потенциала; возможности инфраструктуры. Такой подход обеспечивает основу для понимания медийных экосистем в целом. На сегодняшний день 20 стран подготовили отчеты, содержащие оценку национальных медиапространств.

https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000163102_rus/PDF/163102rus.pdf.multi

XI. Международная встреча по медиаобразованию — прогресс, препятствия и новые тенденции после Грюнвальда: к новым критериям оценки?

Эта международная встреча, на которой было проанализировано состояние дел в области МИГ в контексте Грюнвальдской декларации о медиаобразовании, была организована в Париже в июне 2007 г. Национальной комиссией Франции по делам ЮНЕСКО в партнерстве с ЮНЕСКО и при поддержке Министерства образования Франции и Совета Европы.

http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/theme_media_literacy_grunwald_declaration.pdf

XII. Расширение возможностей через медиаобразование

Эта публикация была подготовлена NORDICOM (Информационным центром медийных и коммуникационных исследований Северных стран), Международным координационным центром и Гетеборгским университетом при поддержке ЮНЕСКО. Публикация основана на материалах Первой международной конференции по медиаобразованию, состоявшейся в Эр-Рияде в марте 2007 г. при поддержке ЮНЕСКО, и вышеупомянутой «Международной встречи по медиаобразованию — прогресс, препятствия и новые тенденции после Грюнвальда: к новым критериям оценки» (Париж, июнь 2007 г.).

В дискуссиях о демократии и развитии часто упускается, что их непременным условием является медиаграмотность граждан. Другими словами, расширение прав и возможностей граждан невозможно без согласованных усилий по повышению медийной и информационной грамотности — навыков, которые помогают укрепить критические и коммуникативные способности и позволяют человеку использовать медиа и коммуникацию в качестве инструментов и способов определения процессов развития и социальных изменений, улучшения повседневной жизни и предоставления возможности влиять на свою собственную жизнь.

Медийная и информационная грамотность необходима всем категориям населения и имеет решающее значение для молодого поколения как для граждан и участников жизни общества, для их образования, культурного самовыражения и самореализации. Принципиально важным компонентом процесса формирования медийно и информационно грамотного общества

является медиаобразование, однако при обсуждении подобных тем слишком часто в качестве ориентира выступает медиакультура западного мира. Поэтому так значимы усилия по включению в повестку дня «незападных» идей и межкультурных подходов. В издании подчеркивается необходимость интернационализации, которая обогащает используемые в медиаобразовании парадигмы и делает их более широкими и инклюзивными.

<https://www.nordicom.gu.se/en/publikationer/empowerment-through-media-education>

XIII. Понимание информационной грамотности: учебник

Это пособие, опубликованное в 2008 г. Программой ЮНЕСКО «Информация для всех», в простой для понимания форме предлагает изложение основ информационной грамотности, которая является одним из аспектов МИГ.

Издание предназначено для широкой аудитории, от государственных служащих, сотрудников международных организаций, специалистов в области информации и учителей до менеджеров по персоналу в коммерческих и некоммерческих структурах. Ниже приводится отрывок из этой публикации:

«В ходе жизни, чем больше вы учитесь и таким образом получаете знания, но, в особенности, чем раньше вы овладеваете эффективными навыками обучения, привычками и установками — понимая, как, где, у кого и когда искать и получать информацию, которая вам необходима, [...] — тем более информационно грамотным вы становитесь. Ваша компетентность в применении и использовании этих навыков, привычек и взглядов позволит вам принимать более обоснованные и своевременные решения в области вашего личного и семейного здоровья и благосостояния, образования, работы, гражданственности и в других сферах».

<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf>

XIV. Я бы покраснела, если бы могла: преодоление гендерного разрыва в области цифровых навыков с помощью образования

В этой публикации обсуждаются стратегии использования образования для сокращения гендерного разрыва в сфере цифровых навыков. Издание состоит из трех частей — программного документа и двух аналитических статей, предлагающих идеи и рекомендации, которые можно легко применить к МИГ как инструменту продвижения гендерного равенства.

В программном документе описывается проблема сохранения значительного гендерного разрыва в области цифровых навыков, обосновывается необходимость вмешательства в эту ситуацию и даются рекомендации по предоставлению женщинам и девочкам равных возможностей для развития и укрепления цифровых навыков.

В первой аналитической статье исследуется «парадокс гендерного равенства в сфере ИКТ» и приводятся выкладки ЮНЕСКО о том, что в странах с наивысшим уровнем гендерного равенства (таких, как многие европейские страны)

наблюдается наиболее низкая доля женщин, получающих ученые степени в области компьютерных наук и смежных дисциплин.

Вторая аналитическая статья посвящена влиянию на укрепление негативных гендерных предрассудков того фактора, что для голосовых помощников, работающих на основе технологий искусственного интеллекта, выбираются голоса девушек. В статье предлагается ряд рекомендаций, призванных остановить усиление гендерного разрыва и распространение гендерных стереотипов в условиях массового использования цифровых помощников.

<https://en.unesco.org/ld-blush-if-i-could>

XV. Гендер, СМИ и ИКТ: новые подходы к исследованиям, образованию и обучению

Часто задача поиска и сравнения различных образовательных ресурсов и материалов по вопросам гендерного равенства в СМИ и ИКТ вызывает затруднения. Данная публикация предлагает целый ряд учебных программ и просветительских ресурсов, которые можно изучать и использовать для решения различных задач. В издании показывается взаимосвязь сфер образования, профессиональной деятельности и политики, влияющая на ситуацию с гендерным равенством как в самих медиа, так и в их деятельности и продукции. Книга подготовлена Сетью кафедр ЮНЕСКО/УНИТВИН по гендерным вопросам, медиа и ИКТ в рамках деятельности Глобального альянса по СМИ и гендерным вопросам (GAMAG), созданного по инициативе ЮНЕСКО в 2014 году.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000378415>

XVI. Структура ИКТ-компетентности учителей. Рекомендации ЮНЕСКО

Третья версия документа «Структура ИКТ-компетентности учителей. Рекомендации ЮНЕСКО» представляет собой руководство по профессиональной подготовке и повышению квалификации учителей в области использования ИКТ в образовательном процессе, разработанное ЮНЕСКО в партнерстве с ведущими отраслевыми организациями и экспертами из разных стран в ответ на растущие потребности и последние достижения. Рекомендации ЮНЕСКО основаны на принципах инклюзивности и отсутствия дискриминации, свободного и равного доступа к информации, а также гендерного равенства в сфере обучения с использованием современных технологий.

В Рекомендациях описывается полный набор компетенций, которыми должен обладать учитель для эффективной интеграции ИКТ в свою профессиональную практику, чтобы помочь учащимся достичь целей, предусмотренных учебной программой. В документе рассказывается о том, как последние технологические достижения, например, искусственный интеллект, мобильные технологии, Интернет вещей и открытые образовательные ресурсы, влияют на образование и обучение, способствуя формированию инклюзивных обществ знания.

Третья версия документа «Структура ИКТ-компетентности учителей. Рекомендации ЮНЕСКО» призвана стать основой профессиональной подготовки учителей и программ обучения эффективному использованию ИКТ в образовании. Целевая аудитория документа — специалисты в области профессиональной подготовки учителей, эксперты в сфере образования, лица, ответственные за разработку политики, персонал, обеспечивающий поддержку педагогов, а также другие участники процесса профессионального развития преподавателей.

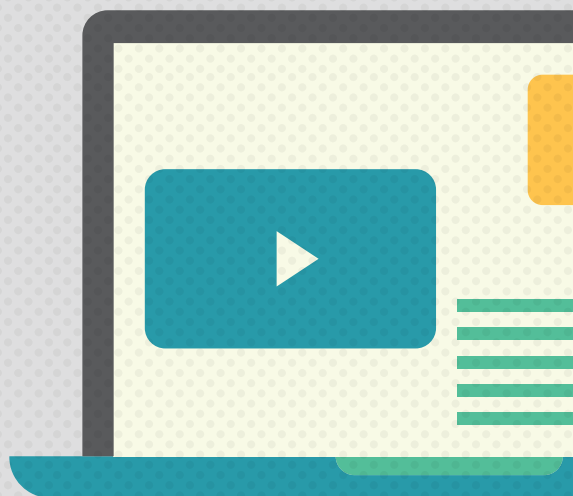
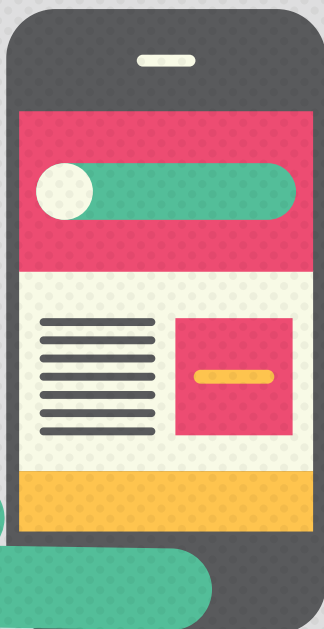
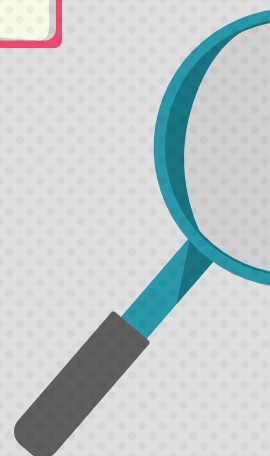
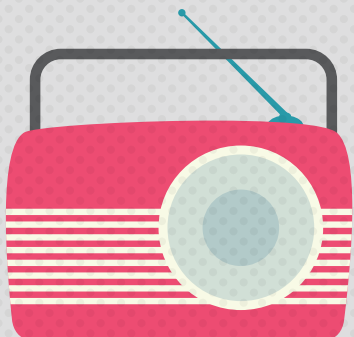
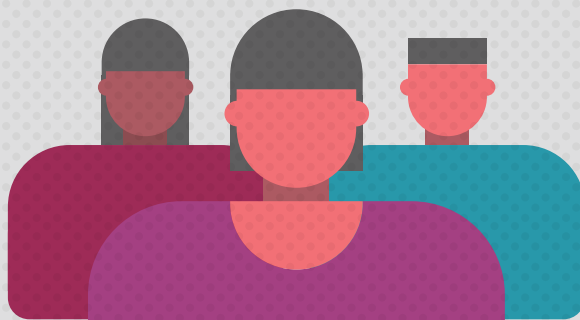
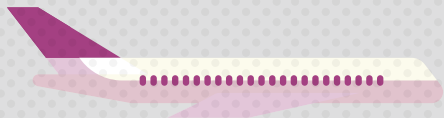
<https://iite.unesco.org/wp-content/uploads/2019/05/ICT-CFT-Version-3-Russian-1.pdf>

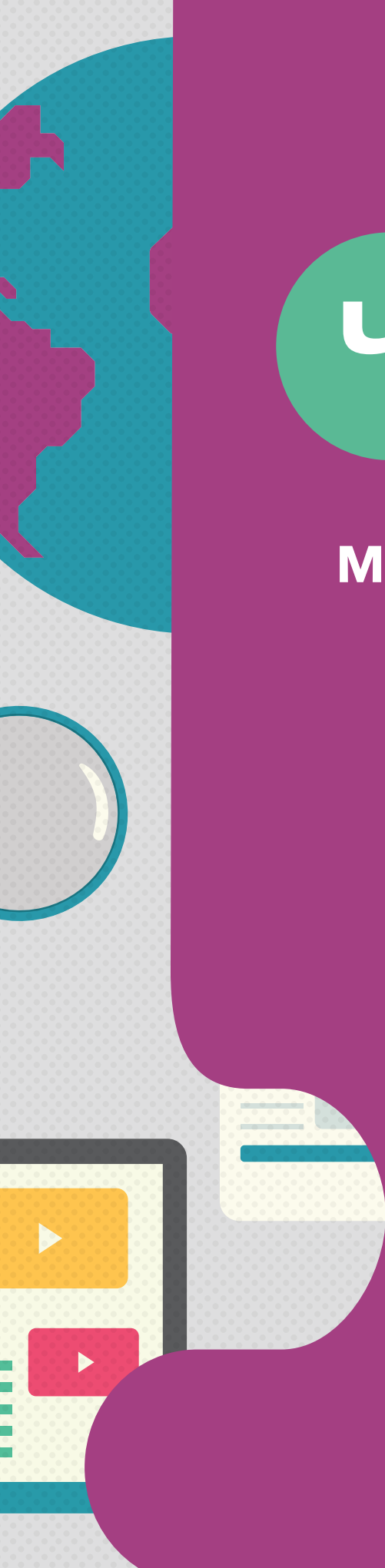
XVII. Обучение для будущего — компетенции для образования в интересах устойчивого развития

Образование должно играть важную роль в предоставлении людям возможности жить вместе и способствовать устойчивому развитию. В то же время, образование может содействовать неустойчивому существованию, когда у учащихся отсутствует возможность подвергнуть сомнению свой собственный образ жизни, а имеющиеся системы и структуры направлены на воспроизведение неустойчивых моделей и практик. Таким образом, изменение концепции развития требует переориентации образования на устойчивое развитие.

В данном издании описывается определенный набор компетенций в качестве учебных целей, к достижению которых должны стремиться все преподаватели. В нем нет предписанных поведенческих результатов, но предлагается основа для профессионального развития преподавателей, работающая на уровне отдельных лиц, сообществ и структур, что позитивно влияет на его эффективность.

https://unece.org/fileadmin/DAM/env/esd/ESD_Publications/Competences_Publication.pdf





ЧАСТЬ 2

МОДУЛИ

ВВЕДЕНИЕ: КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ УЧЕБНУЮ ПРОГРАММУ

Медийная и информационная грамотность связана с изучением роли и функций поставщиков контента (библиотек, архивов, музеев, медиа и компаний, занимающихся цифровой коммуникацией) в различных контекстах: в жизни отдельного человека и демократических обществ, в движении на пути к устойчивому развитию. МИГ содействует реализации права на общение и самовыражение, на поиск, получение и распространение информации и идей. В рамках этого вида грамотности проводится анализ источников и содержания информации на основе того, как она создается, какие смыслы и ценности передает, каким аудиториям и в каких целях.

В обществе, основанном на информации и знаниях:

- коммуникация и информация имеют ключевое значение для достижения целей устойчивого развития и для демократических процессов;
- поставщики контента способствуют формированию представлений, убеждений и установок аудиторий;
- растут количество пользовательского контента, масштабы использования цифрового пространства, роль гражданской журналистики и информации, создаваемой гражданами;
- медийная и информационная грамотность влияет на эффективность гражданского участия и достижение успеха в обществе.

Учебная программа по МИГ отражает целостное видение грамотности, объединяющее компетенции, связанные с самой информацией, ее поставщиками и технологиями ее создания и распространения — то есть те компетенции, которые сегодня необходимы для жизни и для профессиональной деятельности. Широкий подход к пониманию грамотности сочетается в Учебной программе с признанием роли библиотек, архивов и музеев в качестве значимых поставщиков контента в дополнение к таким структурам, как медиа и интернет-компании.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Главными целевыми группами данной Учебной программы являются педагоги и учащиеся. Педагоги и учащиеся при этом понимаются в самом широком смысле, включая преподавателей средней и высшей школы, лиц, вовлеченных в процессы онлайн- или офлайн-образования и просвещения в рамках учреждений дополнительного образования, общественных организаций, медиа, библиотек. Учебная программа разработана с учетом возможности адаптации, поэтому подходит для использования различными сторонами, заинтересованными в МИГ, которые могут несколько модифицировать контент Программы, чтобы

сделать его более актуальным или подходящим для определенных целевых групп. Учебная программа также может быть использована государственными служащими и сотрудниками министерств и других организаций, занимающихся вопросами социального и международного развития.

ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

Медийная и информационная грамотность объединяет дисциплины, которые ранее изучались отдельно друг от друга в виде медиаграмотности и информационной грамотности. Развитие цифровых технологий привело к слиянию процессов переработки информации и критического взаимодействия с различного типа контентом, получаемого на разных платформах или от разнообразных поставщиков контента. Учебная программа по МИГ объединяет все необходимые для этих видов деятельности компетенции, являясь всеобъемлющей и инклюзивной. Она была разработана в виде набора модулей на основе гибкого недирективного подхода, учитывающего дальнейшую адаптацию.

Модули Учебной программы содержат все или несколько следующих подразделов:

- «Контекст и обоснование»,
- «Основные темы»,
- «Цели обучения»,
- «Педагогические подходы и виды деятельности»,
- «Оценивание и рекомендации»,
- «Темы для дальнейшего изучения»,
- «Ресурсы и ссылки».

Цели обучения определяют ключевые учебные цели для преподавателей и учащихся в рамках каждого модуля. Они также обозначают компетенции (знания, навыки, установки и ценности), которые преподаватели и учащиеся должны быть в состоянии продемонстрировать после завершения каждого модуля или раздела. При адаптации их следует рассматривать в общем контексте рамок компетенций и модулей типовой Учебной программы по МИГ, которые включены в данное издание.

В разделе «Контекст и обоснование» тема каждого модуля раскрывается с точки зрения ее содержания и тех коммуникативных ситуаций, в которых данная тема имеет значение. Важно отметить, что предлагаемые комментарии не являются исчерпывающими, а скорее демонстрируют возможные направления для размышлений.

То же самое можно сказать и о предлагаемых педагогических подходах и видах деятельности, которые были подготовлены в качестве примеров демонстрации навыков и знаний, приобретаемых по мере изучения модулей. Эти примеры рекомендуется использовать в качестве основы для разработки тех видов активности, которые более адекватны местным условиям и культурной ситуации. ЮНЕСКО планирует поддерживать усилия специалистов, занимающихся образованием в области МИГ, путем обновления онлайн-версии Учебной программы и включенной в ее состав мультимедийной базы ресурсов, планов уроков, мероприятий, развития ресурсов, доступных в режиме офлайн, поддержки открытых образовательных ресурсов. Для получения дополнительной информации приглашаем посетить веб-сайт ЮНЕСКО <http://www.unesco.org/>.

Подраздел, посвященный оцениванию и соответствующим рекомендациям, содержит предложения по разработке и проведению формирующего и итогового оценивания, которые отражают возможности использования оценивания в трех модальностях: оценивание для целей обучения, оценивание результатов обучения и оценивание в качестве обучения. Также в этом подразделе предложены дополнительные темы для самостоятельного изучения.

Завершается данная часть Учебной программы списком ресурсов и ссылок, рекомендованных для использования при работе с модулями. Этот список может быть дополнен теми ресурсами, которые находятся в распоряжении пользователей данной Программы по МИГ.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО АДАПТАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

При реализации и адаптации этой Программы необходимо ориентироваться на те реалии, которые складываются в рамках учебных пространств — офлайновых, онлайн-овых или дистанционных. Большую роль при этом играют приоритеты и цели пользователей Программы или учреждений, существующие интересы, содержание имеющихся учебных программ и их приоритеты, сроки обучения, доступность и различные временные ограничения. Приведенные ниже рекомендации предлагаются в качестве инструмента обеспечения соответствия Учебной программы потребностям преподавателей и обучающихся, участвующих в различных формах обучения.

- Определение ключевых групп заинтересованных сторон и создание координационной группы.
- Проведение в качестве начального этапа всестороннего анализа Учебной программы по МИГ и рамок компетенций для определения приоритетных областей, соответствующих задаче оптимального удовлетворения существующих образовательных потребностей.

- Оценка текущего уровня знаний учащихся и используемых в конкретных учреждениях и странах учебных программ с тем, чтобы установить, были ли элементы МИГ уже включены в существующие учебные планы, и избежать повторения и дублирования. Такая оценка также поможет выявить пробелы в существующих учебных планах и программах, которые могут быть заполнены с использованием данной Учебной программы по МИГ.
- Определение подхода к внедрению МИГ в конкретном учреждении с учетом имеющегося времени и необходимых ресурсов (включая учебные материалы и персонал). При этом рекомендуется рассмотреть следующие вопросы: как должна осваиваться МИГ? Как этот процесс должен быть интегрирован в текущее обучение? Есть ли в учреждении опыт в области МИГ? Если нет, то как его приобрести? Есть ли доступ к необходимым материалам и ресурсам? Если нет, то где их можно найти? Как выявленные потребности влияют на выбор стратегии адаптации?
- Подготовка Учебной программы по МИГ к использованию. На основе данной модельной программы может быть подготовлена специализированная версия учебной программы для конкретного учреждения, разработанная с учетом представленных выше соображений. В этой деятельности могут быть полезны предлагаемые ЮНЕСКО открытые образовательные ресурсы (OOP) — учебные материалы, выпущенные под лицензиями, которые разрешают бесплатное использование третьими лицами (например, Creative Commons). Подробнее об OOP см. в цветной врезке в конце этого раздела.
- Пилотное тестирование Учебной программы или ее адаптированной версии, мониторинг процесса тестирования и анализ результатов пилотного использования Программы.
- Внесение необходимых изменений в адаптированную Учебную программу по МИГ на основе результатов пилотного тестирования, а также разработка рекомендаций по ее внедрению. По завершении этого этапа Программа будет готова к использованию в масштабе всего учебного заведения на основе стратегии интеграции в образовательный процесс, выбранной конкретным учреждением (см. ниже).
- Завершение текущей документации, мониторинга и оценки Учебной программы. Там, где это уместно, могут быть подготовлены результаты тематических исследований (case studies), позволяющие распространить полученный опыт и проинформировать широкое образовательное сообщество о работе, проводимой в данном учреждении.

Глубина и масштаб адаптации зависит от большого числа переменных, упомянутых выше, связанных со спецификой будущих пользователей, групп и объединений специалистов, конкретных учреждений.

СТРАТЕГИИ ИНТЕГРАЦИИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС

Вниманию пользователей Учебной программы по МИГ предлагаются следующие стратегии интеграции Программы в образовательный процесс:

- Отдельный курс: Учебная программа может быть предложена в качестве отдельного обязательного или факультативного курса, по итогам которого учащиеся получают оценки, зачетные единицы или кредитные баллы. В случае обучения практикующих педагогов Программу можно адаптировать для использования в рамках курсов повышения квалификации или программ сертификации.
- Метод погружения: интенсивное очное обучение в течение одной или двух недель с последующим заданием в виде проекта, на выполнение которого выделяется 2–3 месяца. Оценки, зачетные единицы или кредитные баллы также могут быть использованы для такой формы обучения.
- Многокомпонентная интеграция: различные элементы или части Учебной программы по МИГ могут быть интегрированы в различные уже существующие курсы. Примерами таких курсов могут служить педагогика, родной язык, общественные науки, гражданское образование и др. Это, пожалуй, самая сложная из предлагаемых здесь стратегий, т. к. в этом случае эффективная интеграция потребует тщательного планирования с учетом общих учебных целей и подходов к оцениванию. Также при таком подходе может быть утерян необходимый фокус внимания на МИГ.
- Онлайн-курс: Учебная программа может быть предложена в качестве онлайн-курса для различных пользователей. Такая стратегия интеграции может включать партнерство с другими образовательными организациями в соответствующей стране или за ее пределами, чтобы избежать создания собственного онлайн-курса и использовать уже разработанные учебные ресурсы. По итогам прохождения курса может быть предусмотрена выдача сертификата, диплома или степени. Примеры массовых открытых онлайн-курсов по МИГ, созданные ЮНЕСКО и ее партнерами, приведены по ссылке: <https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/moocs>.

В долгосрочной перспективе может использоваться сочетание двух или более стратегий, при этом можно предположить, что смешанный подход поможет получить лучший результат. Очевидно, что процессы адаптации и стратегии интеграции будут различаться в зависимости от ряда определяющих факторов, наиболее очевидные из которых — уровень готовности, имеющиеся знания, доступность ресурсов и опыта, а также глубина и масштаб интеграции.

Адаптация и обмен учебными программами по МИГ с помощью новых открытых образовательных ресурсов ЮНЕСКО: мультимедийная онлайн-платформа учебных ресурсов по МИГ.

Открытые образовательные ресурсы ЮНЕСКО (<https://iite.unesco.org/ru/theme/otkrytye-obrazovatelnye-resursy/>) представляют собой коллекцию избранных публикаций ЮНЕСКО, изданных в качестве полностью лицензированных открытых образовательных ресурсов (ООР). ООР — это учебные материалы, выпущенные под лицензиями (например, Creative Commons*), которые разрешают их бесплатное использование третьими лицами. См. также: <http://www.oerplatform.org/>. В различных регионах мира могут быть доступны и другие платформы ООР и открытые базы данных.

ЮНЕСКО и ее партнеры будут обновлять мультимедийную онлайн-платформу учебных ресурсов по МИГ, основанную на ООР <http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/>, чтобы глобальные сообщества практиков — преподаватели, учащиеся и другие заинтересованные стороны — смогли свободно копировать, адаптировать и обмениваться своими ресурсами, включая Учебную программу по МИГ.

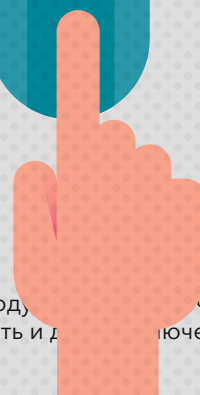
Размещение адаптированных учебных программ по МИГ в качестве полностью лицензированных ООР на платформе ЮНЕСКО поможет другим пользователям, разработчикам учебных программ или специалистам по оценке качества, желающим разработать свои собственные учебные программы, легко и интуитивно выбирать и сравнивать учебные программы на родном языке, созданные в близлежащих или международных учебных заведениях. Таким образом, на законной основе, легко и бесплатно может быть скопирован тот контент платформы, который наилучшим образом подходит для адаптации к конкретным условиям.

Платформа призвана поощрять сотрудничество и взаимодействие между схожими организациями и содействовать налаживанию более прочных связей пользователей и учебных заведений с ЮНЕСКО для дальнейшего совершенствования Учебной программы по МИГ, укрепления знаний в области лицензий Creative Commons* и оказания поддержки в переработке и передаче материалов из ООР тем организациям, которые готовы поделиться своими адаптациями.

* Лицензии Creative Commons основаны на традиционной практике авторского права и позволяют создателям определять, какие права они сохраняют за собой, а от каких отказываются в интересах пользователей или других создателей. (<http://creativecommons.org>)

МОДУЛЬ 1

**УСТАНОВОЧНЫЙ
МОДУЛЬ: ВВЕДЕНИЕ
В МЕДИЙНУЮ
И ИНФОРМАЦИОННУЮ
ГРАМОТНОСТЬ
И ДРУГИЕ КЛЮЧЕВЫЕ
ПОНЯТИЯ**



Если было бы возможно определить миссию образования в целом, то тогда можно было бы сказать, что его основная цель состоит в том, чтобы учащиеся извлекали пользу из обучения таким образом, чтобы они могли в полной мере участвовать в государственной, общественной и экономической жизни.

New London Group

КОНТЕКСТ И ОБОСНОВАНИЕ

Конвергенция новостных медиа и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), контента и систем его распространения делает наш мир все более и более медиатизированным, где общение между людьми и движение контента все чаще опосредовано технологическими платформами. Такой путь развития приносит большое число новых достижений и проблем, что делает медийную и информационную грамотность жизненно важным инструментом расширения прав и возможностей людей. Возможности — это расширение доступа к информации и новые пути для самовыражения, получения образования на протяжении всей жизни, участия, творчества, диалога, культурного обмена и транспарентности в различных сферах, которые в совокупности способствуют достижению целей в области устойчивого развития. Проблемы связаны с нарушениями конфиденциальности и со сбором и использованием данных, растущей дезинформацией, слежкой, ростом ненависти и агрессивного экстремистского контента в Интернете, частыми

нападениями на женщин и дальнейшим отчуждением и дискриминацией маргинализированных групп.

Наступление пандемии COVID-19 ярко продемонстрировало изменения, связанные с потоками информации, цифровыми технологиями, посреднической деятельностью институциональных провайдеров и развитием медиа. С одной стороны, общая медиасреда содействует ряду усилий по борьбе с вирусом. Однако этим усилиям препятствует «дезинфодемия», представляющая собой сбивающий с толку смешанный поток контента, где зачастую качественная информация оказывается погребена под лавиной недостоверных сведений. Рост дезинфодемии также стал результатом развития цифровых коммуникаций.

МИГ представляет собой зонтичный термин, объединяющий различные компетенции, которые позволяют отдельным лицам и группам преодолевать бурные воды сегодняшней информационной и коммуникационной среды. Этот вид грамотности охватывает широкий спектр знаний, навыков, установок и ценностей. МИГ позволяет гражданам, в том числе молодежи, приобретать компетенции, необходимые для понимания своих собственных информационных потребностей, эффективного поиска, получения, критической оценки и использования информации, осмысленного участия в коммуникации, создании и распространении контента. Таким образом, МИГ позволяет целенаправленно и творчески использовать цифровые технологии и расширяет возможности всех пользователей, вооружая их знаниями о своих правах в цифровой среде, об этических аспектах доступа к информации и ее применения. Медийно и информационно грамотный гражданин может более эффективно участвовать в диалоге, ориентироваться в вопросах свободы выражения мнений, доступа к информации, гендерного равенства, разнообразия, мира и устойчивого развития.

МИГ является важной предпосылкой для установления баланса между возможностями граждан и поставщиков контента, а также для использования возможностей ИКТ в сфере образования, содействия равноправному доступу к информации и свободе выражения мнений.

Чтобы люди могли эффективно участвовать и добиваться успеха на всех этапах жизни, необходима интеграция медийной и информационной грамотности в различные области жизни общества, а также в формальное, неформальное и информальное образование.

Согласно статистическим данным Базы данных МСЭ по показателям в области электросвязи/ИКТ за 2019 год, 1,3 миллиарда (3/4) из 1,7 миллиарда домохозяйств в мире (4,9 миллиарда человек) имеют телевизор, 0,6 миллиарда (1/3) из всех домохозяйств (1,9 миллиарда человек) имеют

доступ к компьютеру. По состоянию на январь 2021 года 59,6% населения мира, или 4,66 миллиарда человек, пользуются Интернетом³³, в середине 2020 года на 100 жителей приходилось примерно 105 контрактов на мобильную сотовую связь. Вдобавок к этому существует более 2,5 миллиардов радиоприемников. Всемирная газетная ассоциация сообщает, что в 2018 году 640 миллионов пользователей во всем мире ежедневно оплачивали получение новостей в печатном и цифровом формате. По оценкам Института статистики ЮНЕСКО, в мире ежегодно издается около 1 миллиона новых книг. По состоянию на конец 2019 года более 69% молодежи мира (в возрасте от 15 до 24 лет) пользовались Интернетом. Согласно совместному отчету ЮНИСЕФ и МСЭ в 2020 году 1,1 миллиарда — или каждый третий ребенок и молодой человек младше 25 лет — имели доступ к Интернету дома. Количество предприятий, внедряющих искусственный интеллект, выросло на 270% за четыре года, с 2015 по 2019 год (Gartner, 2019).

В совокупности количество теле- и радиостанций, газет, мобильных телефонов, доступ к Интернету и его использование, книги, библиотеки, рекламные щиты и видеоигры во многом определяют то, что мы узнаем о себе, своей стране, культуре и о мире вокруг нас. В этом связанном мире быть медийно и информационно грамотным означает иметь возможность переосмысления того, что называется гражданственностью и обучением на протяжении всей жизни, понимания таких концепций, как образование в области глобальной гражданственности, образование для устойчивого развития и цифровое гражданство.

Поставщики контента, такие как библиотеки, архивы, музеи, медиа, компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, играют центральную роль в обеспечении устойчивого развития, демократии и надлежащего управления как в качестве платформы для демократических дискуссий, так и в качестве факторов, способствующих развитию цифрового творчества и предпринимательства. Если поставщики контента и цифровые инструменты будут поддерживать демократию и устойчивое развитие, граждане должны понимать, как использовать информацию и технологии критически, как интерпретировать сообщения, которые они получают, создают и передают. Если цифровая экосистема содействует укреплению творчества и предпринимательства в цифровой среде, то в дополнение к упомянутым выше компетенциям возникает необходимость понимания того, как находить возможности для предпринимательства в этой сфере и осознавать преимущества критического мышления, творчества и сотрудничества для достижения желаемых социальных изменений.

³³ Statista, <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>.

Хотя важность базовых навыков счета, чтения и письма нельзя недооценивать, включение МИГ в учебные планы и программы развития означает, что молодые люди также должны понимать функции поставщиков контента и иметь навыки поиска, оценки, использования и создания контента для достижения своих личных, общественных, профессиональных и образовательных целей. Они должны обладать базовыми навыками критического мышления и анализа и использования этих навыков для самовыражения, чтобы стать независимо мыслящими учащимися, созидателями, информированными гражданами, профессионалами и участниками демократических и экономических процессов в своих обществах (см. Отчет Национального форума по информационной грамотности 2005 г.).

Этот модуль основывается на четырех концептах: критическое мышление, самовыражение, участие и творчество, при этом МИГ рассматривается во взаимосвязи с большим количеством дисциплин/областей. Содержание модуля направлено на поиск ответов на следующие вопросы: что такое информация как часть более широкого понятия «контент»? Что представляют собой медиа и компании, занимающиеся цифровой коммуникацией? Что такое цифровые технологии? Зачем всему этому учить и почему это важно? Что такое медиаграмотность? Что такое информационная грамотность? Что такое цифровая грамотность? Зачем нужна медийная и информационная грамотность?

МИГ представлена в модуле как процесс преподавания/обучения и социально-экономического взаимодействия, а не только как дисциплина. Таким образом, в рамках модуля предполагается общее ознакомление учащихся с ключевыми проблемами и концепциями в этой области, которые будут более подробно рассмотрены в других модулях. Также модуль предлагает возможность развития понимания различия между преподаванием МИГ, обучением с использованием МИГ и участием в жизни общества с помощью МИГ в качестве инструмента.

Общая цель заключается в том, чтобы преподаватели, учащиеся, лидеры сообществ и участники обучения в формате «равный — равному» (peer educators) сами стали грамотными в области медиа и информации, а также развили компетенции, необходимые для интеграции МИГ во все уровни и все типы образования.

РАЗДЕЛЫ

РАЗДЕЛ 1.

ЗНАКОМСТВО С ПОНЯТИЕМ
МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ
ГРАМОТНОСТИ

РАЗДЕЛ 2.

МИГ, ГРАЖДАНСКОЕ УЧАСТИЕ
И ПРАВО НА ИНФОРМАЦИЮ

РАЗДЕЛ 3.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С МЕДИА
И ДРУГИМИ ПОСТАВЩИКАМИ
ИНФОРМАЦИИ – БИБЛИОТЕКАМИ,
АРХИВАМИ И КОМПАНИЯМИ,
ЗАНИМАЮЩИМИСЯ ИНТЕРНЕТ-
КОММУНИКАЦИЕЙ

РАЗДЕЛ 4.

МИГ, ЦИФРОВЫЕ НАВЫКИ,
УЧАСТИЕ В КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

РАЗДЕЛ 5.

МИГ, ОБУЧЕНИЕ И ОБРАЗОВАНИЕ НА
ПРОТЯЖЕНИИ ВСЕЙ ЖИЗНИ

РАЗДЕЛ 1. ЗНАКОМСТВО С ПОНЯТИЕМ МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Информация и медиа: общее и различия
- Значение поставщиков контента
- Ключевые учебные результаты медийной и информационной грамотности

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- определять ключевые учебные результаты/элементы, ориентироваться в вопросах конвергенции медийной и информационной грамотности и цифровых навыков;
- понимать основы МИГ, ее важность и актуальность для жизни современных учащихся и преподавателей;
- выявлять и изучать нормативную роль поставщиков контента, таких как библиотеки, архивы, музеи, медиа, компании, занимающиеся цифровой коммуникацией;
- исследовать проявление (или отсутствие) этих ролей в широком разнообразии медиатекстов.

Уровень формируемых в этом разделе компетенций

- Базовый/средний

Многочисленные функции медиа

Медиа, компании, занимающиеся цифровой коммуникацией и другие поставщики контента такого рода играют центральную роль в информационных и коммуникационных процессах. Они представляют собой один из путей распространения информации, хотя их функции гораздо шире. Поскольку такие средства медиа являются важной частью коммуникационной системы каждого общества, их институциональная структура часто связана с различными поставщиками немедийного контента, такими как библиотеки, музеи, архивы, компании интернет-связи, другие информационные организации и граждане, создающие собственный контент.

В данной Учебной программе новостные медиа нормативно считаются (независимо от их вида и используемых технологий) источниками достоверной и актуальной информации, создаваемой в рамках редакционного процесса, который определяется профессиональными ценностями журналистики; при этом редакторская ответственность может быть возложена на конкретную организацию или юридическое лицо. Это не означает игнорирование реалий, в которых нормы не соблюдаются (например, из-за случаев «захвата СМИ» определенными силами в обществе или других нормативных сбоев), поэтому критическое мышление в рамках МИГ должно применяться к медиа так же, как и ко всем поставщикам контента.

Соответствие медиа и других поставщиков контента их нормативным ролям может быть оценено с точки зрения того, насколько они:

- действуют как каналы информации и знаний, с помощью которых граждане общаются друг с другом и принимают осознанные решения;
- содействуют информированным дебатам между различными социальными субъектами;
- предоставляют людям информацию о мире за пределами их непосредственного опыта и служат инструментом, с помощью которого общество узнает о себе и формирует чувство общности;
- выполняют функции наблюдателей за действиями правительства во всех его формах и способствуют прозрачности общественной жизни и реализации общественного контроля над теми, кто находится у власти, через разоблачение коррупции, недобросовестного управления и корпоративных правонарушений;
- являются незаменимыми посредниками в демократических процессах и выступают в качестве одного из гарантов свободных и справедливых выборов;
- являются двигателями культурного самовыражения и культурной сплоченности внутри наций и между ними;
- действуют в качестве защитника и общественного актора в деле защиты собственных прав на основе прозрачности и уважения плюралистических ценностей³⁴.

Конвергенция

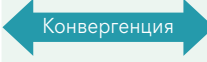
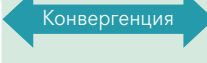
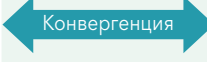
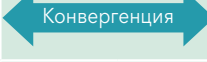
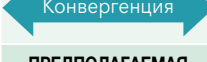
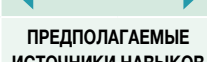
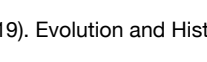
ЮНЕСКО и привлеченные эксперты из различных областей разработали зонтичную концепцию медийной и информационной грамотности, объединяющую смежные и имеющие общую цель обучения области, чтобы дать учащимся и гражданам возможность развивать важные навыки в сфере потребления, использования, создания и обмена контентом.

Источники получения информации могут быть разделены на первичные (например, отчеты о научных исследованиях, диссертации), вторичные источники (например, книги, журналы, газеты) и третичные источники, в которых представлена информация, полученная из первичных и вторичных источников

³⁴ Взято из публикации ЮНЕСКО «Показатели развития средств информации» https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000163102_rus

(такие как базы данных, репозитории и библиографии). С одной стороны, МИГ занимается изучением текстов (электронных или бумажных публикаций), которые традиционно проходили через рецензирование и длительные процессы редактирования и являются объектами интеллектуальной собственности, откуда могут быть взяты цитаты, ссылки и библиография. С другой стороны, МИГ включает изучение аудиовизуальных медиа с точки зрения нюансов изображений, цвета и звука в сообщениях, предоставляемых различными поставщиками, такими как телевидение, социальные медиа и кинопроизводители. Хотя институты не всегда соответствуют нормативным ожиданиям, в широком смысле медиа должны информировать, просвещать и развлекать. Ниже приведена таблица 1.1, иллюстрирующая взаимосвязь и конвергенцию контента, проблематики, методов, инструментов и компонентов информации, медиа и технологий.

ТАБЛИЦА 1.1. КОНВЕРГЕНЦИЯ МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ: ОТ ТРАДИЦИОННОГО ПОДХОДА К КОНВЕРГЕНТНОМУ*

ИНФОРМАЦИЯ (ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ)		СМИ/ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (МЕДИЙНАЯ/ЦИФРОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ)
Книги Монографии Журналы Периодические издания Патенты Деловые издания Научные и исследовательские издания	ФОРМАТЫ КОНТЕНТА 	Новости Газеты Телевидение Радио Визуальные медиа Социальные сети Продукты поп-культуры
Аналитическое исследование Рецензирование Длительный процесс редактирования Редакторская проверка Решающее значение ссылок	ПРОВЕРКА КОНТЕНТА 	Отдельные аналитические исследования Одобрение со стороны отрасли Медленный процесс редактирования Периодически — спонтанное создание (вследствие природы медиа) Отзывы пользователей/принятые процедуры проверки
Более специфичные группы Навыки чтения необходимы Менее переработанная информация — более высокие когнитивные требования к читателям	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ 	Более широкая массовая аудитория, часто — целевые (таргетированные) группы Аудиовизуальные сообщения — нужны навыки чтения и визуального восприятия Клипы и впечатляющие видео
Ищется пользователем Необходимы навыки информационного поиска Отсутствие четкого разделения между создателями ИКТ	ПРЕДПОЛАГАЕМЫЙ ДОСТУП 	Медиаподписки/целевые пользователи Навыки фильтрации/отказа от просмотра и анализа медийных сообщений Также необходимы навыки создания/производства контента
Использование в целях образования/бизнеса Длительный процесс принятия решений	ПРЕДПОЛАГАЕМАЯ ЦЕЛЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ 	Фокус на развлечении и образовании Ежедневный и долговременный процесс принятия решений
Главным образом печатные тексты Зачастую изданы в образовательных или научных целях	ПРЕДПОЛАГАЕМАЯ ЭСТЕТИКА 	Больше аудио и видео Выпускаются индустриями/правительством, большими и маленькими компаниями — основными игроками (mainstream) и альтернативными
Библиотекари — фокус на навыках поиска в фондах и хранилищах Преподаватели — фокус на качестве информации	ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ИСТОЧНИКИ НАВЫКОВ 	Специалисты СМИ Медийная продукция — основное внимание уделяется вопросам правды и предвзятости Фокус на эстетике и дизайне

* Источник: Lau, J. and Grizzle, A. (2019). Evolution and History of Media and Information Literacy.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

Изучите ключевые элементы МИГ, описанные в Рисунке 1 Учебной программы (см. Часть 1). Обсудите каждый элемент. Запишите, что вы понимаете под каждым из них. Как вы думаете, является ли это описание исчерпывающим? Какие еще элементы, по вашему мнению, следует включить?

Рассмотрите следующие термины, которые описывают различные виды грамотности, связанные с МИГ и используемые различными специалистами в разных странах мира:

- Медиаграмотность
- Библиотечная грамотность
- Компьютерная грамотность
- Грамотность в области свободы выражения мнения
- Интернет-грамотность
- Цифровая грамотность
- Новостная грамотность
- Кинематографическая грамотность
- Игровая грамотность
- Грамотность в области социальных медиа
- Грамотность в области искусственного интеллекта
- Информационная грамотность
- Грамотность в области безопасности
- Грамотность в области средств защиты
- Грамотность в области конфиденциальности

С помощью Интернета или библиотеки найдите различные определения каждого из этих понятий. Что вы сказать о взаимосвязи между этими терминами, об их связи с понятием МИГ? Изложите в одном абзаце свои соображения, поясняющие целесообразность объединения медиаграмотности и информационной грамотности в одном зонтичном термине «медийная и информационная грамотность».

Источники информации

Правильное использование информации, которая предоставляется вместе с контентом различными поставщиками, зависит от способности людей понимать свои информационные потребности, находить, получать и оценивать качество контента, к которому они могут получить доступ. Сегодня существует чрезвычайно широкий и разнообразный выбор контента, который заметно различается по точности, надежности и ценности. Кроме того, информация существует в различных формах (в виде текста, изображений, статистических данных, в электронном или печатном виде), доступных через онлайн-репозитории

и порталы, виртуальные и реальные библиотеки и собрания документов, базы данных, архивы, музеи и т. д. Однако наиболее важным фактором является различие в качестве контента.

Прежде чем оценивать контент и его источники, стоит подумать о том, для чего мы используем информацию. Цель использования (например, развлечение) поможет определить достоверные источники информации. Ключевыми вопросами могут быть следующие: Какой источник или какой тип источника информации будет наиболее надежным в данном конкретном случае? Какие источники могут с большей вероятностью использовать различные методы проверки информации, быть непредвзятыми, не иметь скрытых мотивов, применять контроль качества и быть открытыми для исправлений и корректировки?

Мы можем думать об информации как о продукте, хранящемся у нескольких разных поставщиков контента, таких как библиотеки, архивы, музеи, медиа, компании, занимающиеся цифровой коммуникацией. Эти поставщики контента выполняют ряд ролей, в том числе:

- информирование,
- обучение,
- содействие процессам преподавания и обучения,
- предоставление доступа ко всем типам информации (иногда бесплатно, в любом количестве, надежно и без ограничений),
- предоставление доступа к информации в качестве портала (шлюза),
- продвижение всеобщих ценностей и гражданских прав, таких как свобода слова и информации,
- сохранение коллективной памяти общества,
- сбор информации,
- сохранение культурного наследия,
- развлечение.

В то же время, поставщики контента могут играть и другие роли, которые могут иметь первоочередное значение, например, в качестве средства извлечения прибыли, инструмента политики, формирования мировоззрения или культурной гегемонии и т. д.

Виды деятельности

- Изучите различия в контенте, предоставляемым разными типами поставщиков контента, например, по следующим параметрам: соотношение объемов информационного контента, рекламы или развлечений; содействие распространению дезинформации или ненавистнических высказываний. Также определите типы контента — например, монографический или серийный (периодический) форматы выпуска — и выделите разницу между

ними. Учащиеся могут при необходимости объяснить, в чем разница между типами публикаций и привести по два примера для каждого типа.

- Библиотечные фонды являются источником качественной информации. Попросите учащихся ознакомиться с основными элементами записей в библиотечных каталогах: автор, заглавие, тема или ключевое слово, а также определить тему и найти по два источника каждого типа контента, которые они изучали в предыдущей активности.
- Исследуйте доступные медиа и найдите ресурсы или медиатексты, иллюстрирующие перечисленные выше роли поставщиков контента. Найдите примеры, которые отражают исполнение таких ролей на местном, национальном и глобальном уровнях.
- Сравните характеристики различных библиотечных каталогов, исходя из задачи их использования для поиска нужной вам информации при экономии времени и усилий.
 - а) Приведите примеры каталогов библиотек, с которыми вы знакомы, и подберите еще четыре каталога, желательно школьных или университетских библиотек.
 - б) Выполните поиск по интересующей вас теме в каталогах, которые вы считаете лучшими среди известных вам.
 - в) Составьте список из пяти ссылок на книги или другие материалы, найденные вами в библиотечных каталогах, являющиеся, по вашему мнению, лучшими. Приведите аргументы, почему вы считаете их лучшими.
- Изучите школьные, университетские или публичные библиотеки, чтобы найти книги или другие ресурсы, посвященные вопросам устойчивого развития, демократии, содержащие информацию о других частях мира, различиях в культурах, социальной и экономической жизни, или по другим интересующим вас темам. Попробуйте найти ответы на следующие вопросы: Кто принимает решения относительно уровня ресурсного обеспечения библиотек? Кто решает, какие книги включить в состав библиотечного фонда, а какие исключить? Кто решает, какие книги важнее других? Как на это влияют такие факторы, как финансовые возможности и авторские права? Отвечают ли библиотеки тем целям, ради которых они созданы? (Аналогичная деятельность может быть организована с вовлечением музеев или архивов.)
- Медиа могут поощрять развитие и укрепление нации, но также могут способствовать распространению национализма. Обсудите, как и зачем медиа выполняют эти функции. Подумайте о медийном контенте, распространяемом в вашей стране. Изучите, сколько разных точек зрения вы можете найти в освещении вопросов, связанных с развитием и укреплением нации, национальными интересами, и с каких позиций эти вопросы обсуждаются.
- Поищите в Интернете истории, касающиеся преднамеренного разрушения библиотек, музеев или архивов, или определенных книг в результате войн, конфликтов и т. д. Как вы можете проверить, что эти истории правдивы?

Учитывая, что текущий модуль является первым, преподаватели, возможно, пока не обладают необходимыми навыками для ответа на этот вопрос. В этом случае следует обозначить эти навыки как компетенцию, которую еще только предстоит освоить, и перейти к другим вопросам. Каким образом уничтожение медиа, библиотек, архивов, цифровых коммуникаций и других ресурсов может повлиять на людей, их историю или культуру? Каковы другие последствия таких действий, исходя из ваших наблюдений?

- Что такое информация, являющаяся общественным достоянием? Узнайте, как к такому виду информации относятся два государственных ведомства в вашей стране. Обсудите адекватность информации, предоставляемой этими ведомствами. Разработана ли в вашей стране государственная политика в отношении опубликования информации? Существуют ли в вашей стране законы о доступе к информации? Как они применяются? Каковы права граждан в отношении прозрачности?
- Основываясь на ответах, полученных в ходе предложенного выше упражнения, опишите результаты освоения медийной и информационной грамотности (что должен уметь делать медийно и информационно грамотный человек).
- Составьте список медиа, присутствующих в сегодняшней повседневной жизни учащихся и преподавателей. Какие ключевые роли и функции выполняет каждое из этих медиа? Как вы думаете, что значит быть «грамотным» в отношении использования этих поставщиков контента? Какие знания, навыки и установки необходимы?
- Сделайте записи на протяжении одного дня в виде дневника, в котором отметьте использование и взаимодействие с поставщиками контента, такими как библиотеки, архивы, музеи, медиа и компании, занимающиеся цифровыми коммуникациями. Какие закономерности или привычные модели проявились в вашем личном медиапотреблении? Сколько часов вы проводите во взаимодействии с Интернетом, телевидением или радио, игровыми устройствами и т. д.? Какую роль в вашей жизни играют эти поставщики контента?
- Совершите пешеходную экскурсию по вашей школе или району. Перечислите примеры поставщиков контента, которые присутствуют в окружающей вас среде. Какие из перечисленных выше ролей поставщиков контента вы можете проиллюстрировать этими примерами?
- Представьте, что однажды вы проснулись в мире, где больше нет медиа, библиотек или организаций, предлагающих услуги доступа к Интернету и мобильной связи. Кроме того, исчезли все газеты, журналы, радиостанции и телеканалы. Проанализируйте в небольших группах, что будет происходить с людьми в таком мире:
 - ◇ Как они сейчас получают информацию?
 - ◇ Как будут распространяться новости о происходящих событиях или явлениях?

- ◊ Что произойдет с решениями, которые вы обычно принимаете?
- ◊ Чего лично вам будет больше всего не хватать в такой ситуации?
- ◊ Что общество потеряло бы в связи с такого рода проблемой?
- Напишите «письмо в редакцию» с вашими выводами о ценности поставщиков контента в демократическом обществе при условии, что они соответствуют своей нормативной роли.

Важность МИГ для граждан

МИГ направлена на то, чтобы дать людям понимание важности поставщиков контента, таких как библиотеки, архивы, музеи, медиа и компании, занимающиеся цифровой коммуникациями, для того, чтобы:

- различать информацию и другой контент и оценивать поставщиков контента,
- принимать обоснованные решения,
- освоить верификацию информации посредством исследования,
- формировать чувство общности на основе разделяемых фактов и прав, уважения к общим повествованиям (нарративам),
- поддерживать общественный дискурс, способствующий демократии и устойчивому развитию,
- критически участвовать в жизненном цикле информации и другого контента,
- участвовать в обучении на протяжении всей жизни.

Кроме того, МИГ призвана побуждать граждан становиться активными производителями информации и инноваторами в области медиа и информационных продуктов, использовать новые и традиционные медиа для самореализации, творчества и более широкого демократического участия в рамках своей страны и глобальной информационной сети.

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиаарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

РАЗДЕЛ 2. МИГ, ГРАЖДАНСКОЕ УЧАСТИЕ И ПРАВО НА ИНФОРМАЦИЮ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы:

- Функции поставщиков контента, таких как библиотеки, архивы, музеи, медиа, компании, занимающиеся цифровыми коммуникациями
- Что гражданам следует ожидать от поставщиков контента?
- МИГ и ее значение для демократии и надлежащего управления
- Свобода выражения мнений, право на информацию, редакционная независимость СМИ, множественность и разнообразие поставщиков контента

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- понимать и описывать нормативные функции поставщиков контента, касающиеся права на информацию, данных, доступа к информации и знаниям, свободы выражения мнений, самовыражения и участия в демократических процессах;
- определять условия, необходимые различным поставщикам контента для выполнения этих функций.

Нормативная роль журналистики

Журналистика и источники медиа важны для каждого общества. Без журналистов и новостных медиа не было бы «окна в мир» — возможности узнать, что происходит в нашем обществе или в мире за пределами нашего непосредственного опыта. Есть несколько ключевых принципов, которые следует уважать в журналистской практике, и соблюдения которых граждане привыкли ожидать от журналистики:

- Упорядочение знаний — делать хаотичную информацию организованной и понятной, выходить за рамки связей с общественностью и официальных позиций, чтобы выявлять отдельные интересы.
- Правдивость — в профессиональных медиа должны быть четко указаны источники информации, чтобы граждане могли судить об актуальности, надежности и потенциальных предвзятостях в подаче информации; следует отмечать важные вопросы, на которые не были даны ответы, и ожидание дальнейших действий в случае возникновения разногласий.
- Общественный интерес — в своей работе журналисты могут многое сделать для продвижения общественных интересов, предоставляя гражданам информацию, необходимую для участия в общественных делах.

- Независимость — приоритет общественного интереса к дискуссиям граждан над личными предубеждениями должен быть четко обозначен; комментаторы должны изучить «обе стороны медали» (обсудить идеи, с которыми согласны и не согласны все заинтересованные стороны); журналисты должны проявлять в своей работе независимое мышление.
- Форум для публичной критики и решения проблем — новостные медиа должны предлагать несколько каналов для взаимодействия с общественностью (письма, электронная почта, телефонное общение или публичный форум); граждане также ожидают, что средства массовой информации предоставят им доступ к пространству или эфирному времени, чтобы говорить на понятном другим гражданам «языке»; кроме того, они ожидают, что в новостях будет представлен широкий спектр взглядов и ценностей.
- Подотчетность — профессиональные медиа должны контролировать всех, кто осуществляет властные полномочия, не только правительства, но и значимые государственные и частные структуры; призывая к ответу влиятельных людей, СМИ могут сделать общественное мнение более информированным. В профессиональных медиа также должны существовать системы привлечения к ответственности самих журналистов и руководителей СМИ.
- Пропорциональные и актуальные новости — граждане нуждаются в своевременных знаниях, связанных с важными вопросами и тенденциями; репортажи не должны преувеличивать или преуменьшать истинный масштаб угроз и рисков.
- Баланс между приватностью и правом знать — граждане ожидают, что профессиональные медиа будут соблюдать баланс между общественным правом на информацию и личным правом на неприкосновенность частной жизни (см. Fackson Banda, UNESCO, 2009).

Право на информацию или доступ к информации

Термины «право на информацию», «право на свободу информации» и «право на доступ к информации» часто используются для обозначения одной и той же сущности. Некоторые эксперты утверждают, что доступ к информации — это более общее и широкое понятие, чем два другие. Право на информацию необходимо как для демократии, так и для развития. Граждане имеют право на свободу слова и право на доступ к общественной информации в качестве основных права человека. ЮНЕСКО определяет свободу информации как право на доступ к информации, находящейся в распоряжении государственных органов или частных организаций, выполняющих государственные функции или работающих в общественных интересах. Информация, являющаяся общественным достоянием, в равной степени является собственностью граждан. Поставщики контента, такие как библиотеки, архивы, музеи, медиа, компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, должны способствовать обеспечению права на свободу информации для каждого гражданина.

Роль поставщиков контента меняется с быстрым распространением цифровых технологий, таких как ИКТ, социальные сети и искусственный интеллект. ИКТ обеспечивают почти мгновенный доступ к информации и знаниям. Поставщики контента, в том числе государственные органы, хранящие официальные записи, могут предоставлять новые услуги. Они предлагают новые возможности для эффективного и действенного удовлетворения потребностей граждан в обучении на протяжении всей жизни, научных исследованиях и развлечениях, а также в объединении сообществ. В этом контексте доступ к данным и алгоритмам, преобразующим данные в информацию, становится важной темой.

Провайдеры выполняют несколько ключевых функций, в том числе:

- обеспечение открытого доступа к информационным ресурсам без каких-либо ограничений по расовому, гендерному, профессиональному и религиозному признаку; публичные библиотеки, в частности, предоставляют доступ бесплатно;
- защита частной жизни и конфиденциальности читателей в контексте взаимодействия с тем контентом, который предоставляется как офлайн, так и онлайн;
- обеспечение доступа к разнообразным и множественным информационным ресурсам на профессиональной основе и без политических, религиозных или моральных предубеждений;
- сбор и сохранение информации для будущих поколений;
- содействие обеспечению достоверности, надежности и правдивости информации;
- реакция на запросы по поводу информации и данных;
- развитие, реализация и обеспечение взаимодействия людей на основе права на информацию или доступа к информационной политике.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

- Помогите учащимся выяснить, существуют ли в их стране законодательство о праве на информацию или национальная политика доступа к информации. Помогите им ознакомиться с этим законодательством или политикой — в какой степени они затрагивают такие вопросы, как здравоохранение, образование, сельское хозяйство, выборы, правительственные структуры, частный сектор и другие важные для развития сферы. Если в стране нет закона о доступе к информации, организуйте дискуссию о том, что можно сделать, чтобы мирно

отстаивать свое право на принятие таких законов и политики. Начать можно с изучения способов взаимодействия с министерством, занимающимся вопросами информации, с парламентариями, местными органами власти или соответствующими организациями.

- Помогите учащимся выяснить, есть ли в действующих в их странах законах о праве на информацию статьи, касающиеся вопросов просвещения общественности в области доступа к информационным законам или политике. Реализуются ли подобные просветительские программы? Продвижение МИГ — это один из способов помочь людям лучше понять, как использовать законодательство о доступе к информации и какое отношение эти законы имеют к их повседневной жизни. Поищите авторитетные источники, которые могут помочь в обучении в области права на информацию.
- Разделите учащихся на три–пять групп. Предложите им выбрать одну из целей в области устойчивого развития (ЦУР), которая имеет для них приоритетное значение. Затем помогите им ознакомиться с официальным хранилищем метаданных ООН по ЦУР <https://unstats.un.org/sdgs/metadata/>. Попросите их сосредоточиться на официальном списке показателей и данных, которые собираются для отчета по выбранным ими целям. Вы можете попросить их обсудить и составить список из 5–10 пунктов, посвященных тому, как право на информацию или отсутствие этого права может ускорить или помешать достижению ЦУР. Они также могут ответить на следующие вопросы: Как МИГ может помочь гражданам в поиске информации, понимании и отслеживании прогресса в достижении ЦУР на основе данных, собранных с помощью этих показателей? Что они могут сделать как частные лица, группы и сообщества для того, чтобы рассказать своим сверстникам о ЦУР, и как МИГ может помочь в этих усилиях?
- Организуйте обсуждение ответов на указанные выше вопросы, чтобы возникла необходимость запросить доступ к определенным документам. Приводим алгоритм организации такого запроса, составленный на основе реального примера из Австралии³⁵: 1) сделать запрос в письменной форме; 2) указать, в соответствии с каким положением Закона о свободе информации делается запрос; 3) четко указать, какой документ запрашивается, предоставив как можно больше информации; 4) указать номер контактного телефона и/или адрес электронной почты; 5) указать почтовый адрес, на который можно отправить ответ на запрос. Некоторые страны или органы власти могут иметь онлайн-форму для заполнения. Проведите онлайн-исследование, чтобы убедиться, что запрашиваемые данные еще не доступны в Сети в рамках проактивной прозрачности правительства.
- Используя ресурсы подходящей библиотеки и Интернета, исследуйте 5–10 новостей за последний год национального или глобального уровня. Определите, какие из приведенных выше принципов профессиональной журналистики отражены в каждом из сюжетов. Какие ключевые элементы

³⁵ ACT Government, Education. https://www.education.act.gov.au/about-us/freedom_of_information

в этих историях делают их выразительными примерами для обсуждения? Для любой из новостных статей, не соответствующих указанным принципам, предложите изменения, которые можно было бы внести для их улучшения.

- Напишите короткое эссе, в котором аргументируется важность того, чтобы читатели воспринимали новости непредвзято, а не исходя из желания найти подтверждения уже сложившегося мнения.
- Выберите журналистский материал, освещающий местную проблему или событие, и внимательно изучите его. Владение медийной и информационной грамотностью включает знание вышеуказанных принципов и способность применять их к конкретным примерам освещения в СМИ различных вопросов. В какой степени ожидания граждан в отношении профессионализма журналистов оправдались в выбранном материале? Какое потенциальное влияние этот материал мог оказать на местное сообщество? В ситуации, когда такие ожидания граждан не оправдываются, какие ресурсы для решения проблем находятся в распоряжении граждан? Какую роль может сыграть МИГ в поддержке граждан?
- Согласны ли вы с тем, что хорошо информированный гражданин лучше подготовлен для принятия решений и участия в демократическом обществе? Почему? Напишите редакционную статью, отражающую ваше мнение.
- Обсудите, как в вашем обществе рассматривается и оценивается роль информации. Как вы думаете, каковы отношения между информацией и знаниями, а также между информацией и властью?

Свобода выражения мнений, редакционная независимость, плюрализм и разнообразие

Свобода информации и свобода выражения мнений лежат в основе медийной и информационной грамотности. В этом контексте использование термина «свобода информации» связано с доступом к публичной информации. «Информация является ключом к пониманию мира вокруг нас, к способности найти в нем значимую роль для себя, воспользоваться доступными ресурсами. Когда информация сосредоточена в руках немногих, возможности общественности как принимать решения, так и оценивать их значительно снижается. Этичные и плюралистические СМИ могут обеспечить прозрачность, подотчетность и верховенство закона» (UNESCO Freedom of Expression Tool Kit). Независимые медиа черпают свою силу в профессиональном освещении жизни сообществ, которым они служат.

Свобода выражения мнений и свобода печати

Свобода выражения мнений включает свободу выражать и обмениваться взглядами и мнениями без страха перед угрозами или карательными мерами. Свобода выражения мнений — одно из основных прав человека. Право на свободу выражения мнений защищает не только свободу слова, но и свободу любых действий по поиску, получению и распространению информации или идей, независимо от используемого инструмента. Свобода печати является

необходимой основой для этого права, поскольку обеспечивает свободное выражение и распространение мнений и, таким образом, имеет большое значение для формирования и развития сообществ и гражданского общества. Свобода выражения мнений может способствовать развитию настоящего чувства сопричастности в обществе, которое базируется на возможности узнавать и выражать различные идеи и мнения. Она также является неотъемлемым условием гражданского участия и необходима для развития критического мышления. Ограничение свободы выражения мнений допускается только по очень небольшому ряду причин, таких как защита свобод других, и только тогда, когда такие ограничения являются необходимыми и соразмерными. Законодательные ограничения свободы выражения мнений, например, законы, запрещающие ненавистнические высказывания, должны содержать четкие и узкие дефиниции во избежание злоупотреблений (World Trends in Freedom of Expression and Media Development).

Плюрализм медиа

Плюрализм медиа, который охватывает медиаплатформы (печатные, вещательные, онлайн-овые), локальные медиа (национального, регионального и местного уровня) и политическую сферу, помогает обществу лучше осмыслить и понять себя. Когда медиа занимаются самые разные игроки, то мнения, которые не пользуются популярностью, могут найти пространство для обсуждения. Эффективное сочетание международных, национальных и местных медиа может дать людям возможность участвовать в демократических процессах. Как можно более широкое распространение информации из разнообразных и противоположных по позиции источников способствует росту благосостояния людей. В то время как находящиеся в руках разных собственников газеты и вещательные компании обычно критикуют контент друг друга, концентрация медиа в одних руках не способствует взаимной критике и может привести к захвату СМИ и манипуляциям. Плюрализм медиа также означает признание общественного, частного и местного медиасекторов. Общественные медиа требуют баланса новостей и взглядов; частные могут склоняться в сторону тех или иных сил; местные СМИ должны отражать голос сообщества.

Редакционная независимость

Редакционная независимость — это профессиональная свобода редакторов в принятии редакционных решений без вмешательства владельцев медиа или любых других государственных или негосударственных субъектов. Редакционная независимость проявляется, например, в тех случаях, когда медиа публикует статьи, которые могут быть непопулярны у его владельцев или рекламодателей. Независимость не является лицензией на совершение каких-то действий, это позитивная установка, формируемая стремлением к профессиональной этике и стандартам журналистики. Независимость означает уклонение от влияния или противодействие ему, если влияние препятствует осуществлению таких практик, как проверка достоверности фактов перед публикацией, раскрытие конфликта интересов, приоритетное отстаивание общественных интересов и т. д.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

- Используя Интернет и библиотечные ресурсы, определите, кто владеет современными крупными медиахолдингами и государственными СМИ и контролирует их, в том числе изучите вопрос распределения рекламных расходов органов государственной власти среди разных СМИ. Перечислите основные активы крупных владельцев медиа. Какое влияние такое владение и контроль может оказывать на доступ, выбор и свободу выражения мнений? Назовите действующие в вашей стране законы, которые регулируют владение медиа и контроль над ними.
- См. виды деятельности, описанные в Модулях 11 и 13 и касающиеся владения и использования технологий на основе искусственного интеллекта, социальных сетей и связанных с этими сферами этических норм.
- Оцените роль альтернативных или независимых медиа в вашем сообществе. Выберите один пример и опишите ключевые элементы, которые делают медиа независимым. Каким образом наличие независимых медиа позволяет людям участвовать в демократическом процессе? Чем они отличаются от основных (мейнстримных) СМИ?
- Оцените статус местных медиа (community media) в вашей стране. Действительно ли сообщества вовлечены в процессы управления и планирования? Являются ли местные медиа форумом для сообществ, объединенных по географическому принципу или по принципу общности интересов? Есть ли отличия в работе местных медиа по сравнению с коммерческими или государственными СМИ, играют ли они какую-то особую роль?
- Изучите деятельность организаций, продвигающих свободу выражения мнений или защищающих журналистов, таких как «Статья 19» (Article 19), Комитет защиты журналистов, Репортеры без границ или другие международные/национальные неправительственные организации. Ознакомьтесь с работой журналистов, которых поддерживают эти организации, и определите ключевые элементы, которые делают таких журналистов достойными поддержки.
- Обсудите, почему государственные и частные владельцы медиа должны уважать право на редакционную независимость и, в частности, воздерживаться от давления в отношении освещения новостей и текущих событий.
- Включите в обсуждение другие источники потенциального влияния на редакционную независимость и предложите меры, направленные на предотвращение такого неправомерного влияния.

- Обсудите значение наличия в законах точных и узких определений, дающих гражданам четкое понимание того, какие действия подпадают под его компетенцию. Сравните с широкими рамочными законами, допускающими выборочное толкование.

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

РАЗДЕЛ 3. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С МЕДИА И ДРУГИМИ ПОСТАВЩИКАМИ ИНФОРМАЦИИ – БИБЛИОТЕКАМИ, АРХИВАМИ И КОМПАНИЯМИ, ЗАНИМАЮЩИМИСЯ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЕЙ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Как структуры, предоставляющие контент, передают смыслы
- Проблема репрезентации: как поставщики контента отражают информацию, людей, культуры, изображения, места и т. д.
- Академическая и научная информация
- Роль пользователей, граждан и аудитории
- Взаимодействие с компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией, посредством создания пользовательского контента

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- владеть ключевыми понятиями, которые используются поставщиками контента, включая медиа и компании, занимающиеся цифровой коммуникацией;
- понимать, как знание этих понятий поможет пользователям/гражданам критически взаимодействовать с поставщиками услуг.

Курирование контента

Ключевой частью медийной и информационной грамотности является понимание того, как поставщики контента, включая медиа, создают различные типы историй, как они форматируют и перерабатывают контент для предоставления в доступ или распространения, какие методы используют для упорядочения материала, который в противном случае был бы хаотичным и трудным для восприятия.

Все поставщики контента — от библиотек до YouTube — контролируют свои фонды контента с точки зрения того, что стоит в них включить, что исключить, какой контент стоит предлагать в первую очередь и как организовать к нему доступ.

Важно иметь общее представление о различных техниках, используемых разными поставщиками контента, включая медиа. Достойны внимания те «коды», которые они применяют, и их интерпретация. Также полезно знать о том, кто производит и систематизирует материал, насколько активны или интерактивны потребители медиа и информации — влияют ли их собственные представления на способ предоставления информации.

При взаимодействии с любым типом контента принципиально важным шагом является установление истинности информации. Достоверную информацию можно найти в академических, научных, официальных (правительственных) текстах и произведениях, составляющих культурный фонд, опубликованных, изданных или ретранслированных онлайн, в электронном или бумажном виде. Определение степени достоверности и релевантности контента осуществляется путем изучения текстов, определения даты публикации и географического охвата, выявления потенциальных предвзятостей и ошибок. Для получения достоверной информации пользователи могут обращаться в те структуры, которые профессионально занимаются приобретением, упорядочением, выдачей/распределением/распространением информационных материалов. Примером таких структур могут служить библиотеки разных типов: школьные, публичные (это могут быть районные библиотеки, региональные или федеральные, открытые для широкой публики, как правило, бесплатно), академические (университетские, библиотеки исследовательских институтов и центров), специальные (деловые, правительственные, библиотеки неправительственных организаций) и национальные (в которых все официально издаваемые в стране публикации и большое число зарубежных изданий сохраняются для потомков).

Качественный курируемый контент можно найти не только в библиотеках, но также в музейных коллекциях, где каждый предмет может быть источником данных или информации, и в архивах, являющихся самыми лучшими источниками первичной информации. Репозитории открытого доступа предлагают множество журналов, книг и первоисточников. Примером таких репозиториев может служить Директория журналов открытого доступа (Directory of Open Access Journals, DOAJ), управляемый сообществом онлайн-каталог, который индексирует и предоставляет доступ к рецензируемым журналам открытого доступа. DOAJ финансируется за счет пожертвований, 18% из которых поступают от спонсоров, а 82% — от членов и участников-издателей (<https://doaj.org/>). Другой пример репозитория открытого доступа — LA Referencia, представляющая научные публикации высших учебных заведений и исследовательских центров Латинской Америки и продвигающая открытый доступ и бесплатную полнотекстовую информацию (<http://lareferencia.info/es>). Интернет также дает возможность получения доступа к широкому спектру информации, предоставляемой университетами, институтами, музеями, другими организациями и частными лицами. Часто такая информация представляет собой курируемый контент, отобранный с использованием более гибких, отличающихся от библиотечных критериев качества.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

Что касается МИГ, следует внимательно изучить следующие ключевые области, чтобы понять, как работают поставщики контента, как они передают смыслы, как их можно использовать и как можно оценивать предоставляемый ими контент, в том числе в отношении его информативности и качества. Ниже перечислены несколько тематических областей МИГ, которые важны для освоения следующих модулей Учебной программы.

Способы подачи контента

- Как производители контента используют различные методы или способы представления различных видов информации?
- Как эти способы представления контента определяются и воспринимаются аудиторией?
- Какими «кодами», условными договоренностями, «ингредиентами» или «языком» пользуются конкретные поставщики контента?
- Специалист в области медиа Маршалл Маклюэн писал: «Медиа само по себе является сообщением³⁶» («Medium is the message»), имея в виду, что средство передачи сообщения — пресса, радиовещание, Интернет и др. — влияет на то, как мы воспринимаем мир. Как выбор той или иной технологии влияет на то, какую информацию мы получаем? Как средство передачи информации влияет на передаваемое сообщение, если вообще влияет?

Репрезентации в медиа и информации

- Рассмотрите изображения в медиа (фотографии, рисунки и пр.) как одну из форм репрезентации.
- Проанализируйте текст с точки зрения того, что в нем буквально написано.
- Проанализируйте контекст и подтекст (что не написано буквально, но может быть считано).
- Кто выигрывает от представляемых в медиа и принимаемых аудиторией репрезентаций, кто проигрывает? Как медийные образы влияют на то, как мы воспринимаем себя и других?
- Как медийные репрезентации влияют на наши знания о мире и его понимание за пределами нашего непосредственного опыта?

³⁶ McLuhan & Fiore 1967. *The Medium is the Message: An Inventory of Effects*. Penguin Modern Classics.

- Как медийные репрезентации влияют на наше представление о гендерном равенстве, расширении прав и возможностей женщин, об отдельных группах, лицах с ограниченными возможностями, коренных народах и этнических меньшинствах?
- Как редакционная независимость отражается или проявляется в медиатексте?

Создание информации/пользовательский контент

- Обратите внимание на такие понятия, как «человеческий фактор» (имеющая последствия деятельность людей) и «автономия», с точки зрения создания текстов — кто их создает и почему? Какие институциональные и индивидуальные интересы при этом затрагиваются?
- Как создание контента связано с правами в области коммуникации для граждан и для профессиональных журналистов?
- Как создание контента связано со свободой выражения мнений, активной гражданской позицией и медийной и информационной грамотностью?
- Обсудите указанные вопросы с учетом таких факторов, как ресурсы (человеческие, финансовые, технологические и т. д.) и нормативное регулирование

Аудитория как граждане и пользователи/потребители

- Понятия целевой аудитории и активной аудитории.
- Активные граждане и пользователи/потребители формируют свое понимание и извлекают смыслы на основе того, что они привносят в текст.
- У аудитории есть ожидания в отношении поставщиков контента, связанные с полезностью, прозрачностью, подотчетностью и справедливостью их деятельности и продукции. Эти ожидания влияют на отношение к бренду поставщика и на восприятие его надежности.
- Пользователи/потребители имеют личные, экономические, общественные и культурные потребности в информации.

Граждане как пользователи/потребители услуг поставщиков контента

- На основании каких критериев поставщики контента отбирают и перерабатывают ресурсы?
- Имея ограниченный бюджет, поставщики контента (например, библиотеки) должны выбирать, какие подписки или информационные ресурсы (например, книги, периодические издания и базы данных) покупать. Каким ресурсам они отдают предпочтение и почему?
- Как взаимодействовать с государственными органами, которые предоставляют информацию?
- Как финансируются поставщики контента? См. Модули 10 и 13.

- Как поставщики контента получают доход от своих услуг? См. Модуль 10.
- Запрос информации о себе, хранящейся у компаний, занимающихся цифровыми коммуникациями, включая социальные сети. См. Модуль 8.

Основные вопросы для анализа медиатекста и собственных информационных потребностей

- Какова цель данного текста? Как он был создан?
- Кто его создал?
- Кто является целевой аудиторией? Как это можно определить? Каков основной посыл (идея) данного текста?
- Кому выгодно создание и распространение данного медиатекста, в чем состоит эта выгода?
- Каковы мои информационные потребности? Как я могу их выявить и определить?
- Существует ли необходимая мне информация в той форме, в которой она мне нужна? Если нет, то какие действия я могу предпринять? Как понять, систематизировать и оценить найденную информацию?
- Как я могу представить эту информацию в удобном для использования формате?
- Как я могу сохранять, хранить и повторно использовать, записывать и архивировать информацию?
- Как я могу или должен поделиться этим контентом?

Виды деятельности

- Выберите изображение или текст и найдите ответы на перечисленные выше основные вопросы. Что вы можете узнать об сторонах, вовлеченных в создание и распространение этого медиатекста, передаваемых идеях и сообщениях (messages), а также о целевой аудитории?
- Подумайте о том, чем бы вы хотели бы заняться. Проанализируйте этот вид деятельности с точки зрения приведенных выше основных вопросов, начиная с вопроса о собственных информационных потребностях.
- Запишите все действия, которые вы совершали в течение дня, с момента подъема до момента ухода ко сну. Проанализируйте в малых группах, была ли нужна вам информация для совершения этих действий. Запишите рядом с каждым действием необходимую информацию. Например, вам нужно знать температуру на улице, чтобы одеться; вам нужно знать дорожную ситуацию, прежде чем сесть на автобус; вам нужны знания в области экономики, если вы планируете взять кредит. Обсудите, насколько важна информация в вашей повседневной жизни. Сколько решений вам было бы трудно принять без информации?

- Используя библиотеку или Интернет, найдите самые популярные теле- или радиопрограммы, фильмы или рекламу за последний год. Освещение каких тем сыграло ключевую роль в их успехе? Опишите, как в найденных вами примерах освещается одна или несколько таких тем.
- Напишите небольшой текст (один абзац), посвященный значению цитат, ссылок и библиографии в книгах и журнальных статьях. Ученые и учащиеся должны указывать цитаты и источники информации, которые они использовали. Журналисты делают то же самое, но в зависимости от источника (человек или секретные документы) и от конфиденциальности информации это делается по-разному, чтобы защитить свои источники в интересах общества и соблюдать международные стандарты журналистской этики и профессиональной практики. При этом журналисты обязаны проверять факты и источники³⁷.
- Объясните, почему журналисты должны иметь право не раскрывать источники своей информации никому, кроме своих редакторов. Приведите плюсы и минусы такой ситуации.
- Обсудите выражение «Журналистика — это дисциплина верификации» с точки зрения тех методов, которые журналисты используют для проверки фактов и подтверждения подлинности источников.
- OpenDOAR: поиск полезных репозиторий. Зайдите на веб-сайт открытых репозиторий OpenDOAR и найдите в нем репозитории на вашем языке. Перечислите 10 репозиторий на вашем языке и пять репозиторий на других языках, которые вам могут быть полезны. Напишите абзац о том, в каких целях мог быть создан этот каталог, почему он был создан и какую пользу он может принести вам и вашему сообществу.

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

³⁷ См. Глобальную хартию журналистской этики, принятую Международной федерацией журналистов <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists.html>

РАЗДЕЛ 4. МИГ, ЦИФРОВЫЕ НАВЫКИ, УЧАСТИЕ В КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Культурное участие с помощью поставщиков контента
- Производство культурных продуктов в цифровую эпоху
- Критическое мышление и исследования в области культурного предпринимательства
- Цифровое творчество

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- владеть пониманием того, как различные поставщики контента способствуют участию в культурной жизни;
- понимать, как МИГ в виде критического мышления может способствовать развитию этических и разнообразных культурных продуктов, практик и диалога;
- использовать поставщиков контента, таких как цифровые медиа и инструменты, для культурного обмена и предпринимательства.

Культурная грамотность

ЮНЕСКО и ее партнеры по всему миру содействуют продвижению таких связанных с МИГ понятий, как культурная грамотность и межкультурные компетенции.

Культурная грамотность призвана способствовать:

- Лучшему пониманию ценностей и представлений общества, в том числе знанию исторических отсылок, наследия и местных языков, и владению навыками декодирования различных контекстов, связанных с политическими и экономическими аспектами жизни общества и выходящих за их пределы.
- Расширению доступа к разнообразному культурному контенту, что соответствует приверженности делу поощрения прав человека, неотъемлемой частью которого является право на разнообразие культурного самовыражения. Таким образом, продвижение культурной грамотности

становится все более актуальным как с точки зрения реализации на глобальном уровне потенциала контента, создаваемого в разных частях мира, так и с позиции сокращения цифрового разрыва (хотя разрыв в возможностях реализации потенциала различных культур существовал и в эпоху печатных и вещательных СМИ).

- Поощрению культурного обмена и открытости к изучению других культур, что способствует взаимопониманию и диалогу, борьбе со стереотипами, дискриминацией, ксенофобией и другими связанными с ними видами нетерпимости, а также содействует сближению культур.
- Улучшению результатов обучения и развития таких компетенций, как эмпатия, критическое мышление и творчество путем приоритизации культурного и художественного контента и раскрытия его возможностей по гармонизации программ обучения в области естественных наук, технологий, инженерии и математики (STEM).

МИГ играет жизненно важную роль в расширении критического участия людей в продвижении уважения к культурному разнообразию (включая языковое разнообразие), а также в использовании культуры и искусства в творческом развитии культурных товаров и услуг, как в традиционных медиа, так и в цифровой среде. Это, в свою очередь, содействует расширению выбора и возможностей людей, усилению социальной интеграции, удовлетворению потребностей неимущих и уязвимых слоев населения, особенно женщин и молодежи, а также различных миноритарных групп, включая коренные народы. Культурная грамотность и МИГ также способствуют развитию вкуса к жизни в общем пространстве с носителями различных культур, что очень важно для современных обществ, которые становятся все более мультикультурными.

Всеобщая декларация, посвященная культурным правам³⁸, выступает за плюрализм медиа, доступ к средствам культурного самовыражения и распространения культурных продуктов как за способ содействия всеобщему доступу к культурному разнообразию и равному доступу к искусству, научным и техническим знаниям, в том числе, и в цифровых формах (Статья 6). Эти же возможности создают благоприятные условия для развития компетенций, связанных с МИГ. Декларация призывает к действиям в области «цифровой грамотности» и обеспечению более высокого уровня владения новыми информационными и коммуникационными технологиями, которые следует рассматривать одновременно как образовательные дисциплины и педагогические инструменты, способные повысить эффективность образовательных услуг (Приложение II, Основные направления Плана действий).

³⁸ Всеобщая декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии, 2001. https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/cultural_diversity.shtml

ТАБЛИЦА 1.2. МИГ, МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ ДИАЛОГ И КУЛЬТУРНОЕ РАЗНООБРАЗИЕ: ВЗАИМОДОПОЛНЕНИЕ ПОНЯТИЙ

Медийная и информационная грамотность	Продвижение межкультурного диалога и культурного разнообразия
Медийно и информационно грамотные граждане, цифровое гражданство	Как поставщики контента, включая действующих онлайн, могут повысить свою грамотность и быть полезными в продвижении принципов укрепления межкультурного диалога и уважения культурного разнообразия
Критическая вовлеченность в проблематику целей устойчивого развития, свободы выражения мнений и доступа к информации для всех	Поощрение культурного обмена и открытости к изучению других культур, признание множественных, разнообразных и динамичных культурных идентичностей, и, тем самым, повышение уважения к культурному разнообразию, правам человека и основным свободам
Центральное значение прав человека как основы для создания контента	Уважение к аудитории как к людям и гражданам и как к создателям и центральным игрокам в культурных и креативных индустриях, а не только как к потребителям контента. Решающее значение МИГ для активизации участия в культурной жизни и повышения доступа к культурному контенту, к необходимым для этого компетенциям и инструментам
Укрепление возможностей граждан как основная цель грамотности	Как граждане могут активно взаимодействовать и влиять на смыслы в текстах в соответствии с их собственным жизненным опытом
Использование ИКТ в целях развития в рамках развивающейся парадигмы обществ знаний	Как граждане отражают свою картину мира с помощью ИКТ, способствуя тем самым свободе выражения мнений, отвергая или отфильтровывая предрассудки и стереотипы, содержащиеся в медийных и информационных материалах
Культурное и языковое разнообразие	Как граждане определяют свою культурную и языковую идентичность и могут выражать себя с помощью различных инструментов и языка, которые они выбирают, при условии соблюдения прав человека и основных свобод, а также как они осмысленно взаимодействуют с другими культурными группами в процессе свободного и открытого общения

Источник: Media and information literacy: policy and strategy guidelines <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000225606>

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

- Помогите учащимся изучить материалы на Платформе межкультурного диалога ЮНЕСКО <https://en.unesco.org/interculturaldialogue/>. Платформа содержит различные учебные виды деятельности и материалы, позволяющие больше узнать о других культурах и участвовать в целенаправленном диалоге.
- Защита наследия и поощрение творчества находятся в основе мандата ЮНЕСКО и составляют важную часть ее работы в сфере содействия уважению культурного разнообразия. Ознакомьтесь с нормативными документами ЮНЕСКО по наследию, искусству и творчеству <https://en.unesco.org/themes/protecting-our-heritage-and-fostering-creativity>. Изучите их и обсудите, как эти нормативные инструменты внедряются в вашей стране или сообществе.
- Генри Дженкинс определяет культуру участия как культуру с относительно низкими барьерами для художественного самовыражения и вовлеченности граждан, с широкой поддержкой создания и распространения собственных

творений, наличием формального или неформального наставничества. В рамках культуры участия происходит обмен знаниями, граждане считают, что их вклад имеет значение и чувствуют социальную связь друг с другом³⁹. Такая культура участия состоит из:

- ◇ принадлежности,
- ◇ выражения,
- ◇ совместного решения проблем,
- ◇ оборота/совместного использования/распространения.

Этот подход был разработан в начале 2000-х годов в рамках медиаобразования (теперь включенным во всеобъемлющую концепцию МИГ). Обсудите с преподавателями и учащимися, как культура участия способствует культурному обмену, обучению и диалогу.

Генри Дженкинс формулирует следующие навыки, основанные на традиционной грамотности и критическом анализе:

- **Игра** — способность экспериментировать с окружающим миром как форма решения задач.
- **Перформанс** — способность примерять на себя альтернативные образы с целью импровизации и открытий.
- **Моделирование** — способность интерпретировать и строить динамические модели реальных процессов.
- **Апроприация** — возможность осмысленно перерабатывать и комбинировать медиаконтент.
- **Многозадачность** — способность сканировать окружающую реальность и при необходимости переключать внимание на важные детали.
- **Распределенное познание** — способность осмысленно взаимодействовать с инструментами, расширяющими умственные способности.
- **Коллективный разум** — способность объединять знания и сопоставлять собственные наблюдения с познаниями других людей для достижения общей цели.
- **Суждение** — способность оценивать надежность и достоверность различных источников информации.
- **Трансмедийная навигация** — возможность следить за потоком контента из различных источников и от различных поставщиков контента.
- **Сетевое взаимодействие** — способность искать, синтезировать и распространять информацию.

³⁹ Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. https://www.macfound.org/media/article_pdfs/jenkins_white_paper.pdf

- **Договороспособность** — способность переходить от одних сообществ к другим, различать и уважать различные точки зрения, понимать и принимать различные нормы.

Источник: Jenkins et al (2006) *Confronting the Challenges of Joint Culture: Media Education for the 21st Century*.

Педагоги могут в рамках творческой активности развивать каждый из предложенных навыков, увязывая их с созданием культурных продуктов и предпринимательством и ориентируясь на следующие вопросы: Имеют ли они отношение к онлайн- или офлайн-путям распространения продуктов культурных и творческих индустрий? Как можно использовать «основные вопросы» МИГ в отношении культурного или художественного творчества (Кто создал тот или иной культурный контекст? С какой целью? Какие сообщения (messages) они в себе несут? Какие можно найти доказательства этому? Какие идеи или точки зрения представлены в данном продукте? Какие упущены? Кто является бенефициаром создания и распространения данного культурного продукта? На кого он может повлиять?).

- Рассмотрите концепции, навыки и принципы, относящиеся к межкультурным компетенциям и перечисленные в публикации ЮНЕСКО «Межкультурные компетенции: концептуальные и оперативные рамки» <https://en.unesco.org/interculturaldialogue/resources/132> (стр. 10-27). Разработайте мероприятия, направленные на изучение их связи с навыками культуры участия Генри Дженкинса, описанными выше и относящимся к МИГ.
- Цифровые технологии открывают новые возможности для традиционного искусства рассказывания историй (сторителлинга). Например, социальные сети во многом представляют собой своеобразную большую цифровую «раскадровку» и «циркулирующую коммуникацию». ЮНЕСКО и компания Routledge Focus переизобрели метод обучения под названием Круги историй⁴⁰. В Кругах историй акцент ставится на фундаментальных элементах развития межкультурных компетенций, таких как уважение, слушание, любопытство, понимание себя и других, рефлексия, навыки обмена, эмпатия и построение отношений. Узнайте больше о Кругах историй для развития межкультурных компетенций в Пособии по развитию межкультурных компетенций <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380239>. Спроектируйте творческую деятельность, используя этот подход и ориентируясь на предлагаемые возможности по его адаптации к различным технологическим и институциональным контекстам. В качестве примера можно использовать творческий ресурс Flipgrid, который представляет собой бесплатный и открытый инструмент для видеообсуждений, основанный на идее Кругов историй.

⁴⁰ Пособие по развитию межкультурных компетенций: круги историй <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380239>

- Преподаватели и учащиеся должны учитывать роль поставщиков контента, таких как библиотеки, архивы, музеи, медиа и компании, занимающиеся цифровыми коммуникациями, в культурном творчестве и предпринимательстве. Объедините преподавателей или учащихся в группы, чтобы выбрать поставщика контента одного типа и исследовать примеры производства и распространения культурных материалов. В качестве основы для исследования используйте приведенные выше вопросы МИГ и различные компетенции МИГ, перечисленные в Части 1 данной Учебной программы.
- Обычно государственные и общественные медиа являются основными производителями, распространителями, заказчиками и посредниками качественного культурного контента. Помогите преподавателям и учащимся выяснить, в какой степени это релевантно ситуации в их стране и/или сообществе. Подготовьте ряд вопросов, на которые они должны ответить. Следует учитывать то, каким образом различные гендерные, возрастные и этнические группы отражены в исследуемом культурном контенте. Какие действия могут предпринять преподаватели и учащиеся в качестве практической реализации своих выводов? Какие рекомендации они могут дать? При этой работе можно использовать Глобальный отчет ЮНЕСКО за 2018 г. «Изменение политики в области культуры: содействие творчеству и развитию» <https://en.unesco.org/creativity/global-report-2018>.
- В этом же отчете посмотрите статистику/выводы «Гендерный разрыв сохраняется в культуре» в главе «Гендерное равенство: пропало без вести». Затем найдите статистику представленности женщин в числе сотрудников СМИ и создателей медиаконтента. Какие цифры вы нашли? Есть ли какие-то взаимосвязи между изученными данными в культуре и медиа? Организуйте управляемое обсуждение.
- Свобода творчества связана со свободой выражения мнений и доступом к информации, с правами производителей культурных продуктов и аудитории, что имеет решающее значение в цифровой среде. Организуйте дискуссию, посвященную успехам, вызовам и рекомендациям, связанным со свободой творчества преподавателей и учащихся в местном, национальном или глобальном масштабе. Подберите подходящие для дискуссии ресурсы, актуальные для вашего национального и регионального контекста.
- Обсудите коммерческую логику поставщиков контента, таких как YouTube, которая лежит в основе деятельности самих компаний и их пользователей, а также культурный феномен «инфлюенсеров», за контентом которых зачастую стоят скрытые спонсоры. Как работает система рекомендаций на YouTube и почему алгоритмы этой платформы построены так, чтобы как можно дольше продлить взаимодействие пользователей с контентом платформы?

Оценивание и рекомендации

- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

Темы для дальнейшего изучения

- Участие в разработке культурной политики
- Молодежь и культурное предпринимательство
- Художественное образование и МИГ
- Культура, диалог и цели устойчивого развития
- МИГ и межрелигиозный диалог

РАЗДЕЛ 5. МИГ, ОБУЧЕНИЕ И ОБРАЗОВАНИЕ НА ПРОТЯЖЕНИИ ВСЕЙ ЖИЗНИ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 4 ЧАСА

Основные темы

- Основы МИГ и процессы преподавания и обучения
- Образование на протяжении всей жизни и МИГ
- Содействие формированию навыков МИГ
- Педагогические подходы к обучению МИГ и к обучению с помощью МИГ

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- определять возможности МИГ по улучшению процессов преподавания и обучения: МИГ в обучении;
- разрабатывать стратегии развития знаний в области МИГ;
- изучать связанные с МИГ педагогические подходы;
- разрабатывать отдельные виды деятельности, реализующие подобные педагогические подходы.

Уровень формируемых в этом разделе компетенций

- Базовый/средний

Педагогические подходы и виды деятельности

Развитие информационных, медийных и цифровых навыков в рамках образовательных учреждений обычно основывается на теории конструктивизма. Идеальным подходом является тот, при котором учащиеся вовлекаются в активный процесс обучения путем отбора и переработки информации для принятия решений⁴¹, таким образом «полагаясь на свою когнитивную структуру, которая придает смысл и организацию опыту, выходит за пределы получаемой информации»⁴². Ниже приведены некоторые конструктивистские подходы, которые могут быть адаптированы педагогами в соответствии с различными целями обучения МИГ, учебными пространствами и учебными подходами.

Педагогические подходы к преподаванию МИГ

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

Виды деятельности

1. Попросите преподавателей привести примеры для любого из 12 педагогических подходов к преподаванию МИГ, перечисленных в подразделе «Методики преподавания и изучения МИГ: использование Учебной программы», и предложите определить ключевые компоненты, которые делают их эффективными в преподавании и изучении МИГ посредством групповой работы. Окажите поддержку в разработке мероприятий, которые могли бы проиллюстрировать использование этих стратегий в их собственной работе.
2. В рамках групповой активности дайте задание написать статью в Википедию в целях развития навыка создавать и публиковать письменные тексты в медиа с открытым доступом. Вы можете попросить их совместно поработать над общей темой, например, документирование истории своего сообщества, и предложить каждой команде разработать определенную подтему. Попросите выбрать тему, изучить ее и определить надежные источники информации, а затем приступить к написанию простого текста для статьи в Википедии. Текст должен соответствовать ценностям и принятой структуре

⁴¹ Lau, 2018. http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/publications/whitepapers/GlobalPerspectives_InfoLit.pdf

⁴² Дж. Брунер. Психология познания. За пределами непосредственной информации. Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1977. — 413 с.

статей в Википедии, быть уникальным (еще не включенным в Википедию). Используйте следующую инструкцию:

- a) Ознакомьтесь с требованиями политики Википедии и загрузите текст статьи, который должен быть оригинальным, подкрепленным цитатами и подборкой использованных ссылок. Просмотрите видеоролики в Интернете на ту же тему и проверьте, как написаны другие аналогичные статьи.
 - b) Посетите раздел «Википедия: первые шаги», чтобы узнать, как редактировать, загружать изображения и форматировать материал https://ru.wikipedia.org/wiki/Википедия:Первые_шаги.
 - c) Подробно изучите раздел «Википедия: Мастер статей» https://ru.wikipedia.org/wiki/Википедия:Мастер_статей.
 - d) Всегда используйте тестовую зону Википедии (песочницу) <https://ru.wikipedia.org/wiki/Википедия:Песочница>.
 - e) Поищите видеоуроки о том, как подготовить статьи для Википедии, если вы ощущаете необходимость в дополнительной помощи.
3. Предложите проанализировать, почему структуры, предоставляющие контент, важны для процесса обучения МИГ, и какие связанные с МИГ источники лучше всего использовать в процессе продажи/покупки, например, автомобиля. Учащихся можно разделить на группы, распределить между ними роли продавцов, клиентов и органов управления дорожным движением и попросить для каждой роли подготовить список источников информации и медиа.
4. Проведите поиск документов, посвященных роли навыков МИГ в обучении, чтобы найти ответ на вопрос о том, как эти навыки помогают обучающимся учиться. Почему МИГ жизненно важна для принятия качественных решений? Почему людям, компетентным в области МИГ, легче учиться на протяжении всей жизни? Создайте таблицу с вопросами и ответами, чтобы обобщить выводы, сделанные на основе найденных документов.
5. Осуществите поиск информации о воздействии на окружающую среду массового использования медицинских масок от COVID-19. Найдите десять информационных материалов в СМИ (5) и в книгах и журналах (5). Проверьте, какие источники являются наиболее надежными с точки зрения полноты и объективности данных, наличия цитат и ссылок. Создайте таблицу сравнения надежности информационных материалов со столбцами для 10 источников, статистики, цитат и ссылок. При отсутствии каких-либо элементов ставится 0 баллов, количество баллов за имеющиеся элементы должно соответствовать количеству каждого из элементов, содержащихся в отдельном источнике. Поясните, какие источники были сочтены более надежными.

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

Ресурсы и ссылки

Издания ЮНЕСКО. <https://en.unesco.org/themes/137455/publications/all>

Показатели развития средств информации: система оценки развития средств информации. ЮНЕСКО, 2008, 2010. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000163102_rus

Art 1 African Commission on Human and Peoples' Rights Resolution on the Right to Freedom of Information and Expression on the Internet in Africa — ACHPR/Res 362(LIX) 2016, meeting at its 59th ordinary session, Banjul, The Gambia.

Freedom of expression unfiltered: How blocking and filtering affect free speech. Policy Brief, December 2016. <https://www.article19.org/resources/freedom-of-expression-unfiltered-how-blocking-and-filtering-affect-free-speech/>

Civic Education for Media Professionals: A Training Manual. UNESCO, 2009. <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001804/180402e.pdf>

Committee of Concerned Journalists. <https://journalistsresource.org/home/principles-of-journalism/>

Directory of Open Access Journals. <https://doaj.org/>

Empowering students for just societies: A handbook for primary school teachers. UNESCO, 2019. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370902>

Evolution and History of Media and Information Literacy. Lau, J. and Grizzle, A. 2019.

Freedom of Information around the Global UNESCO resources. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/freedom-of-expression/freedom-of-information/>

Flipgrid (free and open video discussion tool). <https://info.flipgrid.com/>

Intercultural Competences: Conceptual and Operational Framework. <https://en.unesco.org/interculturaldialogue/resources/132>

Koltay, T. (2011). The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. Sage Journals, 33(2), 211-221. <https://doi.org/10.1177/0163443710393382>

LA Referencia. <https://www.lareferencia.info/en/>

McLuhan & Fiore 1967. The Medium is the Message: An Inventory of Effects. Penguin Modern Classics.

Media and Information Literacy: A practical guide for trainers. <https://www.dw.com/downloads/38871690/dwaeditionmilweb.pdf>

Media Education: A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals. UNESCO, 2006. <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf>

Media Legal Defence Initiative (MLDI). (2018). Mapping Digital Rights and Online Freedom of Expression in East, West and Southern Africa. https://10years.mediadefence.org/wp-content/uploads/2019/07/Mapping-digital-rights-litigation_Media-Defence_Final.pdf

Nineteen Eighty-Four (film, 1984). https://www.imdb.com/title/tt0087803/?ref_=nv_sr_srsq_0

“Region: Latin America” In: Association of College and Research Libraries. Working Group on Global Perspectives for Information Literacy, Student Learning and Information Literacy Committee. Lau, J. (2017). Global Perspectives on Information Literacy: Fostering a Dialogue for International Understanding. Chicago, IL: Association of College and Research Libraries. pp. 60-68.

Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression, David Kaye, the regulation of online ‘hate speech’, 74th session, Agenda item 70(b), A/74/486 (9 October 2019). 7 https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Opinion/A_74_486.pdf

Right to Information — Good Law and Practice, an authoritative collection of information and resources on right to information. <https://www.right2info.org/>

Teaching and Learning with Twitter, co-authored by Twitter and UNESCO. <https://about.twitter.com/content/dam/about-twitter/en/tfg/download/teaching-learning-with-twitter-unesco.pdf>

Teaching Right to information for advance learners. <https://www.right2info.org/resources/teaching-rti>

The Fifth Estate (film, 2013). <https://www.imdb.com/title/tt1837703/>

The Process of Education. Bruner, J. S. (1960). Cambridge, MA: Harvard University Press.

The Rapprochement of Cultures: Roadmap. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000244334>

Towards Information Literacy Indicators: Conceptual Framework Paper. https://www.ifla.org/wp-content/uploads/2019/05/assets/information-literacy/publications/towards-information-literacy_2008-en.pdf

Understanding Informational Literacy: A Primer. <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf>

Big6. <https://thebig6.org/>

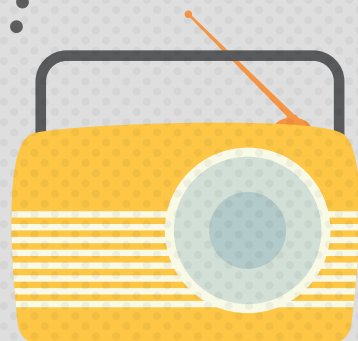
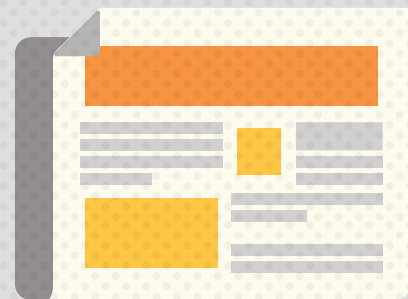
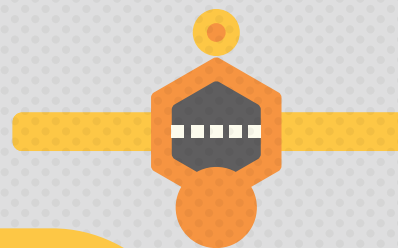
UNESCO Intercultural Dialogue Platform : Learn, Explore, Engage. <https://en.unesco.org/interculturaldialogue/>

World Trends in Freedom of Expression and Media Development. <https://en.unesco.org/world-media-trends>

Youth for Human Rights Information Kit (free resource and self-instructional guide). <https://www.youthforhumanrights.org/request-info/educators-kit.html>

МОДУЛЬ 2

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ОБ ИНФОРМАЦИИ И ТЕХНОЛОГИЯХ



Сильная демократия требует доступа к высококачественной информации и способности граждан собираться вместе, чтобы обсуждать, дискутировать, спорить, сопереживать и идти на уступки.

Саманта Брэдшоу и Филипп Ховард
«Глобальный перечень организованных манипуляций
в социальных сетях», 2019 г.

КОНТЕКСТ И ОБОСНОВАНИЕ

С экспоненциальным ростом информации и коммуникационных технологий за последние два десятилетия охват и влияние традиционных медиа (радио, телевидение, газеты) расширились и видоизменились таким образом, что информация и новости стали более доступными, чем когда-либо прежде. В наш информационный век журналисты и специалисты в области информации играют ключевую роль в обеспечении доступа к информации за пределами их непосредственной аудитории, а также в содействии участию граждан в управлении демократическими обществами, миром и устойчивым развитием.

В этом модуле обсуждаются роли и функции традиционных и цифровых поставщиков новостного контента. Такие роли и функции включают в себя предоставление отдельным лицам и обществам возможности реализовывать свободу

выражения мнений и информации, распознавать ложь, проявлять гражданскую активность и гражданственность, требовать прозрачности и подотчетности, а также практиковать информационную этику. В модуле также рассматривается влияние технологий на социальные преобразования в обществе. Все вышеперечисленное составляет основные нормативные условия демократического общества. Далее в модуле дается обзор функций новостных медиа в предыдущую эпоху и в современный период: искать и говорить правду, осмысливать проблемы и события, служить в роли сторожевого пса в отношении злоупотреблений, быть посредником в общественных дебатах, способствовать участию граждан и усиливать голоса людей.

Модуль позволяет преподавателям дополнительно изучить такие вопросы, как свобода информации и свобода выражения мнений (включая свободу печати), а также — практическая польза и значение инклюзивности, точности, подотчетности и прозрачности новостных медиа. Наконец, в модуле изучаются вопросы социальной автономии и свободы действий.

Существует распространенное мнение о том, что сегодня мы живем в эпоху постправды, которая, в том числе, характеризуется распространением ложного или манипулятивного контента. В модуле проанализированы феномен постправды и такая область деятельности как проверка фактов (фактчекинг). В нем также поясняется, каким образом верификация, независимость и ответственность отличают журналистику от других форм обмена информацией.

Благодаря новым технологиям, в значительной степени используемым крупными цифровыми коммуникационными компаниями, наблюдается появление пользовательского контента и развитие гражданской журналистики. Хотя эти явления содействуют представлению в медийном поле различных голосов и точек зрения, они также усиливают необходимость критической оценки большого числа источников контента. Обладающие медийной и информационной грамотностью педагоги и учащиеся умеют анализировать и оценивать новости, которые они получают, проявлять критическое гражданское участие, требуя честного и точного освещения новостей, и выступать за свободные, независимые и плюралистические медиа.

РАЗДЕЛЫ

**РАЗДЕЛ 1.
ТЕХНОЛОГИИ, МЕДИА И ОБЩЕСТВО**

**РАЗДЕЛ 2.
СВОБОДА, ЭТИКА
И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПЕРЕД
ОБЩЕСТВОМ**

**РАЗДЕЛ 3.
ЧТО ДЕЛАЕТ НОВОСТЬ НОВОСТЬЮ:
АНАЛИЗ КРИТЕРИЕВ**

**РАЗДЕЛ 4.
ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ НОВОСТЕЙ:
ЗА ПРЕДЕЛАМИ ВОПРОСОВ «КТО,
ЧТО, ГДЕ, КОГДА, ЗАЧЕМ И КАК»**

РАЗДЕЛ 1. ТЕХНОЛОГИИ, МЕДИА И ОБЩЕСТВО

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Эволюция понятия и практики реализации свободы выражения мнений и свободы печати
- Цифровые коммуникации и права человека
- Роль журналистики в обществе и в архитектуре демократии (свобода, гражданская активность, прозрачность, ответственность)
- Технологии в обществе
- Роль и ответственность журналистов в XXI веке на национальной и мировой арене (зеркало, привратник (gatekeeper), сторожевой пес, помощник, фасилитатор)
- Журналистика общественного интереса, редакционная независимость перед лицом силы собственника
- Роль информационной этики

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- проследить эволюцию понятия и практики реализации свободы слова и свободы печати;
- определять нормативную цель журналистики и ее роль в укреплении и обеспечении надлежащего управления, демократии и устойчивого развития;
- оценивать меняющуюся роль и ответственность журналистов и специалистов в области информации как на национальной, так и на мировой арене в различных контекстах: в контексте развивающихся технологий, растущих компаний цифровой коммуникации, в контексте общественных интересов.

Цивилизация породила одну идею, более сильную, чем другая, – идею о том, что люди могут управлять собой. И она же создала по большому счету не сформулированную теорию информации, чтобы поддержать еще одну идею, называемую журналистикой. Эти две идеи переживают расцвет и падение вместе.

Билл Ковач и Том Розенстил
«Элементы журналистики»

Компании цифровой коммуникации и права человека

Свобода выражения мнений долгое время считалась одним из фундаментальных прав, необходимых для полной реализации человеческого потенциала. Это неотъемлемая часть других прав и свобод, лежащих в основе социального и экономического развития. Реализация свободы выражения мнений требует наличия публичных платформ, позволяющих обмениваться информацией и идеями. Медиа и цифровые коммуникационные компании, хотя и являясь разными игроками, выполняют важную функцию по предоставлению таких платформ. Для полноценного осуществления этой функции медиа должны быть независимы от государственного, корпоративного или правительственного контроля. Это налагает на журналистов обязательство вести себя этично, в связи с чем медиа разрабатывают профессиональные кодексы, касающиеся журналистских стандартов и основанные на ответственности перед гражданами. Ожидается, что компании, занимающиеся цифровыми коммуникациями, будут поддерживать права человека и избегать злоупотреблений, но, как и медиа, они часто не соответствуют нормативным идеалам.

Преимущества для общества, которые дает использование цифровых технологий, весьма многочисленны и хорошо описаны. Эти преимущества не ограничиваются предоставлением возможности высказывания тем, чьи голоса раньше не были слышны, обеспечением доступа к информации и к участию в устойчивом развитии. Они включают в себя возможности обработки и проверки информации, проведения исследований, предоставления доступа к образованию, лучшему здоровью, чистой воде, эффективному сельскому хозяйству, более чистой окружающей среде и более справедливым и прозрачным демократическим процессам, возможности сохранения информации и знаний, более активного взаимодействия с другими культурами и, таким образом, увеличения социального взаимодействия, терпимости и взаимного уважения, а также — возможности создания новых рабочих мест и развития предпринимательства. Этот список можно продолжать. Мы стали свидетелями того, как технологии поддерживали жизнь общества во время пандемии COVID-19. Последние разработки технологий искусственного интеллекта (ИИ) и блокчейна обладают большим потенциалом для устойчивого развития и экономического развития благодаря новым эффективным стабильным и более мощным способам хранения, обработки, управления и защиты данных и информации, необходимых для принятия решений (дополнительную информацию об ИИ см. в Модуле 11). Наряду с этими преимуществами есть и негативные стороны. Зависимость от технологий означает зависимость от структур и компаний, чье курирование процесса выражения мнений может неправомерно ограничивать движение контента, или, наоборот, провоцировать распространение информации, нарушающей достоинство или угрожающей общественному здоровью. Зависимость от технологий также связана с вторжением в частную жизнь и попытками манипулирования с помощью таргетинга на основе собираемых данных.

Сегодня мощное развитие влиятельных социальных медиа и растущая зависимость людей от получения с их помощью новостей и информации

очевидны. Также наблюдается всплеск дезинформации, который связывают с отсутствием ответственной позиции со стороны компаний и с использованием алгоритмов, способствующих распространению такого контента, а также — с массовым распространением социальных медиа и отсутствием у пользователей компетенций в области МИГ.

В число других изменений цифровой эпохи можно включить растущую конкуренцию между традиционными медиа и цифровыми коммуникационными компаниями за доходы от рекламы. Звучат призывы к тому, чтобы деятельность последних регулировалась бы таким же образом, как регулируются медиа. Например, медиакомпании несут юридическую ответственность за диффамационный контент, в то время как компании, занимающиеся цифровыми коммуникациями, или интернет-компании заявляют, что они являются платформами, а не издателями, и что ответственность должны нести фактические авторы диффамации, а не они. Одним из следствий такой ситуации является то, что у цифровых коммуникационных компаний нет правового стимула для предотвращения распространения подобных материалов, они это делают только по распоряжению суда. Все чаще раздаются призывы к более строгому регулированию интернет-компаний в части сбора и использования пользовательских данных, которые чувствительно затрагивают вопросы конфиденциальности. Довольно распространено мнение о том, что эти компании стали слишком могущественными и взаимосвязанными, поэтому необходимо разделить такие конгломераты с помощью регуляторных механизмов. Предлагается также усиление регулирования компаний цифровой коммуникации, направленное на обеспечение прозрачности деятельности компаний и управления этими структурами, основанного на фактических данных. Такие меры призваны содействовать защите прав потребителей и введению надлежащих правовых процедур, например, для обжалования корпоративных решений или для функциональной совместимости между различными платформами, которая позволит людям выбирать и перемещаться с одного сервиса на другой, а не быть «заложниками» одной платформы, на которой сконцентрированы личные данные и контакты. В настоящий момент перенос данных с одной платформы на другую практически невозможен (хотя есть много юрисдикций, где регулирование позволяет, например, сохранять номер мобильного телефона при смене компании-оператора мобильной связи). Некоторые лоббисты стремятся к более эффективному налогообложению компаний, занимающихся цифровыми коммуникациями, а также к введению регулирования, предусматривающего компенсации медиакомпаниям за контент, который размещается цифровыми сервисами и помогает зарабатывать платформам деньги.

В совокупности эти весьма различающиеся регуляторные усилия по-разному влияют на ситуацию со свободой информации, свободой выражения мнений, на распространение новостей и корпоративную этику (см. публикацию ЮНЕСКО «Что, если бы мы все управляли Интернетом? Укрепление многостороннего участия в управлении Интернетом»⁴³).

⁴³ What if we all governed the Internet? Advancing multi-stakeholder participation in Internet governance. UNESCO, 2017. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259717>

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

Преподаватели могут организовать в классе дебаты о возможностях и проблемах, которые приносят цифровые технологии. Это может быть обсуждение возможных негативных последствий и проблем регулирования социальных медиа или поисковых компаний таким же образом, как регулируются медиа (при этом стоит иметь в виду, что такие сервисы, как Youtube, ВКонтакте, Baidu Tieba и др. часто используются в качестве поисковых систем для того, чтобы найти определенный контент).

Другим заданием может быть проведение исследования и подготовка доклада об эволюции свободы слова и свободы печати в вашей стране. Отчет может включать визуальную временную шкалу важных этапов, событий или фигур, таких как:

- исторические события в развитии теории и практики свободы слова и связанной с ней свободы печати;
- журналисты и/или медийные компании, внесшие заметный вклад в развитие свободы печати и демократии;
- значительные события в ходе движения к свободе и демократии, в которых заметная роль принадлежала новостным медиа и средствам массовой информации.

При наличии возможности, учащиеся могут взять интервью у журналистов, чтобы ознакомиться с их взглядами на роль журналистики в продвижении демократии. Интервьюируемым может быть предложено привести конкретные случаи, когда освещение в медиа сыграло ключевую роль в событиях национального или международного уровня, а также в урегулировании потенциальной напряженности между частными финансовыми интересами и общественными интересами. Затем на основе интервью пишется двухстраничный отчет, в котором указываются конкретные функции медиа, методы их работы и ключевые темы, затронутые в исследовании.

Одним из примеров может стать освещение журналистами неадекватности предпринимаемых мер или неспособности цифровых компаний бороться с ненавистническими высказываниями и дезинформацией. Ниже приводится примерная последовательность действий.

- Проанализируйте роль медиа и компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, в различных аспектах общественной жизни, таких как гендерное равенство, мир, здоровье, проблемы окружающей среды, образование и цели устойчивого развития в целом. Сформулируйте и обсудите их позитивное и негативное влияние. См. Модули 4, 5, 6, 11, 13 и 14 для получения дополнительной информации по этим темам и другим предлагаемым видам деятельности.
- Изучите возможность использования маркеров, разработанных ЮНЕСКО для классификации вклада тех или иных действий в обеспечение гендерного равенства. Эти маркеры могут быть полезным и актуальным инструментом для оценки того, насколько политика, мероприятия и программы в целом, в том числе в области медиа и цифровых коммуникаций, отражают или решают вопросы гендерного равенства:
 - ◇ гендерно-слепые: различия и неравенство между женщинами и мужчинами не отражаются или не признаются;
 - ◇ гендерно-чувствительные: различия и неравенство между женщинами и мужчинами идентифицируются и выделяются как требующие внимания;
 - ◇ гендерно-реагирующие: различия и неравенство между женщинами и мужчинами идентифицируются и выделяются, предлагается политика и инициативы, учитывающие разнообразные потребности, устремления, способности и вклад женщин и мужчин;
 - ◇ гендерно-преобразующие: деятельность, политика и инициативы, которые бросают вызов первопричинам предвзятой/дискриминационной политики, практики и программ, и влияют на изменения, направленные на улучшение качества жизни для всех⁴⁴.

Обсудите данный подход и приведенные понятия. Организуйте групповую работу, предложите каждой группе выбрать новостное сообщение и оценить, в какой степени и по каким основаниям контент в новостном сообщении может быть классифицирован как гендерно-слепой, гендерно-чувствительный, гендерно-реагирующий или гендерно-преобразующий.

Оценивание и рекомендации

- Реферат на основе результатов изученных материалов или проведенных интервью
- Эссе или запись в блоге на темы, связанные с вопросами медиа, демократии и вводящей в заблуждение информации
- Участие в групповых видах учебной деятельности (семинары, дискуссии)

⁴⁴ Women Make the News 2019. Gender-Sensitive Resources. <https://ru.unesco.org/node/304608>

Темы для дальнейшего изучения

- Тематическое исследование по теме контроля или захвата⁴⁵ медийных изданий или организаций
- Пропаганда vs. журналистика

РАЗДЕЛ 2. СВОБОДА, ЭТИКА И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПЕРЕД ОБЩЕСТВОМ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Свобода выражения мнений, свобода печати, свобода информации и информационная этика
- Кодексы этики, правила поведения и глобальные ценности в новостной журналистике: руководство для профессионалов в области медиа и информации
- Журналистская этика в сборе и переработке новостей (комитеты по этике, уполномоченные по правам, независимые советы по прессе/комиссии по рассмотрению жалоб на органы печати)
- Права и общественная активность граждан

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- владеть универсальными принципами свободы печати, свободы выражения мнений и свободы информации, а также понимать их значение для освещения новостей;
- анализировать, как на индивидуальном, профессиональном и глобальном уровнях этика применяется к журналистской практике и к работе специалистов в области информации;
- понимать роль защитников свободы печати и наблюдателей за деятельностью медиа в деле обеспечения и защиты свободы и ответственности прессы;
- владеть пониманием того, что соответствующие права граждан и их участие являются воплощением социальной и когнитивной справедливости;

⁴⁵ Dragomir, M. 2020. Reporting facts: free from fear or favour. Paris, UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375061>

- понимать и анализировать участие граждан в освещении событий или меняющуюся роль граждан или непрофессиональных журналистов в качестве активных участников создания медиаконтента и демократического процесса публичных обсуждений.

Ответственность

Информация делает субъекта гражданином и позволяет ему или ей эффективно реализовывать свои права.

Лоик Эрвуэ,
журналист и бывший президент Школы журналистики Лилля

Если государство чрезмерно регулирует сферу медиа, это препятствует независимости журналистов и их способности освещать события в соответствии с профессиональными стандартами и требованиями общественных интересов. Медиа являются социальными акторами, которые могут оказывать большое влияние на общество, и поэтому важно, чтобы они соответствовали ожидаемым нормам журналистики. Таким образом, считается, что журналисты должны осуществлять саморегулирование, принимая этические кодексы или устанавливая профессиональные требования к тому, как следует освещать новости или события. Наряду с этим, у журналистов и граждан есть обязанность содействовать распространению точной информации, отражающей различные заслуживающие доверия точки зрения.

Приложение: Кодекс журналистской этики

Изучите кодекс этики, принятый одной из международных ассоциаций журналистов или национальных медиакомпаний (например, кодекс этики Международной федерации журналистов или профессиональные стандарты BBC). Определите предполагаемую цель каждой статьи или других составных частей документа.

- Обсудите, почему кодекс этики должен быть разработан и принят самими профессионалами, а не навязан внешними действующими лицами или властями.
- Обсудите механизмы, необходимые для обеспечения соблюдения кодекса этики.
- Найдите примеры и изучите различия между 1) кодексом этики и 2) правилами поведения, принятыми, например, международными ассоциациями журналистов или национальными медиакомпаниями.
- Обсудите саморегулирование, формы совместного регулирования и законодательное регулирование. Каковы плюсы и минусы каждого из них с точки зрения профессиональной независимой журналистики?

Приложение: Кодекс профессиональной этики специалистов в области информации

Изучите основные ценности и принципы одного из кодексов этики, принятых специалистами в области информации, такими как библиотекари или архивисты⁴⁶. Посмотрите, чем этот кодекс потенциально может отличаться от кодексов поведения, принятых международными ассоциациями журналистов или национальными медиакомпаниями.

- Обсудите различия между развернутыми и декларативными кодексами.
- Обсудите различия между кодексами поведения и кодексами этики.
- Обсудите вопросы информационной этики, связанные с точностью, прозрачностью, правом собственности, доступом, конфиденциальностью, безопасностью и обществом.
- Обсудите, как информационная этика влияет на персональные решения, профессиональную практику и государственную политику.
- Обсудите, как новые информационные форматы и потребности влияют на содержание и применение этических принципов (например, политика в отношении социальных медиа, сохранение цифровой информации, конфиденциальность, доступ к общественной информации).

Приложение: Что такое социальная активность?

Ознакомьтесь с веб-сайтом «Цифровое гражданство», изучите представленные там девять элементов цифровой гражданственности⁴⁷. Эти девять элементов включают лидерство и поддержку членам сообщества с тем, чтобы они становились активными цифровыми гражданами, осознавали положительные и отрицательные последствия действий и развивали полезные привычки. Когнитивная справедливость подразумевает важность представления контента, создаваемого меньшинственными группами, использующими не очень известные, но надежные ресурсы, и продвигающими знания коренных народов.

- Приведите примеры из вашего личного опыта, иллюстрирующие каждый из девяти элементов.
- Оцените свою компетентность в отношении этих элементов и определите, какие аспекты требуют улучшения.
- Обсудите, как имеющаяся в вашем распоряжении информация и доступ к цифровому пространству влияют на вашу способность оценивать контент.

Более подробно об аудиториях медиа и глобальном гражданстве см. в Модуле 5.

⁴⁶ Например, 1) Кодекс этики Международной федерации библиотечных ассоциаций и учреждений для библиотекарей и других работников в области информации; 2) Международный этический кодекс архивистов, принятый Международным советом архивов; 3) профессиональные кодексы этики, разработанные библиотекарями в отдельных странах, например, Американской библиотечной ассоциацией.

⁴⁷ <https://www.digitalcitizenship.net/nine-elements.html>

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

- Организуйте обсуждение международных индексов свободы — таких как индекс свободы прессы организации Freedom House⁴⁸, всемирный индекс свободы прессы организации «Репортеры без границ»⁴⁹ или соответствующие региональные показатели, такие как «Афробарометр». Дайте задание 1) объяснить, считают ли учащиеся, что такие индексы актуальны или полезны для развития; 2) определить и пояснить факторы, влияющие на свободу печати. Индексы учитывают следующие критерии:
 - ◇ степень свободы печати, вещания и онлайн-медиа,
 - ◇ правовая среда для медиа,
 - ◇ политическое давление, влияющее на работу журналистов,
 - ◇ экономические факторы, влияющие на доступ к информации,
 - ◇ концентрация владения медиа,
 - ◇ прямые атаки на журналистов и медиа,
 - ◇ наличие государственной монополии в медиа,
 - ◇ наличие цензуры и самоцензуры в медиа,
 - ◇ препятствия для иностранных журналистов,
 - ◇ отличия в курировании новостного контента по сравнению с курированием другого контента (например, электронный персональный контент, развлекательный контент и т. д.) со стороны компаний, занимающихся цифровыми коммуникациями.
- В мире существует множество организаций, которые проводят кампании в защиту журналистов. Некоторые из таких организаций являются международными, например, «Международная поддержка медиа» (International Media Support) в Дании, «Статья 19» (Article 19) в Соединенном Королевстве Великобритании и Северной Ирландии, Комитет по защите журналистов (Committee to Protect Journalists) в США, Институт свободы слова (Freedom of Expression Institute) в Южной Африке, ЮНЕСКО, которая раз в два года выпускает доклад Генерального директора о безопасности журналистов и угрозе безнаказанности. Обсудите, действуют ли в вашей стране организации по защите свободы прессы и какой вклад они вносят в защиту свободы прессы и свободы выражения мнений.

⁴⁸ Freedom House, Media Freedom. <https://freedomhouse.org/issues/media-freedom>

⁴⁹ Reporters without Borders. <https://rsf.org/en>

- Преподаватели могут показать примеры репортажей или графических изображений, отражающих предубеждения, в том числе — стереотипы, мифологизацию, использование «низкого» стиля речи. Участникам предлагается обсудить важность стандартов и общих руководящих принципов для журналистов и проанализировать проявления предубеждений и предвзятости в показанных примерах.
- Преподаватель может взять интервью или пригласить на встречу омбудсмена по правам прессы (медиа), представителя организации, наблюдающей за медиа (или аналогичной организации), чтобы узнать о распространенных поводах для критики или жалоб на предполагаемые профессиональные или этические ошибки журналистов и/или новостных компаний. Преподаватель помогает учащимся ознакомиться с положениями кодексов этики и контролирует, насколько адекватно затронутые в этом разделе вопросы отражены в изучаемых профессиональных кодексах. Учащиеся могут связаться с местными медиа, чтобы узнать о том, есть ли у них кодекс поведения для своих журналистов. Они могут также получить дополнительную информацию, связанную с соблюдением положений этих кодексов.
- Преподаватель может помочь учащимся провести обзор того, как граждане описывают то или иное событие или проблему, широко освещаемые в основных СМИ. Затем они проверяют фактические ошибки или наличие предвзятости.
- Учащимся предлагается завести дневник или журнал наблюдений, в который они будут заносить свои ежедневные наблюдения, связанные с данной темой (например, нарушения свободы печати/выражения мнений/информации, примеры неэтичной журналистской практики) для обобщения и представления в конце курса.

Оценивание и рекомендации

- Журнал наблюдений за медиа
- Тематический доклад (индексы свободы печати, кодексы поведения, гражданская журналистика и пр.)
- Письменный обзор по результатам проведенных интервью, просмотра телепрограмм или фильмов
- Участие в групповых видах учебной деятельности (семинары, дискуссии)
- Сравнительная таблица, отражающая общее и различия в изученных кодексах этики

Темы для дальнейшего изучения

- Вопросы управления Интернетом: должны ли цифровые коммуникационные компании заниматься саморегулированием или их деятельность должна

регулироваться совместно/подчиняться государственному регулированию. Какие аспекты деятельности должны быть при этом затронуты регулированием?

- Право общественности на информацию и принципы свободы информации: Статья 19 Всеобщей декларации прав человека.
- Свобода информации/выражения мнений: международные пакты, конвенции, декларации и хартии, а также национальные законы (конституционные положения, законы о клевете, национальной безопасности)
- Доступ к информационным законам и процедурам, а также к декларациям, уставам и рекомендациям
- Что представляют собой идеальное законодательство и практика в области свободы информации?
- Саморегулирование и медиаомбудсмен (уполномоченный по правам журналистов или медиа)
- Права журналистов

РАЗДЕЛ 3. ЧТО ДЕЛАЕТ НОВОСТЬ НОВОСТЬЮ: АНАЛИЗ КРИТЕРИЕВ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Факты и их верификация как краеугольные камни журналистики и деятельности других специалистов в области информации
- Новостные факторы или критерии при оценке ценности новостей и их пригодности для освещения
- Основания для формирования суждений о новостях или для создания новостей

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- описывать критерии, используемые для оценки ценности новостей или пригодности информации для освещения в медиа;
- критически обсуждать основные принципы вынесения суждений о новостях или при создании новостей.

Новости как жанр

Критическое мышление не означает, что мы все обесцениваем; оно значит, что мы пытаемся различать утверждения, сопровождаемые доказательствами, и заявления без таковых.

Дэниел Дж. Левитин

«Путеводитель по лжи. Критическое мышление в эпоху постправды», 2016 г.

Журналистам необходимо оценивать и осмысливать огромное количество контента, думать, как организовать его таким образом, чтобы выделить наиболее важные идеи и сделать медиатекст понятным для аудитории с разным уровнем понимания рассматриваемых событий. Связанные с этим суждения включают в себя выбор сюжетов, которые считаются важными (заслуживающими освещения), и решение о том, каким образом представить информацию. Форма презентации информации, или «фрейминг», неизбежно будет отражать прошлый опыт и мировоззрение журналистов и медиа. В связи этим, важной для аудитории компетенцией будет понимание того, как создаются сюжеты, и навык критического отношения к процессу их создания и к их содержанию.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

Текстуальный анализ

Педагог анализирует новостную ценность каждой статьи на первой полосе крупной газеты (или ее интернет-издания) на основе критериев оценки новостной ценности статьи. Как правило, такими критериями являются:

- своевременность,
- воздействие и значение,
- масштаб значимости,
- связь с жизнью,
- наличие конфликта,
- интерес для людей,
- необходимость,
- необычность/странность.

Помимо этих нормативных характеристик, новости часто выбираются из-за их драматической и даже развлекательной ценности. Они также могут отбираться на основе неявных представлений о том, что это «важно для кого» и имеет вероятное «влияние на кого-то».

Затем педагоги анализируют новости на основе факторов, которые следует учитывать при вынесении суждений о новостях или при создании новостей:

- правдивость: точность (верное представление фактов) и последовательность (осмысление фактов);
- преданность общественным интересам;
- информирование, а не манипулирование общественностью;
- полнота/всеобъемлемость;
- разнообразие (включение новостей всех сообществ, а не только целевых аудиторий).

Эти факторы проявляются в том, в какой степени новостные сообщения содержат информацию об источниках, раскрывают используемые методы проверки фактов и сведений (например, метод триангуляции источников), демонстрируют взгляды журналистов, влияющих на их работу (например, какие факты и мнения наиболее важны для них и почему). Следует также обратить внимание на положение статей на газетной, журнальной или веб-странице, используемые заголовки и размер/цвет шрифта, используемые фотографии или инфографику и подписи к ним.

Анализ контекста

Преподаватель изучает освещение выбранным медиа конкретной темы в конкретный день, а затем сравнивает и сопоставляет представленные точки зрения или позиции и те средства, с помощью которых они были представлены — использованная информация и источники, взятые интервью, любое визуальное сопровождение новостных сюжетов. Таким образом следует проанализировать не менее двух статей или передач/программ/сюжетов, опубликованных выбранным медиа.

Анализ новостей и самостоятельная оценка

Учащимся дается два разных новостных материала на одну и ту же тему и предлагается объяснить, какой из них сильнее, какой информативнее, как, по их мнению, можно улучшить менее понравившуюся им новостную статью с точки зрения ее информативности и соответствия новостному жанру (используя критерии, приведенные выше в подразделе «Текстуальный анализ»).

Задайте следующий вопрос: как мнение редакции и мнение аудитории влияют на выбор новостных материалов для публикации? Как редакционные суждения влияют на представление статьи? Суждения аудитории влияют на презентацию новостей, т.к. новостные агентства хотят быть интересными для своей аудитории и востребованными ею. Некоторые новости выбираются и формируются в соответствии с представлениями об интересах рекламодателей или владельцев медиа, что является отклонением от нормативных стандартов журналистики.

Групповые упражнения⁵⁰

ГРУППОВОЕ УПРАЖНЕНИЕ 1: ПОДЕЛИТЕСЬ СВОИМИ РАЗМЫШЛЕНИЯМИ:

- Почему важны новости?
- Какие проблемы возникают, когда журналистам или медиа запрещают освещать какие-то новости?

ГРУППОВОЕ УПРАЖНЕНИЕ 2: ОПРЕДЕЛИТЕ ЦЕННОСТИ, ДВИЖУЩИЕ СОЗДАНИЕМ НОВОСТЕЙ

- Выберите передовую статью или главную новость определенного выпуска печатной или онлайн-новостной платформы.
- Определите те ценности, которые привели к созданию статьи или новости. Объясните, как вы смогли определить их.
- Представлены ли в выбранных текстах несколько различных ценностей? Делает ли новость более важной или интересной присутствие большего числа ценностей?
- Проанализируйте степень пригодности (актуальности) этой новости для того, чтобы она попала на первые полосы. Как вы думаете, стоило ли это публиковать? Почему да или почему нет?

ГРУППОВОЕ УПРАЖНЕНИЕ 3: БУДЬТЕ САМИ СЕБЕ РЕДАКТОРОМ

Преподаватель показывает список из 15-20 заголовков, а затем задает учащимся следующие вопросы:

- Какие новости или события показались вам важными?
- Если бы у вас было пространство/эфирное время только для пяти из них, какие бы вы выбрали? Пожалуйста, обоснуйте ваш выбор.
- Если вы представляете: а) новостной телеканал, б) крупную газету, в) таблоид (бульварную прессу), г) новостную радиопрограмму, или е) международное информационное агентство, то какие новости или события вы бы выбрали (не более пяти)?

ГРУППОВОЕ УПРАЖНЕНИЕ 4: В ЭПОХУ НОВОСТЕЙ ЧЕРЕЗ КОМПАНИЮ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Под руководством преподавателя учащиеся знакомятся с серией новостей, опубликованных на цифровых социальных платформах, и отвечают на следующие вопросы:

- Как узнать, получены ли новости из надежного источника?
- Что представляют собой надежные источники новостей? Почему им доверяют?

⁵⁰ Источник: Asian Institute of Journalism and Communication Courses, 2020-2021. <https://aijc.com.ph/>

- Являются ли новости реальными или сфабрированными, лишь замаскированными под жанр новостей? Как это можно определить?
- Получают ли платформы социальных медиа выгоду от распространения ложной информации? А поисковые сервисы?
- В какой степени компании, занимающиеся цифровыми коммуникациями, должны нести ответственность за присутствие и распространение ложной информации на их платформах?

Оценивание и рекомендации

- Тематический доклад на основе проведенного анализа текста/контекста/новостей
- Участие в групповых видах учебной деятельности (семинар, дискуссия)

Темы для дальнейшего изучения

- Условия, влияющие на новости (социально-культурные, политические и экономические факторы)
- Связь между условиями, влияющими на новости, и отраженными в новостях ценностями, а также ходом редакционных процессов
- Глобальный поток информации и формирование новостей
- Глобальные новостные медиакомпании (например, CNN, Al Jazeera, BBC, Deutsche Welle и др.)

РАЗДЕЛ 4. ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ НОВОСТЕЙ: ЗА ПРЕДЕЛАМИ ВОПРОСОВ «КТО, ЧТО, ГДЕ, КОГДА, ЗАЧЕМ И КАК»⁵¹

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Идентификация новостей и формирование сюжетов (процесс создания новостных сообщений)
- Верификация, независимость и ответственность как ядро журналистики
- Проверка фактов в новостных сообщениях (фактчекинг)

⁵¹ The Right Questions <https://therightquestions.co/beyond-the-5ws-ask-questions-as-a-philosopher-answer-as-a-visionary>. See also, Waisbord, Silvio. (2019). The 5Ws and 1H of Digital Journalism. Digital Journalism. 7. 351-358.10.1080/21670811.2018.1545592.

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- описывать процесс разработки новостного сюжета от идеи до сбора данных и создания новостного материала;
- понимать основные принципы проверки (верификации) и их отличие от принципов «журналистики утверждений», иметь представление о методах верификации в рамках соблюдения журналистских стандартов правдивости и точности;
- владеть понятиями независимости и ответственности как отличительными характеристиками журналистики;
- приводить примеры использования методов и инструментов проверки фактов (фактчекинга).

Знакомство с новостным медиа/виртуальный тур

Новости дня в момент их попадания в редакцию газеты представляют собой невероятную смесь фактов, пропаганды, слухов, подозрений, улик, надежд и опасений. Один из поистине священных обрядов демократии – отбор и приведение этих новостей в порядок.

Уолтер Липпман (1889–1974)
«*News Reporting and Writing*»

Проведите выездное занятие в офисе одной из медиакомпаний, в рамках которого организуйте встречу с главным или выпускающим редактором, что позволит понаблюдать за процессом создания новостей на уровне работы редактора. По завершении занятия можно дать задание написать аналитическую статью о своих наблюдениях и полученных знаниях.

Погружение в процесс (один день из жизни репортера отдела новостей)

Учащиеся сопровождают репортера в ходе всех его или ее профессиональных действий и фиксируют следующие моменты: а) какие элементы новостей были выбраны и описаны, исходя из произошедшего события (процесс «просеивания» собранных данных); б) как репортер осветил произошедшее событие (придал данным смысл) и почему это было сделано именно таким способом. В качестве альтернативы этому заданию можно провести интервью с одним из репортеров.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

Текстуальный анализ

Педагог анализирует материалы газеты или новостного сайта, посвященные злободневной теме, и изучает представленную там информацию. Он поясняет ход анализа, опираясь на факторы и процесс «идентификации новостей и формирования сюжета»:

- Основные элементы новостей (ответы на шесть основных вопросов Кто? Что? Где? Когда? Зачем? Как?) и их переосмысление: новости — это данные, имеющие смысл (**кто** главные действующие лица, **что** произошло (сюжет), **где** (место действия) и **когда** (время действия) произошло, **зачем или почему** произошло (мотивы или причины событий), **как** об этом рассказано (особенности и качество повествования).
- Расширившееся понимание того, что такое новость — включение в число основных элементов ответов на вопросы «Что это значит?» (пояснение значимости события) и «Что делать?» (новости могут выходить за рамки выявления проблем и предлагать репертуар возможных решений).
- Журналистика как «рассказ о событиях определенной целью»: поиск информации, необходимой людям для благополучной жизни, и осмысленное, актуальное и увлекательное представление такой информации.
- Можно ли определить, содержат ли новости ответы на вопросы «Что это значит» и «Что делать»? Хотя не все новости включают эти элементы, все сильнее проявляется общая тенденция к тому, чтобы пояснять смысл события и предлагать возможные решения.

Учитель должен проверить соблюдение принципов профессионального репортажа: ничего не добавлять от себя, не обманывать читателей, быть максимально прозрачным в отношении своих методов работы и мотивов, следовать своему стилю подготовки репортажей, проявлять скромность⁵².

Преподаватель должен также использовать как минимум один метод верификации, например, редактирование со скептицизмом, контрольный лист проверки точности, проверка на наличие предположений, осторожность по отношению к анонимным источникам информации и др. (см. Kovach and Rosenstiel, *The Elements of Journalism*).

⁵² Global Media Journal African Edition 2008 Vol 2 (2). <https://globalmedia.journals.ac.za/pub/article/view/29>

Создание новостей

Преподаватель по договоренности с руководителем школьного издания (школьной радиостанции, библиотеки) привлекает учащихся к составлению плана номера для следующего выпуска газеты или программы. План должен включать список статей или репортажей, основания для их включения в выпуск, тему каждого репортажа и варианты ее раскрытия.

Медиажурнал

Учащиеся получают задание вести журнал или дневник с ежедневными записями своих наблюдений по определенной теме (например, ценность новостей, суждения о новостях, критерии верификации информации, гражданская журналистика). В конце курса представляется доклад, отражающий основное содержание и выводы журнала или дневника.

Групповые упражнения

ГРУППОВОЕ УПРАЖНЕНИЕ 1: КАК СОЗДАЕТСЯ НОВОСТЬ

Посетите новостную телекомпанию и возьмите интервью, посвященное обязанностям и ответственности, у следующих сотрудников:

- редакторы главной редакции (радио, онлайн, ТВ),
- репортеры, назначаемые по сменам,
- режиссеры-постановщики,
- операторы, работающие на выезде и в студии,
- видеоредакторы,
- исполнительный продюсер,
- курирующий продюсер,
- ведущие, читающие с телесуфлера,
- другие: редакторы титров, редактор, ответственный за поиск информации, инженеры и другой персонал.

ГРУППА УПРАЖНЕНИЕ 2: АНАЛИЗ ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ

Группа выбирает тему или сюжет, которые освещаются в новостных печатных или онлайн-изданиях, а также в пабликах (общедоступных сообщениях) социальных сетей. Вопросы для обсуждения:

- Есть ли разница в освещении событий профессиональными журналистами и авторами постов в социальных сетях с точки зрения журналистских принципов проверки информации, независимости и ответственности? Поясните свою позицию.
- Прошли ли публикации в социальных сетях процесс верификации? На основании чего это можно определить?

- Является ли источник независимым и/или авторитетным? Почему?
- Несет ли источник информации ответственность за публикуемый материал? Поясните свой ответ.

ГРУППОВОЕ УПРАЖНЕНИЕ 3: ВЕРИФИКАЦИЯ, НЕЗАВИСИМОСТЬ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Попросите учащихся сравнить и сопоставить следующие материалы:

1. Пресс-релиз органа государственной власти.
2. Новостная статья, опубликованная крупным СМИ исключительно на основе этого пресс-релиза.
3. Новостная статья, опубликованная крупным СМИ на основе этого пресс-релиза и содержащая информацию о том, что излагаемые в пресс-релизе сведения прошли процесс проверки, а также дополнительную информацию.

Попросите учащихся сформулировать различия в профессиональных журналистских подходах, использованных для создания каждого из этих трех материалов.

ГРУППОВОЕ УПРАЖНЕНИЕ 4: ПРОВЕРКА ФАКТОВ

Покажите учащимся скриншот/видео вирусного поста в социальной сети.

1. Спросите учащихся, могут ли подобные сообщения быть подвергнуты фактчекингу. Попросите их пояснить свой ответ. Если сведения в сообщении могут быть проверены, как это можно сделать? Попросите учащихся вспомнить основные аспекты, на которые необходимо обратить внимание при фактчекнинге.
2. Затем попросите одного учащегося начать проверку утверждения на достоверность. Попросите пошагово задокументировать процесс, затем обсудите и прокомментируйте проведенное исследование.

Оценивание и рекомендации

- Ведение журнала или дневника
- Доклад по результатам ознакомительного визита, текстуальный анализ
- Упражнение по фактчекингу
- Участие в групповых видах учебной деятельности (семинары, дискуссии)

Темы для дальнейшего изучения

- Новостные источники и методы сбора информации для создания новостей (включая использование ИКТ)
- Беспристрастность и целесообразность в создании новостей

Ресурсы и ссылки

Дэниел Левитин: Путеводитель по лжи. Критическое мышление в эпоху постправды. <https://www.labirint.ru/books/611870/>

Журналистика, «фейковые новости» и дезинформация: Руководство для академической и профессиональной подготовки журналистов. ЮНЕСКО, 2019. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371785>

Инициатива ЮНЕСКО «Медиа и информационная грамотность: критическое мышление, креативность, грамотность, межкультурность, гражданственность, знания и устойчивость» (MIL CLICKS). <https://ru.unesco.org/MILCLICKS>

Свобода информации: сравнительное правовое исследование. ЮНЕСКО, 2008, 2009. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000158450_rus

Article 19. (1999, June). Right to Know: Principles on Freedom of Information Legislation. International Standards Series. https://www.article19.org/data/files/RTI_Principles_Updated_EN.pdf

Asian Institute of Journalism and Communication. (2020). Developing champion teachers in news literacy: Training module [forthcoming]. Asian Institute of Journalism and Communication.

ASLIB Training Suite. Freedom of Information. (2004). <http://www.aslib.com/training>

Bertrand, Claude-Jean. (2003). Media Ethics and Accountability Systems. New York: Hampton Press.

Bradshaw, Samantha and P. Howard. (2019). Global Disinformation Order 2019. Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. Working Paper 2019. 2, Oxford UK Project on Computational Propaganda.

Burgess, JTF. & Knox, EJM. (2019). Foundations of Information Ethics. Chicago: ALA Press. Committee to Protect Journalists. <http://www.cpj.org>

Digital Citizenship, Nine Themes of Digital Citizenship. <https://www.digitalcitizenship.net/nine-elements.html>

Dominic Ayegba Okoliko, Martinus Petrus de Wit. (2020) From “Communicating” to “Engagement”: Afro-Relationality as a Conceptual Framework for Climate Change Communication in Africa. Journal of Media Ethics 0:0, pages 1-15.

Dominick, J. R. (2007). The Dynamics of Mass Communications. 9th ed. Boston: McGraw-Hill.

Humanext. Ethics Trainings. (2009). Ankerstar and Dalke’s Balancing Personal and Professional Ethics (programme with Trainer’s Guide, reproducible exercises, hand-outs, case studies); Dr. Louis V. Larimer’s Seminar on Ethical Reasoning (with Ethical Type Indicator Profile and Training Manual). <http://www.newtrainingideas.com/ethics-training.html>

Gender Toolkit for Educators. http://portal.unesco.org/en/files/47654/12737402501Gender_Toolkit_for_Educators.pdf/Gender%2BToolkit%2Bfor%2BEducators.pdf

Kovach, B. and Rosenstiel, T. (2014). The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. New York: Three Rivers Press of Random House.

Learning English. (2018, May 22). News literacy lesson 2: Verification, independence, accountability. <https://learningenglish.voanews.com/a/news-literacy-lesson-2-verification-independence-accountability/4388049.html>

Mencher, Melvin. (2006). News Reporting and Writing (10th ed.). Boston: McGraw-Hill.

Ong, Jonathan Corpus and Jason A. Cabanes (2017). Architects of Networked Disinformation, Newton Tech4Dev Network. <http://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/ARCHITECTS-OF-NETWORKED-DISINFORMATION-FULL-REPORT.pdf>

Ordway, D. (2020). "Rated false": Here's the most interesting new research on fake news and fact checking. <https://www.niemanlab.org/2020/01/rated-false-heres-the-most-interesting-new-research-on-fake-news-and-fact-checking/>

Poynter Institute. <http://www.poynter.org>

Reporters Sans Frontières. <http://www.rsf.org>

Rosenstiel, Tom and A. Mitchell (eds). (2003). Thinking Clearly: Cases in Journalistic Decision-Making. New York: Columbia University Press.

State of the News Media. <http://www.journalism.org>

Stony Brook Center for News Literacy Digital Resource Center. (n.d.). Lesson 4: What is news and why? <https://digitalresource.center/content/lesson-4-what-news-and-why>

Stony Brook Center for News Literacy. (n.d.). V.I.A. <https://digitalresource.center/content/via>

The Benefits of Technology in Education: Sangmum Lee at TEDxYouth@BIS (video resource). <https://www.youtube.com/watch?v=G1YqGeVsXTU>

Ward, S.J.A. (2005). Philosophical Foundations of Global Journalism Ethics. Journal of Mass Media Ethics 20:1, 3-21.

Watching the Watchdogs: A gender and media literacy toolkit for Southern Africa. <https://genderlinks.org.za/programme-web-menu/publications/watching-the-watchdogs-2009-05-28/>

What if we all governed the Internet? Advancing multi-stakeholder participation in Internet governance. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259717>

White, Robert A. (2010) The Moral Foundations of Media Ethics in Africa, *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 31:1, 42-67, DOI: 10.1080/02560054.2010.9653411.

UNESCO. (2009) Guidelines for Broadcasters on Promoting User Generated Content and Media and Information Literacy. <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001871/187160e.pdf>

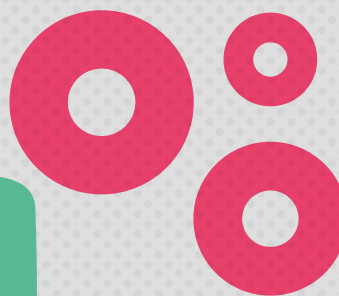
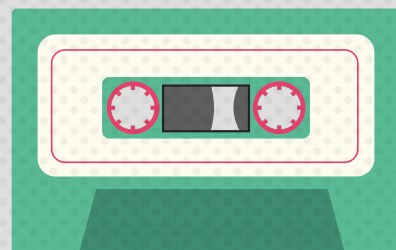
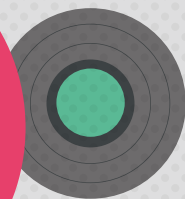
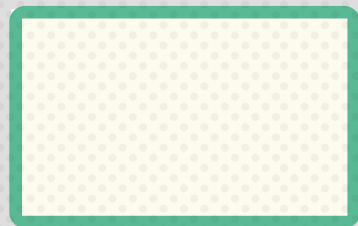
UNESCO (2018). World Trends on Freedom of Expression and Media Development 2017/2018. UNESCO. <https://en.unesco.org/world-media-trends>

UNESCO. (2019). Belgrade Recommendations on Draft Standards for Media and Information Literacy Curricula Guidelines (latest draft dated 12 November 2019). https://en.unesco.org/sites/default/files/belgrade_recommendations_on_draft_global_standards_for_mil_curricula_guidelines_12_november.pdf

Yonazi, E. et al. (2013). eTransform Africa: the transformational use of information and communication technologies in Africa.

МОДУЛЬ 3

НАУЧНО-
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ,
ИНФОРМАЦИОННЫЙ
ЦИКЛ, ОБРАБОТКА
ЦИФРОВОЙ ИНФОРМАЦИИ,
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ
СОБСТВЕННОСТЬ



Чтобы быть гражданином в нашем информационном обществе, необходимо понимать цикл движения информации, что позволит использовать преимущества информационного общества и вносить свой вклад, вне зависимости от того, является ли информация устной или письменной.

Хесус Лау, 2021 г.

КОНТЕКСТ И ОБОСНОВАНИЕ

Первый модуль этой Программы, являющийся базовым, и последующие модули призваны ознакомить преподавателей с основами медийной и информационной грамотности. Цель данного модуля — показать, что такие важные вопросы, как исследовательская деятельность и информационный цикл, также являются жизненно важными компонентами МИГ.

В этом модуле особое внимание уделяется компонентам традиционной информационной грамотности. Существует много учебных курсов, которые фокусируются скорее на передаче знаний, чем на том, как научить учиться. Однако растущее внимание к возможностям МИГ в образовании

и в жизни общества в целом подтверждает важность того, чтобы пользователи умели квалифицированно обучаться, понимая доступный репертуар ролей и позиций в цикле движения информации. Хотя содержание понятия «информационный цикл» иногда ограничивают процессами создания и потребления новостей, его можно понимать гораздо шире, включая движение и трансформацию контента как внутри большого числа различных групп и игроков, так и между ними. При этом стоит концентрироваться на информационных потоках, а не на отдельных моментах существования контента, и на коммуникации как на взаимозависимом процессе, обеспечиваемом различными структурами с различной мощностью, охватом и влиянием. С точки зрения формирования МИГ, такой подход подразумевает необходимость научиться тому, как в подвижной вселенной огромной массы изменчивого контента распознавать свои информационные потребности и в соответствии с ними эффективно и действенно искать/получать информацию, анализировать, систематизировать и оценивать ее, использовать, применять, перерабатывать и распространять для конкретных целей, связанных с принятием решений и урегулированием проблем или для удовлетворения потребности в информации. (ЮНЕСКО, 2008 г.). С точки зрения содержания, МИГ также включает в себя библиотечные навыки, навыки обучения и исследования, а также навыки работы с технологиями.

Каждое исследование должно начинаться с вопроса, на который необходимо ответить путем сбора и анализа данных и информации. Наука — это не только совокупность знаний, но и способ познания и обучения. Одной из основ для изучения науки и понимания ее ценности является освоение учащимися природы и структуры научного знания и процесса его развития, в том числе и в качестве самостоятельной цели. Кроме того, данные последних исследований свидетельствуют о том, что понимание учащимися научного объяснения окружающего мира и их способность успешно участвовать в научных исследованиях улучшаются, если они понимают, как строится научное знание.

Педагоги должны сами обладать набором компетенций (знаний, навыков и установок) для получения, понимания, использования, создания, хранения и распространения информации в целях анализа проблем и принятия решений, и уметь развивать такие компетенции у учащихся. Это компетенции применимы к любому образовательному или учебному контексту: и в рамках получения образования, и рамках

профессиональной деятельности, и для личностного развития. Медийно и информационно грамотный педагог способен понимать сообщения, получаемые из различных источников информации, оценивать и использовать это понимание надлежащим образом для решения проблем. Такой педагог также владеет базовыми библиотечными навыками и может эффективно использовать документальные ресурсы для обучения и обмена информацией. Медийно и информационно грамотный педагог понимает и ценит функции, которые выполняют в обществе медиа и другие поставщики контента, такие как библиотеки, музеи, архивы, компании, занимающиеся цифровыми коммуникациями, а также образовательные и научные учреждения, работающие в этой области.

Поставщики контента предлагают людям необходимые услуги по предоставлению доступа к информации, в некоторых случаях — по хранению информации. Помимо медиа, существуют и другие источники информации, которые используют люди, например, сведения о состоянии здоровья, правительственные доклады и информация, передаваемая устно как неформальным образом, так и путем общественных обсуждений. Такая информация может распространяться в электронной среде (например, в виде предвыборных дебатов по телевидению) или в ходе личных встреч (например, на собраниях в мэрии). В качестве посредников распространения такой информации могут выступать медиа или другие люди.

Центральным понятием жизненного цикла информации является право интеллектуальной собственности, о котором каждый человек должен иметь хотя бы общее представление. «Права интеллектуальной собственности — это права, которые распространяются на результаты умственного труда. Обычно они дают создателю исключительное право на использование его/ее произведений в течение определенного периода времени⁵³». Есть два основных аспекта интеллектуальной собственности (ИС): авторское право и смежные права. Концепция ИС настолько важна, что Организация Объединенных Наций учредила Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС), в которую входят 193 государства-члена. ВОИС служит глобальным форумом, занимающимся вопросами политики, укрепления сотрудничества, предоставления услуг

⁵³ World Trade Organization. https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/intel1_e.htm#:~:text=Intellectual%20property%20rights%20are%20the,a%20certain%20period%20of%20time

и информации в области интеллектуальной собственности. В большинстве стран действуют законы, защищающие интеллектуальную собственность в виде патентов, авторского права и товарных знаков.

Данный модуль направлен на развитие понимания жизненного цикла информации, формирование исследовательских навыков и уважения к интеллектуальной собственности в контексте академической медийной и информационной грамотности, библиотечных навыков и цифровой экологии. Основное внимание в модуле уделяется навыкам решения проблем и принятия решений в контексте образования и взаимодействия в рамках местных сообществ. Модуль направлен на укрепление понимания педагогами и учащимися упомянутых выше концепций и взаимосвязи между ними в целях развития навыков получения доступа и использования широкого спектра информационных ресурсов, наличествующих в современном мире. Формирование такого рода навыков укрепляет возможности для обучения на протяжении всей жизни, тем самым обеспечивая преподавателям и учащимся продолжающееся участие в активной интеллектуальной жизни.

РАЗДЕЛЫ

**РАЗДЕЛ 1.
КАК СОЗДАЕТСЯ УЧЕБНАЯ
И НАУЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ**

**РАЗДЕЛ 2.
ПОИСК: СТРАТЕГИИ АНАЛИЗА
ИНФОРМАЦИИ**

**РАЗДЕЛ 3.
ОЦЕНИВАНИЕ УЧЕБНОЙ И НАУЧНОЙ
ИНФОРМАЦИИ**

**РАЗДЕЛ 4.
ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ:
КОНЦЕПЦИИ И ВОЗМОЖНОСТИ
ПРИМЕНЕНИЯ**

**РАЗДЕЛ 5.
СРЕДА ОБУЧЕНИЯ
И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ**

**РАЗДЕЛ 6.
К ВОПРОСУ ОБ ОБРАБОТКЕ
ЦИФРОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

**РАЗДЕЛ 7.
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ
СОБСТВЕННОСТЬ И ПРИЗНАНИЕ
АВТОРСТВА**

РАЗДЕЛ 1. КАК СОЗДАЕТСЯ УЧЕБНАЯ И НАУЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 4 ЧАСА

Основные темы

- Определение науки
- Определение научных знаний
- Природа и структура науки
- Природа и структура научного знания
- Источники новых знаний

Цели обучения

Улучшить понимание:

- значения науки,
- значение знания,
- связи между наукой и знанием,
- природы науки,
- природы знания,
- различных источников знания.

Уровень формируемых в этом разделе компетенций

- Базовый/средний

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

- Педагоги на протяжении долгого времени утверждают, что учащиеся должны понимать, как строится научное знание. Один из аргументов, который часто приводится, но не проверяется эмпирически, заключается в том, что такое понимание делает граждан более информированными и содействует

демократическому участию. То есть граждане, которые понимают, как производится научное знание, будут внимательны по отношению к научным заявлениям о проблемах, представляющих общественный интерес (например, глобальное потепление, экология, генетически модифицированные продукты, альтернативная медицина, связанные со здоровьем кризисы и ответы на них, например, пандемии и вакцины) как на избирательных участках, так и в повседневной жизни.

- Второй аргумент в поддержку этой позиции педагогов заключается в том, что понимание структуры и природы науки помогает изучать науку и заниматься ею. То есть, если учащиеся будут рассматривать науку как набор практик, направленных на построение моделей для объяснения наблюдаемых в естественном мире фактов, а доказательствами считать те свидетельства, которые получены путем тщательных наблюдений и проверяющих выводы исследований, то они смогут добиться большего успеха в своих усилиях по наращиванию знаний. Наблюдение за этими процессами во всей их полноте, а не просто их принятие, повышает способность учащихся заниматься наукой.
- Иногда выделяются четыре типа источников знаний: интуиция, экспертное знание, рациональная индукция и научный эмпиризм. Все четыре типа могут стать источником исследовательской гипотезы, но научный эмпиризм является единственной основой нового научного знания.
- Можно выделить два типа исследований — научные исследования и частные исследования. Научные исследования проводятся в университетах, научных организациях и институтах учеными и преподавателями, в то время как частные исследования проводятся частными предприятиями и фирмами и в основном используются для решения коммерческих задач. Несмотря на то, что между двумя типами есть различия, они могут дополнять друг друга. Частные фирмы могут привлекать ученых из научных организаций и заказывать им проведение исследований или использовать результаты научной деятельности университетов. Однако это может вызвать вопросы, связанные с такого рода использованием частным сектором средств государственного бюджета, которые инвестируются в деятельность университетов и других научных организаций. Этические проблемы также могут возникать в тех случаях, когда частные фирмы финансируют исследования в государственных научных организациях.
- Чтобы понять, какие навыки необходимы для проведения исследований, можно обратиться к характеристикам научных исследований. Научные исследования нормативно отличаются от других видов исследований шестью важными признаками: они становятся достоянием общественности, объективны, отличаются системностью, развиваются путем накопления знаний, эмпиричны и носят прогностический характер.
- Можно выделить две основные категории научных исследований: 1) количественные исследования и 2) качественные исследования. Как

количественные, так и качественные исследования могут использовать такие методы, как обзор, контент-анализ, обсуждения в фокус-группах, интервью (структурированные, полуструктурированные и неструктурированные), наблюдение, тематическое исследование или метод изучения отдельных ситуаций (case study). В рамках каждого метода используются различные инструменты сбора данных. Например, анкета — это инструмент сбора данных для обзора, а кодировочная таблица используется для получения данных при контент-анализе.

- Для реализации процесса исследования необходима надежная информация, что делает востребованными навыки поиска соответствующих источников информации.
- В рамках научного познания сбор, упорядочение и анализ данных производятся таким образом, чтобы можно было извлечь из них значимую информацию, которая станет основой для знаний.
- Организация учебной деятельности в рамках этого раздела должна предусматривать интерактивное взаимодействие с учащимися, в процессе которого учащиеся смогли бы подобрать примеры для следующих идей и концепций:
 - ◇ значение науки,
 - ◇ значение научного знания,
 - ◇ связь между наукой и знаниями,
 - ◇ природа и структура науки,
 - ◇ природа и структура знаний,
 - ◇ различные источники новых знаний.

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

Темы для дальнейшего изучения

- Формулировка гипотез и научных закономерностей, разработка моделей
- Дедукция
- Дискурсивный анализ

РАЗДЕЛ 2. ПОИСК: СТРАТЕГИИ АНАЛИЗА ИНФОРМАЦИИ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 4 ЧАСА

Основные темы

- Факторы, учитываемые при сужении и уточнении поискового запроса
- Ключевые слова, отражающие информационные потребности
- Поисковые операторы, ограничивающие поиск
- Экономия времени с использованием быстрых клавиш

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- разрабатывать эффективные стратегии поиска информации;
- обучаться использованию поисковых команд в базах данных;
- фильтровать поисковую выдачу.

Уровень формируемых в этом разделе компетенций

- Базовый

Поиск и обнаружение

Обилие доступного контента не означает, что нужную информацию всегда легко получить. Информация находится в базах данных, репозиториях, справочниках, библиотеках, информационных центрах, где она по-разному организована и может быть отсортирована по индивидуально задаваемым параметрам. Поэтому при поиске информации необходимо разрабатывать стратегии исследования и поиска соответствующей информации или данных. Некоторые поставщики контента, такие как библиотеки, имеют стандартизированные способы классификации и каталогизации информационных объектов,

упрощающие поиск. Другие источники информации, например, веб-сайты, могут использовать множество различных способов организации информации, что затрудняет поиск, определение местоположения и извлечение нужной информации.

Ключевые команды для получения релевантной информации из баз данных, в том числе при обычном поиске с помощью поисковых систем в Интернете, в социальных сетях или интернет-магазина, используют логические операторы AND, OR, NOT. Использование этих слов в поиске устранил нерелевантные результаты и сэкономит время и силы. Поисковые системы используют поисковые ограничители, чтобы помочь пользователям найти то, что им нужно, с минимальными затратами ресурсов. Примеры можно найти ниже в подразделе, посвященном рекомендуемым видам учебной деятельности.

Хороший способ освоить использование поисковых операторов — это практика. Попросите учащихся выбрать две связанные темы (исторические или актуальные), например, вирус и вакцины, а также их влияние на страну, как положительное, так и отрицательное. Затем предложите учащимся применить поисковые операторы для поиска информации по этим темам, либо в поисковой системе, либо в библиотечной базе данных. При этом следует использовать рекомендации, сформулированные на основе «Советов по пользованию базами данных», разработанных библиотеками Массачусетского технологического института (MIT), где также содержатся полезные советы, касающиеся использования других поисковых операторов (см. ниже).

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

1. Использование логического оператора AND для объединения темы, страны и даты

Используйте AND в поиске, чтобы:

- ограничить количество результатов поиска;
- задать поисковой системе правило о том, что все определенные условия поиска должны присутствовать в поисковой выдаче;
- пример: клонирование AND люди AND этика.

Фиолетовый треугольник в середине изображенной ниже диаграммы Венна представляет собой подборку результатов такого поиска. В этой подборке находятся информационные объекты, содержащие комбинацию из всех трех искомых слов, что было обеспечено использованием оператора AND.



Во многих базах данных (но не во всех) оператор AND используется автоматически.

- Например, Google автоматически ставит AND между словами, набранными в поисковой строке. Поисковая выдача будет содержать все искомые слова, но не во всех источниках информации, ссылки на которые будет содержать такая поисковая выдача, эти слова будут связаны между собой так, как это ожидалось.
 - Так, поисковый запрос: *студенты колледжа испытывают тревожность* обрабатывается поисковыми алгоритмами Google как: *студенты AND колледжа AND испытывают AND тревожность*. В результатах поиска найдутся все слова из поисковой строки, но они могут быть разбросаны по тексту, а не соединены в логическую фразу.
 - Чтобы сделать результаты более точными, можно выполнять поиск по фразам с использованием кавычек. Например, «студенты колледжа» AND «тревожность перед экзаменами». Сформулированный таким образом запрос даст результат, который будет лучше соответствовать искомой информации.
2. Используйте оператор OR для объединения нужной темы с другой информацией, такой, например, как страна и дата. Использование OR в поиске даст возможность:
- соединить два или более похожих понятия (синонима);
 - расширить результаты поиска, сообщив базе данных, что ЛЮБОЕ из выставленных условий поиска может присутствовать в выдаче;
 - пример: клонирование OR генетика OR размножение.

Все три круга представляют подборку результатов такого поиска. Это большая подборка, т.к. оператор OR разрешает содержание в источнике любого из указанных слов.



3. Использование оператора NOT для объединения темы, страны и даты. Используйте NOT в поиске, чтобы:

- исключить определенные слова из поиска;
- сузить область поиска, предписывая базе данных игнорировать те понятия, которые могут подразумеваться поисковым запросом;
- пример: «клонирование NOT овечка».

4. Порядок поиска.

Базы данных следуют командам, которые вводит пользователь, и предъявляют результаты, полученные на основе этих команд. При использовании логических операторов следует помнить о последовательности, в которой соединяются слова:

- базы данных обычно считают AND основным оператором и по умолчанию соединяют слова, вводимые в поисковую строку, с помощью именно этого оператора;
- при использовании комбинации из операторов AND и OR в поиске, заключите слова, которые нужно объединить, в круглые скобки.

Примеры:

- этика AND (клонирование OR репродуктивные технологии);
 - (этика* OR мораль*) AND (биоинженерия OR клонирование).
5. Поисковые операторы Google (изучите самостоятельно другие поисковые системы, такие как DuckDuckGo, Baidu, Яндекс, Ecosia и т. д.).

Более продвинутый инструмент — поисковые операторы Google⁵⁴. Педагог может объединить учащихся в команды и дать задание использовать операторы для исследования конкретных тем. Найдите тему, используя каждую из шести категорий, перечисленных в таблице ниже. Перед каждой командой может быть поставлена задача описать преимущества использования этих поисковых операторов для ограничения результатов поиска и повышения его эффективности. В таблице ниже перечислены шесть категорий операторов, полную информацию об их использовании можно найти на сайте http://www.googleguide.com/advanced_operators_reference.html.

ТАБЛИЦА 3.1 ПОИСКОВЫЕ ОПЕРАТОРЫ GOOGLE

Поисковые сервисы	Поисковые операторы
Общий поиск	allinanchor:, allintext:, allintitle:, allinurl:, cache:, define:, filetype:, id:, inanchor:, info:, intext:, intitle:, inurl:, link:, related:, site:
Поиск изображений	allintitle:, allinurl:, filetype:, inurl:, intitle:, site:
Группы	allintext:, allintitle:, author:, group:, insubject:, intext:, intitle:
Директории	allintext:, allintitle:, allinurl:, ext:, filetype:, intext:, intitle:, inurl:
Новости	allintext:, allintitle:, allinurl:, intext:, intitle:, inurl:, location:, source:
Поиск товаров	allintext:, allintitle:

6. Тематическое исследование

В разных странах могут быть приняты разные законы в отношении рекламы. Выберите социальную сеть или поисковую систему, которая работает в разных странах, и изучите законодательные нормы, принятые в отношении рекламы в определенной стране. Выясните, соблюдает ли эта социальная сеть или поисковая система установленные в соответствующих странах правила, и обсудите такие вопросы, как:

- 1) конфликты между получением прибыли и общественными интересами;
- 2) этическая дилемма получения прибыли и конфиденциальности;
- 3) ответы, которые дает общество на вопросы 1 и 2 в разных странах.

7. Изучение других инструментов ограничения поиска

Используя Интернет и поисковые операторы, изучите нормы, установленные в вашем регионе для рекламной индустрии. Определите, где находятся соответствующие нормативные акты и насколько доступна эта информация

⁵⁴ Как уточнять поисковые запросы в Google. <https://support.google.com/websearch/answer/2466433?hl=ru>

для граждан. Определите, какие лица или структуры установили эти нормы. Сформулируйте основные сферы, охватываемые правилами, и цель регулирования. Поясните, как эти нормативные акты защищают интересы граждан и потребителей регулируемых услуг. Каково потенциальное влияние этих правил на отрасль? В случаях, когда реклама в социальных сетях или поисковых системах нарушает правила, предложите средства правовой защиты, доступные для потребителей. Подробнее о рекламе см. в Модуле 10.

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

Темы для дальнейшего изучения

- Поиск в библиотечных каталогах
- Оценка достоверности информации в Интернете

РАЗДЕЛ 3. ОЦЕНИВАНИЕ УЧЕБНОЙ И НАУЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 4 ЧАСА

Основные темы

- Принципы оценки учебной и научной информации
- Критерии оценки основных источников информации

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- ориентироваться в различных видах исследований, в рамках которых создаются информация и знания;

- оценивать релевантность и надежность/достоверность информации;
- оценивать основные источники информации;
- ориентироваться в типах ресурсов.

Уровень формируемых в этом разделе компетенций

- Базовый/средний

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

- Информация обычно делится на первичные, вторичные и третичные источники. Любой исследовательский продукт, такой как статья в научном журнале, диссертация, исследовательский отчет и результаты исследований, получаемые из первых рук, считаются первичными источниками, если содержит исходные данные (включая статистику, патенты и т. д.). Вторичными источниками обычно считаются публикации, содержание которых реферируется, цитируется или содержит обобщенную первичную информацию. Это книги, журналы, научные или журналистские статьи. Третичные источники, представляющие собой, как правило, компиляцию, это — библиографии, базы данных, энциклопедии и т. д. Какой бы источник ни использовался, его необходимо критически оценивать, в первую очередь, если целью его использования является принятие решений, но также и в том случае, если вы читаете во время досуга.
- Оценка информации требует критического процесса для определения подлинности, надежности/достоверности и соответствия информации потребностям (ее релевантность). Критическая оценка также включает в себя определение, насколько информация актуальна, каков ее географический и тематический охват. Оценить надежность/достоверность информации можно, исходя из анализа следующих элементов: автор, название, издатель, место и дата публикации, оглавление и библиография. Эти элементы могут по-разному называться в различного типа источниках информации — монографиях (книги, диссертации, доклады, брошюры), периодических изданиях (журналы, альманахи, ежегодники, сборники), веб-источниках (веб-сайты, СМИ, форумы, посты в социальных сетях и т. д.) и других типах источников, таких как патенты, стандарты и медиасообщения. Основными академическими источниками в учебных заведениях и научных кругах обычно считаются научные журналы и книги.

Ниже приведен пример оценки релевантности источников при поиске конкретной информации:

1. **Название.** Первым элементом, который нужно изучить, является заголовок. Соответствует ли он вашим информационным потребностям? Мотивирует ли заголовок на прочтение полного текста? Грамотное название должно отражать содержание публикации.
 2. **Автор.** Оцените авторитетность автора (или авторов), т.е. тот объем знаний и опыта, которые он продемонстрировал в предыдущих публикациях или деятельности. Место работы и принадлежность автора политическим или общественным группам — еще один фактор, который следует учитывать и который может дать представление о возможных предубеждениях автора, которые могут проявиться в его публикации.
 3. **Издательство.** Проверьте издательство, которое напечатало публикацию. Если издатель является компанией или организацией с репутацией (например, крупное коммерческое издательство, исследовательский институт, университет или государственный орган), то публикация, скорее всего, подверглась длительному редакционному процессу, который включает рецензирование, оценку содержания и стиля. Менее надежным источником будет, например, самостоятельно изданная книга.
 4. Второй этап — изучение сопровождающих основной текст элементов. Проверьте дату публикации, изучите оглавление и библиографию (если они есть). Эти части публикации дадут вам лучшее представление о том, насколько она релевантна вашим интересам и потребностям.
 5. Третий этап — просмотр основного контента. Прочтите введение и выводы, а также просмотрите главы или разделы статьи. Если вы знакомитесь с результатами исследований, обратите внимание на выбор методологии, размер выборки и другие параметры исследования.
- Оценку всех вышеупомянутых элементов можно провести онлайн с помощью поисковой системы. Такая сквозная проверка очень важна, особенно для публикаций, которые станут основой для вашего исследования или для принятия решений. По мере знакомства с предметной областью будет легче оценивать актуальность и достоверность источников.
 - Поиск подходящих и качественных ресурсов требует навыков поиска и идентификации информации, которая должна быть оценена для определения тематической релевантности, географического охвата и актуальности, в числе прочих упомянутых выше факторов. Информационные источники обычно генерируются после длительного процесса. Информационные материалы, выпущенные академическими и научными учреждениями, правительственные данные проходят процессы проверки, такие как редактирование в случае книг и рецензирование для журнальных статей. Научные доклады публикуются во всевозможных монографиях и периодических изданиях. Публикации более высокого качества часто являются частью подписных журналов, которые индексируются и распространяются через базы данных, зачастую

имеющие высокую стоимость подписки. Помимо платных баз данных с доступом к журналам, электронным книгам и другим типам материалов, включая деловую информацию, такую как патенты и стандарты, существуют публикации открытого доступа, которые приобретают все большее значение.

- Репозитории открытого доступа формируются университетами, научными организациями и правительствами. Существуют институциональные, региональные, национальные и даже международные репозитории, созданные в соответствии с международными стандартами совместимости. Библиотеки — академические, публичные, школьные, специальные и национальные — являются лучшими проводниками качественной информации, поскольку они собирают, систематизируют и распространяют ее на профессиональном уровне, а также содействуют получению надежной информации, размещенной в Интернете в формате открытого доступа, так как часто разрабатывают справочные системы, помогающие пользователям найти то, что им нужно.

Упражнения

Педагоги могут попросить учащихся выполнить следующие задания, направленные на критическую оценку контента из разных источников, таких как:

1. Книги: попросите учащихся найти три книги по выбранной ими теме и оценить их по описанным выше критериям.
2. Журнальные статьи: объедините учащихся в команды и помогите им определить актуальную для них проблему. Они должны найти три академические статьи, которые соответствуют описанным критериям надежности. Статьи могут предлагать частичное или, возможно, полное решение выбранной проблемы. Попросите учащихся записать, почему выбранные статьи заслуживают доверия.
3. Авторы, являющиеся лидерами в своих профессиональных областях, обычно имеют несколько публикаций. Помогите учащимся выбрать, например, лауреата Нобелевской премии, найти его публикации и оценить, какие из них являются наиболее престижными с точки зрения издателя, редактора и аффилированного с публикацией учреждения.
4. Издательство: помогите учащимся определить, какие издательства являются наиболее известными в выбранной ими тематической области. Чем конкретнее предмет интереса, тем меньше может быть специализированных издателей.
5. Топология медиа и информации. Методом поиска определите, сколько первичных, вторичных и третичных категорий и типов медиа и информации может быть выделено. Оцените каждую найденную категорию или тип информации и медиа от 1 до 10 баллов по степени надежности, например, в соответствии со сложностью процесса рецензирования или редактирования, которые они проходили.

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

Темы для дальнейшего изучения

- Подготовка обзора литературы
- Методы анализа данных
- Определение паттернов и тенденций в результатах исследований

РАЗДЕЛ 4. ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ: КОНЦЕПЦИИ И ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Введение в информацию и информационную грамотность
- Ключевые понятия информационной грамотности
- Влияние информации на общество и новые навыки
- Стандарты и возможности применения информационной грамотности
- Уровни информационной грамотности

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- объяснять роль и значение информации, необходимость навыков информационной грамотности в информационном обществе и обществах знаний;

- демонстрировать понимание этапов/основных элементов информационной грамотности, применимых ко всем областям;
- определять и изучать основные источники информации (печатные и электронные);
- анализировать стандарты информационной грамотности;
- определять и обсуждать этическое и ответственное использование информационных инструментов и ресурсов.

Терминология

Термины «информация», «информационная грамотность», «ИКТ» и «ключевые навыки XXI века» часто используются в дискуссиях об обществе информации и знаний. Граждане нуждаются в новых компетенциях (знаниях, навыках и установках), чтобы участвовать в жизни общества, его развитии и управлении. Понимание этих терминов является необходимым условием для обучения медийной и информационной грамотности и должно начинаться с освоения концепции информации. Дополнительную информацию о том, как упомянутые выше термины связаны с медиаграмотностью, цифровой грамотностью, грамотностью в отношении социальных сетей, библиотечными навыками и другими терминами, которые ЮНЕСКО объединяет в рамках медийной и информационной грамотности, см. в Части 1 и в Модуле 1 данной Учебной программы.

Определение информации

Обсудите приведенные ниже определения информации:

- Информация — это данные, которые были собраны, обработаны и интерпретированы таким образом, чтобы их можно было представить в удобной для использования форме.
- Информация — это то, «что нас меняет» (Stafford Beer, 1979).
- Информация — это то, что достигает сознания людей и способствует развитию их знаний (Blokdiik and Blokdiik, 1987).
- Информация — это данные, которые были преобразованы в форму, значимую для получателя, и имеющие реальную или предполагаемую ценность для текущих или будущих действий или решений (Davis and Olsen, 1984).

Что общего у этих определений? Считаете ли вы их актуальными в XXI веке? Изучите другие определения информации. Можете ли вы найти определения, которые предлагают более широкое понимания понятия «информация»? Обратите внимание, что информация сама по себе может служить данными, которые, в свою очередь, могут быть преобразованы в другую информацию, которая, будучи затем использована, становится знанием.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

- Дайте определение критического мышления. Обсудите роль анализа, синтеза и оценки информации в критическом мышлении. Приведите примеры, значимые для повседневной жизни учащихся.
- Дайте определение понятия «информационная перегрузка» и покажите его связь с понятием «инфодемия», отражающего попытки отделить информацию от дезинформации.
Этапы/элементы информационной грамотности включают:
 - ♦ выявление/распознавание информационных потребностей;
 - ♦ определение источников информации;
 - ♦ определение местонахождения или поиск информации;
 - ♦ анализ и оценка качества информации;
 - ♦ организация, хранение или архивирование информации;
 - ♦ использование информации этичным, эффективным и действенным способом;
 - ♦ создание и распространение новых знаний.
- Обсудите в целом этапы/элементы информационной грамотности (см. Woody Horton Jr., 2007 Understanding Information Literacy — a Primer. Paris, UNESCO, стр. 9–13 и Приложение В).
- Попросите участников подготовить список ключевых навыков, необходимых на каждом этапе/элементе процесса формирования информационной грамотности. Как эти навыки могут применяться в различных ситуациях, связанных с решением проблем? Попробуйте максимально точно определить информацию, необходимую для решения проблемы или принятия конкретного решения (например, «советы специалиста в области финансов для решения финансовых проблем»).
- Источники информации можно разделить на три большие группы: первичные, вторичные и третичные источники. Опишите эти источники информации и попросите учащихся привести примеры.

Информационное общество и общества знания

- В современном мире происходят значительные изменения. Быстрый рост в области технологий сделал информацию и знания двигателем экономической, социальной, политической и культурной жизни. В результате

этого явления возникает то, что было названо информационным обществом, цель которого состоит в том, чтобы стать «обществами знания».

- ♦ Выполните поиск в библиотеке или в Интернете по словам «информационное общество». Опишите ключевые идеи, лежащие в основе концепции информационного общества. Обсудите актуальность этих идей для жизни и обучения в современном обществе. Сделайте то же самое, используя термин «общества знаний». Обратите внимание, что ЮНЕСКО использует это термин во множественном числе, чтобы отразить разнообразие. Каковы сходства и различия между двумя концепциями, если таковые обнаружатся?
- ♦ Изложите в письменном виде, какие навыки, по вашему мнению, объединяет информационная грамотность, включая библиотечные навыки. Перечислите пять причин, по которым владение этими навыками важно для навигации в современном информационном обществе.
- ♦ Нарисуйте диаграмму с необходимыми пояснениями, описывающую взаимосвязь между информацией, информационным обществом, ИКТ, информационной перегрузкой и медийной и информационной грамотностью. Обсудите выбор типа диаграммы и принятое решение относительно размещения различных понятий в определенных позициях.
- ♦ Обсудите изменение/повышение уровня информационной грамотности на протяжении жизни, особенно на этапах школа–университет или колледж–профессиональная деятельность (в контексте обучения на протяжении всей жизни). Обсудите цикл производства информации и знаний. Проанализируйте роль, функции и ответственность поставщиков контента в обществе. Обсудите, как навыки информационной грамотности развиваются путем использования ИКТ.
- ♦ Опишите, что делает учащегося информационно грамотным.
- ♦ Сравните и сопоставьте процессы создания различных видов информации, их общие черты, использование и ценность для здоровья и благополучия в гражданском обществе, в сфере образования, а также для работы и экономической деятельности.
- Изучите и обсудите одну или несколько из следующих тем:
 - ♦ Информация вносит вклад в деятельность или в принятие решений, а не просто является коммерческим товаром (для справки см. *Towards Literacy Indicators*, UNESCO, 2008, стр. 14).
 - ♦ Предоставление информации и обеспечение доступа к ней является одним из инструментов власти и контроля над обществом.
 - ♦ Включает ли информационная грамотность какие-то навыки за пределами навыков использования ИКТ (т.е. навыков, связанных с цифровой грамотностью)? Например, могут ли люди быть медийно и информационно грамотными при отсутствии цифровой грамотности и наоборот.

- ◊ Обсудите установки по отношению к информации с точки зрения культуры. Каково отношение общества к информации, как она ценится в обществе? Как соотносятся мнения, отражаемые в печатной информации (например, в главных газетах) с информацией, появляющейся на экранах? Какова взаимосвязь между информацией и властью, печатными и цифровыми медиа? Кто стоит создаваемой массовой информацией? Важно ли знать об этом и почему?
- Предложите следующие виды деятельности:
 - ◊ Определите ценность информации из печатных СМИ (например, газет, журналов и т. д.) и затраты, связанные с ее хранением, поиском и использованием. В этом исследовании также должны быть рассмотрены следующие темы: ценность информации, основанная на преимуществах, которые она создает; реальная ценность информации, основанная на ее доступности или недоступности; последствия недоступности информации для пользователей.
 - ◊ Обсудите значение и роль навыков медийной и информационной грамотности в деле борьбы с болезнями, расширения возможностей трудоустройства или повышения качества практики преподавания.
 - ◊ Используя Интернет и/или библиотеку, выберите для изучения проблему или вопрос в одной из следующих областей: гражданское образование, естественные науки, социальные науки, история или география. Представьте результаты с помощью программного обеспечения для презентаций. После проведения презентации обсудите следующие вопросы: На основании каких критериев вы выбрали освещенный в презентации материал из большого разнообразия информации, доступного по данной теме? Какую информацию вы хотели бы использовать, но не смогли получить к ней доступ, и как это повлияло на вашу презентацию? Каким образом и в каких целях вы преобразовали/переработали собранную и использованную в презентации информацию?

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

РАЗДЕЛ 5. СРЕДА ОБУЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- «Большая шестерка» — руководство по решению проблем в области информации за шесть этапов
- Использование библиотек
- Учебная среда и поставщики контента

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- понимать разницу между передачей информации и использованием информации для обучения;
- демонстрировать понимание ключевых аспектов организации информации, т.е. использования схем классификации для поиска информации и знаний (например, классификаций библиотечных коллекций, индексов, аннотаций, библиографий, баз данных и т. д.);
- эффективно использовать библиотеки для обучения, оценивая возможности, которые библиотека предоставляет для исследования определенной темы или проблемы;
- применять этапы «Большой шестерки» для решения связанных с информацией проблем.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

- Попросите преподавателей рассмотреть следующую шестиступенчатую структуру информационной грамотности и решения информационных проблем (более подробное описание схемы см. в таблице в конце этого раздела):
 - ◊ Постановка проблемы: определите связанную с получением и использованием информации проблему и идентифицируйте необходимую для ее решения информацию.

- ◊ Стратегии поиска информации: определите все возможные источники и выберите наиболее релевантные, надежные, полные и актуальные.
 - ◊ Поиск и доступ: определите местонахождение выбранных источников информации и найдите в них нужную информацию.
 - ◊ Переработка информации: изучите источники (прочитайте, послушайте, посмотрите) и извлеките соответствующую информацию.
 - ◊ Синтез: систематизируйте и структурируйте информацию из нескольких источников и сформируйте нужный вам информационный продукт.
 - ◊ Оценка и использование: оцените получившийся продукт (с точки зрения его действенности) и процесс его получения (эффективность проделанного пути).
- Сравните этот подход с другими таксономиями информационного цикла, такими как процесс, предложенный Вуди Хортоном-младшим (Woody Horton, Jr., 2007), или пересмотренная таксономия Блума для информационной грамотности. Согласны ли вы с тем, что этапы «Большой шестерки» составляют основные элементы информационной грамотности? Если нет, что вы бы добавили и почему? Как вы думаете, эти шесть этапов обычно проходят в строго последовательном порядке, как это показано выше?
 - Пройдите с учащимися поочередно каждый этап процесса решения информационных проблем в таблице, приведенной в конце раздела, и убедитесь, что они уделяют достаточно времени для рассмотрения всех тем/вопросов, указанных в таблице.
 - Возьмите в школьной или университетской библиотеке (или в главной библиотеке вашего населенного пункта) журнал в печатном или электронном формате, посвященный вопросам образования (например, педагогическому образованию, специальному или сравнительному образованию и т. п.). Выберите тему из этого журнала, которую вы хотели бы изучить более подробно. Обобщите основные идеи и аргументы, приведенные в статьях журнала. Насколько полезна эта информация для вашей профессиональной педагогической деятельности? Применима ли эта информация к контексту вашей страны? Если да, то как вы могли бы использовать эту информацию?
 - Организуйте встречу со школьным или университетским библиотекарем и обсудите информационные навыки, необходимые для полноценного использования возможностей библиотеки. Сформулируйте задания, которые побудят учащихся использовать всё разнообразие имеющихся в библиотеке ресурсов, и попросите учащихся сравнить полученную в библиотеке информацию с информацией из других источников (например, из Интернета) и оценить полезность этих источников применительно к особенностям полученного задания.
 - Оцените школьную среду с точки зрения потребностей в информационной грамотности и подготовьте конкретные рекомендации, направленные на повышение информационной грамотности учащихся.

- «Большая шестерка» и решение информационных проблем: используйте информационные ресурсы библиотеки для изучения актуальных вопросов или проблем (например, право голоса, демократия, ВИЧ/СПИД и т. д.). Примените этапы «Большой шестерки» для того, чтобы изучить выбранную тему.
- Обсудите возможность установки в библиотеке радиоприемника. Это может быть онлайн-радио или эфирное радио. Проведите мозговой штурм по этому поводу, запланируйте обсуждение с ответственными лицами и разработайте план действий. Какие возможности имеются для творческого использования радио в библиотеке в целях расширения доступа к информации и обучению? Какие есть плюсы и минусы?
- Найдите в Интернете информацию по интересующей вас теме и представьте полученные сведения (текст или численные данные) в виде таблицы или графика. Сравните количество, качество и полезность информации из библиотечных ресурсов с информацией из Интернета.
- Напишите эссе о том, как использование радио или мобильных телефонов меняет процессы создания и использования информации в вашей стране. Представьте свои выводы в виде презентации или поделитесь ими в Интернете после тщательной проверки со стороны коллег или экспертов.

ТАБЛИЦА 3.2. ШЕСТИЭТАПНАЯ СТРУКТУРА ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ И РЕШЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОБЛЕМ

ЭТАПЫ	ТЕМЫ/ВОПРОСЫ
Этап 1 Постановка проблемы	Что я хочу найти? Какую проблему я пытаюсь решить? Понятна ли мне суть проблемы или тема исследования? Могу ли я четко определить свои информационные потребности или проблему? Что мне исходно было известно о проблеме или теме? Сколько информации по этой теме мне нужно найти?
Этап 2 Стратегии поиска информации	Сколько у меня времени, чтобы найти эту информацию? Где мне следует ее искать? Учащимся следует объяснить, где найти самые лучшие источники информации по определенной теме и почему они находятся именно там. В зависимости от ситуации эти источники могут включать: 1) первоисточники, то есть оригиналы, в которых информация представлена без изменений (научные отчеты, товарные чеки, тексты выступлений, письма, оригиналы произведений искусства, рукописи, фото, дневники, личная переписка, устные рассказы/интервью или дипломатические отчеты); 2) вторичные источники, предоставленные поставщиками контента и содержащие переработанную информацию, проанализированную или обобщенную (это могут быть научные книги и журналы, глянцевые журналы, критика или различные интерпретации); 3) третичные источники, систематизирующие информацию (сборники, указатели, аннотации, библиографии, хрестоматии, энциклопедии, указатели, базы данных и пр.). Где проводить поиск: в библиотеках, Интернете (включая электронные библиотеки), музеях, архивах и пр.? К кому я могу обратиться за помощью?

ЭТАПЫ	ТЕМЫ/ВОПРОСЫ
Этап 3 Поиск и доступ	На этом этапе учащимся надо показать, как эффективно искать информацию в источниках, перечисленных на Этапе 2. Необходимо подсказать: 1) как осуществлять поиск в Интернете, включая общий и специализированный поиск в определенной области (например, источники, связанные с родной страной учащихся; смысл доменных имен: .edu, .gov, .org и др., как искать видео- и аудиозаписи, как осуществлять поиск на научных сайтах (например, на GoogleScholar); 2) как пользоваться указателем и оглавлением книги, осуществлять поиск в файлах разного формата (pdf-файлах и др.); 3) пользоваться библиотеками (поиск в библиотечных каталогах, использование периодических изданий, указателей, аннотаций и справочников); 4) осуществлять поиск в базах данных (AGRICOLA, AGRIS/CARIS, EBSCO, Expanded Academic ASAP и другие, включая базы данных родных для учащихся стран), искать по ключевым словам, определять синонимы и варианты написания, предметный поиск и по имени автора, использовать ключевые слова, логические операторы «AND», «OR» и «NOT», сокращения и замены, ограничивать поиск с помощью даты, языка, типа публикации и рецензируемых работ; 5) как пользоваться RSS-рассылкой для автоматического получения необходимой информации.
Этап 4 Критическая оценка	Критерии, необходимые для оценки надежности, достоверности или качества информации, представленной в книгах, на веб-сайтах и других онлайн-источниках информации.
Этап 5 Синтез	Что такое обобщение? Как я могу обобщить собранную информацию? Как сделанное мной резюме связано с проблемой, которую я хочу решить? Что я делаю, чтобы эффективно систематизировать информацию, полученную из разных источников? Как обобщенная информация может быть представлена? Какими инструментами для этого я располагаю? Какие инструменты мне нужны?
Этап 6 Использование и распространение информации	Применение информации, собранной и переработанной для решения проблемы. Подготовка и отслеживание списка источников и ссылок с помощью инструментов работы с библиографиями (Zotero, RefWorks и др.). Использование имеющихся инструментов для распространения информации (Google Документы, вики-энциклопедии, Slash и др.). Понимание вопросов, связанных с авторским правом и плагиатом.

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

Темы для дальнейшего изучения

- Применимость «Большой шестерки» в медийной и цифровой среде
- Обзор модели e-ARTIST для МИГ⁵⁵
- Другие модели переработки информации

⁵⁵ e-ARTISTS Media and Information Literacy Model: Dynamic Information Engagement and Empowerment. http://krmmedia.org/pages/download.php?sn=701&fname=m238/2001/07/20200107_ed7810b04dbc1ef7f56f5488f9f471f2

РАЗДЕЛ 6. К ВОПРОСУ ОБ ОБРАБОТКЕ ЦИФРОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Природа онлайн-информации
- Аппаратное и программное компьютерное обеспечение
- Законодательство в области авторского права
- Защита программного обеспечения и цифровых данных
- Цифровые сервисы (такие как машинный перевод, преобразование речи в текст), обучение с помощью Интернета (электронное обучение)
- Сохранение цифровой информации, цифровые форматы

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- понимать отличия цифровой информации от аналоговой, иметь представление об этапах создания, хранения, транспортировки, распространения и сохранения цифровой и аналоговой информации;
- использовать основные функции инструментов повышения производительности для обработки текстов, хранения файлов, доступа к удаленным источникам информации и межличностной коммуникации;
- использовать информационные технологии для пересмотра различных аспектов образовательного и личного опыта;
- быть осведомленным и уметь применять законы об авторском праве, включая лицензии Creative Commons;
- осуществлять онлайн-поиск с использованием соответствующих методов (поисковых машин, предметных каталогов и порталов);
- понимать роль поставщиков контента (например, библиотек, музеев и архивов) в сохранении цифровой информации, ориентироваться в проблемах в области сохранения, связанных с компаниями цифровых коммуникаций.

МИГ и ИКТ

Хранение информации в цифровом формате позволяет получить к ней доступ с помощью различных устройств, в отличие от многих форм аналоговой информации. Повышение доступности делает оцифровку информации особенно важной, а также требует овладения, наряду с информационными, цифровыми навыками. По сути, медийная и информационная грамотность

включает в себя анализ, поиск, систематизацию, оценку, создание и использование информации с помощью цифровых технологий. Обсудите преимущества и недостатки информации в цифровом формате (эффективная передача, хранение, поиск, переработка, перекрестная совместимость и т. д.).

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

- Если преподаватели или учащиеся имеют ограниченные знания о компьютерах и программном обеспечении или совсем не знакомы с ними, запланируйте серию занятий в компьютерном классе (физическом или виртуальном). Помогите им ознакомиться с основами аппаратного и программного обеспечения, сетей и серверов. Такие занятия могут также включать освоение базовых навыков работы с клавиатурой и мышью, знакомство с типами файлов и организацией информации в компьютере. Необходимо также рассказать об основах программного обеспечения с открытым исходным кодом и о низкочастотных технологиях. Предоставьте преподавателям список проприетарного программного обеспечения и наиболее распространенных компьютерных устройств. Попросите найти в Интернете и привести не менее двух примеров бесплатного программного обеспечения с открытым исходным кодом и недорогих компьютерных устройств с функциями, аналогичными каждому из выбранных проприетарных инструментов. Попросите критически оценить возможные преимущества и недостатки каждого из них.
- Широкое использование мобильных телефонов создает определенные проблемы, связанные с их использованием для поиска, просмотра, систематизации и хранения информации.
- Обратите внимание на то, что искусственный интеллект и машинное обучение в качестве самых передовых технологий используются для хранения и обработки информации, а также для принятия решений или для поддержки процесса принятия решений. Более подробно об этом написано в Модуле 11.

Виды учебной деятельности

- Осуществите поиск в Интернете и других онлайн-ресурсах (базах данных и электронных библиотеках) для сбора информации и изучения конкретной темы. Ограничьтесь только теми источниками информации, которые соответствуют цели вашего поиска. Проведите поиск по ключевым словам, используя логические операторы (например, «AND», «OR», «NOT»), и определите, что дало лучший результат и почему.

- Составьте план действий или подберите ряд активностей, в рамках которых учащиеся могли бы использовать различные цифровые мультимедийные ресурсы для подготовки проекта, выполнения упражнения или домашнего задания. Обсудите возможности, предоставляемые новыми технологиями в сфере доступа людей с ограниченными возможностями к цифровой информации (например, специальные возможности при просмотре сайтов и создание цифровых документов в форматах, обеспечивающих специальный доступ).
- Изучите вебсайт, на котором размещены образовательные курсы для учителей или любые другие образовательные программы. Изучите, как информация организована на сайте и как обеспечивается доступ к ней. Какие цифровые информационные ресурсы используются? Как цифровые ресурсы интегрированы с учебными материалами? Попробуйте в использовании этого сайта и обсудите, насколько он может быть полезен для обучения и каковы его ограничения. Обсудите преимущества и недостатки.
- Посетите различные блоги и вики-энциклопедии, созданные частными лицами или в результате группового взаимодействия. Какого рода информационный обмен происходит в этих онлайн-медиа? Каким целям может служить информация? Кто предоставляет информацию? Как вы думаете, каковы мотивы этих создателей информации?
- Посетите образовательный вики-сайт и изучите, каким образом на нем представлен учебный курс или образовательная программа. Создайте вики-сайт по актуальной проблеме образования (например, улучшение навыков чтения и базовых навыков счета в младших классах). Организуйте дискуссионный форум для обсуждения учебных заданий и проанализируйте преимущества и недостатки процесса обмена информацией с помощью этой платформы.
- Попробуйте вести блог на тему, связанную с образованием. Это должен быть актуальный вопрос, который вызовет интерес и отклики (например, улучшение доступа к образованию начального или среднего уровня для беднейших слоев общества, диверсификация доступа учащихся к информации для повышения качества обучения, почему бедные становятся еще беднее в эпоху расширения доступа к знаниям и информации и т. д.).
- Обсудите, какую цифровую информацию, с точки зрения учащихся, следует сохранять. Каковы основные критерии выбора и доступные технические решения? Как можно обеспечить надежное долгосрочное хранение такого рода информации? Каковы другие аспекты проблемы сохранения цифровой информации?
- Найдите международные документы и программы, посвященные вопросам сохранения цифровой информации (например, Хартия ЮНЕСКО о сохранении цифрового наследия, руководства по цифровому архивированию и сохранению, проект ЮНЕСКО PERSIST, Программа ЮНЕСКО «Информация для всех»).

- Посетите веб-сайты Библиотеки всемирного наследия и Программы ЮНЕСКО «Память мира» <https://en.unesco.org/programme/mow>. Обсудите, как документальное наследие связано с критическим мышлением, проверкой информации, предубеждениями, репрезентациями в медиа, а также медийной и информационной грамотностью в целом.
- Обсудите важность сохранения и популяризации документального наследия в контексте стихийных бедствий, таких как землетрясения, и обсудите соответствующую деятельность, которую должны выполнять сотрудники национальных архивов. Найдите статью, иллюстрирующую ситуацию в вашей стране после стихийного бедствия.
- Попросите учащихся объяснить, зачем нужно веб-архивирование и как оно выполняется.
- Обсудите проблемы переносимости данных, такие как возможность извлекать, хранить и повторно использовать свой контент, размещенный в социальных сетях. Какие проблемы необходимо решить, чтобы обеспечить наличие у различных цифровых сервисов и платформ функционально совместимых интерфейсов и предоставить пользователям возможность по желанию изъять все свои личные данные из хранилищ одного сервиса и передать другому.

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

РАЗДЕЛ 7. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ И ПРИЗНАНИЕ АВТОРСТВА

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Понятие интеллектуальной собственности
- Различные виды интеллектуальной собственности
- Законодательство, предусматривающее защиту разных видов интеллектуальной собственности

Цели обучения

- Владеть общим пониманием того, что такое интеллектуальная собственность
- Понимать разницу между правом на авторство и передаваемыми имущественными авторскими правами
- Ориентироваться в различных типах интеллектуальной собственности

Вопросы авторского права

- Источники информации, даже если они находятся в открытом доступе, являются объектами интеллектуальной собственности. Пользователи должны признавать авторство и следовать библиографическим стандартам, которые различаются в зависимости от предметной области или типа организации. Отсутствие уважения к интеллектуальной собственности часто считается пиратством. При создании образовательных или научных продуктов, представленных в виде текстов, можно использовать программное обеспечение, которое помогает сохранять академическую честность. Большая часть из них предоставляется на основе платной подписки, некоторые доступны бесплатно.
- Вопросы, связанные с интеллектуальной собственностью, зачастую весьма сложны и относятся к числу самых обсуждаемых на сегодняшний день, что в значительной степени связано с распространением цифровых медиа. В разных странах законы, регулирующие интеллектуальную собственность, и практика их применения довольно сильно различаются. Во многих странах интеллектуальная собственность на произведение принадлежит его автору, если договорные обязательства не предусматривают иного. Это означает, что произведения охраняются автоматически и для признания и уважения авторства формальная регистрация не требуется. В целом, объектом интеллектуальной собственности являются любой продукт интеллектуальной деятельности, подпадающий по защите соответствующего законодательства в отношении несанкционированного использования другими лицами. Право на интеллектуальную собственность, по своей сути, создает ограниченную монополию на охраняемый продукт.
- Также важно различать два термина, обычно используемые в связи с темой интеллектуальной собственности: имущественные авторские права и авторство. Если автор пишет рукопись и продает (то есть «уступает») права собственности на нее издательской компании, то таким образом автор отказывается от некоторых прав собственности на эту рукопись.
- Ниже перечислены четыре наиболее часто встречающихся типа прав интеллектуальной собственности и их защиты. В случаях, когда обеспечение надлежащей защиты интеллектуальной собственности имеет большое значение, может быть полезно обратиться за консультацией к юристу. Существует много споров о том, должны ли общественные интересы преобладать над корпоративным авторским правом, включая вопрос

о продолжительности периода охраны прав. Ниже перечислены четыре наиболее общие категории интеллектуальных продуктов, охраняемых в рамках интеллектуальной собственности.

Коммерческая тайна

Коммерческая тайна относится к специфическому типу конфиденциальной информации, которая важна для бизнеса, поскольку дает конкурентное преимущество на рынке. Несанкционированное получение другой компанией информации, составляющей коммерческую тайну, может нанести ущерб первоначальному владельцу. Объектом коммерческой тайны могут быть рецепты определенных продуктов питания и напитков, изобретения, программное обеспечение, содержание или способ организации каких-то процессов и даже маркетинговые стратегии. Когда лицо или компания охраняют коммерческую тайну, другие лица или организации не имеют права копировать или заимствовать такую информацию. Чтобы объявить информацию коммерческой тайной и получить соответствующую правовую защиту, обладатели потенциальной коммерческой тайны должны предпринимать активные действия, демонстрирующие их желание защитить информацию. Коммерческая тайна охраняется без специальной государственной регистрации, однако владелец коммерческой тайны, чьи права нарушены (т.е. когда коммерческая тайна украдена), может обратиться в суд с просьбой принять меры против нарушителя и запретить использование своей коммерческой тайны.

Патент

Согласно определению Ведомства США по патентам и товарным знакам (USPTO), патент представляет собой ограниченное по времени право на охрану изобретений (или открытий), которые являются новыми, неочевидными и полезными, такими как новый процесс, устройство, промышленное изделие или продукт. Патентообладатель имеет законное право препятствовать продаже, изготовлению или использованию запатентованного объекта без разрешения.

Авторское право

Авторское право и патент — это не одно и то же, хотя их часто путают. Авторское право представляет собой тип права интеллектуальной собственности, распространяемого на оригинальные авторские работы, которые могут включать литературные произведения, музыку, произведения искусства и многое другое. Сегодня авторским правом может также защищаться компьютерное программное обеспечение или объекты архитектуры. Защита авторских прав осуществляется автоматически; как только человек что-то создает, его продукт принадлежит ему до тех пор, пока автор не откажется от авторского права или не передаст его (или определенные аспекты этого права) третьему лицу. В большинстве случаев авторское право обеспечивается законом, однако все более широкое распространение получают добровольные инструменты, определяющие условия использования и повторного использования контента и известные как Creative Commons. Однако, если права, охраняемые авторским правом, нарушены,

и у правообладателя есть желание обратиться в суд, то может потребоваться регистрация авторского права.

Товарный знак

Четвертая форма защиты интеллектуальной собственности — это товарный знак. Если патенты используются для защиты изобретений и открытий, а авторские права для защиты воплощений идей и результатов творчества, то к товарным знакам относят фразы, слова или символы, которые отличают товары или услуги разных компаний друг от друга. Например, символ Nike, который почти все могут легко узнать и идентифицировать, это товарный знак. Срок действия патента или авторского права может истечь, права на товарные знаки возникают в результате их использования владельцами и, следовательно, могут сохраняться на неопределенный срок. Как и в случае с авторским правом, регистрация товарного знака не требуется, но может дать дополнительные преимущества.

- Учебная деятельность в рамках этого раздела в основном опирается на интерактивное взаимодействие педагогов и учащихся. Помогите учащимся изучить, представить и обсудить примеры по следующим темам:
 - ◊ Значение интеллектуальной собственности.
 - ◊ Различия между авторским правом и передаваемыми имущественными авторскими правами.
 - ◊ Виды интеллектуальной собственности.
 - ◊ Нарушения прав интеллектуальной собственности.
 - ◊ Добросовестное использование интеллектуальной собственности.
 - ◊ Всемирная организация интеллектуальной собственности и другие соответствующие структуры/организации.

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

Темы для дальнейшего изучения

- Международные стандарты законодательства в области интеллектуальной собственности
- Обмен технологиями
- Моральные права
- Баланс между традиционными правами интеллектуальной собственности и инициативами в области открытого доступа

Ресурсы и ссылки

Anderson, R. (2018). Scholarly Communication: What Everyone Needs to Know. Oxford: Oxford University Press.

Arevik Avedian (2014). Survey Design, Harvard Law School, 1-34. <http://hnmcp.law.harvard.edu/wp-content/uploads/2012/02/Arevik-Avedian-Survey-Design-PowerPoint.pdf>

Association of College & Research Libraries, (2016). Framework for Information Literacy. <http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/issues/infolit/framework1.pdf>

Badke, W. (2017). Research Strategies. Bloomington: iUniverse.

Bruce B. F. (2018). The Sage Encyclopedia of Educational Research, Measurement, and Evaluation

Bitange Ndemo & Tim Weiss (2017). Making Sense of Africa's Emerging Digital Transformation and its Many Futures, Africa Journal of Management, 3:3-4, 328-347, DOI: 10.1080/23322373.2017.1400260.

Check, J. and Schutt, R. K. (2011). Research Methods in Education, SAGE Publications, 1-27. https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/43589_8.pdf

Dainik, S. (2019), Questionnaire Surveys in Media Research. https://www.academia.edu/40048140/QUESTIONNAIRE_SURVEYS_IN_MEDIA_RESEARCH

Gaunt, J., Morgan, N., Somers, R., Soper, R., and Swain, E. (2007). Handbook for Teaching Information Literacy. Cardiff, Cardiff University.

Google (2020). Google Search Operators. http://www.googleguide.com/advanced_operators_reference.html

Information and Digital Literacy Tutorials. <https://www.sheffield.ac.uk/library/idlt>

Kebede, G. (2004). The information needs of end-users of sub-Saharan Africa in the digital information environment. International Information & Library Review, 36(3), 273-279. doi:10.1080/10572317.2004.10762644.

MIT (Massachusetts Institute of Technology) Libraries (2020). Database Tips. <https://libguides.mit.edu/c.php?g=175963&p=1158594>

Myers, G. (2017). Principles of Intellectual Property Law. USA: West Academic Publishing.

Owens, L. (2002), Introduction to Survey Research Designer, 1-19. https://www.researchgate.net/publication/253282490_INTRODUCTION_TO_SURVEY_RESEARCH_DESIGN

The Social Dilemma (film, 2020). https://www.imdb.com/title/tt11464826/?ref_=nv_sr_srsq_0

Tayie, S. (2013), Media Research Methods. Cairo: Cairo University Press.

Tayie, S. (2005). Research Methods and Writing Research. Center for Advancement of Post-Graduate Studies and Research in Engineering Sciences, Faculty of Engineering, Cairo University (pp1-136). http://www.pathways.cu.edu.eg/subpages/training_courses/C3-Research-EN.pdf

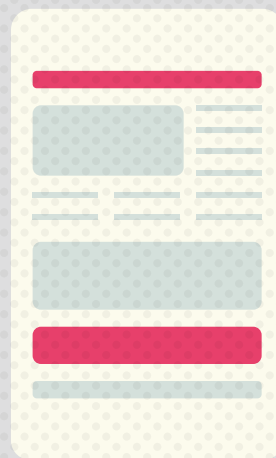
UNESCO. (2008). Towards Information Literacy Indicators — conceptual framework paper. Paris, UNESCO.

Resources relating to the stages of information literacy. <http://www.big6.com>

Wimmer, R.D., Dominick, J.R. (2014). Mass Media Research: An Introduction. Boston, Mass: Wadsworth, Cengage Learning.

МОДУЛЬ 4

**КОМПЕТЕНЦИИ МЕДИЙНОЙ
И ИНФОРМАЦИОННОЙ
ГРАМОТНОСТИ,
НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ
ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ
НЕКОРРЕКТНОЙ
ИНФОРМАЦИИ,
ДЕЗИНФОРМАЦИИ
И НЕНАВИСТНИЧЕСКИМ
ВЫСКАЗЫВАНИЯМ:
В ЗАЩИТУ
УСТАНОВЛЕНИЯ
ИСТИНЫ И МИРА**



Ложь летает, а Истина хромает
вслед за ней; так что, когда
люди опомнятся от обмана,
будет уже слишком поздно;
шутка окончена, и сказка
возымела действие: как человек,
придумавший хороший ответ,
когда разговор уже закончился
или общество разошлось;
или как врач, который нашел
безошибочное лекарство после
смерти больного.

Джонатан Свифт (XVII-XVIII век)

КОНТЕКСТ И ОБОСНОВАНИЕ

Поиск истины — это история человечества. В последние десятилетия мы стали свидетелями беспрецедентных инноваций в области информационных и коммуникационных технологий, распространяющихся с невообразимыми ранее скоростью и охватом. Но такие изобретения и инновации не всегда способствовали поиску истины. На самом деле то, что было сказано англо-ирландским писателем Джонатаном Свифтом в XVIII веке, до сих пор находит отклик: «Ложь летает, а Истина хромает вслед за ней». Исследование Медиалаборатории Массачусетского технологического института (MIT), проведенное в 2018 году в Твиттере, подтверждает сатирическое высказывание Свифта следующим выводом:

«ложь распространяется дальше, быстрее, глубже и шире, чем правда, во всех видах информации»⁵⁶.

Этот модуль, посвященный применению компетенций медийной и информационной грамотности для противодействия некорректной информации, дезинформации и ненавистническим высказываниям, разделен на две основные части. В модуле описываются различные типы некорректной информации, получившие распространение в так называемую эпоху постправды, а также показывается, как некорректная информация может порождать недоверие, разобщенность и нетерпимость. Содержание модуля дополняют предыдущие разделы в части применения компетенций и инструментов МИГ для поиска и защиты правды, предотвращения распространения ложной информации и создания инклюзивных, партисипаторных и открытых обществ.

В модуле выражение «некорректная информация» используется в качестве общего термина, при этом проводится различие между дезинформацией (disinformation), некорректной информацией (misinformation) и утечкой информации (malinformation), включающей теории заговора. В нем развенчивается популярный термин «фейковые новости»: здесь этот феномен называется именно так, чем он является на самом деле — ложным или вводящим в заблуждение контентом. ЮНЕСКО не поддерживает использование термина «фейковые новости», исходя из того, что, если контент фальшив, то он не является новостью. Педагоги и учащиеся должны внимательно относиться к заведомо ложной информации как к явлению, которое наносило и продолжает наносить значительный ущерб отдельным людям и обществам. К числу негативных последствий распространения такого типа информации относятся полное недоверие к новостным медиа, чья работа основана на фактах, к науке и существующим социальным институтам, распространение ненавистнических высказываний, нетерпимость и поляризация обществ, нарушение хода демократических процессов (особенно свободных выборов), угроза достижению целей устойчивого развития и, в последнее время, появление о «дезинфодемии» в связи с коронавирусным кризисом, охватившим мир на момент написания этой Учебной программы. И все перечисленное — лишь малая часть того вреда, который наносит заведомо ложная информация.

⁵⁶ Vosoughi, Soroush & Roy, Deb & Aral, Sinan. (2018). The spread of true and false news online. *Science*. 359, 1146-1151. 10.1126/science.aap9559. <https://ide.mit.edu/wp-content/uploads/2018/12/2017-IDE-Research-Brief-False-News.pdf>

Вторая часть модуля показывает, каким образом могут быть искажены новости и информация, вызывая недоверие, разобщенность, нетерпимость и усиление предрассудков у людей и обществ. В нем исследуется распространенное мнение о том, что медиа и социальные сети являются «предпочтительными платформами» для распространения ненавистнических высказываний, дискриминации, теорий заговора или мифов, радикализации и насильственного экстремизма.

МИГ предоставляет компетенции и инструменты, которые дают возможность предотвратить дальнейшее распространение ложной информации и противодействовать поставщикам лжи и нетерпимости, а также цифровым бизнес-моделям, способствующим расширению охвата такого рода контентом и связей между теми, кто его распространяет. МИГ позволяет учащимся 1) выявлять заведомо ложную информацию и вредоносный контент, 2) опровергать их с помощью проверки фактов (фактчекинга), 3) при необходимости противодействовать такому контенту, не способствуя при этом его дальнейшему усилению посредством пересылки и/или встречных сообщений. В этом модуле содержится информация о ресурсах и приложениях для проверки фактов, которые могут быть включены в набор инструментов МИГ. Стратегия и План действий Организации Объединенных Наций по борьбе с ненавистнической риторикой⁵⁷, подчеркивают необходимость использования образования в качестве инструмента для борьбы с ненавистнической риторикой и противодействия ей путем продвижения ценностей и навыков воспитания в духе глобальной гражданственности и повышения медийной и информационной грамотности. В Руководстве Организации Объединенных Наций по борьбе с ненавистнической риторикой, связанной с COVID-19, и противодействию ей⁵⁸, в свою очередь, ненавистнические высказывания связываются с некорректной информацией и содержится призыв к ответным мерам, направленным на развитие критического мышления и социальных и эмоциональных навыков и укрепление ответственного участия посредством глобального гражданства и образования в области прав человека. МИГ развивает критическое мышление и установки, связанные с духом глобальной гражданственности, повышает

⁵⁷ Стратегия и План действий ООН по борьбе с ненавистнической риторикой. https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action_plan_on_hate_speech_RU.pdf

⁵⁸ Руководство Организации Объединенных Наций по борьбе с ненавистнической риторикой, связанной с COVID-19, и противодействию ей. <https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/Guidance%20on%20COVID-19%20related%20Hate%20Speech.pdf>

осведомленность о правах человека, вооружая людей инструментами противодействия некорректной информации.

Направленность посвященных МИГ программ на содействие инклюзивности, гендерному равенству, разнообразию и плюрализму, также является ключом к борьбе с некорректной информацией. Гендерно-чувствительная МИГ способствует раскрытию правды о роли женщин в различных социальных процессах в мире. Например, межкультурная (межэтническая) коммуникация и межрелигиозный (межконфессиональный) диалог могут помочь противостоять токсичной маскулинности, дискриминации, стереотипным представлениям и предрассудкам. МИГ может способствовать укреплению способности к взгляду на происходящее с разных точек зрения и исторической грамотности. Технологические прорывы, свидетелями которых мы стали в последнее десятилетие, в ряде случаев также стали причиной технологических парадоксов, информационной разрозненности и этических нарушений.

РАЗДЕЛЫ

**РАЗДЕЛ 1.
ИСТИНА ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ**

**РАЗДЕЛ 2.
ПРОСТРАНСТВО НЕКОРРЕКТНОЙ
ИНФОРМАЦИИ И ДЕЗИНФОРМАЦИИ**

**РАЗДЕЛ 3.
МЕДИА И НЕКОРРЕКТНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ**

**РАЗДЕЛ 4.
ВЛИЯНИЕ ЛОЖНОГО И ВВОДЯЩЕГО
В ЗАБЛУЖДЕНИЕ КОНТЕНТА НА
ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВО**

**РАЗДЕЛ 5.
МЕДИЙНАЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ
ГРАМОТНОСТЬ И НЕКОРРЕКТНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ**

РАЗДЕЛ 1. ИСТИНА ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Размышления о теориях правды
- Так называемая «эпоха постправды»
- Правда как ключевой элемент журналистики и библиотечного дела

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- разъяснять теории правды;
- анализировать условия, иллюстрирующие концепцию эпохи постправды;
- пояснять, почему говорить правду — это ключевой элемент журналистики и библиотечного дела.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

- Исследование вопроса: спланируйте деятельность, направленную на изучение или исследование концепции правды в контексте перечисленных выше тем.
- Тематическое исследование/примеры из практики: выберите и обсудите различные примеры из реальной жизни, демонстрирующие процесс поиска истины при наличии противоположных взглядов. Можно обратиться к историческим свидетельствам по поводу каких-то известных событий. Также проанализируйте роль женщин в истории и/или их вклад в независимость различных стран по выбору.
- Игры: найдите в Интернете игры (цифровые/электронные или другие), в сюжете которых важную роль играют поиск истины, рассуждения и логика, критическое мышление или медиа и информация. Используйте эти игры в ходе занятий. В качестве примера попробуйте отмеченную наградами игру «Go Viral!» Лаборатории принятия социальных решений Кембриджского университета <https://www.goviralgame.com/books/russian/>; найдите аналогичные игры в вашем регионе и стране.

- Текстуальный анализ/анализ контекста: выберите несколько научно-популярных книг, журнальных статей или видео, в которых представлены результаты исследования конкретных социальных проблем или исторические материалы. Обсудите и проанализируйте предлагаемые в источниках аргументы и доказательства. Посмотрите короткое видео «5 советов по улучшению критического мышления» <https://www.youtube.com/watch?v=xKn1gH3M89o>.
- Проведите быстрое голосование (путем поднятия рук) на тему того, какой термин учащиеся чаще встречали — фейковые новости, дезинформация или некорректная (недостверная) информация. Какой из этих терминов они чаще употребляют сами? Обсудите причины, по которым учащиеся используют тот или иной термин. Попросите их подумать, видят ли они проблему в использовании понятия «фейковые новости». Объясните им, что такое новости, почему они так важны для общества. См. Модули 1, 2 и 13 для получения дополнительной информации о новостях и развитии медиа. Объясните учащимся, что профессиональные новости должны быть проверенной информацией, поэтому ложный (фейковый) контент не может относиться к жанру новостей. Также поясните, что распространение термина «фейковые новости» может быть использовано для обесценивания достоверных новостей, и организуйте по этому вопросу дискуссию. Проведите еще одно голосование, чтобы узнать, сколько учащихся готово перестать использовать термин «фейковые новости» и вместо этого использовать такие выражения, как ложный или вводящий в заблуждение контент, некорректная информация или дезинформация. Определения некорректной информации и дезинформации приведены в Глоссарии, расположенном в конце Учебной программы.
- Разделите учащихся на две или более команд по 5-7 человек в каждой. Попросите каждую команду встать в круг и дайте задание каждому члену команды сформулировать три утверждения о себе. Два утверждения должны быть истинными, а одно ложным. Придуманные утверждения должны вызывать интерес, не быть банальными или слишком общими. В ходе одного раунда учащиеся по очереди высказывают эти три утверждения в любом порядке. Цель игры состоит в том, чтобы члены команды определили, какое утверждение из трех озвученных является ложным. Каждый ученик сам выбирает, какое утверждение он/она считает ложным. В конце каждого раунда учащиеся раскрывают ложь (взято с сайта <https://www.icebreakers.ws/small-group/two-truths-and-a-lie.html>). Чтобы оживить игру, предложите командам ответить на следующие вопросы (и придумать свои вопросы): Было ли вам трудно решить, какое из утверждений ложное? Почему да или почему нет? Какую стратегию вы использовали, чтобы определить, какое утверждение было верным, а какое ложным? Заметили ли вы какую-то закономерность, в связи с какой темой или какими объектами прозвучало больше ложных утверждений?
- Преподаватели могут взять интервью или предложить учащимся взять интервью у новостного журналиста и редактора какой-либо новостной компании. Задайте журналисту следующие вопросы (и придумайте другие): Какие критерии вы

используете при отборе данных или информации, чтобы обеспечить точность новостного сюжета? Какие методы сбора информации вы используете, чтобы получить фактические данные и верные сведения? Как вы исправляете фактические ошибки в уже опубликованных материалах? Задайте редактору следующие вопросы: Как вы проверяете точность или достоверность данных или информации, представленных вашими журналистами? Есть ли в вашей новостной компании стандарты, касающиеся точности собранных сведений и данных? Если да, опишите их. Что делает ваша новостная компания для того, чтобы исправить фактические ошибки в опубликованных материалах? Существуют ли у вас внутренние правила, обеспечивающие учет различающихся мнений, выраженных участвующими в проверке информации сотрудниками? Учитываются ли гендерные аспекты в процессах проверки информации?

- Преподаватели могут взять интервью или предложить учащимся взять интервью у библиотекарей, архивистов или сотрудников музеев. Задайте следующие вопросы (можно добавить и свои вопросы): Какими критериями вы пользуетесь при выборе научно-популярных книг, оригиналов документов или экспонатов для библиотеки/архива/музея, чтобы обеспечить точность и достоверность? Какие методы сбора информации вы используете для получения сведений о книгах, документах или экспонатах? Как вы исправляете ошибки, когда обнаруживаете, что появились исследования, показавшие, что имеющиеся в ваших фондах книги, документы или экспонаты не точны или не являются подлинными? Директору библиотеки/архива/музея задайте следующие вопросы: Как вы проверяете точность и достоверность сведений о книгах или других библиотечных ресурсах, оригинальных документах или экспонатах, предоставленных вашими сотрудниками/коллегами? Существуют ли в вашей организации стандарты, связанные с точностью? Если да, опишите их. Существуют ли правила для обеспечения гендерного баланса в авторстве или нестереотипного гендерного представительства при составлении коллекций книг или других библиотечных ресурсов, оригиналов документов или экспонатов?
- Пригласите на урок историка, который мог бы рассказать об историческом ревизионизме и отрицании исторических фактов и концепций (дениализме). Обсудите разницу между историческим ревизионизмом и дениализмом. Рассмотрите различные степени ревизионизма и отрицания, включая искажение и упрощение, на примере Холокоста/геноцида еврейского народа. См. дополнительную информацию о Международном альянсе в память о Холокосте (IHRA) и о Международном дне памяти жертв Холокоста <https://ru.unesco.org/commemorations/holocaustremembranceday>, призванных повышать осведомленность об искажении информации о Холокосте, связанных с этим мотивами и последствиях. Какие глобальные и/или национальные проблемы и события стали объектами ревизионизма или отрицания? Согласуются ли исторический ревизионизм и дениализм с поиском истины? Что побуждает некоторых людей разделять такие взгляды? Сделайте презентацию и проведите обсуждение основных моментов вашего интервью с историком.

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности

Темы для дальнейшего изучения

- Свобода выражения мнений и свобода информации
- Кодекс поведения и этики журналистов и информационных специалистов
- Историческая грамотность
- Исторический ревизионизм и отрицание
- Извлечение данных, анализ данных и изложение истины

РАЗДЕЛ 2. ПРОСТРАНСТВО НЕКОРРЕКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ И ДЕЗИНФОРМАЦИИ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Составляющие ложного и вводящего в заблуждение контента — дезинформация, некорректная информация и утечки информации, включая теории заговора
- Типы недостоверной информации (вводящий в заблуждение контент, самозванный контент, сфабрикованный контент, ложные взаимосвязи, ложный контекст, манипулятивный контент)
- Некорректная информация и ненавистнические высказывания

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- различать отдельные виды ложного и вводящего в заблуждение контента (дезинформацию, некорректную информацию и утечку информации, включая теории заговора и мифы) с точки зрения специфических черт, мотивации и других признаков;
- приводить примеры разных типов ложного и вводящего в заблуждение контента, найденного на различных медиаплатформах.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно:

- ◇ тематические исследования/примеры распространенных форм ложного и вводящего в заблуждение контента;
 - ◇ подход «исследование вопроса»;
 - ◇ исследование;
 - ◇ создание;
 - ◇ анализ контента/контекста.
- Различные типы дезинформации, некорректной информации и утечек информации включают:
 - ◇ вводящий в заблуждение контент,
 - ◇ самозванный контент,
 - ◇ сфабрикованный контент,
 - ◇ ложная связь,
 - ◇ ложный контекст,
 - ◇ манипулятивный контент,
 - ◇ теории заговора,
 - ◇ мифы.
 - Обратите внимание, что ненавистнический контент не обязательно совпадает с ложным контентом. Например, ложные сведения в отношении прививок редко сочетаются с ненавистью. Однако, несмотря на то, что это несовпадающие виды высказываний, отдельные выражения ненависти и враждебности часто бывают перегружены ложным и вводящим в заблуждение контентом. Изучите определения каждого термина в Глоссарии в конце Учебной программы МИГ или получите дополнительную информацию, используя перечисленные ниже ресурсы ЮНЕСКО и партнеров. Вы можете найти аналогичные источники в Интернете на вашем родном языке. Организуйте в классе обсуждение сходства и различия этих терминов. Как только сформируется четкое понимание их содержания, разделите учащихся на группы и попросите привести примеры из социальных сетей для каждой категории ложной информации.

- ◇ Журналистика, «фейковые новости» и дезинформация: Руководство для академической и профессиональной подготовки журналистов <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371785>
 - ◇ Компромисс: противодействие цифровой дезинформации с учётом свободы выражения мнений <https://ru.unesco.org/publications/balanceact>
 - ◇ Медиа- и информационная грамотность в журналистике. Пособие для журналистов и преподавателей журналистики <https://en.unesco.org/sites/default/files/russian.pdf>
 - ◇ Постеры по медийной и информационной грамотности https://en.unesco.org/sites/default/files/mil_infographics_covid19_factsvsopinionseries_ru.zip
 - ◇ Кампания ЮНЕСКО и партнеров #ThinkBeforeSharing, направленная на противодействие распространению теорий заговора <https://en.unesco.org/themes/gced/thinkbefresharing>
 - ◇ Innovative test teaches ABC's of disinformation: <https://en.unesco.org/news/innovative-test-teaches-abcs-disinformation>
 - ◇ Media and Information Literacy Micro-Learning Resources <https://en.unesco.org/covid19/communicationinformationresponse/visualresources>
 - ◇ Guide to Conspiracy Theories https://conspiracytheories.eu/_wp-content/uploads/2020/03/COMPACT_Guide-2.pdf
 - ◇ The Conspiracy Theory Handbook <https://www.climatechangecommunication.org/wp-content/uploads/2020/03/ConspiracyTheoryHandbook.pdf>
- Разделите класс на пары или небольшие группы. Попросите каждую группу найти в Интернете и в офлайне из разных источников (СМИ, онлайн-медиа, социальные сети, книги) примеры ложного и вводящего в заблуждение контента. Обсудите представленные примеры (можно добавить другие вопросы): На какой платформе было найдено больше всего примеров? Каким темам были посвящены наиболее распространенные примеры в целом и отдельные типы ложного и вводящего в заблуждение контента?
 - На момент написания данной Учебной программы наиболее распространенными темами для ложной и вводящей в заблуждение информации были изменение климата, вакцинация и пандемия COVID-19 (и другие эпидемии). Проведите онлайн-/офлайн-исследование распространенной ложной и вводящей в заблуждение информации, посвященной этим темам. Составьте список и проведите поиск доказательной информации, опровергающей эти ложные сведения. При поиске источников достоверной и доказательной информации обратите внимание на материалы Всемирной организации здравоохранения, вашего местного органа здравоохранения, ЮНЕСКО и Программы ООН по окружающей среде. Определите заслуживающие доверия учреждения, чьи материалы вы использовали для разоблачения ложной информации. Почему вы сочли их достоверными источниками информации?

- Организуйте обсуждение личного опыта учащихся, связанного с теориями заговора. С какими теориями заговора они сталкивались? Где они с ними познакомились, онлайн или офлайн? Как им удалось определить, что полученная информация была теорией заговора? Считают ли они, что настоящие заговоры существуют? Могут ли они поделиться некоторыми из них? Помогите учащимся найти некоторые из широко известных теорий заговора. Изучите коллекцию учебных ресурсов, разработанных ЮНЕСКО, Европейской Комиссией и Твиттером в рамках кампании #ThinkBeforeSharing и посвященных вопросам выявления, опровержения и разоблачения теорий заговора <https://en.unesco.org/themes/gced/thinkbefresharing>. Организуйте обсуждения в малых группах, подготовку презентаций/отзывов об этих ресурсах и другие виды деятельности.
- ◇ Теории заговора часто представляются в виде журналистских расследований. Изучите ресурсы ЮНЕСКО, посвященные тому, как идентифицировать качественную и профессиональную журналистику <https://en.unesco.org/covid19/communicationinformationresponse/visualresources>. Организуйте мероприятия, аналогичные указанным выше. Дополнительные ресурсы ЮНЕСКО, разработанные в рамках проекта MIL CLICKS, находятся по ссылке <https://en.unesco.org/milclicks>.
- Не существует признанного на международном уровне определения ненавистнических высказываний (hate speech). Поищите в Интернете различные описания этого явления, предлагаемые авторитетными международными, региональными и национальными организациями. Объедините учащихся в группы и помогите им выделить различия в найденных формулировках и определениях. Обсудите, почему не стоит выбирать какое-то одно определение и игнорировать другие — что при этом можно упустить, что подчеркивается в каждом из определений, кто должен принимать решения относительно выбора определения, каковы последствия такого выбора.
- Найдите или предварительно подготовьте примеры сообщений, представляющих различные типы ненавистнических высказываний, например, связанные с проявлениями предвзятости, предубеждений и определенных мотивов, включая гендерную дискриминацию, расизм, антисемитизм, ненависть, направленную на представителей сообществ ЛГБТКИ+ и т. д. Повторите на этом материале упражнение, которое предлагалось выше для работы с примерами ложного и вводящего в заблуждение контента. Выделите различные типы ненавистнических высказываний. Если учащиеся не возражают, предложите им поделиться опытом столкновения с проявлениями ненависти/нетерпимости в роли свидетеля или объекта (онлайн или офлайн). Обсудите причины их желания или нежелания обсуждать эту тему, проанализируйте их ответы. Используйте следующие ресурсы ЮНЕСКО и партнеров:

- ◊ Противодействие антисемитизму с помощью образования. Руководящие принципы для разработчиков политики <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368127>.
- ◊ Countering Online Hate Speech <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000233231>.
- ◊ Rethinking learning: A review of social and emotional learning for education systems <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373890?locale=en>.
- В Стратегии и Плате действий ООН по борьбе с ненавистнической риторикой⁵⁹ Обязательство 7 «Использование образования в качестве инструмента для борьбы с ненавистнической риторикой и противодействия им» предусматривает, что агентства ООН должны принимать меры в области формального и неформального образования для достижения Цели устойчивого развития 4, продвижения ценностей и навыков образования в области глобальной гражданственности и повышения медийной и информационной грамотности. В документе также предлагаются программы, проекты и мероприятия по поддержке медийной и информационной грамотности, включая цифровую или технологическую грамотность, которые поощряют критическое мышление и критические компетенции людей. Проведите различные учебные мероприятия, направленные на изучение основного содержания указанного документа. Пример такого мероприятия: объедините учащихся в группы и попросите их изучить, в какой степени указанные в документе действия реализуются в их сообществах или регионах.

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

Темы для дальнейшего изучения

- Пропаганда и некорректная информация/дезинформация

⁵⁹ Стратегия и План действий ООН по борьбе с ненавистнической риторикой. https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action_plan_on_hate_speech_RU.pdf

- Методы вычислительной пропаганды
- Влияние технологий искусственного интеллекта на ситуацию с некорректной информацией и дезинформацией
- Дипфейки (глубокие фейки) и другие формы синтетических медиа (включая технологии аудиовизуальных манипуляций)

РАЗДЕЛ 3. МЕДИА И НЕКОРРЕКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Дезинформация и манипуляции медиа
- Социальные медиа как предпочтительная платформа для дезинформации
- Структура дезинформации и троллинг/кликбейтный контент

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- описывать качества или характеристики, которые делают социальные медиа предпочтительной платформой для распространения дезинформации в определенном контексте;
- понимать, как работает троллинг/кликбейт, в том числе в отношении дезинформации;
- анализировать имеющиеся в распоряжении интернет-посредников механизмы противодействия распространению дезинформации и ненависти, а также их эффективность;
- разрабатывать рабочие планы, направленные на противодействие распространению ложного и вводящего в заблуждение контента в рамках учебного заведения.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно:

- ♦ тематические исследования/примеры распространенных форм ложного и вводящего в заблуждение контента;
 - ♦ подход «исследование вопроса»;
 - ♦ исследование;
 - ♦ создание;
 - ♦ анализ контента/контекста.
- Разделите класс на группы и попросите каждую группу подготовить небольшой план работы, направленный на борьбу с некорректной информацией в рамках школы. План может включать следующие элементы: аудитория, цели, сообщения, стратегии и мероприятия. Попросите учащихся использовать основные идеи и сообщения, разработанные в ходе подготовки плана, для создания визуальных материалов (плакатов, инфографики, социальной рекламы, открыток в социальных сетях, мемов и пр.) и размещения их на любой платформе по выбору учащихся — в печатных, вещательных или цифровых медиа.
 - Обсудите, что такое «бот» и как его распознать. См. <https://www.dw.com/ru/что-такое-боты-т-как-они-работают/a-41716550>.
 - Разделите учащихся на небольшие группы (4–5 участников), в которых каждый участник сможет рассказать о своем опыте взаимодействия с ложным контентом при использовании социальных медиа. Обсуждение может строиться на основе следующих вопросов: Публиковали ли вы сами ложный контент в Интернете? Что побуждало вас поставить лайк или делиться ложным контентом? Знали ли вы, что контент является ложным до того, как поставили лайк или поделились этим контентом? Какова была ваша первоначальная реакция, когда вы узнали, что контент был ложным (при условии, что вы не знали об этом ранее)? Что вы могли бы посоветовать вашим сверстникам, чтобы помочь им стать более разборчивыми при использовании аккаунтов в социальных сетях? (Примечание: если у учащихся нет опыта взаимодействия с ложным контентом, они могут взять интервью у других учащихся, имеющих такой опыт).
 - Обсудите, роль алгоритмов цифровых платформ в усилении распространения и повышении частоты появления рекомендаций контента и групп, пропагандирующих ненависть и/или дезинформацию. Каковы обязательства цифровых платформ в этой сфере? Должны ли пользователи быть уведомлены, если они сталкиваются с такого рода контентом?
 - Распространяют ли какие-то новостные медиа дезинформацию или вводящие в заблуждение нарративы? Где заканчивается плюрализм медиа и начинается распространение ложного или вводящего в заблуждение контента? Зачем некоторые новостные медиа «захватываются» для создания, узаконивания и распространения лжи и/или ненависти?

- Проведите интервью или организуйте встречу с библиотекарями, архивистами или сотрудниками музеев, чтобы обсудить, могут ли они идентифицировать книги, документы или исторические экспонаты, которые распространяют дезинформацию и искажают факты, и если да, то каким образом? Как они поступают, если в их распоряжении оказываются противоречивые доказательства или точки зрения на подлинность материалов, находящихся в их фондах? Рассмотрите, например, случаи, когда роли женщин определенной расы/происхождения не учитывались или получали недостаточное освещение в исторических свидетельствах. Каким образом решаются подобные проблемы?

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

Темы для дальнейшего изучения

- Теории заговора
- Программные продукты, способствующие распространению некорректной информации (технологии искусственного интеллекта, алгоритмы, боты и др.)

РАЗДЕЛ 4. ВЛИЯНИЕ ЛОЖНОГО И ВВОДЯЩЕГО В ЗАБЛУЖДЕНИЕ КОНТЕНТА НА ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВО

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Влияние некорректной информации и дезинформации на доверие журналистике (медиа)

- Дезинфодемия и пандемия COVID-19: влияние на здоровье и безопасность человека и общества (см. <https://en.unesco.org/covid19/disinfodemic>)
- Дезинформация и демократия (включая выборы — см. публикацию ЮНЕСКО из серии «Мировые тенденции в области свободы выражения мнений и развития СМИ» под названием «Выборы и СМИ в цифровую эпоху» <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375272>)
- Некорректная информация и экономика

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- анализировать влияние некорректной информации и дезинформации на общественное доверие к организациям средств массовой информации;
- обсуждать влияние «дезинфодемии» на поведение и практики, связанные со стремлением к здоровому образу жизни, особенно в среде родителей и молодых людей;
- приводить примеры влияния различных методов дезинформации на участие граждан в управлении, включая выборы;
- пояснять потенциальное влияние различных типов некорректной информации на экономику.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно:

- ♦ тематические исследования/примеры распространенных форм ложного и вводящего в заблуждение контента;
- ♦ подход «исследование вопроса»;
- ♦ исследование;
- ♦ создание;
- ♦ анализ контента/контекста.
- Разделите класс на пары или небольшие группы. Попросите каждую пару или группу взять интервью у должностных лиц/сотрудников организаций сферы общественного здравоохранения на тему влияния «дезинфодемии» на поведение и практики людей, стремящихся к здоровому образу жизни, в частности, родителей. Особенное внимание при этом уделите

вопросам профилактики пандемии COVID-19, иммунизации (вакцинации) и другим приоритетным вопросам здравоохранения. Интервью могут быть посвящены получившим наибольшее распространение заблуждениям и ложным сведениям о проблемах со здоровьем, а также стратегиям борьбы с «дезинформацией».

- Прочтите краткое содержание книги «Архитекторы сетевой дезинформации» (Architects of Networked Disinformation <http://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/Architects-of-Networked-Disinformation-Executive-Summary-Final.pdf>). Напишите эссе/блог или создайте видеоблог, посвященный методам убеждающей коммуникации (persuasive communication), которые «архитекторы сетевой дезинформации» использовали для мобилизации популистских настроений в пользу программ определенных политиков. Можно взять интервью у местных экспертов и сравнить описываемые процессы с местной ситуацией. (Примечание: полный текст публикации также доступен в Интернете <https://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/ARCHITECTS-OF-NETWORKED-DISINFORMATION-FULL-REPORT.pdf>).

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

Темы для дальнейшего изучения

- Некорректная информация и цели устойчивого развития
- Право на частную жизнь
- Теории когнитивных искажений
- Правда в рекламе и связях с общественностью

РАЗДЕЛ 5. МЕДИЙНАЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ И НЕКОРРЕКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Проверка фактов (фактчекинг) и другие инструменты
- Компетенции МИГ, помогающие противостоять информационному беспорядку
- Модельные проекты и программы в области МИГ, направленные на противодействие распространению некорректной информации

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- осуществлять проверку фактов (фактчекинг) и владеть соответствующими методами и инструментами борьбы с некорректной информацией и дезинформацией;
- разрабатывать на основе компетенций МИГ конкретные индикаторы эффективности с точки зрения освоения знаний и навыков и формирования установок;
- разрабатывать программы действий/проекты, направленные на борьбу с дезинформацией.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно:

- ◇ тематические исследования/изучение примеров;
- ◇ подход «исследование вопроса»;
- ◇ исследование;
- ◇ создание;
- ◇ анализ контента/контекста.

Групповое упражнение по проверке фактов: проанализируйте речь или заявление государственного чиновника, приведите цитаты из его/ее выступления

или заявления. Спросите учащихся, является ли каждая цитата утверждением, которое можно проверить, или просто мнением. Можно ли это утверждение верифицировать/подвергнуть фактчекингу? Почему да или почему нет? Если заявление можно верифицировать/подвергнуть фактчекингу, то как это можно было бы сделать? Затем попросите учащихся приступить к процессу проверки фактов, встречающихся в утверждениях. Поручите им пошагово задокументировать процесс, а затем обсудите и критически оцените ход проведенного учащимися исследования.

Чтобы обогатить дискуссию, проанализируйте последствия ложных утверждений: Как этот контент повлиял на граждан? Кто несет ответственность за нейтрализацию влияния/последствий ложных заявлений? Делается ли что-нибудь для устранения влияния/последствий ложных заявлений?

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

Темы для дальнейшего изучения

- Рекомендации Независимой группы высокого уровня Европейской Комиссии по поводу фейковых новостей и дезинформации, распространяемых онлайн⁶⁰

Ресурсы и ссылки

Компромисс: противодействие цифровой дезинформации с учётом свободы выражения мнений. Комиссия ЮНЕСКО и МСЭ по широкополосной связи в целях устойчивого развития (2020). <https://ru.unesco.org/publications/balanceact>

Журналистика, «фейковые новости» и дезинформация: Руководство для академической и профессиональной подготовки журналистов. ЮНЕСКО (2019). <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371785>

⁶⁰ Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation. <https://www.ecsite.eu/sites/default/files/amulti-dimensionalapproachtodisinformation-reportoftheindependenthighlevelgrouponfakenewsandonlinedisinformation.pdf>

Дэниел Левитин: Путеводитель по лжи. Критическое мышление в эпоху постправды. <https://www.labyrinth.ru/books/611870/>

Шошана Зубофф. Эпоха надзорного капитализма. Битва за человеческое будущее на новых рубежах власти. Пер. с англ. А.Ф. Васильева; под ред. Я. Охонько и А. Смирнова. — М.: Издательство Института Гайдара, 2022. — 784 с. <https://www.iep.ru/ru/izdatelstvo/book/2022/epokha-nadzornogo-kapitalizma-bitva-za-chelovecheskoe-budushchee-na-novykh-rubezhakh-vlasti-.html>

Интервью с Шошаной Зубофф (есть русские субтитры). <https://www.youtube.com/watch?v=hlXhnWUmMvw>

Фактчекинг: 5 надежных способов проверить информацию. <http://mediatoolbox.ru/factchecking/>

Русскоязычный проект, посвященный фактчекингу. <https://provereno.media/about/>

Article 19. (2015). Hate Speech Explained. <https://www.article19.org/resources/hate-speech-explained-a-toolkit/>

Bradshaw, Samantha and P. Howard. (2019). Global Disinformation Order 2019. Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. Working Paper 2019. 2, Oxford UK Project on Computational Propaganda.

Cyberbully (film, 2011). https://www.imdb.com/title/tt1930315/?ref_=nv_sr_srgs_0

David, Marian. (2004). Theories of Truth in Handbook of Epistemology edited by Ilkka Niiniluoto, Matti Sintonen and Jan Wolenski. Springer Science+Business Media Dordrecht.

European Commission Directorate -General for Communication Networks, Content and Technology. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the Independent High-Level Group on fake news and online disinformation. Belgium: European Union.

Jackson. Dean. 17 October 2017. Issue Brief: Distinguishing Disinformation from Propaganda, Misinformation, and “Fake News.”

Kovach, Bill and Tom Rosenstiel. (2014). The Elements of Journalism. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect (Revised and Updated). New York: Three Rivers Press.

Learning English. (2018, May 22). News literacy lesson 2: Verification, independence, accountability. <https://learningenglish.voanews.com/a/news-literacy-lesson-2-verification-independence-accountability/4388049.html>

Nery, J. (2019). “Democratic decay and disinformation in the digital age,” Friedrich Nauman Foundation for Freedom, 1-36. <https://asia.fnst.org/sites/default/files/uploads/2019/04/26/democracydecayanddisinformationinthedigitalage.pdf>

Ong, Jonathan Corpus and Jason A. Cabanes (2017). Architects of Networked Disinformation, Newton Tech4Dev Network. <http://newtontechfordev.com/wp-content/uploads/2018/02/ARCHITECTS-OF-NETWORKED-DISINFORMATION-FULL-REPORT.pdf>

Ordway, D. (2020). "Rated false." https://www.niemanlab.org/2020/01/rated-false-heres-the-most-interesting-new-research-on-fake-news-and-fact-checking/?fbclid=IwAR2K6OPYxCwpU0m5IRkXJnoYPjww7u8h_UiHCZMoYOak3ljiLTZlyb3wns

Silverman, Craig. (2020) Verification Handbook for Disinformation and Media Manipulation. European Journalism Centre. <https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/datajournalismcom/handbooks/Verification-Handbook-3.pdf>

Silverman, Craig. (2014) Verification Handbook for Investigative Reporting. European Journalism Centre. <http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook.2.pdf>

UNESCO. Think Before Clicking, Think Before Sharing. <https://en.unesco.org/covid19/communicationinformationresponse/visualresources>

UNESCO #ThinkingBeforeSharing. <https://en.unesco.org/themes/gced/thinkbefresharing>

МОДУЛЬ 5

АУДИТОРИЯ КАК ГРАЖДАНЕ



КОНТЕКСТ И ОБОСНОВАНИЕ

У всех нас разный опыт в качестве аудитории онлайн- или офлайн-контента. Все чаще наше взаимодействие с контентом опосредовано компаниями, занимающимися цифровыми коммуникациями, и онлайн-предпринимателями, работающими через социальные сети и цифровые технологии, такие как мобильные телефоны и приложения. Во большинстве регионов мира и дети, и взрослые каждый день проводят значительную часть своего времени во взаимодействии с медиа и цифровыми коммуникациями. Во второй половине двадцатого века было распространено предположение о том, что аудитория представляет собой более или менее однородную группу пассивных потребителей информации, воспринимающих и интерпретирующих текст или медийную информацию сходным образом. Часто это было именно так в случае с телевидением, особенно на ранних этапах внедрения этой технологии, поскольку коммуникация не была многомерной и не имела многочисленных циклов обратной связи. Современный интернет-контекст значительно усложнил не только способы нашего общения, но и то, с кем мы общаемся. Теперь нас можно одновременно считать потребителями (иногда называемыми «целевой аудиторией», включая таргетирование рекламы и отдельных единиц контента на основе собираемых данных), а также активными участниками, что означает, что мы также являемся производителями и авторами контента.

Целевые аудитории — это группы читателей, зрителей или слушателей, и во все большей степени пользователей, определяемые конкретными демографическими и другими характеристиками, такими как возраст, этнокультурное происхождение, социально-экономический статус, пол, идентичность или интересы. Целевую аудиторию можно рассматривать как особую группу, для которой различные акторы разрабатывают и «упаковывают» сообщения. Например, традиционно рекламодатели были заинтересованы в покупке времени или места, предоставляющих им доступ к определенной демографической или целевой группе. В телевизионной индустрии рекламодатели покупают рекламное место в сетке вещания определенной программы или канала, если эта программа привлекает ту аудиторию, которую они хотят охватить. Многие телевизионные программы изначально разрабатываются для привлечения определенных рекламодателей. В настоящее время в контексте новых медиа и, в частности, социальных сетей существуют алгоритмы, средства отслеживания поведения пользователей и цифровые следы, которые дают возможность негласным образом идентифицировать нужных пользователей или выделить их в определенную группу. Это дает возможность разработки сложных маркетинговых схем для предъявления пользователям рекламы и другого контента, при этом аудитория не изъявляла такого желания или даже не осведомлена о том, что реклама включается в потребляемый

контент. Например, заинтересованный в путешествии в определенное место человек ищет информацию через веб-браузер, а затем обнаруживает рекламные объявления, всплывающие в социальных медиа и могущие его заинтересовать. Такого рода примеры отчетливо показывают, как доступ, использование и таргетированная информация и сообщения могут многократно и стремительно переплетаться. Дополнительную информацию о рекламе см. в Модуле 10.

Однако люди являются гражданами, а не просто зрителями. Люди имеют ценность, намного превышающую ту, что связана с потреблением контента. Способы и характер интерпретации сообщений и взаимодействия могут быть связаны с социально-психологическим и жизненным опытом, с ценностями, установками и поведением, отражающими культурную, экономическую, этно-расовую и другую идентичность. Хотя в мире по-прежнему существуют неравенство, барьеры, препятствия и разногласия, которые могут затруднять и ослаблять социальные отношения, существует также множество возможностей и путей для взаимодействия и общения с другими людьми, невзирая на языковые, географические, культурные и политические границы. Эта ситуация, осложняемая серьезными проблемами, которые выходят за рамки национального и локального уровня (окружающая среда, миграция, расизм, конфликты, бедность, экономическая политика), напрямую связана с идеей глобальной гражданственности. Рост уровня мобильности людей (на момент написания данного текста этой мобильности угрожал кризис, связанный с распространением COVID-19), расширение доступа к интернет-коммуникациям и распространение идей, культуры и образования делают глобальную гражданственность все более необходимой основой для противостояния давним проблемам, а также — стремления к миру, социальному равенству и выживанию культур, особенно для маргинализированных групп и коренных народов. Согласно представленной организациями IDEAS и Oxfam концепции глобального гражданства, глобальный гражданин — это тот, кто:

- имеет представление о том, насколько наш мир велик, и осознает свою роль в качестве гражданина мира;
- уважает и ценит разнообразие;
- имеет представление о том, как мир устроен;
- не готов мириться с социальной несправедливостью;
- участвует в жизни общества на разных уровнях, от местного до глобального;
- готов действовать, чтобы сделать мир более справедливым и устойчивым;
- берет на себя ответственность за свои действия.

ЮНЕСКО подходит к этой теме следующим образом: «Определение гражданства активно обсуждается, но нет общепринятого определения глобальной гражданственности. Во всех случаях глобальная гражданственность не влечет за собой юридического статуса, эта концепция скорее связана с чувством принадлежности к мировому сообществу и чувством общности с человечеством, его предполагаемыми членами, испытывающими солидарность и разделяющими коллективную идентичность и коллективную ответственность на глобальном уровне. Глобальная гражданственность — это дух или метафора, а не формальное членство. Являясь фундаментом коллективных усилий, глобальная гражданственность может и, как ожидается, будет основой для деятельности и сотрудничества посредством гражданских действий во имя мира и лучшего будущего»⁶¹.

Чтобы быть эффективными гражданами мира, молодые люди и взрослые должны быть гибкими, творческими и активными. Они должны уметь решать проблемы, принимать решения, критически мыслить, эффективно доносить идеи и хорошо работать в командах и группах. Эти навыки и качества все чаще признаются необходимыми для достижения успеха и в других сферах жизни в XXI веке, в том числе в профессиональной деятельности. Подобные навыки и качества невозможно развить без использования активных методов обучения, когда учащиеся учатся, работая и сотрудничая с другими.

Образование и, в данном случае, образование в области глобальной гражданственности (ОГГ) имеют огромное значение для медийной и информационной грамотности. Как будет показано ниже, у МИГ и ОГГ имеют ряд общих целей.

В этом модуле будут рассмотрены следующие вопросы:

1. Как глобальная гражданственность влияет на понимание того, что такое аудитория по отношению к контенту, институциям и технологиям.
2. Как происхождение и опыт продюсера/автора могут влиять на понимание текста во всех формах.
3. Какие еще факторы влияют на интерпретацию контента, включая аспекты, связанные с культурой, образованием и идентичностью.
4. Каким образом создание руководства или модели медийной и информационной грамотности может содействовать развитию навыков критической интерпретации.
5. Как аудитория определяет, какие способы и модели коммуникации и получения информации использовать в повседневной жизни, и к каким последствиям это приводит.

⁶¹ The ABCs of global citizenship education. UNESCO, 2017. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248232>

РАЗДЕЛЫ

**РАЗДЕЛ 1.
ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ГЛОБАЛЬНОЙ
ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ**

**РАЗДЕЛ 2.
АУДИТОРИИ: НАЦИОНАЛЬНЫЙ
И ОБЩЕМИРОВОЙ КОНТЕКСТ**

**РАЗДЕЛ 3.
МИГ, ЦИФРОВЫЕ МЕДИА
И ГРАЖДАНСКОЕ УЧАСТИЕ**

**РАЗДЕЛ 4.
СОЗДАВАЕМАЯ
И РАСПРОСТРАНЯЕМАЯ
ГРАЖДАНАМИ ИНФОРМАЦИЯ
И ГРАЖДАНСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА**

РАЗДЕЛ 1. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ГЛОБАЛЬНОЙ ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Компетенции МИГ, необходимые для анализа и работы над решением проблем в реальной жизни
- Значение медийной и информационной грамотности для глобальной гражданской ответственности
- Необходимость многостороннего сотрудничества в рамках учебных заведений и за их пределами
- Осознание и принятие установок, опыта, происхождения и убеждений, а также того, как они влияют на мировоззрение
- Как глоболизирующиеся информация и коммуникация могут способствовать глобальной гражданской ответственности (дополнительные сведения по этой теме см. в Модулях 13 и 14)

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- показывать связь между МИГ и ОГГ и их актуальность для обучения;
- понимать важность критического осмысления глобальных, региональных, национальных и местных проблем и действовать на основе уважения и этики, а также признавать взаимосвязь и взаимозависимость различных стран и групп населения;
- понимать преимущества принадлежности к общему человечеству, с общими ценностями и деятельностью, сочувствием, солидарностью и уважением к различиям и разнообразию.

Что такое образование в области глобальной гражданской ответственности

Почти все аспекты, рассматриваемые в этой Учебной программе по МИГ, связаны с ОГГ. ЮНЕСКО разработала целую серию учебных и оценочных ресурсов по ОГГ, многие из них перечислены ниже в подразделе «Ресурсы и ссылки». Поэтому основное внимание в данном разделе уделяется связи медийной и информационной грамотности с образованием в области глобальной гражданской ответственности.

ЮНЕСКО определяет ОГГ следующим образом:

Образование в области глобальной гражданственности должно носить преобразующий характер, будучи направленным на формирование знаний, навыков, ценностей и установок, которые учащиеся могли бы применить в деле построения более всеобъемлющего, справедливого и миролюбивого мира. В ОГГ (называемом иногда воспитанием глобальной гражданственности) применяется многосторонний подход, берущий «на вооружение концепции и методологии, которые уже применяются в других областях, включая образование в области прав человека, образование в целях обеспечения мира, образование в интересах устойчивого развития и воспитание в духе международного взаимопонимания» и направленный «на содействие достижению их общих задач. Воспитание глобальной гражданственности применяет концепцию обучения на протяжении всей жизни, начиная с раннего детства и на всех уровнях образования вплоть до взрослого возраста, и требует использования формальных и неформальных подходов, учебных и внеучебных мероприятий и традиционных и нетрадиционных методов обеспечения участия».⁶²

Говоря об «аудитории», полезно рассуждать в контексте глобальной гражданственности. Важно не рассматривать аудиторию отдельно от производителей контента, так как существует множество расходящихся или перекрывающихся «пабликов» и «минипабликов», которые могут легко информировать и оказывать влияние и не только на получателей, но и на производителей и распространителей контента. Крупные и официальные средства массовой информации хоть и сохраняют свою основную роль, но теперь их влияние на аудиторию может быть поставлено под сомнение, изменено или затруднено голосами множества альтернативных поставщиков контента, сетей, приложений и систем. Мы не можем быть точно уверены, кто читает, просматривает, слушает или иным образом взаимодействует с контентом в любой момент времени. Это важно, потому что некоторые из наших сообщений, видео, подкастов, комментариев, изображений и т. д. могут стать «вирусными», быть проигнорированы или неправильно истолкованы, они могут найти новую, неизвестную аудиторию, с которой будут построены новые отношения. Сообщения можно комбинировать, пересматривать в разных контекстах и смешивать с другими элементами (например, с различным визуальным или звуковым сопровождением).

Такая ситуация может иметь несколько вариантов последствий. Она может ставить под угрозу или способствовать заявленным целям глобальной гражданственности, упомянутым выше. Она создает новые вызовы как для

⁶² Воспитание глобальной гражданственности: темы и цели обучения. ЮНЕСКО, 2015. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232993_rus

производителей/поставщиков контента, так и для потребителей, которые сочетаются с проблемами в сфере образования, которая должна способствовать использованию, интерпретации и взаимодействию с контентными продуктами в широком смысле. В то же время информационно-коммуникационная экология пронизана соображениями глобальной гражданственности. Молодые люди, в частности, высказывают озабоченность тем, каков тот мир, который они видят вокруг, в который вносят свой вклад и который наследуют.

Образование в области глобальной гражданственности и МИГ

ЮНЕСКО и многие другие заинтересованные стороны во всем мире продвигают концепцию образования в области глобальной гражданственности. Согласно предлагаемому ЮНЕСКО подходу, существует несколько отличительных аспектов ОГГ. Во введении к этому модулю мы подчеркнули важность социального обучения и социально-эмоционального обучения. Есть два ключевых элемента образования в области глобальной гражданственности, которые относятся к социальному обучению и к тому, чтобы быть активным цифровым гражданином. Подробный список целей образования и воспитания глобальной гражданственности приведен в публикации ЮНЕСКО «Воспитание глобальной гражданственности: темы и цели обучения» https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232993_rus. Приведенная ниже Таблица 5.1 иллюстрирует взаимосвязь между этими направлениями и тем, как социальные сети могут использоваться для творческого обучения. В ней также предлагаются мероприятия, связанные с целями воспитания глобальной гражданственности.

ТАБЛИЦА 5.1 МЕДИЙНАЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ И ОБРАЗОВАНИЕ В ОБЛАСТИ ГЛОБАЛЬНОЙ ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ

ЦЕЛИ ОБРАЗОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ГЛОБАЛЬНОЙ ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ ⁶³	ЦЕЛИ МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ	СВЯЗЬ МЕЖДУ ОБРАЗОВАНИЕМ В ОБЛАСТИ ГЛОБАЛЬНОЙ ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ И МИГ	МЕРОПРИЯТИЯ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ДЛЯ ТВОРЧЕСКОГО ОБУЧЕНИЯ МИГ И ОГГ
Поощряйте учащихся к критическому анализу реальных проблем и творческому и инновационному поиску возможных решений.	МИГ направлена на освоение компетенций для критического анализа и решения реальных проблем, которые отражаются, а иногда и усиливаются отдельными или институционализированными поставщиками контента на различных технологических платформах.	МИГ является одним из инструментов развития критического мышления, становясь более действенной при интеграции с другими социальными компетенциями, такими как межкультурная компетентность или культурная грамотность.	Социальные медиа — это управляемые алгоритмами и приносящие прибыль ресурсы, которые позволяют находить, оценивать и анализировать дискуссии или проблемы, происходящие в стране или в мире. Социальные медиа могут содействовать формированию как общих онлайн-площадок для обсуждения, так и фрагментированных и даже поляризованных сообществ. Педагоги и учащиеся могут определить темы и цели обучения, представляющие для них особый интерес. Затем критически анализировать и обсуждать элементы дискуссий в социальных сетях — контекст, участники, проблемы или перспективы обсуждения; какой нарратив является доминирующим, имеют ли все участники равный доступ к дискуссии, является ли она репрезентативной, как влияет на формирование политики. Есть множество способов для организации деятельности по развитию критического мышления, которая позволяет людям исследовать дебаты в реальном мире. Педагоги также могут разработать мероприятия, чтобы научить учащихся тому, как применять на практике методы исследования и проверять информацию из нескольких источников в социальных сетях. Эти источники могут иметь перекрестные ссылки и ссылаться на другие надежные источники, например, новостные сайты или сайты профессиональных журналистов (дополнительные примеры см. ниже в подразделе «Педагогические подходы и виды деятельности» Раздела 2).

⁶³ UNESCO (2014) Global Citizenship Education Preparing Learners for the Challenges of the Twenty-First Century. UNESCO, Paris, France. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000227729?posInSet=1&queryId=36cccc9a-72ad-4fae-86f8>

ЦЕЛИ ОБРАЗОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ГЛОБАЛЬНОЙ ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ	ЦЕЛИ МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ	СВЯЗЬ МЕЖДУ ОБРАЗОВАНИЕМ В ОБЛАСТИ ГЛОБАЛЬНОЙ ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ И МИГ	МЕРОПРИЯТИЯ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ДЛЯ ТВОРЧЕСКОГО ОБУЧЕНИЯ МИГ И ОГТ
Помогите учащимся идентифицировать ожидания, мировоззрение и соотношение сил в самых основных дискурсах и определять, какие люди/ группы в них недостаточно представлены/маргинализированы.	Важнейшей частью МИГ является предоставление людям возможности критически оценивать, как поставщики контента увеличивают свои возможности, продвигают определенный контент или обеспечивают разнообразие взглядов и свободу выражения мнений, репрезентируют реальность, информацию, политику, социальные группы, этническую принадлежность, пол, расы и т. д. Это понимание включает оценку того, поддерживают ли поставщики контента реализацию прав людей, или содействуют нарушениям в этой области. Также подобный анализ касается роли человека и того, что Фрау-Майгс (2013) называет «самоуправлением, а также вовлеченностью» ⁶⁴ .	МИГ является одновременно и средством, и целью образования в области глобальной гражданственности.	Примеры деятельности приведены выше и в подразделе «Педагогические подходы и виды деятельности» Раздела 2.
Уделяйте внимание участию в индивидуальных и коллективных действиях, чтобы добиться желаемых изменений.	МИГ позволяет людям учитывать социальную структуру и среду, в которой они живут. Это дает возможность индивидуально, автономно и на основе сотрудничества действовать в своей коммуникационной экосистеме, предпринимая действия, которые могут привести к положительным эффектам, изменениям, обсуждениям или желаемым целям.	МИГ представляет собой форму гражданского участия.	Как и в примерах выше, преподаватели могут разработать мероприятия, связанные с целями ООН в области устойчивого развития, чтобы вместе с учащимися исследовать то, как один человек или группа приводят к изменениям в социальных дискурсах, частном секторе или государственной политике. При выполнении этой деятельности обеспечивайте баланс между действиями, приносящими успех, и теми, которые не закончились результативно. Проанализируйте, почему это может быть важно.
Привлекайте широкий круг заинтересованных сторон, в том числе тех, кто находится за пределами учебной среды, к взаимодействию в сообществе и в обществе в целом.	МИГ охватывает обучение в классе и обучение вне класса, что позволяет этим двум форматам обучения обогащать друг друга.	МИГ позволяет установить важные связи между контентом, институциями и заинтересованными сторонами в условиях формального обучения.	Социальные медиа могут быть полезными инструментами для обучения как вне класса, так и в классе. Педагоги могут разрабатывать мероприятия, основанные на опыте обучения людей/граждан за пределами школы, и интегрировать их в формальную учебную среду. Изучите, что представляло собой обучение в этом контексте, какой контент был полезен для обучения, есть ли противоречия между тем, что было изучено, например, онлайн, и реальностью офлайн; проанализируйте, какие заинтересованные стороны оказали влияние на контент, с какой целью, и принесло ли обучение пользу в результате такого влияния (дополнительные примеры см. ниже в подразделе «Педагогические подходы и виды деятельности» Раздела 2).

⁶⁴ Frau-Meigs 2013, p. 183 in Carlsson and Culver (2013), Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue. Yearbook 2013, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, University of Gothenburg, Sweden.

Оценивание и рекомендации

- Письменный экзамен
- Эссе, рефераты и отзывы на темы, затронутые в ходе лекций, тематических исследований (case studies), аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых видах учебной деятельности
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (например, плакатов, брошюр, инфографики, социальных медиакарт, видеоблогов)
- Исследовательская статья
- Репортаж/отчет о проведенном исследовании

РАЗДЕЛ 2. АУДИТОРИИ: НАЦИОНАЛЬНЫЙ И ОБЩЕМИРОВОЙ КОНТЕКСТ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 4 ЧАСА

Основные темы

- Формирование и таргетирование аудиторий
- Как аудитории интерпретируют смыслы
- Как на аудитории влияет представление о глобальной гражданственности
- Пользователи медиа как активные потребители, создатели и пользователи

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- владеть понятием аудиторий, включая факторы, которые могут повлиять на различия в интерпретации контента со стороны отдельных лиц и аудиторий;
- анализировать процессы прямого и опосредованного формирования и таргетирования аудиторий;
- объяснять, на каких основаниях складываются предпочтения аудитории по отношению к определенным типам информации или печатным медиа, и насколько эти предпочтения изменчивы;

- анализировать реакцию аудитории на информацию, печатные медиа и цифровые тексты, пояснять определяющие факторы, особенно в контексте глобальной гражданственности;
- изучать динамические, взаимосвязанные и потенциально преобразующие отношения между процессом создания, сообщениями, вовлеченностью и аудиторией;
- учитывать важность образования в области глобальной гражданственности в создании, потреблении и взаимодействии с медиа.

Аудитории и исключенность

На понимание смысла медиатекстов (включая изображения, видео и интерактивные медиа, такие как электронные игры) в целом может влиять целый ряд факторов как на стадии производства контента, так и в процессе интерпретации аудиториями. Один и тот же контент может быть понят совершенно по-разному в зависимости от того, кто является аудиторией. Присутствие или отсутствие, например, девочек и девушек в медиа может явным и неявным образом влиять на получателя. Нейтральное восприятие невозможно, поскольку каждый из нас предвзят вследствие прошлого жизненного опыта. В качестве примера рассмотрим вопрос о том, что считать проявлением расизма или дискриминации в каком-то отдельном нарративе или наборе дискурсов. Ответы могут сильно различаться в зависимости от того, чье мнение принимается во внимание. Социальные медиа играют важную роль: с одной стороны, они предоставляют возможность людям развивать сочувствие и понимание и формировать группы по принципу солидарности, с другой — создают ниши и пространства, где расцветает дискриминация, стереотипы и маргинализация.

Funk, Kellner and Share (2016) выделили важные аспекты, касающиеся аудитории, а также другие значимые параметры в рамках своей концепции критической медиаграмотности. Критический подход является естественным для концепции МИГ; адаптированные для «критической медийной и информационной грамотности» идеи этих авторов представлены в таблице ниже.

Вопросы критической МИГ	Понятия критической МИГ
1. Кто все те люди, сделавшие различные выборы, которые помогли создать этот текст?	Социальный конструктивизм: вся информация создается совместно отдельными людьми и/или группами людей, которые делают выбор в социальных контекстах власти и влияния.
2. Как этот текст был создан и доставлен/предоставлен в доступ?	Языки/семиотика: каждый институциональный поставщик контента использует язык с определенной грамматикой и семантикой, включая визуальные и звуковые жанры. Дополнительную информацию по этой теме см. в Модуле 7.
3. Как этот текст может быть понят по-другому?	Аудитория/позиционность: отдельные лица и группы понимают сообщения медиа одинаково и/или по-разному в зависимости от множества контекстуальных факторов.
4. Какие ценности, точки зрения и идеологии представлены или отсутствуют в этом тексте, на какие из них и как повлиял поставщик?	Политика репрезентации: сообщения и институты, через которые они проходят, всегда имеют предвзятость; они поддерживают и/или бросают вызов доминирующим иерархиям власти, привилегий и удовольствий.

Вопросы критической МИГ	Понятия критической МИГ
5. Почему этот текст был создан и/или опубликован?	Производство/институции: все тексты имеют цель (часто коммерческую или государственную), которая определяется создателями и/или системами, в которых они действуют.
6. Кому этот текст приносит пользу и/или вред?	Социальная справедливость: контент — это поле борьбы, которое закрепляет или подрывает позитивные и/или негативные представления о людях, группах и проблемах; оно никогда не бывает нейтральным.

Будучи рассмотрена на фоне быстро развивающейся медиасреды, эта модель дополняет контекст глобальной гражданственности и показывает, насколько динамичной, далеко идущей и действенной может быть вовлеченность в информационно-коммуникационную экосистему. Даже когда мы не взаимодействуем со медиа, они оказывают влияние и формируют нас, учитывая, что определенные культурные формы и глобальные события могут быть в значительной степени проникнуты локальным дискурсом и распространением информации. Это становится причиной обеспокоенности по поводу усиливающегося контроля со стороны гегемоний и их влияния на информационные и коммуникационные системы, которые могут поставить в очень невыгодное положение и маргинализировать группы и даже общества или регионы.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

- Подберите и опишите примеры того, как люди используют различных поставщиков контента и ИКТ в своей повседневной жизни. Изучите и исследуйте темы, освещаемые знаменитостями индустрии развлечений, и обсудите, кто может быть их целевой аудиторией. Какие точки зрения и позиции отражены в их контенте, а какие упущены? Какие освещаемые ими темы определяют самоидентификацию таких «звезд» и их аудиторию, каковы другие признаки? По каким признакам можно судить о том, как аудитория использует этот контент? Чем эти варианты использования могут отличаться от того, что предполагали производители?
- Представьте, каким образом семья совершенно другого происхождения, чем современные семьи (показываемые в реалити-шоу, развлекательной программе или новостях), интерпретирует одну из сегодняшних телевизионных программ или рекламу. Что, исходя из этого, можно сказать о современных поставщиках контента и аудитории? Как подобные изменения повлияли на общество?

- Подумайте, как маргинализированные группы, которые могут включать коренные народы, расовые группы, группы с низким социально-экономическим статусом, этнические и религиозные меньшинства, женщины, члены сообщества ЛГБТКИ+ (группы могут варьироваться в зависимости от контекста), относятся к основным крупным медиа с точки зрения медийной репрезентации и реакции аудитории.
- Изучите различия между основными традиционными медиа, включая основные газеты, телевидение и радио, и более новыми альтернативными поставщиками, медиасети, онлайн-группы активистов и т. д.
- Обсудите, как люди, особенно учащиеся, взаимодействуют с социальными медиа и как это взаимодействие влияет на их повседневную жизнь с точки зрения установок, поведения и действий. Каковы последствия их вовлеченности? Соответствует ли степень вовлеченности в социальные медиа их гражданской активности? Наблюдается ли рост «диванного активизма» (слактивизма, slacktivism), означающего, что гражданские действия ограничиваются нажатием кнопки «Like» или обменом сообщениями? Каковы их основные заботы и интересы? Педагоги должны также организовывать другие виды деятельности, связанные глобальной гражданственностью в контексте социальных медиа.
- Подумайте, как реклама влияет на то, как мы используем, интерпретируем и воспринимаем поставщиков контента и сам контент. Знаем ли мы о скрытой рекламе в кино, на телевидении, в печатных изданиях, на радио и в Интернете? Насколько мы понимаем, как работают алгоритмы, которые подбирают для нас рекламные сообщения на основе наших цифровых следов или того, что, по мнению лиц, принимающих решения, нас может заинтересовать? Анализ рекламы в социальных сетях может стать отправной точкой для понимания того, как таргетируется аудитория. Предложите учащимся обсудить экономические аспекты рекламы и их влияние на то, что им известно о рекламе и о методах стимулирования вовлеченности пользователей. Могут ли медиа и цифровые платформы существовать без рекламы или, по крайней мере, без микротаргетированной на основе данных рекламы, способной манипулировать поведением? Какими могут быть альтернативные бизнес-модели существования медиа и цифровых платформ? Подробнее о рекламе см. в Модуле 10.
- Изучите, как поисковые системы в Интернете представляют данные. Обсудите использование рекламодателями или производителями возможности платить за то, чтобы их контент появлялся в поисковой выдаче чаще и на более высоких позициях. Как учитывается локальный контекст при использовании Интернета? Какие информация, образы, идеи и опасения не получают достаточной видимости или вовсе упускаются, а какие демонстрируются в большей степени? Какие последствия это вызывает для потребления и производства контента, глобальной гражданственности?

- Проанализируйте сообщения и ценности, транслируемые через популярные медиатексты по телевидению или в социальных сетях. Как могли бы измениться такие сообщения, если бы в их создание были бы включены люди из другой социальной группы (например, другого возраста, этнического происхождения), или если бы мужские и женские персонажи поменялись местами? Как это могло бы повлиять на аудиторию? Что бы изменилось, почему, и какими могут быть последствия таких изменений?
- Рассмотрите язык в качестве ключевого фактора, определяющего то, какой контент представлен. Каким образом и в какой степени наш язык влияет на то, что мы знаем и как мы действуем? Являются ли местные языки такими же доступными, представленными и влиятельными, как некоторые другие языки? Какие последствия у ситуации предпочтительного использования одних языков по сравнению с другими? Формирует ли такая ситуация базу знаний в пользу ценностей, взглядов и поведения, которые могут не совпадать с местными культурными ценностями? Может ли гегемония трансформироваться в разнообразие?
- Обсудите мемы, которые распространяются в социальных медиа, с точки зрения их аудитории. Выберите несколько мемов и проанализируйте, что требуется для их понимания, будут ли они пониматься по-разному в зависимости от аудитории. Предложите учащимся создать мемы, чтобы контекстуализировать и прояснить волнующие их темы или проблемы. Затем обсудите последствия того, как мемы используются, распространяются (иногда становясь вирусными) и интерпретируются. Включите в анализ такие переменные, как юмор, ирония, креативность, культурные знания и интерпретации аудиториями в качестве инструментов оценки влияния мемов на глобальную гражданственность.
- Что может быть сказано в медиа или посредством медиа, а что блокируется или исключается? Почему? Как используются изображения для передачи идей? Обсудите, почему некоторые темы кажутся табуированными и освещаются меньше, чем другие. Что это говорит об отношениях между аудиторией и властью в отношении поставщиков контента?
- Изучите рекламные материалы, доступные для школ и университетов в вашем регионе. Если там изображены учащиеся и/или студенты, то как они выглядят? Что они делают? Как изображается школа или университет в этих материалах? Какое впечатление производят изображаемые школа или университет? Сняты настоящие студенты или модели? Присутствует ли гендерная предвзятость? Если студенты не показаны, то какие изображения были выбраны и что они говорят об учреждении? Исходя из вашего анализа материала, кто является целевой аудиторией этих рекламных материалов? Какие идеи они передают? Как предполагаемый фрейминг (исходно заложенное создателем контента направление для интерпретации основной идеи) влияет на восприятие?

Оценивание и рекомендации

- Разработка модели, таблицы или инструмента оценки для определения потенциальной аудитории различных типов контента
- Подготовка коллажа из сообщений в медиа и Интернете, карты слов или Wordle в качестве основания для описания влияния транслируемых идей и их аудитории
- Текстуальный анализ основных медиа и цифровых платформ (ориентация, фокус, потенциальное влияние, аудитория и т. д.)
- Текстуальный анализ социальных медиа (например, Facebook, WeChat, ВКонтакте, Twitter, Instagram, TikTok, Taringa!, YouTube и др.) для определения ключевых факторов (ориентация, направленность, потенциальное влияние, аудитория и т. д.)
- Разработка и проведение небольшого опроса на тему понимания людьми важности духа глобальной гражданственности по отношению к аудитории, контенту и структурам, которые предоставляют контент.

РАЗДЕЛ 3. МИГ, ЦИФРОВЫЕ МЕДИА И ГРАЖДАНСКОЕ УЧАСТИЕ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Сегодня востребованность тем глобальной гражданственности и гражданской активности и интерес к ним переживают новый подъем, вызванный, по крайней мере отчасти, беспрецедентным доступом к поставщикам контента и цифровым инструментам, которые позволяют людям сотрудничать, общаться и участвовать в непредставимых ранее масштабах.

Более полувека назад эксперт по коммуникациям Маршалл Маклюэн развил целый ряд идей, оказавших значительное влияние на то, как сегодня определяется «глобальное сознание». Маклюэн знал о глубоком влиянии технологий на личность, на отношения и сообщества, включая способы участия в них. Задолго до появления Интернета и социальных сетей он придумал концепцию «глобальной деревни», описывающей способы, которыми поставщики контента будут связывать аудиторию и пользователей. Действительно, он считал, что поставщики контента будут влиять на действия, отношения и поведение человека, в том числе на то, что люди думают о мире и о себе. Маклюэн (1964) сказал: «Мы формируем наши инструменты, а затем инструменты формируют нас».

Делая следующий шаг, сегодня ученые с большим вниманием изучают, кто такие эти «мы». В зону их внимания попадает то, какие структуры создают инструменты и почему, какова их бизнес-модель и есть ли внутренние и внешние факторы, которые потенциально могут нанести вред. Это, в свою очередь, указывает на

необходимость оценки того, кто выигрывает и кто проигрывает в результате такого распространения ИКТ в современном мире.

Использование социальных медиа, потребление, производство, вовлеченность и творчество на их площадках в рамках личной, социальной, профессиональной и общественной жизни изменили существовавшие раньше представления о гражданстве, демократии и гражданском участии. Таким образом, вопрос МИГ занимает центральное место в этой новой коммуникационной и информационной экосистеме, открывая вопрос о том, как мы взаимодействуем с другими людьми и аудиториями — известными и неизвестными, видимыми и невидимыми, заинтересованными и случайными — и каково потенциальное влияние этого взаимодействия.

Основные темы

- Влияние новых технологий на глобальную гражданственность и гражданское участие
- Роль голосов и коллективной и индивидуальной «агентности» в гражданском участии
- Педагогические стратегии, предусматривающие активную вовлеченность в социальные медиа и ее связь с демократическими правами, активным гражданством и компетенциями
- Примеры стратегий, ориентированных на повышение разнообразия категорий пользователей, компаний, занимающихся цифровыми коммуникациями, и возможностей для гражданского участия
- Возможности медийной и информационной грамотности и гражданской активности в классе, обществе и гражданских институтах

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- изучать стратегии, которые используются для привлечения аудитории в различные онлайн-пространства;
- определять роли, которые участники могут взять на себя в онлайн-пространствах;
- анализировать способы, в рамках которых идентичность, цели и предполагаемая аудитория создаются и распространяются через различные социальные медиа и других поставщиков контента;
- определять возможные направления участия аудитории в гражданской активности или социальных действиях с помощью компаний, занимающихся цифровыми коммуникациями.

Гражданская активность и учебная среда

Процесс изучения преподавателями и учащимися возможностей гражданской активности включает исследование и анализ социальных медиа и способов их применения для осуществления социальных действий. При этом проходит обсуждение способов создания компаниями, занимающимися цифровыми коммуникациями, онлайн-пространств для объединения людей, обеспокоенных общими проблемами и заинтересованных в получении и распространении информации через существующие социальные сети (Jones & Hafner, 2012).

Классная активность такого рода требует применения критической педагогики, которая фокусируется на технологиях и их использовании. Критическая педагогика, разработанная Паулу Фрейре (Paulo Freire) и подхваченная другими учеными и энтузиастами, направлена на изучение и проблематизацию несправедливых властных отношений и угнетения в социальной сфере, полагая в качестве цели рост эмансипации и гражданского самосознания. Иными словами, критическая педагогика — это не методология, а, скорее, бесконечное движение на пути к осмысленному преобразующему образованию, предусматривающему критическую вовлеченность всех учащихся и членов общества.

Применение подходов критической педагогики в МИГ может быть направлено на изучение путей использования технологий для расширения или ограничения возможностей гражданского участия и преобразований. МИГ предполагает, что преподаватели поддерживают учащихся не только в применении новых технологий для освоения тем и вопросов в рамках изучаемых дисциплин (обучение с помощью технологий), но также и в использовании подходов и инструментов МИГ для критического изучения самих технологий. Последнее предусматривает предоставление учащимся возможности критического осмысления онлайн-пространств, онлайн-контента, методов привлечения аудитории, их собственного онлайн-поведения и ключевых аспектов процесса вовлечения. То, как сами учащиеся используют социальные сети, социальные медиа и приложения, какие практики связаны с цифровой активностью, представляет собой важную тему для связанной с МИГ учебной деятельности.

Анализ и оценка онлайн-пространства, включая социальные и политические аспекты, включают следующие компоненты: 1) определение цели создания онлайн-пространства и изучение идеологии и ценностей, лежащих в его основе и проявляемых в этом пространстве; 2) определение того, кто создал и управляет пространством, анализ причин, по которым оно устроено именно так; 3) определение целевой аудиторией пространства, как люди его используют и кто какую выгоду получает в результате использования.

Ниже представлены вопросы, которые могут быть использованы педагогами и учащимися для дальнейшего изучения этой темы. Вопросы направлены на формирование основы для критического анализа и понимания цифровой реальности как сконструированных «пространств», которые представляют определенные идеологии и ценности и могут по-разному использоваться разными аудиториями.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

- Как онлайн-пространства объединяют людей или заключают их в эхо-камеры и потенциально ограничивающие, исключающие сообщества? Отличается ли онлайн-взаимодействие от способов, которые люди используют для объединения офлайн? Какого рода социальные отношения создаются в Сети?
- Какое общение или взаимодействие возможно в онлайн (один на один, один со многими, многие со многими)? Каков эффект такого рода общения? Каковы правила или нормы взаимодействия? Как можно о них узнать?
- Что вы знаете о людях, которых встречаете в социальных сетях? Что они знают о вас? Какая информация раскрывается, какая скрывается? Почему?
- Какие ценности продвигаются в определенном онлайн-пространстве? Как это проявляется? Кому принадлежит и кем контролируется пространство (физическое лицо, учреждение, корпорация)? Как об этом можно узнать?
- Кто имеет доступ к определенному онлайн-пространству? Каким способом можно стать частью этого пространства или общаться в нем? Какова «стоимость»? Какие еще существуют возможности для участия? Насколько они эффективны/доступны?
- Какие инструменты использует определенное онлайн-пространство для привлечения внимания или для обмена информацией? Какие стратегии используются для привлечения участников и вовлечения их в какие-то действия?
- Как в пространстве используются текст и визуальные элементы для создания и передачи смыслов? Какие ключевые элементы определяют или формируют это пространство? Какая «реальность» или сообщество создается в результате? (Jones & Hafner, 2012)
- Изучите компании цифровых коммуникаций, которые используются агентствами по развитию и/или неправительственными организациями для развития гражданской активности. Какие факторы, по вашему мнению, будут способствовать их успеху?⁶⁵

⁶⁵ Источник: Johnson, M. and Wilson, C. Media Literacy, Digital Technologies and Civic Engagement: A Canadian Perspective/ in Carlsson and Culver (2014), Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue Yearbook, Global Citizenship in a Digital World. The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, University of Gothenburg, Sweden.

Оценивание и рекомендации

- Разработать план создания онлайн-пространства для продвижения актуальной глобальной проблемы среди молодежной аудитории. Особое внимание следует уделить стратегиям информирования целевой аудитории и вовлечения молодежной аудитории во взаимодействие с создаваемым пространством.
- Проанализируйте онлайн-пространства с точки зрения используемых элементов дизайна, транслируемых идей и ценностей, имеющихся возможностей для взаимодействия, потенциального воздействия на аудиторию и т. д.
- Создайте профили аудитории платформ, созданных крупнейшими компаниями, занимающимися цифровыми коммуникациями. Отрадите в профиле те особенности платформ, которые являются ключевыми при определении целевой аудитории.
- Проведите небольшой опрос для определения влияния онлайн-пространств на понимание людьми глобальных проблем и их готовность участвовать в социальных действиях.
- Проанализируйте онлайн-пространства с точки зрения аспектов владения и контроля, механизмов финансирования и возможных связей с более крупной онлайн-сетью или сообществом.

РАЗДЕЛ 4. СОЗДАВАЕМАЯ И РАСПРОСТРАНЯЕМАЯ ГРАЖДАНАМИ ИНФОРМАЦИЯ И ГРАЖДАНСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 4 ЧАСА

Основные темы

- Взгляд с позиции МИГ на концепцию создаваемой гражданами информации как общественного блага
- Гражданская журналистика в контексте создаваемой гражданами информации
- Медийно и информационно грамотные граждане как интеллектуальная база для создаваемой гражданами информации
- Роль гражданской журналистики в открытых обществах и либеральной демократии

- Создаваемая гражданами информация на службе гражданского участия и межкультурного диалога
- МИГ как двигатель гражданской журналистики

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- иметь представление о взаимосвязи между создаваемой гражданами информацией и гражданской журналистикой;
- понимать важность МИГ для создаваемой гражданами достоверной информации в рамках гражданской активности и межкультурного диалога;
- иметь представление о роли медийно и информационно грамотных гражданских журналистов в деле пропаганды открытых и демократических обществ и информации для общественного блага;
- понимать преимущества медийно и информационно грамотных гражданских журналистов как инфлюенсеров в современной публичной сфере информационной и коммуникационной экосистемы.

Граждане и информация

Продвижение образования в интересах устойчивого развития и в области глобальной гражданственности поднимает следующие темы: принятие решений и осознанные действия граждан (например, консультации и участие в реализации и мониторинге целей устойчивого развития, или выработка моделей голосования на основе обсуждений); гражданская активность и массовое участие в развитии информации как общественного блага; подотчетность и прозрачность управления, ведения бизнеса, лидеров местных сообществ, государственных служащих и лиц, находящихся у власти; владение каналами коммуникации и демократизация; гражданское участие, доступ общественности к информации и обеспечение равного доступа; публичное обсуждение и демократизация идей в публичной сфере и др.

Соблюдение принципов гражданского участия в развитии и демократической представленности институционализированной журналистикой может подвергаться сомнению в зависимости от того, насколько она представляет различные многоязычные группы населения. Именно поэтому ЮНЕСКО и ее партнеры активно работают в области развития общинного радио (<https://en.unesco.org/themes/community-media-sustainability>). В то же время традиционные медиа и цифровые коммуникационные компании должны демократизировать свою деятельность, чтобы обеспечить более активное отражение различных мнений. Эта идея должна стать основой для многообразия медиа и цифровых платформ, предоставляющих гражданам больше возможностей в развитии собственных медиа, борьбе за большее количество источников информации и в противодействии последствиям многолетних

проблем, умолчаний или маргинального освещения определенных социальных вопросов, вызванных концентрацией медиа в руках немногочисленных крупных владельцев и алгоритмическим усилением ограниченного числа «инфлюенсеров» компаниями цифровой коммуникации.

С появлением, благодаря ИКТ, новых медиа и социальных сетей, граждане захвачены все более увеличивающимся количеством контента, который теперь представляет собой серьезный вызов. Проблемой сегодняшней публичной сферы во многих странах является уже не нехватка информации, а ее переизбыток со всеми вытекающими отсюда нагромождениями некорректной информации и дезинформации, ненавистнических высказываний и дипфейков. Чтобы информация служила общественному благу, граждане должны стать медийно и информационно грамотными.

Другими словами, в сегодняшнем XXI веке граждане нуждаются в навыках критического мышления, чтобы оценивать разнообразный контент и вносить свой вклад в информацию как общественное благо, а также эффективно ориентироваться в «дезинформации» при принятии обоснованных решений. В этом смысле медийная и информационная грамотность сама по себе является общественным благом. Участие граждан в информационном обмене может принимать различные формы — от исправлений и уточнений, размещенных в социальных сетях, до статей в Википедии и даже гражданской журналистики, включающей освещение событий и соблюдение профессиональной этики.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в Учебной программе, к обучению в области МИГ возможно применение самых разных педагогических подходов. Список, приведенный в Части 1 данной публикации, поможет вам решить, какие подходы целесообразно применить к предлагаемым ниже видам деятельности, а также к тем, которые вы определите самостоятельно.

- Что такое, по вашему мнению, гражданская журналистика? Проведите обсуждение, возьмите интервью и сопоставьте различные взгляды людей (с разным социальным и экономическим статусом) на гражданскую журналистику. Обобщите различные точки зрения. Можно ли выявить какие-то тенденции?
- Как традиционные медиа относятся к гражданской журналистике? Постарайтесь взять интервью у разных сотрудников традиционных медиа, чтобы узнать их мнение о гражданской журналистике и сравнить с результатами, полученными в упражнении выше. Есть ли различия в отношении к гражданской журналистике?
- Участие граждан в работе общинных медиа может включать создание информации и журналистику, участие в обсуждениях, представление какой-то определенной культуры и т. д. «ЮНЕСКО решительно выступает за независимые общинные медиа, которые управляются в интересах сообщества

и самим сообществом... Общинное радио имеет решающее значение в качестве рупора и инструмента расширения доступа к образованию, самовыражению и общению для населения сельских территорий и труднодоступных мест. Такие радиостанции позволяют сообществам чувствовать себя ответственными за свою собственную программу развития, обретая возможность публично выражать свое мнение, обсуждать вопросы и продвигать культуру, историю и язык своего сообщества»⁶⁶. Обсудите в классе это утверждение. Назначьте группу учащихся, которые зафиксируют и представят результаты дискуссии. Какие организации продвигают общинные медиа в вашей стране или регионе? Есть ли в ваших сообществах общинные или местные медиа? Если нет, обсудите, почему. Если да, то являются ли они устойчивыми? Участвуют ли женщины и девочки в управлении общинным радио и отражены ли их взгляды и позиции в контенте, также как мнения мужчин и мальчиков? Сформулируйте и обсудите другие вопросы. Поделитесь результатами обсуждений с заинтересованными структурами в вашем сообществе или стране.

- Используйте серию публикаций ЮНЕСКО, посвященных политике устойчивого развития общинных медиа в качестве основы для дальнейших дискуссий, исследований и деятельности: <https://en.unesco.org/community-media-sustainability/policy-series>.
- Подумайте, как люди делятся информацией (текст, видео, графика и т. д.) на разных социальных медиаплатформах. Можете ли вы сказать, что информация, создаваемая гражданами на этих платформах, внесла положительный вклад в развитие общественной сферы и стала благоприятной для информационной и цифровой коммуникационной экосистемы?
- Обсудите, как ведущие медиа взаимодействуют с социальными медиа и как гражданские журналисты через социальные сети влияют на их новостную повестку. Каковы последствия такого взаимодействия для создаваемой гражданами информации? Приводит ли активность в социальных медиа к более активному участию граждан в дискурсе гражданской публичной сферы? Какие проблемы и интересы вы считаете ключевыми в этой сфере?
- Изучите отношение «инфлюенсеров» к гражданской журналистике. Затем обсудите, каким образом информация, управляемая алгоритмами в Интернете, влияет на создаваемую гражданами информацию. Как распространение в публичном доступе мнений и позиций «инфлюенсеров» влияет на будущее политического участия и межкультурного диалога? Дополнительную информацию об искусственном интеллекте и алгоритмах см. в Модуле 11.
- Обсудите насущную необходимость обучения гражданских журналистов медийной и информационной грамотности и влияние такого обучения на создаваемую гражданами информацию. Используйте в этих обсуждениях и других мероприятиях по теме публикацию ЮНЕСКО «МИГ в журналистике».

⁶⁶ Community Media Sustainability, UNESCO Portal. <https://en.unesco.org/themes/community-media-sustainability>

Пособие для журналистов и преподавателей журналистики» <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374922/PDF/374922rus.pdf.multi.page=31>.

- Проанализируйте влияние образования в области МИГ на качество информации, доступ к которой граждане получают в поисковых системах Интернета, на расширение прав и возможностей людей для гражданского участия. Практические занятия по этой теме организуйте в онлайн-формате.
- Разделите учащихся на группы. Помогите им изучить различные открытые базы данных, а также базы кандидатских и докторских диссертаций. Обсудите роль подобных репозиторий как хранилищ информации, ориентированной на граждан. Найдите в базах данных отчеты об исследованиях, связанных с гендерным равенством, развитием сообществ или любыми другими интересующими учащихся темами. Обсудите следующие вопросы (добавив свои): Используются ли эти источники информации в дебатах местного и национального масштаба? Если нет, то почему? Что можно сделать, чтобы местные сообщества, национальные правительства и международные организации, занимающиеся вопросами развития, были лучше осведомлены о результатах некоторых из найденных вами исследований? Есть ли интересующие вас темы, по которым (практически) не удалось обнаружить материалов уровня кандидатских и докторских диссертаций? Как можно повлиять на эту ситуацию? Подготовьте краткий отчет о процессе изучения баз данных и запланируйте соответствующую деятельность в школе, общественных центрах и т. д. Подробнее о жизненном цикле информации и о том, как создается и проверяется научная информация, см. в Модуле 3.

Оценивание и рекомендации

- Разработайте инструмент оценки или таблицу сравнительного анализа, чтобы определить медийных инфлюенсеров и других лиц, формирующих общественное мнение и влияющих на то, как и что говорят граждане, в традиционных СМИ и в социальных медиа.
- Проведите текстуальный анализ нарративов в социальных медиа по конкретному социальному или политическому вопросу и определите ключевые факторы, влияющие на создаваемую гражданами информацию (мировоззрение, эмоции, потенциальная предвзятость, направленность медиа и т. д.).
- Разработайте и проведите небольшой опрос, посвященный пониманию людьми концепции гражданской журналистики.
- Проведите обсуждение в фокус-группе и интервью, посвященные влиянию гражданских журналистов на сегодняшний традиционный медиаконтент (онлайн или офлайн).
- Разработайте и проведите небольшое, но комплексное исследование, посвященное пониманию гражданами медийной и информационной грамотности.

Ресурсы и ссылки

Воспитание глобальной гражданственности: темы и цели обучения. ЮНЕСКО, 2015. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232993_rus

Противодействие антисемитизму при помощи образования. Руководящие принципы для разработчиков политики. ЮНЕСКО, 2019. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368127>

Расширение прав и возможностей учащихся для построения справедливого общества: Руководство для учителей начальной школы. ЮНЕСКО, 2021. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375696>

Addressing anti-Semitism in Schools: Training curricula, UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374864?posInSet=1&queryId=dbd05bbf-952c-4111-b584-1a2a009d923a>

DEEEP (2015). Transformational Communications for Global Justice Reframing Toolkit. DEEEP: United Kingdom. https://www.bridge47.org/sites/default/files/2018-12/17_transformational_communications_toolkit.pdf

DiMaggio, P., E. Hargittai, W.R. Neuman and J.P. Robinson (2001). Social implications of the Internet. Annual Review of Sociology 27: 307±36.

Elementary Teachers' Federation of Ontario (ETFO), (2010). Education for global citizenship: An ETFO Curriculum Development Inquiry Initiative. Toronto: ETFO. <http://etfo.net/global/HTML5/>

Funk, S., Kellner, D. & Share, J. (2016). Critical Media Literacy as Transformative Pedagogy. https://www.researchgate.net/publication/342214960_Critical_Media_Literacy_as_Transformative_Pedagogy

Jones, R. H. and Hafner, C. A. (2012). Understanding Digital Literacies: A Practical Introduction. New York: Routledge.

Maguth, B. M. (2013). The use of social networks in the social studies for global citizenship education: Reflecting on the March 11, 2011 disaster in Japan. The Georgia Social Studies Journal, 3(2), 80-93.

Share, J., Mamikonyan, T. & Lopez, E. (2019). Critical Media Literacy in Teacher Education, Theory, and Practice. In Journalism and Ethics: Breakthroughs in Research and Practice (pp. 318-348). Hershey, Pennsylvania: ICI Global. https://www.researchgate.net/publication/339675387_Critical_Media_Literacy_in_Teacher_Education_Theory_and_Practice

UNESCO (Deardorff, D et al.) (2018). Global citizenship education: taking it local. Paris: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265456?posInSet=1&queryId=4087efd2-0912-4a83-ae0e-b1ddcae1f637>

UNESCO (Office Bangkok and Regional Bureau for Education in Asia and the Pacific). (2018). Preparing teachers for global citizenship education: a template. Bangkok: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265452>

UNESCO (Santiago Office). (2017). Global Citizenship Education in Latin America and the Caribbean: Towards a world without walls: global citizenship education in the SDG 4 — E2030 Agenda. Santiago: UNESCO. https://www.bridge47.org/sites/default/files/2018-12/22_gce_in_latin_america_and_the_caribbean.pdf

UNESCO. (2014). Global Citizenship Education Preparing learners for the challenges of the 21st century. Paris: UNESCO. https://www.bridge47.org/sites/default/files/2018-12/20_unesco_gce_2.pdf

Websites/Data-Bases of the Asia-Pacific Centre of Education for International Understanding (APCEIU). www.unescoapceiu.org/en/index.php

Bridge 47 and Global Citizenship Education. <https://www.bridge47.org/about>

Global Education Network Europe (GENE). <https://gene.eu/>

Global Citizenship Education Clearinghouse (GCED). <https://www.gcedclearinghouse.org>

International Development Education Association Scotland (IDEAS for global citizenship). <http://www.ideas-forum.org.uk/>

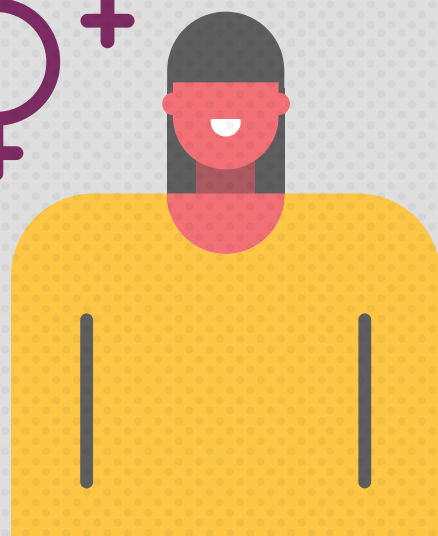
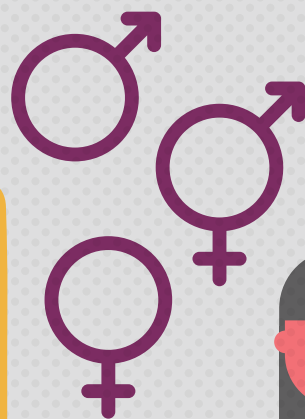
Media Smarts (Canada's Centre for Digital and Media Literacy). https://www.mediasmarts.ca/?gclid=CjwKCAjwnK36BRBVEiwAsMT8WEBH51ws5Rb6k7iQ_cFukbkNjFs8nIOoneVhyQflqzoZZNwX09In_hoCOpMQAvD_BwE

McLuhan Foundation for Digital Media Literacy. <http://www.mcluhanfoundation.org>

UNESCO — Global Citizenship Education. <https://en.unesco.org/themes/gced>

МОДУЛЬ 6

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ
В МЕДИА
И ИНФОРМАЦИИ:
АКЦЕНТ НА
ГЕНДЕРНОМ
РАВЕНСТВЕ



То, какими мы предстаем в глазах окружающих, отчасти определяет их отношение к нам: наше отношение к людям зависит от того, как мы их видим; наши взгляды определяются репрезентацией.

Ричард Дайер
«The Matter of Images»

КОНТЕКСТ И ОБОСНОВАНИЕ

Репрезентация в контенте или в товарах может принимать самые разные формы. Многие из нас живут в рамках культуры, наполненной образами, и ежедневно сталкиваются с репрезентациями в телевизионных программах, в художественных фильмах, в новостных сообщениях, в книгах — как в реальной, так и в виртуальной среде.

Репортеры, авторы, видеооператоры, рекламщики, издатели и кинематографисты, блогеры, видеоблогеры, производители контента, создаваемого с участием пользователей, и граждане в целом используют для передачи контента изображения, звук и письменную речь. Чаще всего при подготовке и представлении сюжетов публике они сталкиваются с временными, пространственными, ресурсными и иными ограничениями, которые обусловлены редакторскими требованиями. Представляя людей, вопросы или события, они неизбежно показывают, что для них актуально, а что нет, включая национальность, пол, сексуальную ориентацию, возраст или принадлежность к определенному классу. Иногда результатом такого отбора становятся стереотипные или чрезмерно упрощенные представления, которые служат поводом для навешивания ярлыков и оправдания узости убеждений или взглядов. Со стороны автора, продюсера или репортера подобные действия могут быть как намеренными, так и произвольными.

Порой информацию интерпретирует сам получатель (зритель, читатель или слушатель). Если, высказывая свое мнение, кто-то участвует в развязывании конфликта, разжигании ненависти или проявлении дискриминации, то вполне закономерно, что он должен нести ответственность за свои действия. В то же время во всем мире признается принцип разнообразия и множественности мнений и контента. Необходимо добиваться того, чтобы обеспокоенность вопросами репрезентации не ограничивала разнообразие, а плюрализм мнений соответствовал требованиям закона о свободе слова.

Кроме того, важно понимать, что поставщики контента работают в условиях определенного социума и становятся при этом социальными партнерами. Они находятся под влиянием общества, но и сами тоже влияют на него. Требуется более глубокий анализ особенностей той или иной страны, в которой функционируют конкретные библиотеки, архивы, музеи, медиа и компании, занимающиеся цифровой коммуникацией.

Чтобы быть медийно и информационно грамотными, необходимо исследовать образы или репрезентации и анализировать не только сам медийный образ или текст, но и контекст, в котором он представлен, а также соотношение сил вокруг контента, которое порой не учитывается. Важно понимать, что, хотя медиа, компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, библиотеки, архивы и музеи обладают огромными возможностями, чтобы ставить перед обществом определенные задачи, они одновременно служат отражением общества и соотношения сил в нем, представляя те виды сюжетов и репрезентаций, которые мы обычно принимаем без особых сомнений.

Многие поставщики контента в различных регионах разработали добровольные кодексы поддержки разнообразия, позволяющие им демонстрировать свою приверженность идее инклюзивности и многообразия проектов и контента. Немало и тех, кто соблюдает этические требования, запрещающие использование материалов, которые порочат или дискриминируют людей по принципу расовой или этнической принадлежности, по возрасту, полу, гендерной идентичности, сексуальной ориентации, физическим возможностям или семейному положению.

Ключевыми для этого модуля являются следующие вопросы: кому выгодно и кому невыгодно появление дискриминирующих репрезентаций? Как эти образы влияют на наше представление о нас самих и о других людях? Как они влияют на наши знания и восприятие мира, с которым мы не сталкивались непосредственно? Каковы их последствия для гендерного равенства и других форм неравенства?

РАЗДЕЛЫ

РАЗДЕЛ 1.

ПОНЯТИЕ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ

РАЗДЕЛ 2.

ОСВЕЩЕНИЕ НОВОСТЕЙ И СИЛА
ОБРАЗА

РАЗДЕЛ 3.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ КОДЕКСЫ
В ОБЛАСТИ РАЗНООБРАЗИЯ
И РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ

РАЗДЕЛ 4.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ, КИНЕМАТОГРАФ
И ПЕЧАТНЫЕ ИЗДАНИЯ

РАЗДЕЛ 5.

РЕПРЕЗЕНТАЦИИ И МУЗЫКАЛЬНЫЕ
ВИДЕОКЛИПЫ

РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ

Медийная и информационная грамотность подразумевает критический анализ репрезентаций, предлагаемых медиа, компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией, библиотеками, архивами, музеями и т. д., то есть способов представления или изображения людей, групп, мест/сообществ или даже новостей в различных медийных и информационных источниках.

МИГ также включает критическое осмысление силы репрезентаций проблем, людей и сообществ, а также влияния этих репрезентаций на повседневный дискурс и на то, какими мы видим себя и других. МИГ предполагает понимание того, что поставщики контента имеют возможность определять, как мы реагируем на пандемию или кризис в области здравоохранения, за кого голосуем на выборах и как воспринимаем собственную идентичность, свои сообщества и свою культуру.

Лен Мастерман (Len Masterman) напоминает преподавателям, как важно анализировать деятельность различных поставщиков контента и рассматривать их всех в качестве систем репрезентации. Если мы воспринимаем медиа и компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, как системы репрезентации, то неизбежно возникают следующие вопросы: кто создает эти репрезентации? Кто транслирует определенные представления? Кто нам говорит, что мир именно таков и что этот взгляд на вещи — самый естественный? Какова природа представляемого мира? Каковы его ценности и основные предпосылки? Какими способами создается [его] «аутентичность»? Как репрезентации, которые предлагают медиа и компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, считываются и понимаются аудиторией? Какую позицию нам как аудитории отводит текст? Какие его интерпретации существуют? (Masterman, 2010.)

Как всегда, критический анализ в МИГ требует, чтобы преподаватели и учащиеся исследовали, как репрезентации во всех формах могут влиять на наши действия и поведение, наши знания и понимание, мысли и чувства, самоощущение и отношения с другими людьми. МИГ также играет важную роль в налаживании диалога, поддержании разнообразия, равенства и интеграции, позволяя гражданам создавать и учитывать сообщения и точки зрения, которые зачастую выходят за рамки общедоступного контента.

Во многих случаях репрезентации, распространяемые различными поставщиками контента, основаны на стереотипах — чрезмерно упрощенных представлениях, которые подчеркивают различия. Из-за такого упрощения аудитории иногда демонстрируются лишь несколько характеристик, которые могут создавать неточное или неполное представление о проблеме, человеке или группе. Нередко столь узкая направленность может мешать нам распознавать и оценивать богатство и сложность, которые образ не передает. Одна из самых распространенных форм стереотипов — гендерные предубеждения. Они имеют пагубные последствия, поскольку в силу такого представления почти половина населения мира остается невидимой в медиа. Global Media Monitoring

Project, самое продолжительное исследование по данной теме, показал, что «в 2015 году из числа людей, сообщение о которых можно было услышать или увидеть в газетах, теле- и радионовостях, женщины составляли лишь 24%, точно так же, как и в 2010 году»⁶⁷. В новостях, касающихся политики и правительства, разрыв еще более значительный — лишь 16% людей, фигурирующих в таких сообщениях, — женщины.

В мультикультурной среде, которой является наша «глобальная деревня», быть медийно и информационно грамотным — значит, помимо прочего, осознавать, как различные поставщики контента отображают все разнообразие людей, групп и сообществ, составляющих социальную и культурную основу нашего мира.

Основные темы

- Стереотипы в медиа и компаниях, занимающихся цифровой коммуникацией
- Значимость разнообразия, справедливости и инклюзивности в репрезентациях, предлагаемых поставщиками контента
- Как репрезентации, предлагаемые поставщиками контента, могут отражать определенные послы и ценности
- Влияние репрезентации на аудиторию
- Роль свободы действий в репрезентации
- Роль политики в обеспечении разнообразия, справедливости и инклюзивности

Цели обучения

- Анализ предлагаемых поставщиками контента репрезентаций как конструкций
- Оценка влияния предлагаемых поставщиками контента репрезентаций на аудиторию
- Оценка воздействия политических решений на разнообразие, справедливость и инклюзивность
- Выявление характеристик репрезентаций, которые предлагаются поставщиками контента и способствуют разнообразию в медиа

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

⁶⁷ https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_en.pdf.

- Какие расовые, гендерные или классовые репрезентации содержатся в используемом вами контенте или в более широких онлайн-пространствах, которые вы посещаете? Вы бы охарактеризовали эти репрезентации как стереотипные или отражающие разнообразие? Как используемые визуальные элементы или язык поддерживают или разрушают стереотипы?
- Какие гендерные группы вы видите в медиа (присутствие/незаметность) и в каких ролях (стереотипных формах)?
- Опросите профессионалов, работающих в библиотеках, архивах, музеях, издательских компаниях и т. д. Выясните, есть ли у них правила и принципы, обеспечивающие гендерное равенство и разнообразие контента. Как они решают, какую информацию хранить, относить к приоритетной, продвигать и публиковать? Уделяют ли они особое внимание гендерному равенству как одной из целей в области устойчивого развития (ЦУР 5)?
- Типичные репрезентации «отличного от нормы» в контенте часто относятся к определенной категории (воспринимаются как имеющее сексуальный подтекст, экзотичное, опасное, комичное, вызывающее жалость и т. д.). Насколько распространены сегодня подобные репрезентации? Находят ли в контенте отражение другие категории, помимо перечисленных? Связаны ли эти репрезентации с определенными гендерными группами (включая женщин, мужчин и ЛГБТКИ+)?
- Как построены эти изображения? Какие технические элементы для них выбраны? Как они усиливают контент?
- Какую идею выражают эти репрезентации? Кто выиграет и кто проиграет от того, что этот посыл будет принят?
- Насколько легко найти в мейнстримовых или альтернативных медиа примеры, которые ломают стереотипы или идут вразрез с ними, предлагая более сложное изображение человека или группы? Попробуйте найти информацию по вопросам гендерного равенства, групп меньшинств и по другим интересующим вас темам. Что вам удастся найти?
- Насколько контент, который вы используете или создаете, отражает многообразие мнений? Почему именно в такой степени? Какое влияние оказывают эти мнения на определенную аудиторию? Если определенные мнения не находят отражения в контенте, какие последствия это влечет за собой?
- Какие факторы вы учитываете, принимая решение о том, как «представить» себя в Интернете или в создаваемых вами медиа и цифровом контенте? Как вы определяете, какие факторы важны?
- Опишите характеристики медиаплатформы, которая поддерживает принципы разнообразия, справедливости, инклюзивности и достойного представления нашей «глобальной деревни». Каковы потенциальные возможности и последствия использования такой платформы?

Оценивание и рекомендации

- Эссе и размышления по результатам лекций, тематических исследований, аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в групповых учебных занятиях и обсуждениях
- Создание информационных, образовательных и коммуникационных материалов (плакатов, брошюр, инфографики, карточек социальных сетей, видеоблогов)
- Текстовый анализ поставщиков контента с целью поиска примеров репрезентаций
- Разработка модели, таблицы или инструмента оценки для определения целевой аудитории конкретных медийных репрезентаций
- Комбинирование медиасообщений с картой слов или облаком ключевых слов на базе Wordle, чтобы описать преобладающие сегодня медийные репрезентации, а также основные факторы, влияющие на аудиторию
- Разработка плана для поставщика контента, поддерживающего принципы разнообразия, справедливости, инклюзивности и достойного представления «глобальной деревни». В плане также можно указать потенциальное использование такой платформы и его последствия

РАЗДЕЛ 2. ОСВЕЩЕНИЕ НОВОСТЕЙ И СИЛА ОБРАЗА

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Ситуационное исследование: репортажи о событиях и сила образа
- Освещение стихийных бедствий
- Репрезентация гендерных аспектов

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- анализировать репрезентацию информации о конкретных событиях в новостных сообщениях;
- изучать репортажи, предлагающие альтернативную репрезентацию по сравнению с сообщениями мейнстримовых медиа;

- оценивать воздействие репрезентаций на аудиторию и на предмет рассмотрения;
- анализировать представление гендерных аспектов на цифровых и медиаплатформах, а также в других информационных системах.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Некоторые медиакритики обеспокоены тем, как в медиа преподносятся определенные события, в частности, стихийные бедствия и трагические ситуации.
 - ◊ Оцените, насколько оправданы эти опасения, проанализировав, как освещаются в медиа текущие события и проблемы.
 - ◊ Обсудите, как реагируют на изображения люди, лично пострадавшие от трагических событий или стихийных бедствий. Проанализируйте и обдумайте, какие стратегии используют журналисты мейнстримовых и альтернативных медиа, чтобы описать эмоциональное воздействие событий, уважая неприкосновенность частной жизни и достоинство людей.
- Изучите и проанализируйте новостное освещение крупного события, например, антропогенного или стихийного бедствия. Это исследование должно быть сосредоточено на изображениях из новостных репортажей и репрезентациях людей и проблем, связанных с этими событиями. Педагоги могут обратиться к Интернету, чтобы найти изображения, которые появились в мейнстримовых медиа или социальных сетях при освещении таких событий. Для детального анализа освещения событий и изображений можно использовать следующие вопросы:
 - ◊ Опишите, что было представлено на новостных сайтах. Отберите наиболее часто встречающиеся изображения. Изучите, как были созданы эти репрезентации, принимая во внимание съемочные ракурсы, композицию фотографии, типы кадров, кто или что на них изображено и что осталось за рамками изображения.
 - ◊ Какая идея передается за счет использования этих изображений? Какую историю они рассказывают? Оцените, насколько эти изображения могут стать знаковыми. Какое влияние они могут оказать на аудиторию? Учитывайте влияние изображений на понимание зрителем предмета или на отношение к нему.

- ◇ Обсудите, запомнят ли люди информацию о событии, которое не представлено в виде изображений. Изучите способность изображений «стирать» из нашей памяти информацию, не имеющую визуального выражения. Какие последствия это может иметь для формирования осознанной гражданской позиции?

Гендерное равенство и расширение возможностей женщин

Гендерные вопросы приобретают все большее значение в повестке дня в области развития, которую формируют международные организации, занимающиеся вопросами развития (такие как ООН), национальные и региональные властные структуры, а также организации гражданского общества. ЦУР 5 предполагает «достижение гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин и девочек» и включает девять показателей, охватывающих различные вопросы, которые затрагивают женщин и девочек⁶⁸. Еще в 1995 году в Пекинской декларации и Платформе действий, принятых на Четвертой всемирной конференции ООН по положению женщин, подчеркивалась решающая роль медиа в продвижении гендерного равенства во всех сферах. Все заинтересованные стороны призываются объединить усилия для борьбы со «стереотипным восприятием женщин и неравенством женщин в доступе ко всем коммуникационным системам, особенно медиасистемам, и участию в них». В июле 2010 года Генеральная Ассамблея ООН создала структуру по вопросам гендерного равенства и расширения прав и возможностей женщин «ООН-женщины», призванную решать такие проблемы. Сделав этот исторический шаг, государства — члены ООН дали мировой общественности понять, что необходимо ускорить достижение целей ООН в отношении гендерного равенства и расширения прав и возможностей женщин как внутри самой ООН, так и в ее государствах-членах⁶⁹. ЮНЕСКО, со своей стороны, признает приоритет «Гендерное равенство» (наряду с приоритетом «Африка») во всей своей деятельности.

- Необходимо подчеркнуть, какую роль играют поставщики информации, например, медиа, компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, библиотеки, архивы и музеи, в достижении целей Пекинской декларации, Целей устойчивого развития и целей структуры «ООН-женщины». Проведите обсуждение в учебной аудитории и проанализируйте следующие вопросы: как поставщики контента могут оценивать свою способность реагировать на вопросы, связанные с гендерной спецификой, и как гражданское общество, в свою очередь, может оценивать эту реакцию? Кто руководит учреждениями, которые предоставляют контент? Почему в управлении деятельностью поставщиков контента необходимо учитывать гендерные требования? Как поставщики контента могут бороться с репрезентациями, в которых женщины, мужчины и группы меньшинств изображаются стереотипно? Являются ли поставщики контента лишь трансляторами смыслов, связанных с гендерным

⁶⁸ ЦУР 5 «Обеспечение гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин и девочек». <https://sdgs.un.org/ru/goals/goal5>.

⁶⁹ UN Women. <https://www.unwomen.org/en>.

неравенством, или партнерами в претворении в жизнь положений Пекинской декларации и реализации других упомянутых выше целей, способствуя созданию информации и знаний и преумножению их результатов? Если медиа на самом деле участвуют в этом, то что нужно, чтобы они могли эффективно выполнять свои функции?

На протяжении многих лет заинтересованные стороны во всем мире уделяли особое внимание развитию медиа и расширению цифровых платформ для решения вопросов, связанных с равенством полов и правами женщин. МИГ может способствовать более внимательному отношению к гендерным вопросам. Она обеспечивает аудитории (читателям, зрителям, слушателям и создателям контента) компетенции (знания, навыки и установки), необходимые для оценки того, насколько учитываются гендерные особенности в функционировании экосистемы контента и участии в нем.

- Попросите педагогов провести небольшое исследование, чтобы ответить на некоторые из перечисленных ниже вопросов: занимаются ли медиаорганизации в вашей стране продвижением МИГ? Каким образом они это делают? Какие факты подтверждают, что они это делают? По возможности приведите конкретные примеры. Каким образом МИГ может помочь в борьбе с гендерными стереотипами и в решении вопросов равенства полов? Какие местные программы развития в области гендерной проблематики действуют в ваших странах и сообществах? Перечислите некоторые из проблем, которые возникают в процессе реализации этих программ. В какой степени учитывается при их разработке мнение различных гендерных групп — женщин, мужчин, сексуальных и гендерных меньшинств (ЛГБТКИ+), и насколько они в них представлены? В каком свете они изображены? В какой степени вовлечены в эти проекты различные поставщики контента? Как, на ваш взгляд, можно творчески применить МИГ, чтобы вывести вопросы равенства полов на первый план в медиа и информации и улучшить репрезентацию женщин? Ответив на эти и другие вопросы, проанализируйте имеющийся опыт и практические примеры и дайте рекомендации по рассмотрению вопросов равенства полов, медийной и информационной грамотности. Что лично вы думаете о равенстве полов? Как ваши личные взгляды и опыт могут повлиять на ваше понимание репрезентации полов в медиа и других источниках информации?

Вопросы, касающиеся женщин и поставщиков контента, таких как медиа, компании, занимающиеся цифровыми коммуникациями, библиотеки, архивы и музеи, рассматриваются под двумя углами. Во-первых, с точки зрения статуса женщин, работающих в этих учреждениях, а во-вторых, с точки зрения представленности женщин, девочек и других гендерных групп или их образов в контенте.

- Проанализируйте данные, полученные в ходе реализации проектов Global Media Monitoring за 2015 г. и Global Report on the Status of Women in the Newsroom (см. список источников в конце данного раздела), или данные

из любого другого источника, затрагивающего положение женщин в связи с деятельностью поставщиков контента. Обсудите следующие вопросы (в любом сочетании): каковы потенциальные последствия полученных результатов (на индивидуальном и коллективном уровне)? Какие типы женских образов преобладают? Какими социальными, экономическими, культурными факторами могут быть обусловлены эти образы? Дает ли это повод для беспокойства? Следует ли правительству предпринять какие-либо меры, чтобы решить вопросы, связанные с негативным образом женщин? Если да, то какие именно? Что должно сделать для решения этих вопросов гражданское общество? Считаете ли вы, что поставщики контента должны регулировать свою деятельность самостоятельно, без вмешательства органов власти или других внешних сил? Объясните свою позицию. Бывают случаи, когда для решения вопросов контента требуются меры государственного регулирования и внешний надзор. Приведите примеры таких случаев. Должны ли поставщики информации, получающие бюджетное финансирование, действовать иначе, чем частные провайдеры? Считаете ли вы, что финансируемые государством поставщики контента, в том числе медиа, обязаны обеспечивать соблюдение принципов равенства полов и прав женщин? Вооружила ли вас МИГ навыками для конкретных действий по обеспечению гендерного равенства? Как именно? Что лично вы думаете о равенстве полов? Считаете ли вы, что если бы поставщики контента, в частности медиа, компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, библиотеки, архивы и музеи, нанимали на работу больше женщин, имидж женщин в сравнении с мужчинами был бы другим? Почему вы так думаете? Что показывают по этому поводу научные исследования?

Набирают обороты случаи женоненавистничества, травли в Интернете и домогательств в отношении женщин-журналистов. Обдумайте результаты глобального опроса, проведенного Международной федерацией журналистов в 2018 году⁷⁰:

- ♦ опрос показал, что 64% респондентов-женщин сталкивались с нападками в Интернете;
- ♦ притеснения и домогательства в Интернете принимают различные формы, включая угрозы смерти или изнасилования, оскорбления, обесценивание работы, сексистские комментарии, отправку непристойных изображений, кибертравлю, киберпреследование и использование учетных записей с целью выдать себя за другое лицо;
- ♦ среди тех, кто пострадал от домогательств в Интернете, 47% женщин не сообщали об этом, а те, кто заявил, обращался в основном к руководству своей медиаорганизации (40%);

⁷⁰ <https://www.ifj.org/media-centre/reports/detail/ifj-survey-one-in-two-women-journalists-suffer-gender-based-violence-at-work/category/press-releases.html>

- ◇ вызывает беспокойство и другой результат: большинство подвергшихся жестокому обращению респондентов заявили, что эти нападки оказали на них психологическое воздействие, например, вызвали беспокойство или стресс (63%), 38% признали, что стали прибегать к самоцензуре, а 8% потеряли работу.

А теперь сопоставьте эти данные с результатами проведенного ЮНЕСКО в 2020 году глобального опроса по проблеме насилия в Интернете в отношении женщин-журналистов (Global Survey on Online Violence against Women Journalists)⁷¹:

- ◇ 73% женщин-журналистов, принявших участие в опросе, сталкивались с насилием в Интернете в процессе своей работы,
 - ◇ 25% получали угрозы физического насилия,
 - ◇ 18% подвергались угрозе сексуального насилия,
 - ◇ 20% сообщили, что подверглись нападкам в реальной жизни в связи с насилием, с которым столкнулись в Интернете.
- Какие сходства и различия наблюдаются в данных двух опросов? Что, по мнению учащихся, можно отнести к причинам роста враждебности по отношению к женщинам-журналистам? Изучите рекомендации в обоих опросах и помогите учащимся создать плакаты или раскраски, показывающие, как и кем эти рекомендации могут быть реализованы, а также какой механизм мониторинга стоит при этом применить. Помогите учащимся выяснить, какая методология использовалась для проведения обоих исследований. Удовлетворены ли они той тщательностью, которая обеспечивает надежность и достоверность результатов исследований (найдите значения этих терминов и ознакомьтесь с более подробной информацией об академических исследованиях в Модуле 3)? Обсудите ограничения обоих глобальных опросов.
 - «Решение проблемы гендерного насилия означает обращение к теме, которая беспокоит человечество. Осмысление предвзятых представлений, стереотипов, предрассудков и насилия в отношении девочек и женщин предполагает принятие изменений, чтобы это насилие наконец стало освещаться в медиа, в полном объеме отражая озабоченность наших обществ [...] Журналисты могут помочь нарушить молчание и вывести этот вопрос за пределы частной сферы, где он по-прежнему слишком часто отходит на задний план»⁷².
 - Педагоги должны провести обсуждение изложенного выше утверждения с учащимися. Посмотрите статистику по женщинам, которые подверглись

⁷¹ Julie Posetti, Nermine Aboulez, Kalina Bontcheva, Jackie Harrison, and Silvio Waisbord (2020). Online violence Against Women Journalists: A Global Snapshot of Incidence and Impacts. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375136>.

⁷² Отрывок из книги А.-М. Амп «Освещение в СМИ проблемы насилия против женщин и девочек: Руководство для журналистов», ЮНЕСКО, 2020. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374625>.

физическому и сексуальному насилию, по сокращению доли девочек среди новорожденных из-за дородового отбора плода по признаку пола, по девочкам, подвергшимся женскому обрезанию, на странице 8 выпущенного ЮНЕСКО Справочника для журналистов «Освещение в СМИ проблемы насилия против женщин и девочек: Руководство для журналистов» (<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374625>).

Учащимся следует изучить и проработать следующие вопросы: сообщают ли их местные медиа о насилии в отношении женщин? Предусматривает ли внутренняя политика местных медиа освещение насилия в отношении женщин? Могут ли учащиеся или преподаватели связаться с местными медиа, чтобы выяснить это? Какие действия могут предпринять преподаватели и учащиеся в отношении компаний, занимающихся цифровой коммуникацией?

- Помогите учащимся применить компетенции МИГ в этих исследованиях. Им следует поделиться выводами со своим окружением, в том числе в Интернете. Дополнительная информация по вопросам медиаполитики и контента представлена в публикации Setting the Gender Agenda for Communication Policy: New proposals from the Global Alliance on Media and Gender <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368962.locale=en>.

Педагогу следует подумать о разработке заданий, аналогичных перечисленным выше в связи с вопросами пола, для других маргинализированных групп, к которым относятся люди с ограниченными возможностями здоровья, коренные народы, миноритарные этнические группы, малообеспеченные представители городских и сельских общин и пр. Это полезно сделать для изучения представленности данных групп населения в медиа, чтобы понять, как и для кого создаются такие репрезентации, кому выгодно, чтобы люди верили этим репрезентациям, и кто в конечном итоге страдает от этого.

Оценивание и рекомендации

- Анализ и оценка визуальной информации в новостных материалах, включая технические компоненты и аспекты дизайна
- Изучение других современных исследований и отчетов по этой теме и разработка на их основе кампании в социальных сетях. Обязательно следует сформулировать критерии, по которым будут оцениваться результаты этой кампании
- Выявление и оценка приемов освещения темы, способствующих формированию сознательной гражданской позиции
- Оценка воздействия визуальной информации на аудиторию

РАЗДЕЛ 3. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ КОДЕКСЫ В ОБЛАСТИ РАЗНООБРАЗИЯ И РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Кодексы и этические принципы для поставщиков контента, в том числе медиа, компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, библиотек, архивов и музеев
- Применение кодексов к различным медиа
- Оценка кодексов и норм поведения

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- исследовать принципы профессиональной этики и поддержки разнообразия, действующие в различных организациях, которые предоставляют контент;
- применять нормы и кодексы этичного поведения к разнообразным медиаизображениям и текстам; оценивать соответствие медиатекстов в режиме онлайн/офлайн признанным нормам и кодексам этики;
- оценивать назначение и эффективность этих кодексов;
- рекомендовать дополнения/изменения в кодексы и нормы этичного поведения для различных поставщиков контента.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

Необходимость исключить государственное регулирование медиа привела к тому, что многие медиаорганизации в разных регионах разработали добровольные кодексы, призванные обеспечить приверженность медиа предоставлению разнообразных и инклюзивных проектов и контента. Кроме того, многие медиа соблюдают нормы этичного поведения, которые запрещают использовать материалы, порочащие или дискриминирующие людей по признаку расовой или этнической принадлежности, возраста, пола, физического состояния или семейного положения. У некоторых компаний,

занимающихся цифровой коммуникацией, есть профессиональные стандарты, хотя они не всегда тратят достаточно средств, чтобы обеспечить их соблюдение, за что подвергаются критике. Библиотеки и музеи все чаще придерживаются принципов обеспечения инклюзивности и равенства, а также учитывают в своей деятельности проблемы культурной апроприации и репрезентации.

- Изучите профессиональные нормы и правила поведения, существующие в вашем регионе (они могут касаться медиа, компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, библиотек, архивов и музеев). Определите, кто отвечает за разработку этих правил и норм поведения. Кратко опишите основные разделы этих сводов правил и объясните их назначение. Как они защищают права граждан и потребителей? Какое воздействие оказывают эти правила на организации, в которых действуют?
- Примените правила профессиональной этики к репрезентациям в новостных сообщениях, разработке и распространению контента из предыдущего задания. Оцените, насколько точно выполняются эти правила. При проведении оценки обращайте внимание не только на текст, но и на контекст. Подкрепите свои выводы конкретными примерами из репортажей. В тех случаях, когда контент не соответствует нормам, в какие инстанции граждане могут обратиться?
- Проанализируйте другие сферы действия поставщиков контента, на которые распространяются эти нормы и правила поведения (например, представление гендерных аспектов, в том числе стереотипных и сексуализированных, в рекламных объявлениях). Оцените, насколько точно выполняются эти нормы и правила. Какие замечания и комментарии вы могли бы дать медиаорганизациям и/или создателям этих текстов?

Оценивание и рекомендации

- Составление перечня основных сфер применения норм и правил этичного поведения и поддержания плюрализма различными поставщиками контента, в том числе медиа, компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией, библиотеками, архивами и музеями. Разработайте кампанию по этим правилам в социальных сетях или реальном сообществе. Обязательно сформулируйте, как будут оцениваться результаты этой кампании.
- Рекомендации по изменениям/дополнениям в кодексах/нормах этичного поведения.

РАЗДЕЛ 4. ТЕЛЕВИДЕНИЕ, КИНЕМАТОГРАФ И ПЕЧАТНЫЕ ИЗДАНИЯ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Художественные фильмы и репрезентации
- Репрезентация в печатных изданиях
- Кино- и телеиндустрия, истории о сообществах и коренном населении

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- оценивать успешность современных телевизионных передачи художественных фильмов;
- оценивать репрезентации в фильмах, телепрограммах и в печатных изданиях (в том числе в книгах);
- разрабатывать сценарии фильма и/или телепередачи;
- изучать размещение телепередач в сетке вещания;
- анализировать репрезентацию полов в рекламе;
- анализировать методы использования технологий в репрезентациях;
- анализировать представление в телепрограммах и фильмах альтернативных вариантов историй о коренном населении.

Кино как одна из форм контента

Кино — одно из самых мощных средств массовой информации последнего столетия, охватывающее широкую аудиторию по всему миру. В последние годы телевидение, а затем и сетевые аудиовизуальные медиа также стали доступны широкой публике во многих частях света. В то же время важным источником идей и информации как в Интернете, так и за его пределами остаются книги. Все эти источники могут сыграть значительную роль в формировании общественного самосознания, ведя повествование и продвигая определенные версии национальной истории. Понимание того, как эти источники формируют наше восприятие мира, в котором мы живем, является важной частью МИГ.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- На основе материалов Интернета проанализируйте причины успеха вышедших в последнее популярных кинофильмов. Составьте список из пяти фильмов, имеющих высокие кассовые сборы на местном или международном уровне. Если возможно, просмотрите трейлеры к каждому из этих фильмов или выберите один фильм и посмотрите его целиком. Опишите, кому/чему отводится центральное место в сюжетной линии. Объясните, почему такая репрезентация может быть привлекательной для аудитории.
- Попросите педагогов назвать различные версии репрезентации исторических событий. Например, книги, изданные в рассматриваемый период и посвященные ему; фильмы, снятые в разных жанрах; произведения искусства или картины; любые другие визуальные изображения, такие как фотографии и музыкальные видеоклипы. Посетите музей или архив (если в вашем регионе есть учреждения, специализирующиеся в данной предметной области) и соберите материал для подготовки эссе по результатам ваших наблюдений.
- Выберите любую книгу или статью о своей стране. Это может быть материал о вашем сообществе, культуре или конкретном событии. Определите, как представлены в этой публикации различные аспекты выбранной темы. Согласны ли вы с такой репрезентацией? Почему? Обсудите.
- Составьте подборку аудиовизуальных рекламных объявлений, представленных в Интернете или в телепрограммах вашей страны. Постарайтесь подобрать объявления, в которых изображаются и женщины, и мужчины. Обсудите в небольших группах, как в рекламе представлены женщины в сравнении с мужчинами. Запишите некоторые из своих наблюдений. Обсудите возможные последствия некоторых из этих репрезентаций. Единодушны ли члены группы в оценке конкретных репрезентаций? В чем, на ваш взгляд, может быть причина?
- Распространенная формула художественного фильма опирается на типичный миф о «героическом пути». Мифы служат отражением систем подсознательных верований, выражающих страхи, стремления и надежды представителей определенной культуры. В таких историях герой (обычно мужчина), не ведающий, какая судьба его ждет, получает приказ «свыше» отправиться на выполнение важной миссии. В процессе герой, как правило, проходит через несколько этапов: «рождение» или начало, осознание своего предназначения или своей судьбы, встреча с любовью, борьба с врагами, получение совета от мудрого старца и, наконец, возвращение домой.

- Составьте список фильмов, сюжет которых строится по этой формуле. Объясните, в чем их привлекательность. Опишите героя и объясните, насколько он отражает стремления и ценности индивидуума в обществе.
- Опишите работу оператора и использование звукового и музыкального сопровождения. Оцените, насколько эти технические элементы усиливают основные для данной истории репрезентации (например, впечатление, которое производит злодей или романтический герой). Объясните, как бы изменился смысл конкретных сцен фильма, например, при использовании другого звукового сопровождения.
- Зайдите на веб-сайты различных медиа — мейнстримовых, созданных представителями коренного населения или местным сообществом, то есть служащих альтернативой голливудским блокбастерам. Просмотрите подборки историй, которые представляют эти медиакомпании или организации. Сравните их истории с теми, что рассказаны в фильмах, созданных на крупных киностудиях. Оцените ценность этих «независимых» организаций, отображающих или озвучивающих альтернативные, самобытные истории.

Наша цель — представить в кинофильмах и телепрограммах самые разнообразные точки зрения. То, что на экране будет представлено больше точек зрения, не значит, что кто-то чего-то лишится. На самом деле это позволит создавать больше программ и повышать их качество, представлять новые взгляды на экране.

Джоан Пеннефазер,
первая женщина — председатель Комитета национальных фильмов Канады,
в интервью журналу «Maclean's» (29 марта 1993 г.)

- Обсудите ответственность кино- и телеиндустрии перед зрителями и их отношение к прогрессу человеческого общества. Почему все зрители должны иметь возможность видеть на экране себя и истории из своей жизни? Обсудите влияние историй и репрезентаций, транслируемых мейнстримовыми медиа, на разные аудитории. Проанализируйте, как специализированные каналы, различные интернет-сайты, блоги и новые технологии влияют на искусство повествования и предлагают аудитории альтернативные репрезентации.

Оценивание и рекомендации

- Анализ примеров современных телепередач и художественных фильмов
- Оценка воздействия используемых технологий и форм на контент и репрезентации
- Анализ и оценка деятельности государственных и независимых кинокомпаний по представлению альтернативных, самобытных историй

РАЗДЕЛ 5. РЕПРЕЗЕНТАЦИИ И МУЗЫКАЛЬНЫЕ ВИДЕОКЛИПЫ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Анализ музыкальных видеоклипов и репрезентации
- Музыка и социальные изменения

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- сделать раскадровку и разработать сценарий музыкального видео;
- провести анализ музыкального видео с упором на репрезентацию вопросов гендера, расы и сексуальной ориентации/различия полов;
- анализировать репрезентацию в «альтернативной» музыке;
- сравнивать репрезентации в альтернативных и мейнстримовых медиа.

Педагогические подходы и виды деятельности

- Музыка играет жизненно важную роль во всех сферах жизни человека. Чаще всего музыку воспринимают как развлечение, но она является важной частью многих религиозных и культурных практик и часто используется политическими движениями. Понимание воздействия музыки на разные аудитории — одна из составляющих МИГ.
- Найдите в Интернете и изучите видео ведущих современных музыкальных исполнителей. Проанализируйте идеи и ценности выбранного видео (при наличии текстов песен и видео с их исполнением). Анализ должен включать в себя:
 - ◇ изучение содержания текстов песни, в том числе описание того, как изображения на видео соотносятся с текстом и мелодией песни, а также с интерпретацией текста, предложенной учителем;
 - ◇ изучение технических составляющих видео с учетом использования цвета, света, редактирования (скорости, наложения, музыкального сопровождения), спецэффектов и взаимосвязи аудио- и видеокomпонентов;
 - ◇ изучение социальных вопросов, представленных в видео, с учетом того, как могли бы измениться основные идеи видео при включении в него представителей других классов общества или рас или если бы мужские и женские персонажи поменялись ролями.

- Объясните идеи и моральные ценности, представленные в видео, опираясь на следующие вопросы:
 - ◇ Представляет ли данное видео взгляды одной конкретной группы людей?
 - ◇ Как представлены в данном видео мужчины и женщины? Использовались ли при этом какие-либо стереотипы? Если да, то с каким результатом?
 - ◇ Кто находится в сильном положении? Кто в слабом? Кто в конечном итоге выигрывает?
 - ◇ Игнорирует ли данное видео какие-либо группы людей или их взгляды?
 - ◇ Какие представления о счастье, успехе или морали заложены в данном видео?
- Определите целевую аудиторию. Оцените, насколько привлекательным может быть данное видео для зрителей, не входящих в целевую аудиторию.
- Оцените влияние поп-культуры и музыки как инструментов трансформационных преобразований. Насколько велика роль музыкантов и художников в решении политических и социальных вопросов, обеспечении социальной справедливости? Посмотрите, как работает находящаяся в Дании организация Freemuse, которая оказывает помощь музыкантам, вовлеченным в социальные и политические процессы. Какие вопросы и события находят отражение в их музыке? С каким результатом?
- Выберите текст песни и подготовьте оригинальную раскадровку для музыкального видео, передающую основную идею текста песни. Внимательно отнеситесь к изображениям, которые будут иллюстрировать слова песни. Определите и отберите технические компоненты, которые будут усиливать созданное представление.
- Если видео для данной песни уже существует, сравните свою раскадровку с этим видео и отметьте общее и различия в выборе изображений и технических приемов.
- Зайдите на веб-сайт организации типа MediaWatch (<http://www.mediawatch.org>), призванной бороться с «расизмом, сексизмом и насилием в медиа через образование и действие». Изучите цели этой и аналогичных организаций и проводимые ими кампании.

Оценивание и рекомендации

- Анализ и оценка современных музыкальных видео с учетом репрезентаций, технических аспектов, идеологии и ценностей
- Разработка раскадровки для текста выбранной песни

Ресурсы и ссылки

Некоторые из источников могут не подходить для конкретного региона, поэтому педагогам стоит разработать собственные ресурсы или подобрать ресурсы, имеющиеся в их регионе.

Четвертая всемирная конференция по положению женщин, Пекинская декларация и платформа действий (1995), <https://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20R.pdf>

Equality in Journalism: Brussels, Belgium at, G., Sudha. (2018). Promoting gender equality through education in India. Gender Parity and Women Empowerment – Challenges and Way Forward, 31-34. doi:10.9756/bp2018.1012/06

http://portal.unesco.org/ci/en/files/28397/12435929903gender_booklet_en.pdf/gender_booklet_en.pdf

International Federation of Journalists (2009). Getting the balance right: Gender International Women's Media Foundation (2011). Global Report on the Status of Women in the News Media: Washington, DC, USA AT, <https://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2018/06/IWMF-Global-Report.pdf>

Masterman, L. (2010). Voices of Media Literacy with Len Masterman/Interviewer: Dee Morgenthaler. Center for Media Literacy, <https://www.medialit.org/reading-room/voices-media-literacy-international-pioneers-speak-len-masterman-interview-transcript>

Sidahmed, A., 2012. The Plight of Female Journalists [online] Doha Center for Media Freedom, <http://www.dc4mf.org/en/content/plight-female-journalists>

World Association of Christian Communication (2010). Who Makes the News? Global Media Monitoring Project: Toronto, Canada, www.whomakesthenews.org

Исторические архивы европейского телевидения BIRTH: <http://www.birth-of-tv.org/birth>

Бесплатные ежедневные новости, посвященные телевидению Synopsis: <http://www.cynopsis.com>

Данные по кассовым сборам фильмов Box Office Guru: <http://boxofficeguru.com>

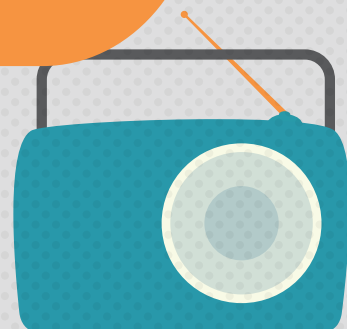
Hidden Figures («Скрытые фигуры», фильм 2016 г.): https://www.imdb.com/title/tt4846340/?ref_=nv_sr_srsq_0

Подборка ссылок на музыкальные ресурсы Imob: www.imob.com

Самый полный сайт для изучения фильмов и телепрограмм The Internet Movie Data Base: www.imdb.com

МОДУЛЬ 7

ВЛИЯНИЕ МЕДИА И ТЕХНОЛОГИЙ НА КОНТЕНТ



Язык — источник непонимания.

Антуан де Сент-Экзюпери (1900–1944)

КОНТЕКСТ И ОБОСНОВАНИЕ

В 1964 году Маршалл Маклюэн (Marshall McLuhan), один из отцов-основателей того, что мы теперь называем медийной и информационной грамотностью, написал: «Средство коммуникации есть сообщение». Средство коммуникации может повлиять на то, как будут восприниматься сообщения, однако на их интерпретацию может повлиять и опыт пользователей/аудитории. Важный шаг на пути превращения в медийно и информационно грамотного человека — понять, как информация, идеи и смыслы передаются (порой по-разному) различными поставщиками контента, в том числе медиа, компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией, библиотеками, архивами, музеями и т. д.

Средства связи или передачи информации существовали с доисторических времен, начиная с резьбы на стенах и камне, использования раковин, барабанов, гонгов или надписей на свитках. В 1455 году Иоганн Гутенберг изобрел печатный станок, заложив предпосылки для появления газет и печатных книг. В 1901 году, вскоре после появления телеграфа и телефона, миру стало доступна радиосвязь, которая активно развивалась на протяжении следующих двух десятилетий. Следующим шагом стало появление в 1927 году телевидения, объединившего изображение и звук. В 1937 году началась работа над созданием компьютеров. Во второй половине XX века в сфере информации и цифровых коммуникаций произошло множество изменений. Начало им положило создание после Второй мировой войны универсальной вычислительной машины (1946 г.). Это стало главным открытием, которое привело к возникновению сети Интернет в конце 1960-х годов. К 1990-м годам Интернет использовался в коммерческих целях и был доступен для всех, у кого имелись соответствующие технические возможности (Веб 2.0). К началу XXI века повысился уровень интерактивности, интерфейсы стали более удобными для пользователей, а социальные сети получили широкое распространение. К наиболее недавним технологическим усовершенствованиям относятся использование искусственного интеллекта (ИИ) и технологии блокчейна.

Каждое средство коммуникации стимулировало появление различных форм развития контента. Каждому средству присущ свой вариант «языка» или «грамматики», который обуславливает уникальный способ передачи смыслов. Под «языком» в этом случае подразумеваются технические компоненты и символы, или коды и обозначения, которые профессионалы в области информации, медиа и цифровых технологий отбирают и используют для передачи идей, информации и знаний. Технические коды — это звук, ракурсы съемки, типы снимков, свет, цвет, графика, пиктограммы, меню, программные коды, алгоритмы, GIF-файлы, мемы, смайлики и т. д. К этой категории относятся, например, зловещая музыка в художественном фильме, передающая ощущение опасности; снимки, сделанные широкоугольным объективом для придания фотографии глубины и объема; программные коды для отображения определенной графики или создания интерактивного контента; смайлики, позволяющие легко и быстро передать эмоции в виртуальном общении. Символические коды включают язык, одежду или действия персонажей, а также легко понимаемые знаковые символы. Например, красная роза может использоваться как символ романтических чувств, а сжатый кулак — как символ гнева. Определенные коды, в том числе тембровая и интонационная окраска, используемые для голосов, синтезированных системами ИИ, также могут использоваться, чтобы подчеркнуть гендерное неравенство или противодействовать ему. Язык различных средств коммуникации может включать повторение определенных слов, фраз и образов (вербальный или визуальный язык). При изучении этих языков следует рассмотреть три основных вопроса: каковы основные коды и обозначения, используемые людьми, которые работают в сфере предоставления контента? Как понимают эти языки аудитория или граждане? Могут ли разные люди по-разному интерпретировать один и тот же текст/информацию? Обратите внимание, что здесь речь идет не об организациях медиасферы (у них есть собственные нюансы), а о технических средствах, используемых для коммуникации.

Цифровое общение происходит на платформах, где пользователи — люди и организации — могут взаимодействовать друг с другом. Динамическая среда социальных медиа включает сайты социальных сетей (например, Facebook и VK), платформы для обмена видео (YouTube, Vimeo и пр.), платформы для обмена визуальными и аудиовизуальными материалами (такие как TikTok, Instagram, Snapchat и Pinterest), микроблоги (Sina Weibo, Twitter и т. д.), а также блоги и вики. Сегодня компании и люди используют эти инструменты для поиска информации и обмена ею, для продвижения своих идей и продуктов, для обучения и взаимодействия. Педагоги и учащиеся сталкиваются с необходимостью быть в курсе изменений, понимать их и определять оптимальные способы

использования этих инструментов для развлечения, обучения, социального взаимодействия и принятия решений.

В этом модуле показано, как различные типы технологических форм медиа (включая цифровые) позволяют по-разному передавать сообщения. Также рассматриваются языковые стили, используемые в средствах коммуникации. Так, аудиовизуальная технология позволяет камере двигаться параллельно с бегущей лошадью, но прошло немало времени, прежде чем создатели фильмов осознали и начали использовать эту возможность. Точно так же потребовалось время для развития таких жанров, как комедия положений/комедийное шоу, документальные фильмы, реалити-шоу, прямая трансляция с места событий, мемы/карикатуры, авангардистские и абстрактные фильмы и т. д.

Данный модуль призван научить педагогов осваивать разнообразные языки и жанры, позволяющие понимать, как могут передаваться информация и смысл и как при интерпретации информации или идей, полученных от поставщиков контента, должно учитываться взаимодействие человека с используемым типом языка.

РАЗДЕЛЫ

РАЗДЕЛ 1.

ЧТЕНИЕ МЕДИЙНЫХ
И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕКСТОВ

РАЗДЕЛ 2.

СООБЩЕНИЕ И СРЕДСТВО ЕГО
ПЕРЕДАЧИ: НОВОСТИ В ПЕЧАТНЫХ
И ВЕЩАТЕЛЬНЫХ СМИ

РАЗДЕЛ 3.

ЖАНРЫ В КИНЕМАТОГРАФЕ
И СТОРИТЕЛЛИНГ

РАЗДЕЛ 4.

КОММУНИКАЦИЯ НА ЦИФРОВЫХ
ПЛАТФОРМАХ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

РАЗДЕЛ 1. ЧТЕНИЕ МЕДИЙНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕКСТОВ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Анализ кодов и обозначений в медийных и информационных текстах
- Анализ значения — символы и визуальный язык
- Исследование языков средств коммуникации и технологий: фото- и видеоколлажи

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- определять коды и обозначения, использованные для передачи смысла в различных медийных и информационных текстах;
- определять знаки и символы, используемые в различных целях в локальных и глобальных сообществах.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

Перечислите технические и символические коды и условные обозначения, используемые в следующих жанрах: телевизионная «мыльная опера», туристический буклет, документальный фильм, семейный комедийный сериал, политическая реклама. Какие сообщения и информация передаются посредством этих кодов?

- Определите, какие коды и символы используются представителями вашего сообщества в различных целях при передаче информации (о том, как добраться до определенного места, о расположении достопримечательностей и пр.) Опишите вербальный и визуальный языки, обусловленные этими знаками и символами и обеспечивающие их однозначное толкование членами сообщества. Учитывайте использование шрифтов, стилизованных изображений, дизайна и пр.
- Проанализируйте различные почтовые открытки, выпущенные в вашей стране или местности. Определите основные символические и технические коды, использованные в каждой открытке. Какую информацию о вашей стране

передают эти коды? Какая информация не упоминается? Создайте открытку для любого выбранного вами места или организации. Какие основные технические или символические коды вы бы использовали для передачи важной информации и создания нужного впечатления?

- Создайте коллаж из фотографий или видеоизображений, чтобы показать значимость вашего учебного заведения для определенной аудитории. Продумайте, как следует использовать подходящие пиктограммы/графические элементы, символы, визуальный/вербальный язык, музыку, цвета, фотоснимки, ракурсы и пр., чтобы привлечь внимание этой аудитории и обратиться к ней. Подобный коллаж может быть предназначен потенциальным абитуриентам, их родителям, опекунам, политикам и т. д.
- Социальные сети, успешно используемые как платформа для общения и обмена информацией, обычно работают на алгоритмах, которые были разработаны для коммерческих целей. Поэтому они служат не только для поддержания связи с друзьями и родственниками по всему миру, но и для взаимодействия клиентов, инвесторов и сотрудников друг с другом. И главное место здесь отводится огромной и постоянно растущей индустрии маркетинга в социальных сетях (SMM). Разделите учащихся на небольшие группы. Предложите каждой группе выбрать платформу социальных сетей и изучить ее, чтобы определить, какие технические коды и условные обозначения используются для связи и формирования сообщений. Например, обратите внимание на тот факт, что размер сообщения в Twitter ограничен 240 символами. Организуйте подготовку презентации каждой группой и общее обсуждение, позволяющее ответить на вопросы, приведенные ниже, и другие вопросы, предложенные вами. Что отличает одну платформу социальных сетей от других? Что у них общего? Чем уникальна каждая платформа? Влияют ли используемые технические коды и условные обозначения на то, как учащиеся взаимодействуют с информацией и цифровыми средствами, а также на понимание значения информации с учетом имеющегося опыта? Как эти коды и обозначения влияют на учащихся? Всегда ли они учитывают гендерные аспекты или иногда демонстрируют предвзятость по отношению к женщинам и мужчинам? После того как преподаватели и учащиеся получают более полное представление о наличии подобных кодов и их потенциальном влиянии на обмен сообщениями и передачу смыслов, какие шаги им важно предпринять, чтобы в дальнейшем действовать более рассудительно? Обратите внимание, что разные платформы предлагают различные функции (например, TikTok — запись танцевальных клипов). Также имейте в виду, что платформы не являются инертными пространствами, в которых пользователи действуют без стороннего вмешательства. На самом деле это системы, созданные с помощью алгоритмов, которые определяют, какой контент станет успешным. Поощряйте педагогов и учащихся делиться тем, что они узнали, с друзьями и родственниками в социальных сетях.

- Поскольку динамичная среда информации и цифровых коммуникаций не замедляется, педагоги и учащиеся в обозримом будущем будут вынуждены выполнять разнонаправленные требования. Организуйте мозговой штурм и обсуждение с участием преподавателей или учащихся. Предложите им подумать, какие новые технологии и средства коммуникации могут быть разработаны в будущем и какие новые коды и технические обозначения в них могут использоваться. Например, представьте, что обычный компьютерный монитор, каким мы его знаем, будет воплощен в виртуальной трехмерной форме. Какие изменения это могло бы повлечь за собой? Подумайте также, какие технологические средства существуют сегодня и могут появиться в будущем для использования в учебных аудиториях и в общественных пространствах, выполняющих функции таких аудиторий. Организуйте дискуссию о том, как использование тех или иных технических кодов и обозначений может способствовать или препятствовать процессу преподавания и обучения.
- Совместный потенциал новых медиа и смартфонов открывает новые возможности для реализации талантов и творчества. В наши дни новые медиаплатформы позволяют обычным людям выражать себя и создавать свой собственный контент без прежних препятствий. Они уже не ограничены наличием солидного бюджета, оборудования и кадровых ресурсов, которые раньше требовались для демонстрации своих способностей и охвата широкой аудитории. Кроме того, такие платформы помогают продвигать и культивировать идею о том, что искусство и творчество доступны не только определенным категориям людей из определенных обществ. Разделите учащихся на небольшие группы. Поручите им провести исследование, чтобы выявить уникальные средства коммуникации и технологические коды и обозначения, разработанные обычными людьми для развития собственных средств коммуникации и цифровых продуктов. Отличаются ли они от тех, которые используются крупными медиа и компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией? Как бизнес-модели влияют на то, какой креативный контент становится популярным и приносит прибыль? Организуйте презентации и обсуждения.

Оценивание и рекомендации

- Анализ кодов и обозначений, используемых в различных текстах
- Анализ знаков и символов, используемых в сообществе
- Анализ и оценка кодов, использованных в открытках, которые выпущены местными и национальными организациями
- Создание коллажа

РАЗДЕЛ 2. СООБЩЕНИЕ И СРЕДСТВО ЕГО ПЕРЕДАЧИ: НОВОСТИ В ПЕЧАТНЫХ И ВЕЩАТЕЛЬНЫХ СМИ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Анализ кодов и условных обозначений в новостных медиа
- Применение кодов и условных обозначений в новостных публикациях
- Языки медиа и смыслы: оценка и анализ новостей и информации

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- анализировать коды и условные обозначения, используемые при освещении события на телевидении, радио и в газетах в традиционном и онлайн-формате;
- применять эти коды и условные обозначения к конкретной новостной публикации;
- оценивать способы, с помощью которых средство коммуникации и присущие ему коды и условные обозначения определяют передаваемый смысл;
- оценивать информацию, которая может быть передана с помощью определенного средства коммуникации.

Педагогические подходы и виды деятельности

Представьте, что правительство планирует внести в законодательство изменения, которые будут иметь негативные последствия с точки зрения защиты окружающей среды или обеспечения гендерного равенства в рамках устойчивого развития. Представитель правительства только что выступил с речью, оправдывающей позицию правительства. Большая группа молодых людей собралась для мирной демонстрации протеста. Некие агрессоры присоединяются к ним, и между протестующими и службами охраны правопорядка начинается столкновение. Чтобы проанализировать, как это событие может освещаться в медиа, педагоги и учащиеся должны обдумать следующие вопросы: кем могут быть эти молодые люди? Какие гендерные группы они могут представлять? Как они себя позиционируют? Это может повлиять на то, как ситуация окажется представлена в медиа, и должно помочь людям помнить об определенных существующих стереотипах и распознавать их.

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Предположите, как это событие будет освещаться в газете, на радио и на телевидении. Как будет различаться манера подачи материала и почему? В какой степени эти различия будут определяться спецификой каждого СМИ?
- Выберите интересное актуальное событие или вопрос (безработица среди молодежи, коррупционный скандал, экологическая катастрофа, вызванная загрязнением окружающей среды). Разделившись на группы, подготовьте сообщение о данном событии для газеты, радио- или телепрограммы. Сообщение для радио должно длиться не более 20 секунд; для телевидения — 1-2 минуты; для газеты объем заметки должен быть ограничен 210 словами. Закончив работу над заметкой, обсудите результаты, используя следующие контрольные вопросы:
 - ◇ Как тип СМИ влияет на освещение события и на передаваемую информацию?
 - ◇ Какие коды и условные обозначения используются при создании новостного сообщения каждого типа?
- Создайте коллаж из изображений и символов, которые может быть использован для рекламы школы или другого учебного заведения с учетом требований целевой аудитории и передаваемой информации.

Оценивание и рекомендации

- Описание и оценка способа освещения новостей, используемого в различных медиа
- Создание и анализ новостного сообщения для радио, телевидения и газеты

РАЗДЕЛ 3. ЖАНРЫ В КИНЕМАТОГРАФЕ И СТОРИТЕЛЛИНГ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Киножанры
- Технические и символические коды в фильмах
- Создание раскадровки для эпизода фильма

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- определять различные киножанры и соответствующие им коды и условные обозначения (техника съемки, смысловое содержание, основная идея, тема, персонажи, типичные сюжеты, ситуации, время и место действия);
- определять технические и символические коды, использованные для передачи смысла фильма;
- делать раскадровку для эпизода фильма с использованием кодов и условных обозначений, присущих определенному жанру;
- определять коды и условные обозначения, которые присущи киножанру, популярному в другой стране.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Составьте список киножанров, которые вам нравятся. Определите ключевые элементы каждого жанра. Просмотрите эпизод из какого-либо фильма, обращая внимание на сюжетную линию, время и место действия, типы персонажей, музыку, свет, спецэффекты, монтаж и работу кинооператора. Какие идеи и ценности передаются за счет использования этих элементов в фильме? Объясните, как может меняться смысл эпизода при изменении различных составляющих (времени и места действия, звукового сопровождения и пр.).
- Разделившись на группы, подготовьте раскадровку для эпизода фильма любого жанра по вашему выбору. Объясните, каким образом «язык» жанра отображается в каждом эпизоде.
- Покажите педагогам отрывок из популярного зарубежного фильма. Сравните «языки», использованные в этом фильме и фильме, созданном в их родной стране. Обсудите воздействие использованных в фильме технических приемов. Что транслируется за счет их применения? Какова, на ваш взгляд, целевая аудитория каждого фильма?
- Найдите в Интернете или в местной библиотеке две афиши, анонсирующие показ одного и того же фильма в разных странах. Ответьте на следующие вопросы:
 - ♦ Какое впечатление о фильме передается через эти афиши?
 - ♦ Какие технические и символические коды используются и с каким результатом?

- ◇ Можно ли по афишам определить целевую аудиторию каждого фильма?
- ◇ Какая информация о каждом фильме передается через эти афиши?

Оценивание и рекомендации

- Анализ эпизода фильма
- Подготовка раскадровки для эпизода фильма
- Анализ афиши фильма
- Сравнение фильмов

Дополнительные темы для изучения

- Использование саундтреков в фильме
- Работа звукооформителей («шумовиков»), создающих звуковые эффекты
- Методы создания документальных фильмов

РАЗДЕЛ 4. КОММУНИКАЦИЯ НА ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМАХ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Социальные медиа
- Производство, монетизация, сбор, обработка и использование результатов обработки «больших данных» на основе цифровых платформ
- Эстетика, жанры и способы коммуникации, присущие социальным сетям

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- понимать специфику социальных сетей как коммуникационной среды;
- понимать, как происходит коммуникация на цифровых платформах и как в ней участвуют обычные люди;
- определять модели коммуникации в социальных сетях.

Характеристики социальных медиа

При взаимодействии с традиционными средствами массовой информации, даже в онлайн-формате, мы обычно выступаем в роли представителей аудитории, которые получают и анализируют сообщения. В социальных сетях и других средах цифровой коммуникации мы, даже оставаясь в позиции пассивного читателя сообщений, одновременно являемся публичными агентами, которые могут создавать сообщения и производить действия, влияющие на других пользователей. Таким образом, социальные медиа предусматривают не только получение и интерпретацию сообщений, но и реагирование на них, изменение и обмен ими, а также создание новых значимых коммуникаций. Социальные медиа, к которым относятся все сервисы на основе цифровых технологий, обеспечивающие взаимодействие между пользователями, предоставляют нам среду для общения, в которой за ним так или иначе могут наблюдать группы людей. Понятие «социальные медиа» охватывает широкий спектр появившихся в XXI веке услуг, часто называемых платформами: приложения для обмена текстовыми сообщениями, платформы для обмена фото- и видеоматериалами, потоковые сервисы, подкасты, блоги и микроблоги, вики. В них часто сочетаются различные формы общения, в том числе письменные, звуковые и аудиовизуальные (мультимодальное общение). Контент передается с платформы на платформу, и к нему можно получить доступ с разных устройств. Алгоритмы определяют, какие производители контента станут наиболее популярными, при этом пользователи, которые имеют больше всего читателей, подписчиков или лайков, получают наибольшее внимание и могут зарабатывать на общении. Они могут стать влиятельными производителями смыслов, лидерами мнений и законодателями вкусов. Следует отметить, что не все социальные медиа общедоступны. Зачастую они предназначены для закрытых групп или представляют собой сети обмена сообщениями ограниченного размера. В любом случае следует помнить о том, что социальные сети используются в интеллектуальном анализе данных и формировании профилей пользователей в интересах корпораций или иных заинтересованных сторон.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

Для понимания действий компаний, занимающихся цифровыми коммуникациями, могут быть полезны следующие групповые обсуждения и задания:

- Составьте схему популярных приложений социальных медиа: выберите один-два подобных сервиса, наиболее часто используемых в мире и/или в вашей стране, выясните: а) сколько людей ими пользуется во всем мире и/или в вашей стране, б) когда были основаны эти сервисы, в) кому они принадлежат. Определите, к какой категории относятся эти сервисы: а) контент-сообщества

(например, YouTube, блоги); б) сайты социальных сетей (VK, Facebook и др.); в) коллаборативные сообщества (например, Википедия); г) виртуальные игровые миры (например, World of Warcraft); д) другие. Представьте свои схемы в небольших группах и обсудите следующие вопросы: какие возможности для коммуникации предлагает платформа пользователям? Как другие пользователи могут реагировать на контент и каковы основные способы их общения? Насколько ограничены типичные аудитории, то есть группы подписчиков, и что влияет на их размер? Как, по вашему опыту, пользователи применяют — корректно или некорректно — те функции сообщений, которые могут способствовать устойчивому развитию и соблюдению прав человека, и почему? Темой для дальнейшего обсуждения могут стать способы, которые позволяют пользователям получать доход от производства собственного контента, то есть основные принципы монетизации на этой платформе.

В разных платформах используются разные языки и методы общения.

- Сравните языки блога, микроблога (например, Sina Weibo), обновления сайта социальной сети (например, Facebook), приложений для обмена изображениями (например, Instagram) и видео (например, TikTok). Выберите информацию, которую вы хотите передать определенной аудитории (например, проинформируйте родителей школьников о новом курсе обучения танцам, предназначенном для детей), и создайте сообщение для различных платформ, используя типичный для каждой из них язык. Как влияют на сообщение функциональные возможности и ограничения платформ?
- Коммуникация в социальных сетях в значительной мере эгоцентрична. Это находит отражение в способах самовыражения, а также в сборе подписчиков, подписок и реакций на свои посты в индивидуализированных сетях. Обсудите эстетику и функции селфи в культурах онлайн-коммуникаций. На каких платформах и в каком контексте публикуются селфи? Какие стили селфи можно выделить? Каковы социальные функции селфи? Почему люди делают (или не делают) селфи? Какие положительные и отрицательные последствия имеет культура селфи? Если бы селфи запретили, как выглядела бы культура интернет-коммуникаций и что мы потеряли бы? Принимайте во внимание опасения, которые вызывает программное обеспечение для распознавания лиц в связи с проблемами конфиденциальности.
- Как на разных платформах обсуждаются книги? Обсудите, как представление книг зависит от средств коммуникации, предлагаемых конкретной платформой. Найдите примеры книжных сообществ в блогах, видеоблогах, платформах обмена изображениями и специализированных платформах социального чтения, добавления закладок и рецензирования (примером могут служить Goodreads и национальные/местные библиотеки, использующие функциональные возможности социальных сетей).
- Классифицируйте контент социальных медиа по следующим категориям: информационный, религиозный, образовательный, развлекательный. Что делает этот контент привлекательным для своей аудитории? Почему

пользователям интересен такой контент? Почему его просматривают? Какие характеристики повышают популярность этих категорий контента? Как создатели контента пытаются привлечь внимание аудитории?

- Рассмотрите подкаст как форму сторителлинга и оцените, что работает в этом формате.
- В социальных медиа зачастую сочетаются и смешиваются функции нескольких разных жанров. Какие жанровые гибриды есть на YouTube? Выберите несколько примеров видео и постарайтесь максимально подробно описать используемый в нем жанр, указав, какие коллективные и общие коммуникационные стратегии, характерные для YouTube, задействованы. Например, вы можете взять пост в видеоблоге (влоге) и описать, как он передает информацию аудитории. Примерами широко распространенных жанров или форматов коммуникации могут служить обучающее видео, обзор покупок, «день из жизни», «мокпан» (еда перед камерой), рассказ с наглядной демонстрацией, челлендж и распаковка товаров.
- Практика общения в социальных сетях в определенной степени гендерно обусловлена. Разделитесь на небольшие группы и определите, какие коммуникативные культуры и практики являются типично женскими и мужскими на разных платформах. Например, контент для бьюти-блогов и видеоблогов обычно создают женщины, а об играх и технологиях чаще рассказывают мужчины. Позволяет ли эта сфера женщинам выражать свое мнение и расширять возможности или же лишь укрепляет гендерные стереотипы? Почему? Постарайтесь найти примеры гендерных меньшинств в выявленных культурах и обсудите, как эти случаи могут изменить практику и нормы общения. Обеспечивается ли в каких-либо онлайн-культурах гендерный баланс? Какую роль играет половая принадлежность в коммуникации и какие последствия влечет за собой преобладание женщин или мужчин?
- При использовании социальных медиа каждый учащийся получает персонализированную рекламу. Оцените такую рекламу и ее актуальность в связи с рекомендованным контентом и исследованиям, с которыми столкнулись учащиеся. Знают ли они, что появление такой рекламы обусловлено цифровыми следами, которые они оставляют в Сети? К чему это приводит — к предоставлению более разнообразного контента или к усилению «информационного пузыря»?

Оценивание и рекомендации

- Составление схемы ландшафта социальных медиа; выявление изменчивости компаний, занимающихся цифровой коммуникацией
- Критический анализ функций социальных медиа и последствий выбора эстетических и коммуникативных характеристик платформ
- Критическая проверка повседневного опыта использования разных платформ

Источники

Дженкинс Г. Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа. М. — Рипол Классик, 2019. — 384 с.

Beckman, K. (2016). The Tortoise, the Hare, and the Constitutive Outsiders: Reframing Fast and Slow Cinemas. *Cinema Journal*, 55 (2).

Bone, Jan and Johnson, Ron (2001). *Understanding the Film: An Introduction to Film Appreciation*. US: Glencoe McGraw Hill.

Bordwell, David and Thompson, Kristin (1998). *Film Art: An introduction*. 6th edition. US: McGraw Hill.

Burgess, Jean & Green, Joshua (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. New York: Polity Press.

Dzandza, P. & Kolan, B. (2018). Effect of Social Media on Academic Performance of Students in Ghanaian Universities: A Case Study of University of Ghana, Legon. *Library Philosophy and Practice (e-Journal)*. <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4687&context=libphilprac>

Ghani, M., Habes, M., Salloum, S. & Alghizzawi, M. (2019). The effect of social media usage on Students' e-learning acceptance in higher education: A case study from UAE. *International Journal of Information Technology and Language Studies*. https://www.researchgate.net/publication/338225144_The_effect_of_social_media_usage_on_students'_e_learning_acceptance_in_higher_education_A_case_study_from_the_United_Arab_Emirates

Goodman, Steve (2003). *Teaching Youth Media: A Critical Guide to Literacy, Video Production, and Social Change*. NY: Teacher's College Press.

Hitchcock, Peter (1992). *Videography: A Guide to Making Videos*. Ontario, Canada: Peter Hitchcock Productions.

Howard, Sue (ed.) (1998). *Wired-Up: Young People and the Electronic Media*. UK: Routledge.

Leaver, Tama, Highfield, Tim & Abidin, Crystal (2020). *Instagram: Visual Social Media Cultures*. New York: Polity Press.

Lindgren, Simon (2017). *Digital Media & Society*. London: Sage.

Lipschultz, Jeremy Harris (2018). *Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*. 2nd ed. New York: Routledge.

Luttrell, Regina (2016). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. 2nd ed. Lanham: Rowman & Littlefield.

Mandiberg, Michael (ed.) (2012). *The Social Media Reader*. New York: New York University Press.

Manovich, Lev (2019). AI Aesthetics. Moscow: Strelka Press.

McLuhan, Eric and Zingrone, Frank (1995). Essential McLuhan. Canada: Anansi.

Reporting Africa: The role of the media in (Un)Shaping democratic agenda. (n.d.) ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/313731941_Reporting_Africa_The_Role_of_the_Media_in_UnShaping_Democratic_Agenda

Saied, S., El Sabagh, H. & El-Afandy, A. (2016). Internet and Facebook addiction among Egyptian and Malaysian medical students: A comparative study, Tanta University, Egypt. International Journal of Community Medicine and Public Health, 3 (5).

U. Ramanathan, N. Subramanian, G. Parrott. Role of social media in retail network operations and marketing to enhance customer satisfaction, <https://www.semanticscholar.org/paper/Role-of-social-media-in-retail-network-operations-Ramanathan-Subramanian/7fb6085d7da22250510e487f7b7a1d374702fd7f>

van Dijck, José (2013). The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Oxford: Oxford University Press.

Wang, Y. & Yang Y. (2020). Dialogic communication on social media: How organizations use Twitter to build dialogic relationships with their publics. Computers in Human Behaviour, 104, Article no 106183.

Film Education: <https://www.filmeducation.org>

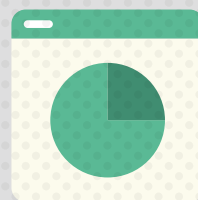
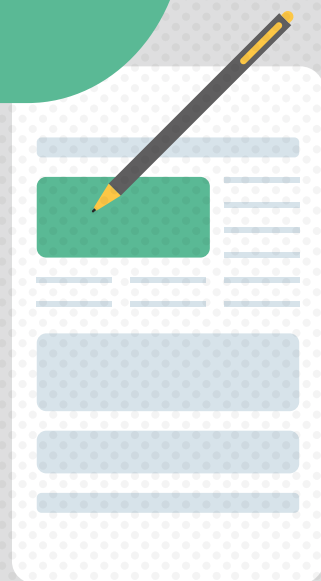
Film Study Guides for High School: <https://www.cinematheque.bc.ca>

National Film Board of Canada: <https://www.nfb.ca>

The Fifth Estate («Пятая власть», фильм 2013 года) <https://www.imdb.com/title/tt1837703/>

МОДУЛЬ 8

КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ,
ЗАЩИТА ДАННЫХ
И ЧЕЛОВЕК



Генеральная ассамблея ООН призывает коммерческие предприятия

«понятным и доступным образом информировать клиентов о сборе, использовании, передаче и хранении их данных, которые могут затронуть их право на неприкосновенность частной жизни, и в соответствующих случаях установить требования, касающиеся обеспечения транспарентности».

Резолюция «Право на неприкосновенность частной жизни в цифровую эпоху» A/RES/73/179

КОНТЕКСТ И ОБОСНОВАНИЕ

Конфиденциальность — один из самых важных и обсуждаемых вопросов нашего времени. Дать исчерпывающее определение этого понятия (как и большинства других) в одном или двух предложениях сложно. Поэтому универсального определения конфиденциальности не существует. Этот термин предполагает необходимость защиты и ограничения доступа других лиц к личной информации⁷³. Конфиденциальность касается всех нас как индивидов и групп граждан. Она относится к информации о нас, которую мы создаем осознанно или бессознательно.

⁷³ Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, With Youth Perspectives. UNESCO Series on Internet Freedom. UNESCO, Paris

Требования конфиденциальности в равной степени актуальны для информации, собираемой или распространяемой частными, государственными и общественными организациями.

Специальный докладчик Организации Объединенных Наций по вопросу о праве на неприкосновенность частной жизни Джозеф Каннатаци и его коллеги предлагают выделить три широкие группы проблем, связанных с неприкосновенностью частной жизни. Первая группа касается физических пространств и защиты отдельными гражданами и группами граждан своих пространств от нежелательного доступа, вмешательства и вторжения. Вторая группа вопросов связана с индивидуумом как личностью и тем, какая автономия и свобода воли требуется человеку, чтобы свободно мыслить, делать собственный выбор и самовыражаться, не опасаясь вмешательства извне. Наконец, проблемы третьей группы также касаются человека как личности, но сугубо в контексте потока личной информации. Это то, что называют конфиденциальностью информации⁷⁴. Она распространяется не только на человека, но и на общество в целом, поскольку учитывает, как конфиденциальность влияет на обмен информацией в обществе и на развитие людей как граждан⁷⁵.

Конфиденциальность информации связана с конфиденциальностью данных. В цифровую эпоху физическое пространство человека, автономия личности и способы создания и использования данных основаны на новых технологиях и переведены в виртуальный формат. Например, до появления технологий доступ к информации можно было получать в библиотеке как угодно часто, и только уполномоченные сотрудники библиотеки были в курсе того, что посетитель искал или к какому типу информации обращался. Когда человек шел в магазин, о том, что он купил, знал только продавец. В современной онлайн-среде все полностью изменилось. Каждый раз, когда человек покупает что-то в магазине или в Интернете, совершает транзакцию на правительственном веб-сайте, обращается к врачу или попадает в больницу, ищет что-то в Интернете с помощью поисковой системы или делает что-то в социальных сетях, это сопровождается созданием, сбором и сохранением данных. Кто имеет доступ к этим данным, для чего они используются, как человек разрешает или не разрешает их использовать — эти вопросы важны для всех без исключения.

⁷⁴ Cannataci, J., Zhoa, B. et al. 2016. Privacy, Free Expression and Transparency: Redefining their new boundaries in the digital age. Paris, UNESCO.

⁷⁵ Там же, стр. 1.

Неприкосновенность частной жизни является правом человека, которое закреплено статьей 12 Всеобщей декларации прав человека, а также статьей 17 Международного пакта о гражданских и политических правах. В разных странах и регионах действуют законы о защите данных, которые дополнительно защищают конфиденциальность⁷⁶. Более 132 стран мира разработали и приняли законы о защите данных на основе международных стандартов⁷⁷.

Если вы задумываетесь о том, какое отношение конфиденциальность имеет к медийной и информационной грамотности, значит, вы склонны к критическому мышлению, потому что это правильный вопрос. В Модуле 1 и других соответствующих модулях описываются и объясняются широкие компетенции, относящиеся к МИГ. Они включают знания, навыки и установки, необходимые человеку для критического и целенаправленного взаимодействия с информацией, медиа и цифровыми технологиями во всех формах. Компетенции, необходимые для защиты частной жизни, по своей сути относятся к взаимодействию с контентом, ИКТ и учреждениями, предоставляющими контент. «Защита своей частной жизни и уважительное отношение к частной жизни других — это один из примеров компетенций МИГ в действии»⁷⁸. Приведем два примера. Во-первых, навык МИГ, связанный с поиском информации, доступом к ней и с ее этичным и ответственным использованием, позволяет понять, кто, как и для чего может найти и получить доступ к вашим личным данным, а также что вы можете сделать, чтобы защитить свои личные данные. Второй пример относится к таким навыкам МИГ, которые обеспечивают понимание социальных, экономических и политических аспектов конфиденциальности через осмысление роли и функций поставщиков контента в реальной или виртуальной среде. Понимание сути ИКТ и связанных с ними институтов дает представление о том, как датчики и алгоритмы отслеживают наше поведение, производя данные, которые часто применяются безнадзорно, чтобы оказывать на нас целенаправленное влияние, что ослабляет нашу свободу воли и независимость в принятии решений о будущем.

⁷⁶ Там же, стр. 55.

⁷⁷ United Nations Conference on Trade and Development. Data Protection and Privacy Legislation Worldwide, https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI_and_ICTs/ICT4D-Legislation/eCom-Data-Protection-Laws.aspx.

⁷⁸ Cannataci, J., Zhao, B. et al. 2016. Privacy, Free Expression and Transparency: Redefining their new boundaries in the digital age. Paris, UNESCO, стр. 54

Конфиденциальность связана с Целями устойчивого развития (ЦУР). Участие людей в социальном развитии и демократии в связи с ЦУР отчасти обеспечивается усилиями поставщиков контента и определяется их уровнем владения компетенциями МИГ. В этой связи вмешательство в частную жизнь может изменить обмен информацией в обществе. Например, в отношении ЦУР 5 («Гендерное равенство и расширение прав и возможностей женщин») можно отметить, что усиливающиеся проявления женоненавистничества в Интернете, а также онлайн-атаки на женщин-журналистов и блоггеров предполагают использование личной информации для ограничения их возможности самовыражаться и т. д. Представление о конфиденциальности в рамках МИГ связывает личную информацию с информацией о развитии и общественной информацией в контексте экономических, социальных и экологических аспектов ЦУР.

Данный модуль состоит из четырех блоков, в которых даются объяснения, педагогические примеры и ресурсы по базовым представлениям о конфиденциальности в МИГ, созданию и использованию данных, взаимосвязи между конфиденциальностью и развитием, а также по этическим и институциональным обязательствам по защите конфиденциальности людей и данных.

РАЗДЕЛЫ

РАЗДЕЛ 1.

ПОНИМАНИЕ
КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ В МИГ

РАЗДЕЛ 2.

КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ, ДАННЫЕ
И РАЗВИТИЕ

РАЗДЕЛ 3.

ОБЯЗАТЕЛЬСТВА РАЗЛИЧНЫХ СТОРОН
ПО ЗАЩИТЕ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ
И ДАННЫХ

РАЗДЕЛ 1. ПОНИМАНИЕ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ В МИГ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Основные компетенции, относящиеся к защите конфиденциальности
- Управление конфиденциальностью в Интернете
- Защита личной информации
- Этичное использование онлайн-данных
- Создание и использование данных онлайн

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- описать проблемы конфиденциальности в Интернете и их последствия с точки зрения МИГ;
- определять стратегии защиты личной информации в Интернете;
- понимать, что действия в Интернете сопровождаются созданием данных и как управлять личной информацией и репутацией в Интернете.

Уровень компетенций, необходимых для данного раздела

- Базовый

Где пересекаются конфиденциальность и МИГ

Компетенции, касающиеся защиты частной жизни, относятся к компетенциям МИГ

Компетенции, которые необходимы людям для защиты своей конфиденциальности, по сути являются компетенциями МИГ, хотя в первую очередь обязанность уважать и защищать права человека, в том числе право на неприкосновенность частной жизни, ложится на государство. Ниже приведены две таблицы из исследования ЮНЕСКО по проблемам неприкосновенности частной жизни в увязке с медийной и информационной грамотностью с точки зрения молодежи (UNESCO Survey on Privacy in Media and Information Literacy with Youth Perspectives). Это исследование устанавливает явную взаимосвязь между конфиденциальностью и МИГ и предлагает набор ресурсов для педагогов. Преподаватели могут разрабатывать планы уроков и задания, включая обсуждения/дебаты по каждой из перечисленных ниже компетенций.

ТАБЛИЦА 8.1. КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ ПРИМЕНИТЕЛЬНО К ОТДЕЛЬНЫМ ГРАЖДАНАМ⁷⁹ И ЕЕ ВЗАИМОСВЯЗЬ С МИГ

ПРЕДЛАГАЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ	КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ КАК ЧАСТЬ МИГ
Понимание необходимости и ценности прав на неприкосновенность частной жизни в киберпространстве	В МИГ права на неприкосновенность личной жизни должны быть взаимосвязаны с правами человека в киберпространстве и в реальной жизни. Сюда относятся доступ и отсутствие дискриминации в Интернете, свобода выражения мнений и информации, свобода объединений и участия, образование и грамотность, особая защита детей и молодежи, а также «право на действенные меры правовой защиты в случае, когда основные свободы и права человека ограничиваются или нарушаются» ⁸⁰
Осведомленность о превращении личных профилей и информации в товар и их использовании для извлечения прибыли, особенно в Интернете	Привлекать технологических и сетевых посредников, а также медиа к ответственности за их политику в области защиты конфиденциальности, признавая при этом, что анонимные данные могут быть необходимы для интернет-приложений и предоставления услуг. Доступ к «бесплатным» услугам в Интернете и к «бесплатным» независимым и плюралистическим медиа требует снижения уровня конфиденциальности. Однако этим никогда нельзя злоупотреблять, и пользователь должен дать на это информированное согласие
Понимание того, когда и как следует требовать конфиденциальности и анонимности для себя, а когда уважать конфиденциальность и анонимность других	Понимать и ценить тот факт, что конфиденциальность и анонимность необходимы для защиты свободы выражения мнений, в том числе права на доступ к информации, и что системы шифрования могут поддерживать это
Проницательность и осторожность при обмене личной информацией онлайн или в реальной жизни	Граждане должны принимать самостоятельные осознанные решения о том, чем они сознательно будут делиться, а чем — нет, не допуская при этом самоцензуры, которая также может препятствовать свободе выражения мнений
Способность оценивать организации, в том числе онлайн-платформы, и взаимодействовать с ними, определяя, как они управляют данными, и устанавливая требования конфиденциальности	Взаимодействовать с посредниками и медиа в разработке и реализации политики, стараясь гармонично уравновесить государственное регулирование самостоятельным или совместным регулированием, что позволит снизить риск нарушения прав органами власти
Понимание рисков и преимуществ конфиденциальности в цифровой среде и возможность соответствующим образом корректировать параметры/уровни конфиденциальности	Сопоставлять риски и преимущества конфиденциальности с личной безопасностью, безопасностью других и национальной безопасностью. Учитывать, что конфиденциальность может быть ограничена на определенном уровне для защиты других прав (включая право на безопасность или право на защиту репутации) при условии соблюдения международных стандартов с точки зрения законности, необходимости, пропорциональности и законной цели
Этичное использование персональных данных других людей и уважительное отношение к неприкосновенности их частной жизни	Более широкое понимание информационной и медиаэтики

Источник: UNESCO, Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, With Youth Perspectives. UNESCO Series on Internet Freedom. UNESCO, Paris.

⁷⁹ По материалам Privacy Piece, Media Awareness Network, 2011.

⁸⁰ Council of Europe, 2014, <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/effective-remedies>.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Введите понятия, связанные с конфиденциальностью (термины и определения), включая конфиденциальность, личные данные, цифровой след, сетевую репутацию, то, что Шошана Зубофф называет «капитализмом слежки» (Shoshana Zuboff, 2019), настройки конфиденциальности. В Глоссарии приводятся определения этих и многих других терминов, используемых в данной учебной программе. После освоения основных концепций, связанных с конфиденциальностью, объясните, какие компетенции соотносятся с ними (понимание последствий использования цифровых технологий и их приложений для конфиденциальности пользователя; знание типов информации, которой можно делиться без опасений; понимание того, когда и какие типы информации должны оставаться конфиденциальными; управление настройками конфиденциальности и сетевого доступа; осознание того, что информация, которая появляется в Интернете, остается там навсегда и что цифровые технологии влияют на нашу сетевую и реальную жизнь.
- Подчеркните важность цифрового следа каждого человека. К примеру, даже если у юношей и девушек нет собственных аккаунтов в социальных сетях, вполне возможно, что члены семьи или друзья в какой-то момент разместили информацию о них в Интернете. Наши цифровые следы служат нашей онлайн-репрезентацией. То, как мы ведем себя в Сети, отражает наше поведение в реальной жизни и наоборот⁸¹. Следует соблюдать осторожность при написании сообщений, размещении фотографий, ссылок, комментариев и лайков. Как только информация попадает в Интернет, ее становится трудно контролировать, и она сохраняется даже в том случае, если исходной публикации уже не существует. Ваш цифровой след могут увидеть люди, с которыми вы никогда не встречались. Провайдеры интернет-услуг и множество поставщиков приложений, к которым они обеспечивают доступ, как правило, сохраняют и анализируют ваши действия в цифровой среде, в том числе использование поисковых систем и браузеров.
- Проведите беседу по некоторым из следующих вопросов: 1) Когда можно делиться информацией о другом человеке, видео, фотографиями с ним и т. д.? 2) С кем вы делитесь секретами? 3) Почему вы не делитесь этой информацией с другими людьми? 4) Какие типы информации важно защищать (пароли, адрес электронной почты, номера мобильных телефонов и т. д.)? Предложите учащимся обсудить, какие типы персональных данных нельзя размещать в Интернете или предоставлять незнакомым людям.

⁸¹ Carlsson, U. (Ed.). (2019). Understanding Media and Information Literacy (MIL) in the Digital Age: A Question of Democracy. UNESCO, Göteborg Sweden

- Если вы являетесь преподавателем, предложите группе учащихся поискать информацию о себе с помощью различных систем, таких как Baidu, Google, Yandex, DuckDuckgo, Yahoo, Bing, Apple и т. д. Попросите учащихся поделиться найденной информацией. Пусть они скажут, вызвали ли у них удивление какие-то из результатов поиска. Также попросите их сравнить информацию, которую они находят о себе в разных поисковых системах. Что совпадает и что отличается? Как эта информация попала в Интернет? Разместили ли они ее сами? Предложите учащимся критически обсудить значение типов данных о них, которые обнаруживаются в разных поисковых системах.
- Проверьте настройки конфиденциальности в популярных социальных сетях, таких как Line, WeChat, Instagram, VK, Snapchat, Facebook, LinkedIn, TikTok, Twitter, Telegram, Signal и т. д. Размещение фотографий и другого контента в социальных сетях не всегда безопасно. Иногда фотографии, которыми вы делитесь, содержат скрытые указания на время и место, по которым можно выяснить ваш адрес. Важно знать о функциях защиты конфиденциальности, предлагаемых социальными сетями, в которых у вас есть учетные записи. Все ваши учетные записи в социальных сетях имеют функцию «Настройки конфиденциальности». Изучите ее, чтобы выяснить, кто может получать доступ к информации, которую вы публикуете в Интернете, могут ли другие отмечать вас в своих постах в Интернете и какие биографические данные отображаются в ваших сетевых профилях.
- В Интернете есть множество статей, в которых перечислены наиболее часто используемые пароли учетных записей. Найдите одну из этих статей и познакомьте с ней учащихся. Используют ли они сами или их знакомые какие-то из этих паролей? Обсудите, почему важно использовать для защиты информации надежный пароль.
- С одной стороны, в сфере управления данными в компьютерной среде потенциальное преимущество могут иметь пользователи-мужчины в силу большей опытности в решении различных задач защиты конфиденциальности, связанных с техническими аспектами Интернета (т. е. техническими параметрами защиты данных). С другой стороны, женщины, в силу характерной для них обеспокоенности по поводу конфиденциальности в отношении раскрытия данных, могут (хотя и не обязательно) быть более склонны к использованию навыков защиты конфиденциальности, которые социально значимы для установки границы между частным и общественным (т. е. касаются социальных параметров защиты данных). Люди, которые хуже умеют решать вопросы конфиденциальности в Интернете, окажутся в ловушке и будут не в состоянии успешно работать в Сети, поскольку для этого требуются навыки более высокого уровня (Park, 2015; стр. 253). Организуйте обсуждение этих вопросов в группах. Предложите учащимся определить, согласны ли они с этим утверждением полностью или частично и почему, подкрепив свою точку зрения доказательствами.

- Kaspersky, Norton, Avira и Avast — одни из самых популярных антивирусов и компаний, занимающиеся защитой данных, хотя есть и другие. Изучите советы от компании Norton, представленные ниже. Обсудите эти советы с учащимися. Узнайте, в какой мере они в действительности применяют эти советы. Со всеми ли советами они согласны? Почему?
 - ◇ Ограничьте личную информацию, которой вы делитесь в социальных сетях.
 - ◇ Пользуйтесь браузером в режиме инкогнито или в приватном режиме.
 - ◇ Используйте другую поисковую систему.
 - ◇ Используйте виртуальную частную сеть.
 - ◇ С осторожностью переходите по ссылкам.
 - ◇ Защитите свои мобильные устройства.
 - ◇ Используйте качественное антивирусное программное обеспечение.
- Изучите перечень средств защиты конфиденциальности, доступных онлайн.
 - ◇ <https://www.haveibeenpwned.com> — чтобы проверить, не были ли скомпрометированы ваш пароль, имя пользователя и адрес электронной почты.
 - ◇ Tor, <https://www.torproject.org> — один из наиболее часто используемых бесплатных VPN-сервисов.
 - ◇ Anonymizer, <https://ntrepidcorp.com/> — сайт, который помогает вам пользоваться браузером с более высоким уровнем анонимности. Некоторые из подобных сервисов сохраняют вашу информацию, поэтому будьте осторожны. Внимательно изучите политику конфиденциальности и попросите о помощи более опытных людей из своего окружения.
 - ◇ Privacy Badger, <https://privacybadger.org/> — расширение для браузера, которое поможет вам включить функцию «Не отслеживать».
 - ◇ Выдающийся эксперт и защитник конфиденциальности Пол Бишофф составил список бесплатных средств защиты конфиденциальности в Интернете⁸².
- Попросите поднять руку тех учащихся, кто знает об этих ресурсах, а затем тех, кто на самом деле использует их. Разделите учащихся на небольшие группы и помогите им изучить преимущества и недостатки выбранных ресурсов. Могут ли они назвать или перечислить другие полезные средства защиты конфиденциальности в Интернете? Будьте внимательны, так как некоторые средства требуют поддержки специалистов.

⁸² <https://www.comparitech.com/blog/vpn-privacy/75-free-tools-to-protect-your-privacy-online>.

- Найдите в Сети информацию о том, сколько точек данных о вас собирают приложения и как они используются для составления профиля и управления новостными лентами, рекомендациями и рекламой. Изучите информацию и посмотрите документальные фильмы по этой теме, например, фильм The Social Dilemma («Социальная дилемма»), а затем обсудите варианты, которые выходят за рамки самозащиты.

Оценивание и рекомендации

- Проверьте надежность паролей с помощью таких сайтов, как <https://nordpass.com> и <https://password.kaspersky.com>. Учащиеся могут коллективно разработать варианты потенциальных новых паролей, проверить их надежность и получить комментарии о том, какие элементы сделали бы их пароли более надежными. На подобных сайтах также часто есть безопасные генераторы паролей, так что учащиеся могут найти примеры, которые вдохновят их на создание собственных паролей.
- Анализ присутствия в Интернете: пусть учащиеся проанализируют свою представленность в социальных медиа. Могут ли они найти себя в Сети? Соответствует ли содержание профиля учащегося в выбранных социальных медиа направленности платформы (социальной, профессиональной и т. д.)? Насколько точное представление об учащихся дает контент, размещенный ими в социальных медиа?
- Разработка и анализ различных компаний, работающих в сфере цифровых коммуникаций, и их использования учащимися.

РАЗДЕЛ 2. КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ, ДАННЫЕ И РАЗВИТИЕ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Данные как основа развития
- Цели устойчивого развития
- Конфиденциальность и защита данных
- Влияние конфиденциальности на личное и социальное развитие
- Конфиденциальность, свобода слова, доступ к информации
- Конфиденциальность и прозрачность

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- понимать и описывать в общих чертах, как данные могут влиять на контент и бизнес-модели, а также на социальное и экономическое развитие;
- понимать, в чем разница между конфиденциальностью и защитой данных;
- анализировать взаимосвязь между конфиденциальностью, личным развитием и социальным развитием;
- объяснить, почему конфиденциальность столь важна для того, чтобы люди могли свободно выражать свое мнение и использовать информацию в своих интересах;
- изучать и рассматривать эти вопросы в индивидуальном, локальном и социальном контекстах.

Уровень компетенций, необходимых для данного раздела

- от базового до среднего

Данные и общество

Данные и конфиденциальность: значение Целей в области устойчивого развития

Если мы хотим сделать общество более инклюзивным, обеспечить понимание сути устойчивого развития и более широкую вовлеченность граждан в этот процесс, необходимы такие данные, которые обеспечат более целенаправленную разработку, систематический и точный мониторинг и оценку. Достижение Целей в области устойчивого развития на период до 2030 года (ЦУР) предполагает революцию в сфере данных. Стремительное развитие технологий и экспоненциальный рост объемов и скорости хранения цифровых данных открывают возможности для сбора и использования данных в ошеломляющих масштабах. В революции данных в связи с развитием можно выделить два аспекта. Во-первых, это данные о развитии (государственного и частного сектора) для обеспечения более точных и поддающихся учету результатов. Во-вторых, это данные об отдельных лицах, группах и учреждениях — и здесь конфиденциальность приобретает особую актуальность с точки зрения ЦУР и участия людей в процессах управления. Более подробная информация о ЦУР представлена в Модуле 13. Компетенции МИГ могут помочь понять, как будет измеряться и контролироваться реализация ЦУР и как они связаны с индивидуальной и коллективной жизнью⁸³ — частной и общественной.

⁸³ Measuring Media and Information Literacy: Implications for the Sustainable Development Goals (Grizzle, A. 2015). UNESCO and NORDICOM. Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals. (Eds. Jagtar Singh, Alton Grizzle, Sin Joan Yee and Sherri Hope Culver).

РИСУНОК 8.1. МИГ И ЕЕ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И ДЕМОКРАТИИ (СВОБОДА СЛОВА, КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ И Т. Д.)



В системе ООН есть так называемые специальные докладчики. Это люди, которые имеют большой опыт и глубокие знания по разным аспектам развития. Специальные докладчики наделены полномочиями для проведения всеобъемлющих исследований и представления отчетов в ООН по различным вопросам, связанным с развитием. Эти отчеты являются частью официальной документации, используемой в ходе обсуждений и принятия решений ООН. На момент написания этого модуля специальным докладчиком ООН по вопросам неприкосновенности частной жизни был Джозеф Каннатаци (уполномоченные лица меняются по истечении определенного срока). В одном из своих докладов он обозначил три основополагающих условия беспрепятственного развития личности:

1. Конфиденциальность.
2. Свобода слова.
3. Свобода информации.

В данном разделе мы сосредоточимся на конфиденциальности, а в следующем рассмотрим, как она связана со свободой выражения мнений и свободой информации.

Как указано в предисловии к этому модулю, составляющие персональных данных позволяют передавать информацию, становятся частью информации в интересах развития, а в некоторых случаях даже общедоступной информации. Возьмем, к примеру, информацию о привычках потребителей. Эта персональная информация о группе лиц помогает информировать о типах продуктов или услуг, предлагаемых субъектами экономической деятельности. Аналогичным образом сбор персональных данных о состоянии здоровья помогает правительству предоставлять необходимую общедоступную информацию, например, о темпах роста заболеваний, связанных с образом жизни, хронических заболеваний или пандемий (COVID-19, диабет, гипертония, сердечно-сосудистые заболевания, рак и т. д.). В контексте политической активности или гражданского участия сбор данных позволяет оценить, какую долю населения, пришедшего на выборы, составляет молодежь. Точно так же легко представить, как доступ ко всем этим данным может использоваться для оказания влияния на членов общества.

Конфиденциальность, свобода слова, доступ к информации и прозрачность

В предыдущем разделе отмечалось, что конфиденциальность тесно связана со свободой выражения мнений и свободой информации. Все вместе они влияют на наше личностное развитие. Если мыслить шире, эти три составляющие затрагивают нас не только как отдельных личностей, но и как людей, неразрывно связанных со своими семьями, сообществами, нациями и миром. ЮНЕСКО использует понятие «гражданин мира», чтобы объяснить наши социальные обязательства перед окружающими, будь они рядом или далеко. Дополнительная информация о свободе выражения мнений и свободе информации представлена в Модулях 1 и 2. Подробнее о глобальном гражданстве см. Модуль 5. Что касается данного раздела, он в большей степени призван объяснить, как неприкосновенность частной жизни может способствовать или препятствовать свободе выражения мнений или доступу к информации.

Еще порядка 20 лет назад некоторые авторы предрекали скорый конец конфиденциальности⁸⁴, утверждая, что стремительное и экспоненциальное развитие технологий будет означать, что у людей останется все меньше возможностей контролировать информацию о себе и своей семье. Может возникнуть вопрос: какое это имеет отношение к свободе слова? Представьте на мгновение, что вы хотели бы свободно высказываться в Интернете по тому или иному социальному вопросу, но делать это анонимно, чтобы не подвергаться гонениям. Если у вас нет уверенности в надежности механизмов защиты данных, вы можете предпочесть вообще не выражать свое мнение по этому вопросу, потому что эту информацию можно отследить и выйти на вас. Такой вариант развития событий вполне реален для многих людей, включая журналистов, занимающихся расследованиями или разоблачениями, в случаях, когда им необходимо сохранить анонимность.

⁸⁴ Privacy, free expression and transparency: Redefining their new boundaries in the digital age. UNESCO series on Internet Freedom. Cannataci, Joseph A., Bo Zhao, Torres Vives, Gemma, Monteleone, Shara, Bonnici, Jeanne Mifsud, Moyakine, Evgeni (2016).

Такие организации, как Transparency International, существуют для обеспечения подотчетности и искоренения коррупции в правительстве, частном секторе, неправительственных и других организациях. Transparency International является одним из примеров общемировой сети с отделениями более чем в 100 странах. Есть и другие подобные сети. Содействие прозрачности необходимо для достижения честности, справедливости и равенства для всех. Кроме того, необходим определенный уровень открытости информации, которая предоставляется общественности. Реальные действующие силы различных организаций, государственных и частных структур часто могут скрываться за завесой конфиденциальности. Международные стандарты и законы определяют, где начинается и заканчивается неприкосновенность частной жизни в отношении тех, чьи действия позитивно или негативно влияют на других людей и общество в целом. Требование прозрачности применимо не только к учреждениям. Существует концепция «личной прозрачности» или этики. Смысл ее в том, что правда и доверие должны зарождаться на уровне отдельного индивида, чтобы потом в общечеловеческих масштабах моральное поведение влияло на институциональные стандарты и обуславливало нетерпимость к коррупции. В то же время некоторые считают, что конфиденциальность — это прерогатива тех, кто не имеет власти, а прозрачность — требование, которое предъявляется к сильным мира сего.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Обсудите 17 Целей устойчивого развития. Предложите учащимся обдумать следующие вопросы: какое отношение ЦУР имеют к ним лично, особенно с точки зрения их собственной конфиденциальности и автономии? Как эти цели затрагивают их семью и друзей? Можно ли на самом деле достичь этих целей? Какой вклад сами учащиеся могут внести в достижение определенных ЦУР? Какой вклад они могли бы внести, объединившись с другими? Достижению какой из ЦУР они не в силах способствовать? По какой причине? Педагоги должны подсказать учащимся, какими способами они могут способствовать реализации ЦУР и действовать независимо от того, связано ли это с неприкосновенностью их частной жизни.
- Зайдите на официальный веб-сайт ООН, который предлагает базу данных глобальных показателей ЦУР (<https://unstats.un.org/sdgs/indicators/database/>) — информацию и данные для мониторинга ЦУР. Эта платформа обеспечивает доступ к собранным данным об успехах в достижении ЦУР. Помогите учащимся глубже изучить индикаторы, связанные с различными целями. Научите их ориентироваться в базе данных. Учащиеся должны выбрать по крайней мере одну из ЦУР, которая, по их мнению, связана с ними

лично, и одну ЦУР, которая связана с их сообществом. Они должны выявить индикаторы, связанные с этими двумя целями, и всесторонне изучить имеющиеся в их сообществе или стране разновидности данных о том, какие усилия предпринимают заинтересованные стороны для достижения выбранных учащимися ЦУР. Предложите им подумать над следующими вопросами: как их личные данные связаны с этими индикаторами ЦУР? Как информация о членах их сообщества может быть связана с этими индикаторами ЦУР? Можно ли отследить данные по выбранным учащимися ЦУР, полученные от государственных или частных организаций их сообщества или страны, до определенных групп людей? Идет ли обнародование этих данных на пользу данным группам людей или становится причиной гонений? Обсудите, как можно обеспечить анонимность данных и добавить к ним «шум», который поможет защитить индивидуальную или групповую идентичность и автономию.

- Помогите группе учащихся провести поиск информации о себе с помощью различных поисковых систем, таких как Google, «Яндекс», Baidu, DuckDuckGo, Bing и т. д. Попросите учащихся поделиться результатами поиска. Пусть они расскажут, удивила ли их какая-то из найденной информации. Также попросите их сравнить, какую информацию о себе они могут найти в разных поисковых системах. В чем совпадают и в чем расходятся результаты поиска? Предложите учащимся критически обсудить последствия того, какого типа данные о них есть в разных поисковых системах и как это влияет на результаты поиска.
- Обсудите, кому принадлежат данные, собранные о вас, и допускают ли онлайн-сервисы, которыми вы пользуетесь, «переносимость данных», то есть можете ли вы изъять запись ваших данных и перенести их в другое место за пределами закрытых цифровых экосистем, в которых они в настоящее время хранятся.
- Организуйте дебаты на тему «Поиск компромисса: коммерческие организации и наша конфиденциальность против конфиденциальности и развития». Пусть в основу дебатов ляжет обсуждение того, обусловлено ли существование медиа, Интернета, производителей технологического аппаратного и программного обеспечения исключительно коммерческими интересами или они также дают гражданам определенные экономические, социальные и культурные преимущества, необходимые для достижения ЦУР?
- Найдите ассоциацию, которая выступает за обеспечение прозрачности или борется с коррупцией в рамках вашего сообщества или на международном уровне. Спросите учащихся, знали ли они об этой организации раньше. Проведите краткое обсуждение деятельности этой организации, сделав акцент на том, что стратегия ее деятельности основывается на объединении усилий. Предложите учащимся поделиться мнением о том, как действия Transparency International соотносятся с реалиями их страны/региона. Обсудите утверждение «Правительство и государственные служащие имеют право на конфиденциальность».

- Обсудите, в какой степени законодательство в области защиты конфиденциальности должно распространяться на представителей организаций частного сектора, которые продают населению товары и услуги?
- Найдите три последних отчета Специального докладчика ООН по вопросам неприкосновенности частной жизни. Разделите учащихся на три группы. Предложите каждой группе обратиться к разделу рекомендаций в одном из отчетов. Подскажите им, как выяснить, выполняются ли эти рекомендации в их странах. Касаются ли какие-то из рекомендаций МИГ или расширения прав граждан в вопросах конфиденциальности? Как эти рекомендации соотносятся с содействием освоению компетенций МИГ? Организуйте дискуссию. Какие тенденции можно выделить в рекомендациях каждого из отчетов? Какие последствия они могут иметь для учащегося и его сообщества?
- Предложите учащимся в группах создать плакаты или инфографику, демонстрирующие связь между неприкосновенностью частной жизни, свободой выражения мнений и доступом к информации. Каждая группа должна выступить с 10-минутной презентацией с использованием своего плаката. Проведите дискуссию, сосредоточив внимание на последствиях для отдельных лиц, групп, учреждений, частного сектора и правительств.
- Предложите учащимся найти на YouTube или в сетевых видеохранилищах образовательные ресурсы по конфиденциальности и МИГ. Подскажите им, на что обращать внимание, чтобы убедиться, что видеоконтент заслуживает доверия. Поощряйте учащихся делиться проверенным видео со своими знакомыми в социальных сетях.
- Проведите занятие с использованием внедренной ЮНЕСКО стратегии MIL CLICKS (<https://en.unesco.org/MILCLICKS>). Найдите в MIL CLICKS информацию по вопросам конфиденциальности для микрообучения. Используйте ее в преподавательской и учебной деятельности.

Оценивание и рекомендации

- Предложите учащимся разбиться на группы и разработать, спланировать и провести небольшой опрос в своей школе, сообществе или религиозной общине. Опрос должен помочь выяснить, что известно целевой группе о поставщиках контента, устойчивом развитии и компетенциях МИГ, в том числе компетенциях в области защиты конфиденциальности, как целевая группа к ним относится и какой практический опыт имеет в этой области
- Помогите учащимся подготовить эссе объемом 1000 слов на тему «Моя конфиденциальность, их прозрачность, наше развитие»

Дополнительные темы для изучения

- Национальная, региональная и международная нормативная база в области защиты конфиденциальности
- Законные исключения из требований защиты конфиденциальности

- Новые технологии, в том числе искусственный интеллект, и новые угрозы конфиденциальности
- Учебно-методические ресурсы по вопросам конфиденциальности и МИГ
- Политика или законодательство в сфере борьбы с терроризмом и защиты конфиденциальности

РАЗДЕЛ 3. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА РАЗЛИЧНЫХ СТОРОН ПО ЗАЩИТЕ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ И ДАННЫХ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Основные действующие силы в сфере защиты конфиденциальности
- Обязанности учреждений и ведомств
- Компенсация за нарушение конфиденциальности
- Учреждения, пропагандирующие МИГ как способ защиты конфиденциальности

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- определять основные действующие силы в сфере защиты конфиденциальности и их роли;
- различать индивидуальные обязательства и обязательства институциональных структур в отношении защиты конфиденциальности;
- понимать, куда можно обратиться и какие шаги предпринять, чтобы получить компенсацию в случае нарушения конфиденциальности;
- понимать и знать, как пропагандировать медийную и информационную грамотность, чтобы стать частью институциональных механизмов по укреплению конфиденциальности отдельных лиц и групп.

Уровень компетенций, необходимых для данного раздела

- Базовый

У кого есть обязанности по защите конфиденциальности?

В защиту конфиденциальности вовлечено множество сторон. Основными среди них являются законодательные и судебные органы, органы управления, Организация Объединенных Наций и другие межправительственные и многосторонние организации. В соответствии с международными стандартами отдельные лица и учреждения также не должны злоупотреблять правами, в частности, коммерческие структуры должны уважать права человека.

ТАБЛИЦА 8.2. ЗАЩИТА КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ: ОСНОВНЫЕ ДЕЙСТВУЮЩИЕ СИЛЫ

ДЕЙСТВУЮЩИЕ СИЛЫ	РОЛИ
Правительство, законодательные и судебные органы	Разработка законов о защите неприкосновенности частной жизни, включая защиту данных, и обеспечение их выполнения
Регулирующие органы, такие как министерства информации и коммуникации, организации, обеспечивающие кибербезопасность, комиссии по конфиденциальности и защите данных и т. д.	Разработка, внедрение и контроль за соблюдением норм, стратегий и программ, обеспечивающих более активные действия на микроуровне с опорой на законодательство отдельной страны в области конфиденциальности и защиты данных или международные стандарты
Частные и государственные организации, как правило, хранящие персональные данные физических лиц. Это государственные учреждения, предлагающие социальные услуги, больницы, различные сетевые или интернет-сервисы и т. д.	Разработка, внедрение и мониторинг различных институциональных механизмов для защиты конфиденциальности пользователей, граждан, клиентов. Сюда относится и реагирование на обращения граждан для возмещения ущерба в связи с вмешательством в частную жизнь
Неправительственные организации и общественные организации, образовательные учреждения	Разработка и реализация предложений по продвижению МИГ в увязке с пониманием вопросов конфиденциальности и по защите права на неприкосновенность частной жизни
Агентства Организации Объединенных Наций, многосторонние организации и другие межправительственные органы	Стимулирование международного сотрудничества и диалога, установления международных стандартов и мониторинга законов, норм, политики и инициатив в области защиты конфиденциальности. Содействие наращиванию потенциала всех, кто наделен правами и обязанностями в этой области, для эффективного выполнения ими своих функций
Отдельные лица и группы лиц	Активное участие в процессах защиты конфиденциальности и повышения осведомленности о МИГ; освоение компетенций МИГ, чтобы защищать неприкосновенность собственной частной жизни и уважать аналогичные права других лиц
Исследователи или научное сообщество	Получение и поддержка фактических данных путем исследования сути нарушений конфиденциальности, их последствий, а также успешного или неудачного функционирования механизмов, снижающих риск нарушения конфиденциальности. Основной целью здесь является предоставление информации о политике конфиденциальности и отслеживание ее реализации

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Разделите учащихся на небольшие группы по числу действующих сил, указанных в Таблице 8.2. Попросите каждую группу изучить, какие из этих структур действуют в их странах или сообществах и как они выполняют описанные выше роли. Помогите учащимся ответить на следующие вопросы: какие структуры существуют и активно выполняют свои роли? Достаточно ли осведомлены граждане об этих организациях и их действиях, связанных с конфиденциальностью? Какие структуры не предпринимают надлежащих мер в отношении защиты конфиденциальности? Что может быть тому причиной? Что можно сделать, чтобы изменить или исправить ситуацию? Каждая группа представляет свои выводы в рамках занятия с управляемой дискуссией.

Учреждения и конфиденциальность

ТАБЛИЦА 8.3. КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ ПРИМЕНИТЕЛЬНО К УЧРЕЖДЕНИЯМ И ВЕДОМСТВАМ

ПРЕДЛАГАЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ	КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ КАК ЧАСТЬ МИГ (ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ)
Понимание обязанностей учреждений в киберпространстве	Разработать внутреннюю политику, обеспечивающую обучение всего персонала учреждений по МИГ как обучения на протяжении всей жизни и необходимого условия устойчивого функционирования учреждения
Обеспечение баланса конфиденциальности и прозрачности, свободы выражения мнений и доступа к информации	Принять обязательство уважать конфиденциальность конечных пользователей (внутренних и внешних по отношению к учреждению) путем проведения прозрачной оценки воздействия бизнес-моделей, основанных на использовании данных, и выделения средств на корпоративные информационно-просветительские программы для обучения пользователей/граждан МИГ. Где существует общественный интерес и как это влияет на необходимость защиты конфиденциальности. Такое обучение также необходимо в тех случаях, когда наличие и доступ к определенной информации об учреждениях могут повлиять на интересы или права конечных пользователей
Оценка обоснованных (с точки зрения международных стандартов) ограничений конфиденциальности в Интернете	Удостовериться, что внутренняя политика в отношении конечных пользователей не нарушает конфиденциальность в Интернете и в реальной жизни, учитывает аспекты МИГ и обеспечивает соответствующее обучение по повышению осведомленности
Понимание взаимосвязи между конфиденциальностью, анонимностью и шифрованием	Обеспечить обучение конечных пользователей МИГ с упором на социальные последствия конфиденциальности, анонимности и шифрования
Выявление и признание случаев нарушения неприкосновенности частной жизни	Предоставлять сотрудникам и общественности максимально прозрачную информацию о тех случаях, когда нет (или не было) возможности обеспечить полную защиту и безопасность их данных, если это соответствует требованиям политики, нормативных актов и законов, основанных на международных стандартах
Этично использовать личные данные других людей и уважать неприкосновенность их частной жизни	Обеспечивать соблюдение права на неприкосновенность частной жизни конечных пользователей (внутренних и внешних по отношению к учреждению) путем вложения средств в корпоративные информационно-просветительские программы для обучения пользователей/граждан МИГ, в частности, когда дело касается персональных данных конечных пользователей. Не ограничиваться публикацией регламента доступа к информации, который носит сугубо юридический или технический характер и с трудом воспринимается

Источник: UNESCO. Global Survey on Privacy in Media and Information Literacy, with Youth Perspectives. UNESCO Series on Internet Freedom. UNESCO, Paris.

- Организуйте обсуждение или спланируйте задания по содержанию каждой строки в Таблице 8.3. Это могут быть стендовые доклады, викторины с использованием пройденных материалов (результатов поиска в Интернете), посещение соответствующих учреждений и т. д., а также встречи и презентации сторонних специалистов или экспертов, работающих в данной области, выявление и разбор конкретных практических примеров (например, случаев, когда люди столкнулись с нарушением их права на неприкосновенность частной жизни). Кроме того, можно попросить участников определить и обсудить, насколько доступны и понятны принципы доступа к информации, которых придерживаются компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, государственные учреждения и международные организации, занимающиеся вопросами развития.

Получение компенсации за нарушение конфиденциальности

Получить защиту, если отдельное лицо или организация нарушают ваше право на неприкосновенность частной жизни, не так просто. Однако важно не чувствовать себя беспомощным, потому что многие страны и учреждения имеют или должны иметь механизмы поддержки своих граждан и пользователей.

Ниже перечислены некоторые действия, которые рекомендуется предпринять, если нарушено ваше право на неприкосновенность частной жизни.

1. Прежде всего свяжитесь с организацией или учреждением, которые нарушают ваше право на неприкосновенность частной жизни, чтобы подать жалобу.
2. Выясните, установлены ли в этой организации сроки ответа на обращения в соответствии с национальными нормами/правилами или внутренней политикой самой организации.
3. Если этот способ не сработает, рассмотрите возможность использования независимого механизма защиты конфиденциальности⁸⁵.
4. Обязательно проверьте, действительно ли этот механизм является независимым и заслуживающим доверия, самостоятельно или с чьей-либо помощью убедившись, было ли заявлено о:
 - a) его беспристрастности,
 - b) прозрачности структуры и финансирования,
 - c) наличии подтвержденного послужного списка,
 - d) готовности выявлять людей, знакомых с ситуацией, и получать их содействие.

⁸⁵ Privacy Shield Framework, www.privacyshield.gov/article?id=11-Dispute-Resolution-and-Enforcement-a-c.

1. Оцените качество полученного вами ответа на основании того, что предусмотрено законодательством в отношении правил доступа к информации, действующих в соответствующем учреждении. При необходимости обратитесь за помощью. Поделитесь своим опытом. Присоединитесь к авторитетной сети или ассоциации, занимающейся проблемами конфиденциальности. Рассмотрите возможность создания небольшого клуба, где будут обсуждаться вопросы МИГ и конфиденциальности.
2. Ратуйте за прозрачность компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, а также за регулирование (в том числе совместное) корректного и неправомерного использования персональных данных.

Оценивание и рекомендации

Запланируйте групповые проекты, направленные на то, чтобы рационализировать правила доступа к информации в выбранных компаниях, особо выделив спорные моменты и благоприятные стороны. Представьте результаты проектов и распространяйте их в Интернете. Оцените проекты.

Дополнительные темы для изучения

- Прозрачность политики доступа к информации организации
- Финансовая конфиденциальность
- Стимулирование потребности населения в защите конфиденциальности
- Клевета и конфиденциальность

Ресурсы и ссылки

1. Учебные пособия:

- Cannataci, J. 2016. Getting things done in privacy protection Part 2: Another dimension of privacy: communal privacy, privacy of the community and personal privacy. <https://www.privacyandpersonality.org/2016/06/getting-things-done-in-privacy-protection-part-2-another-dimension-of-privacy-communal-privacy-privacy-of-the-community-and-personality/>,
- UNESCO Survey on Privacy in Media and Information Literacy with Youth Perspectives, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000258993/PDF/258993eng.pdf.multi>.

2. Веб-сайты:

- Рамочные соглашения по защите конфиденциальности между ЕС, США и Швейцарией Privacy Shield, <https://www.privacyshield.gov/welcome>,
- The International Association of Privacy Professionals, IAPP, www.iapp.org.

3. Сетевые ресурсы (видео, игры, мобильные приложения и т. д.):

- My Data and Privacy Online: A toolkit for young people <https://www.lse.ac.uk/my-privacy-uk>,

- Privacy (фильм 2012 года) https://www.imdb.com/title/tt2008602/?ref_=ttpl_pl_tt,
- видео Тома Скотта “Why the Web Is Such A Mess”: <https://youtu.be/OFRjZtYs3wY>,
- Полный перечень ресурсов представлен в исследовании UNESCO Survey on Privacy in Media and Information Literacy with Youth Perspectives. UNESCO, Paris (2017). <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000258993>.

Книги/Статьи

“AI and the Future of Privacy,” Michael Deane, Towards Data Science, <https://towardsdatascience.com/ai-and-the-future-of-privacy-3d5f6552a7c4>

“California Consumer Privacy Act Basics,” Data Brokers. Privacy Rights Clearinghouse. <https://privacyrights.org/resources/california-consumer-privacy-act-basics>

“How Much Data Do We Create Every Day? The Mind-Blowing Stats Everyone Should Read,” Bernard Marr, Forbes, 21.05.2018. A quintillion is a 1 followed by 30 zeroes.

Cannataci, J., Zhao, B. et al. (2016). Privacy, Free Expression and Transparency: Redefining their new boundaries in the digital age. Paris, UNESCO.

Gunby, M. (2012). Changes to Facebook Privacy Settings: An Information Literacy Perspective. Syracuse University iSchool, <http://infospace.ischool.syr.edu/2012/12/19/changes-to-facebook-privacy-settings-an-information-literacy-perspective/>

“International Personal Data Protection and Its Redress,” Doyle Slifer. Illinois Business Law Journal. Nov 8, 2008. <https://publish.illinois.edu/illinoisblj/2008/11/08/international-personal-data-protection-and-its-redress/>

“Other legal remedies to prevent and redress serious invasions of privacy,” Serious Invasions of Privacy in The Digital Era (IP 43). Australian Government: Australian Law Reform Commission. www.alrc.gov.au/publication/serious-invasions-of-privacy-in-the-digital-era-ip-43/issues-paper-2/other-legal-remedies-to-prevent-and-redress-serious-invasions-of-privacy/

“Right to Privacy: Constitutional Rights & Privacy Laws,” Tim Sharp. Live Science. <https://www.livescience.com/37398-right-to-privacy.html>

The African Union’s data protection convention 2014: A possible cause for celebration of human rights in Africa? (2016, 13). Taylor & Francis. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17577632.2016.1183283?journal-code=rjml20>

The long arm of GDPR in Africa: Reflection on data privacy law reform and practice in Mauritius. (2020, 6). Taylor & Francis. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13642987.2020.1783532>

“The Next Big Privacy Hurdle? Teaching AI to Forget,” Darren Shou. Wired. <https://www.wired.com/story/the-next-big-privacy-hurdle-teaching-ai-to-forget/>

МОДУЛЬ 9

ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ ИНТЕРНЕТА



Генеральная Ассамблея ООН признает, что

«стремительные технологические изменения по-разному влияют на государства и что реагирование на эти воздействия, которые зависят от национальных реалий, возможностей и уровней развития государств, требует международного и многостороннего сотрудничества для реализации возможностей и решения проблем, возникающих в результате этих изменений, а также преодоления цифрового разрыва».

Резолюция «Новые и появляющиеся цифровые технологии и права человека» A/HRC/RES/41/11

КОНТЕКСТ И ОБОСНОВАНИЕ

Доступ к виртуальному миру и участие в его функционировании чрезвычайно важны для всех возрастных групп населения. Интернет предоставляет колоссальные возможности для улучшения условий жизни всех пользователей и более быстрой реализации Целей устойчивого развития. Он может благотворно влиять на образование, общество, деловую среду и экономическое развитие. Расширение доступа к сети Интернет обеспечивает гражданам более широкие возможности в плане всеобщего доступа к информации, в том числе с гораздо более раннего возраста. Дети и молодежь становятся все более технически

подкованными, и доступ в Интернет может принести им большую пользу. Однако наряду с новыми возможностями он порождает и новые вопросы, связанные со свободой воли, этическими обязательствами и проблемами, с которыми не сталкивались предыдущие поколения. В этой новой среде возникают определенные риски и угрозы, которые отчасти связаны с мнимой анонимностью Интернета. Цифровые следы — это «отпечатки», которые мы оставляем при использовании Интернета. И если люди могут забывать об ошибках, то Интернет этого не делает. После наших перемещений и действий в Сети остаются следы, и многие коммерческие и государственные структуры хранят и используют эти записи в целях, о которых мы часто даже не догадываемся.

В прежние годы усилия были в той или иной степени направлены прежде всего на защиту несовершеннолетних. Однако чрезмерные доверие и надежда на стратегии защиты не оправдали себя: молодежь и население в целом не научились безопасно и ответственно использовать Интернет, а органы власти и коммерческие компании — выполнять обязательства по обеспечению защиты граждан. Навыки медийной и информационной грамотности помогают гражданам, в том числе молодежи, понять, как устроена информационная экосистема, позволяя получать максимальную выгоду от осознанного и этичного участия в сетевой активности и помогая тщательно избегать связанных с ним опасностей.

В этом модуле обсуждаются возможности и проблемы, которые возникают у молодых людей в виртуальном мире — пространстве, где они учатся, занимаются, общаются, играют, а также создают и распространяют медиа и информацию. Молодежь все чаще погружается в виртуальный мир с самого раннего возраста. Во многих странах нынешнее поколение молодежи уже является активными участниками этого виртуального мира. Поэтому необходимо использовать их способности, чтобы внести более весомый вклад в образование, развитие общества и экономики как на местном, так и на глобальном уровне. Технологические достижения и широкое использование Интернета с юных лет открыли молодежи доступ к идеям, мнениям и пространствам, которые ранее были для них недостижимы. За счет этого молодые люди могут играть более активную роль в решении ключевых вопросов, связанных с социальными и глобальными движениями. Но одновременно это означает, что их слова и действия фиксируются, пока они еще только формируют свою точку зрения, и эти данные могут использоваться, чтобы предугадывать их поведение и манипулировать ими, когда они еще этого не осознают. Поэтому молодые люди должны понимать, что их цифровые следы и особенности поведения в Сети хранятся очень долго и могут быть использованы неправомерно. Социальные медиа превращают людей всех возрастов не только в потребителей, но и в производителей знаний, которые

ведут диалог друг с другом, участвуют в обсуждениях и взаимодействуют в различной форме. Не всегда можно с уверенностью сказать, кто увидит ваши сообщения, видео, мемы, комментарии и другие данные, формируемые при использовании широкого спектра услуг, поставщики которых отслеживают все это. Такая реальность позволяет сделать дебаты и обсуждения более демократичными, но одновременно может стать источником беспокойства, стресса и ошибочных интерпретаций, особенно когда взаимодействуют представители разных стран и культур, носители разных языков. Одним из характерных примеров особенностей новой среды может служить создание и распространение недостоверной информации и принятие ее на веру, равно как и роль компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, в продвижении такой информации.

Данный модуль позволит преподавателям вовлечь учащихся в выполнение заданий, которые помогут им понять, какие цифровые следы они оставляют, как взаимодействия в виртуальном мире влияют на реальную жизнь, а также каковы их роль, действия и этические обязательства как цифровых граждан, которые участвуют в глобальном дискурсе, получая доступ к медиа и информации в Интернете, используя и самостоятельно создавая их.

Качественное образование обеспечивает основу для устойчивого развития, расширяет возможности трудоустройства и способствует экономическому росту. Мы рассмотрим открытые образовательные ресурсы (OOR) как ресурс для молодежи, который позволяет добиться этого за счет расширения доступа к качественным ресурсам для обучения и профессиональной подготовки. Образовательные возможности, открывающиеся благодаря доступу к Интернету и OOR, делают образование более инклюзивным и справедливым, а также помогают продвигать идею обучения на протяжении всей жизни за пределами учебных пространств.

РАЗДЕЛЫ

РАЗДЕЛ 1.

МОЛОДЕЖЬ В ВИРТУАЛЬНОМ МИРЕ

РАЗДЕЛ 2.

ВЫЗОВЫ И РИСКИ ВИРТУАЛЬНОГО
МИРА

РАЗДЕЛ 3.

ОБУЧЕНИЕ, ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ
И СОЦИАЛЬНОЕ УЧАСТИЕ В ОНЛАЙН-
СРЕДЕ

РАЗДЕЛ 4.

МЕДИЙНО И ИНФОРМАЦИОННО
ГРАМОТНЫЙ ПОДХОД К ЦИФРОВЫМ
СЛЕДАМ: К ВОПРОСУ ОБ
УПРАВЛЕНИИ ПРИСУТСТВИЕМ
В ОНЛАЙН-СРЕДЕ

РАЗДЕЛ 1. МОЛОДЕЖЬ В ВИРТУАЛЬНОМ МИРЕ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Веб 2.0 и виртуальный мир
- Использование Интернета и сетевые привычки детей и молодежи
- Международные конвенции и другие документы, касающиеся прав детей

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- понимать модели использования Интернета молодежью и ее интересы;
- описывать общие условия, правила поведения и вопросы конфиденциальности в связи с использованием Интернета и с тем, что компании, занимающиеся цифровыми коммуникациями, отслеживают деятельность пользователей;
- приобрести способность применять методы обучения и основные инструменты, чтобы научить молодежь ответственно подходить к использованию Интернета, осуществлять свои права и осознавать возможности, вызовы и риски, связанные с Интернетом.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

Благодаря простоте оцифровки и хранения информации, а также возможности заходить в Интернет с самых разных устройств граждане получили доступ к гораздо большему числу информационных ресурсов. Те аспекты Интернета, которые облегчают взаимодействие и создание контента пользователями, например, через приложения для мобильных телефонов, принято обозначать термином «Веб 2.0». В изучении данного раздела можно использовать онлайн-ресурсы, в том числе находящиеся в свободном доступе видеоролики об Интернете, его расширяющихся возможностях и влиянии на общество.

Потенциальные способы вовлечения преподавателей и учащихся:

- Подготовьте краткую презентацию, включив в нее как можно больше основных элементов виртуального мира. Организуйте обсуждение этих элементов

в небольших группах. Попросите каждую группу подготовить и представить краткую презентацию о преимуществах Веб 2.0, а также о потенциальном вреде, который может быть нанесен как пользователям, так и поставщикам услуг.

- Спросите участников, пользуются ли они социальными медиа и/или Интернетом, и если да, то как часто. Попросите их провести поиск в Интернете, создать свой профиль, посмотреть профили других людей, загрузить и скачать контент с интернет-платформ (например, из Википедии) и пообщаться в Сети, в чате, в блогах и Twitter. После выполнения данного задания обсудите его результаты с учащимися, сделав акцент на преимуществах всех этих форм работы для образования, этичного использования Интернета и сопряженных с ним проблемах и рисках. Запишите и обсудите те моменты, которые вызывают у вас озабоченность в связи с работой в Интернете.
- Разделите учащихся на группы, чтобы они подготовили информацию по какому-либо аспекту организации и методики образовательной работы с использованием вики и поделились этой информацией с другими. На выполнение данного задания следует выделить достаточно времени (например, в течение семестра). Педагоги и обучающиеся должны разработать критерии оценки эффективности и целесообразности использования технологии вики, а также воздействия, которое она оказывает на работающих с ней учащихся.
- Попросите учащихся разделиться на небольшие группы. Каждая группа должна обсудить, чем молодежи интереснее заниматься в Интернете, и составить список не менее чем из 5 пунктов. Попросите учащихся оценить значимость этих видов деятельности по шкале от 1 до 5. Каждая группа должна представить результаты обсуждения и объяснить, как они выстраивали свою работу и что повлияло на принятие ими решения. После этого педагог должен представить актуальную статистику (подготовленную до начала занятия на основе фактических материалов) по использованию Интернета детьми (если можно получить такие данные). Сравните результаты, представленные группами, с реальными статистическими данными. Обсудите их. Были ли какие-то из результатов неожиданными? Существует ли статистика по использованию Интернета в вашем регионе или вашей стране? Если нет, то какие последствия это может иметь? Обсудите, как можно исправить ситуацию.
- Обсудите, в какой степени молодежь использует Интернет в учебных целях, для просмотра новостей, участия в политической деятельности в своей стране, знакомства и взаимодействия с представителями разных культур и пр. Есть ли признаки, свидетельствующие о том, что Интернет используется для этого очень активно? Что можно сделать, чтобы мотивировать молодежь использовать Интернет в позитивных целях? Попросите педагогов или учащихся (в небольших группах или индивидуально) подготовить краткое занятие по своему предмету, включив в него использование Интернета. Это занятие должно показать, не только как использование Интернета позволяет

добиться его цели, но и как педагог с его помощью может мотивировать своих учеников.

- Обсудите с участниками общие условия, правила поведения и принципы защиты неприкосновенности частной жизни для разных интернет-приложений. После этого предложите им разработать примерный свод правил поведения, уделяя особое внимание использованию Интернета детьми и молодежью.
- Проанализируйте поведение детей в Сети и их профили: работая в группах, учащиеся должны выяснить, как используют Интернет дети в возрасте от 6 до 17 лет. В отчетах по результатам работы групп следует осветить масштабы и цели использования Интернета детьми и сравнить полученные результаты с тем, что знают об Интернете и как пользуются им родители. Какие возможности открывает Интернет для детей и родителей и какие проблемы создает?
- Обсудите одно из положений Декларации прав человека, Конвенции ООН по правам ребенка, Резолюции 2250 о молодежи, мире и безопасности, принятой Советом Безопасности ООН, или любого другого международного или юридического документа, принятого в вашей стране или регионе. Обсуждение должно строиться вокруг использования Интернета молодежью (право на доступ к информации, свобода самовыражения, участие, защита несовершеннолетних и роль, которая отводится в этом родителям, правительствам и гражданскому обществу). Обсудите все эти вопросы по отдельности, а потом подумайте, как они связаны друг с другом. Защита несовершеннолетних не должна ограничивать свободу самовыражения и право доступа к информации. Ими не следует жертвовать. Подумайте, почему. Должен ли доступ к информации, Интернету и новым технологиям быть равным для мальчиков и девочек? Является ли он таковым в вашем регионе? Что можно сделать в этой связи? Попросите учащихся написать небольшое стихотворение о конкретных свободах и правах и необходимости обеспечить защиту несовершеннолетних.
- Спросите учащихся, действительно ли «бесплатные» онлайн-сервисы бесплатны и почему. Кто, по их мнению, платит за эти сервисы и чем? В ходе обсуждения выясните, как бизнес-модели «капитализма слежки» обеспечивают отслеживание пользователей с помощью множества различных сервисов и сбор этих данных для продажи клиентам, стремящимся целенаправленно и искусно влиять на поведение потребителей или избирателей.

Оценивание и рекомендации

- Письменные экзамены
- Эссе, аналитические доклады и отзывы по результатам лекций, тематических исследований, аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в выполнении учебных заданий в группах

- Создание информационно-образовательных материалов (постеров, брошюр, инфографики, карточек в социальных сетях, видеоблогов)
- Научно-исследовательская работа
- Отчет по результатам исследования

РАЗДЕЛ 2. ВЫЗОВЫ И РИСКИ ВИРТУАЛЬНОГО МИРА

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Понимание вызовов и рисков, связанных с использованием Интернета
- Расширение прав и возможностей и этические обязательства при использовании Интернета
- Неприкосновенность частной жизни и безопасность

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- перечислить и описать, какие вызовы и риски сопряжены с работой в Интернете и где они чаще всего возникают;
- расширить свои знания о рисках и угрозах, которые могут возникнуть в связи с недавно разработанными интернет-приложениями;
- понять взаимосвязь между поведением пользователя и вероятностью стать жертвой или виновником неправомерного использования, или неосознанным влиянием заинтересованных структур, которые платят за возможность подтолкнуть пользователей к определенному поведению или принятию тех или иных ценностей/принципов;
- применять полученные знания, чтобы иметь возможность использовать Интернет, больше зная о его среде и компаниях, лежащих в его основе, а также о собственных правах и необходимости уважать права других.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

Проблемы и риски, связанные с онлайн-контентом

(по материалам публикации «Youth Protection Roundtable Tool Kit — Stiftung Digitale Chancen 2009»)

Когда те, кто пользуется этой учебной программой, будут обдумывать, каким образом заинтересованные стороны должны стремиться справиться с перечисленными в этом разделе сетевыми проблемами и угрозами, им следует принимать во внимание соответствующие международные документы, касающиеся защиты прав человека. Данный перечень документов не является исчерпывающим и может пополняться по необходимости:

- i. Международный пакт о гражданских и политических правах <https://www.ohchr.org/ru/professionalinterest/pages/ccpr.aspx>.
- ii. Статья 19 Всеобщей декларации прав человека https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml.
- iii. Резолюция ООН A/HRC/32/L.20 «Поощрение, защита и осуществление прав человека в Интернете», <https://undocs.org/pdf?symbol=ru/A/HRC/32/L.20>.
- iv. Резолюция ООН A/RES/64/211 «Создание глобальной культуры кибербезопасности и оценка национальных усилий по защите важнейших информационных инфраструктур» <https://undocs.org/pdf?symbol=ru/A/RES/64/211>.
- v. Доклад Специального докладчика Организации Объединенных Наций A/74/486 по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение, <https://undocs.org/A/74/486>.
- vi. Доклад Верховного комиссара Организации Объединенных Наций по правам человека A/HRC/39/29 «Право на неприкосновенность частной жизни в цифровой век», <https://undocs.org/pdf?symbol=ru/A/HRC/39/29>.
- vii. Документ Группы Организации Объединенных Наций по устойчивому развитию «Конфиденциальность, этика и защита: рекомендации по использованию больших данных для достижения Повестки 2030», <https://unsdg.un.org/ru/resources/konfidencialnost-etika-i-zaschita-rekomendacii-po-ispolzovaniyu-bolshikh-dannykh-dlya>.

Контент, не соответствующий возрасту: Интернет предлагает обилие контента для всех групп пользователей, удовлетворяя интересы как массового пользователя, так и отдельных групп. Однако не весь контент должен быть доступен детям и молодежи. В этой связи следует четко определить, какой возрастной группе подходит тот или иной контент. Особое внимание следует уделить контенту, который не запрещен законом, но может нанести вред юным пользователям. Если дети младшего возраста случайно увидят контент, не соответствующий возрасту, например взрослую порнографию, это может навредить им. Пользователь может обнаружить контент, не подходящий по возрасту, не только в результате целенаправленного поиска, но

и непреднамеренно или потому что он рекомендован ему алгоритмом на основе анализа данных потенциальной целевой аудитории.

Контент с ограничением по возрасту может предоставляться на коммерческой основе, но может генерироваться и самими пользователями. Доступ к первому типу контента получают только строго определенные группы пользователей, а пользовательский контент, как правило, общедоступен и потому требует к себе особого внимания. Поскольку сегодня многие дети и подростки имеют мобильные телефоны с функциями мультимедиа и выходят в Интернет простым нажатием клавиши, следует иметь в виду, что они могут обнаружить неподходящий для их возраста контент, когда рядом не будет никого из взрослых, способных помочь им понять, как при этом следует действовать. Кроме того, мобильные устройства позволяют детям создавать собственный цифровой контент в любой жизненной ситуации, повышая тем самым объемы пользовательского контента.

Запрещенный контент (например, контент, содержащий элементы насилия над ребенком): то, какой тип контента классифицируется как запрещенный законом, определяется в первую очередь законодательством конкретной страны, хотя некоторые виды контента запрещены в большинстве стран. Как бы то ни было, такой контент существует, и дети и подростки могут получить к нему доступ — случайно или преднамеренно. Следует также иметь в виду, что они могут стать жертвами запрещенного контента, например, при создании и размещении в Сети фото или видеозаписи сексуального насилия над детьми.

Отсутствие проверки контента: учитывая, что контент, получаемый из Интернета, зачастую не проходит проверки независимыми экспертами, важно, чтобы подростки научились критически оценивать его и не принимали за чистую монету все, что они видят в Сети. Пользовательский контент, характерный для среды Веб 2.0, нередко оказывается неполным, предвзятым или неточным. Юным пользователям следует знать, что верить всему, что им доведется прочитать в Интернете, опасно.

Подстрекательство к причинению вреда: в Сети есть множество сайтов, подстрекающих пользователей к причинению вреда самим себе (например, пропагандирующих самоубийство или анорексию). С появлением Веб 2.0 и новых возможностей для размещения пользовательского контента риск подвергнуться воздействию подобного контента становится выше. В частности, дети и подростки нередко не в состоянии реально оценить, чем опасно выполнение инструкций, размещенных на таких сайтах. И молодые люди, и взрослые должны понимать, что алгоритмы рекомендуют все больше вредоносного контента просто для того, чтобы поддерживать их интерес и получать данные, а также чтобы продвигать рекламу и другие виды заказного контента (например, размещаемого инфлюенсерами, которым за это платят).

Нарушение прав человека/диффамация: анонимность Интернета позволяет легко разжигать ненавистническое отношение к определенным группам населения или отдельным лицам. Кроме того, можно предположить, что в Сети

люди ведут себя иначе, поскольку им не приходится сталкиваться лицом к лицу со своими противниками или жертвами и безотлагательно отвечать за последствия своего поведения. Таким образом, в виртуальной среде опасность, что права человека будут нарушены и он станет жертвой диффамации, гораздо выше, чем в реальной. Подобный контент вреден для детей и подростков, которые могут попасть под влияние заведомо ложной информации.

Неподходящая для детей рекламная и маркетинговая информация: неподобающая реклама чревата получением и просмотром предложений товаров и/или услуг, которые не подходят детям. Чем больше персональных данных (имя, возраст, пол) пользователи разглашают, тем выше вероятность того, что они начнут получать рекламу или предложения принять участие в лотереях. Это особенно опасно для детей, поскольку они зачастую не понимают, к каким последствиям может привести указание своего имени в какой-либо онлайн-форме или врезке. С учетом большой популярности мобильных телефонов среди детей и подростков следует обратить особое внимание на этот дополнительный канал распространения рекламной информации. Дети младшего возраста особенно легко становятся объектом рекламных манипуляций, и им нужно тщательно объяснить все опасности ориентированного на них контента.

Неприкосновенность частной жизни: после появления в Интернете контент может быстро распространяться по всему миру и сохраняться в Сети на неограниченное время. Пользователи, в особенности дети и подростки, зачастую не осознают краткосрочных и долгосрочных последствий размещения текстов и изображений, которые впоследствии они не захотят видеть в открытом доступе. Данные, сохраненные на сервере или на платформе, легко могут стать доступными для других пользователей, а сами люди даже не подозревают, насколько незащищенными могут быть их персональные данные. Работая в Интернете, важно понимать особенности этой среды. Более подробно вопросы конфиденциальности рассмотрены в Модуле 8. Даже данные, собранные без явного ввода, могут злонамеренно использоваться самими сборщиками данных или теми, кто взламывает их системы.

Нарушение авторских прав: Риск нарушения авторских прав чаще всего связан с поведением самих пользователей. Независимо от того, намеренно или непроизвольно произошло нарушение авторских прав, правообладатель может посчитать это мошенническим действием и потребовать наказать нарушителя. В то же время подростки и взрослые должны знать о возможностях «добросовестного использования» лицензий Creative Commons для повторного использования чужого контента или распространения собственного, а также о требованиях признания права собственности на личные данные со стороны компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, и продвигающих платформы социальных сетей в качестве делового предложения.

Риски, связанные с онлайн-контактами

(по материалам публикации «Youth Protection Roundtable Tool Kit — Stiftung Digitale Chancen 2009»)

Вредный совет: форумы, блоги и другие области Интернета, в которых пользователи контактируют друг с другом, служат платформой для обмена информацией и советами. Это может принести пользу, но может и заставить столкнуться с людьми, которые дают неуместные и даже вредные советы. На платформах социальных медиа и в других приложениях Веб 2.0 риск получения подобных советов, в частности для детей и подростков, выше, чем на обычных веб-сайтах.

Хищение персональных данных: завладение электронными идентификационными данными человека (именем пользователя и паролем) и их использование для мошеннической деятельности в торговле и других областях ради извлечения выгоды. Опасность хищения персональных данных возрастает в связи с увеличением объемов виртуальных идентификационных данных и количества пользователей, в особенности пользователей персонализированных услуг.

Хищение денежных средств/фишинг: фишингом называется процесс сбора банковских реквизитов, в частности PIN-кодов и номеров аутентификации транзакции (TAN) с намерением похитить деньги с банковских счетов других лиц. Молодые люди не всегда умеют отличать ложные веб-сайты от настоящих и легко раскрывают свои банковские данные.

Мошенничество в торговле: один из вариантов мошенничества в торговле предполагает, что продавец демонстрирует готовность продать товары или услуги, однако после оплаты клиент либо вообще не получает их, либо они не соответствуют заявленным характеристикам. Кроме того, мошенничество может происходить вследствие хищения персональных данных или фишинга. Еще одним источником мошенничества в торговле может быть продажа цифровых услуг (например, рингтонов) по завышенной и неадекватной цене, зачастую с навязыванием постоянной подписки на услугу, которая покупателю не нужна. В большинстве случаев пользователи (особенно дети и подростки) не осознают последствий заключения таких соглашений в Сети.

Груминг: использование педофилами Интернета для установления контактов с детьми и подростками без раскрытия своего истинного возраста. Педофилы зачастую играют на желании ребенка найти друга или нового знакомого. Все области Интернета, которые предоставляют платформу для личных контактов и обмена сообщениями, могут стать основой для груминг-атак. Как уже упоминалось, отдельного внимания в этой связи заслуживают мобильные телефоны (как дополнительное устройство для установления контактов с людьми и выхода в социальные сети), особенно учитывая то обстоятельство, что дети считают мобильные телефоны частью своей личной жизни и почти всегда стараются говорить по ним без свидетелей. Таким образом, с развитием технологий мобильной коммуникации и социальных сетей значительно возрастает риск стать объектом груминга и затем принять опасное предложение.

Буллинг (травля): в Интернете гораздо больше возможностей для различных видов буллинга в силу анонимности этой среды. Дети и подростки особенно подвержены риску оказаться как жертвами травли, так и преследователями. Следовательно, буллинг связан как с личным поведением человека, так и с поведением других людей. Хотя проявлением буллинга может быть и публикация определенного контента, например оскорбительных картинок, чаще всего он предполагает контакты в онлайн-среде. Поскольку многие дети и подростки имеют мобильные телефоны со встроенной цифровой камерой, вероятность столкнуться с проявлениями буллинга для них возрастает.

Раскрытие личной информации: при создании профиля в какой-либо социальной сети пользователи вынуждены предоставлять личную информацию, чтобы рассказать о себе сообществу. Кроме того, личные данные пользователей, такие как адрес и номер телефона, могут быть обнародованы в чатах и на форумах. Молодые люди особенно часто не способны предвидеть, какие последствия повлечет за собой публикация личных данных, и не осознают, что чат — это не приватное, а публичное пространство.

Создание профилей: чем больше аккаунтов создает человек для разных платформ, тем выше риск того, что личные данные, обнародованные на одной платформе, будут объединены с данными, размещенными на других платформах, проданы информационным брокерам или просто переданы куда-то еще (например, данные опроса населения или розыгрыша лотереи). Получается, что создание аккаунтов обеспечивает возможность напрямую отправить человеку ненужные ему контент, услуги или рекламу.

Знают ли пользователи, что на самом деле значит «принять файлы cookie» при посещении веб-сайта или использовании какого-либо сервиса? При создании профилей можно использовать веб-сайты, на которых личные данные публикуются открыто, но гораздо большую опасность представляет сбор полной или частичной информации о пользователях из базы данных веб-сайта и продажа их провайдером платформы третьим лицам. Некоторые онлайн-платформы заключают соглашения с другими онлайн-сервисами о предоставлении доступа к данным пользователей, даже если пользователи не используют их платформу (или подконтрольные ей структуры).

- Предложите учащимся изучить и проанализировать международные нормативные документы, перечисленные ниже. Обратите особое внимание на основные рекомендации и действия, предлагаемые в каждом из этих документов. Подписала ли ваша страна упомянутое ниже соглашение и другие конвенции? Актуальны ли резолюция, отчеты и руководства Организации Объединенных Наций для вашей страны? Реализуются ли предлагаемые рекомендации и меры в вашей стране? Выясните, почему так происходит (или не происходит) и каковы последствия. Определите основные стороны, которые участвуют в решении этих вопросов в вашей стране. Существуют ли они вообще? Как вовлечены в эти процессы представители

гражданского общества? Консультируются ли с ними? Участвуют ли они в реализации предлагаемых рекомендаций и мер, мониторинге и принятии решений? Участвуют ли в этом процессе молодежь, женщины и различные маргинализированные группы? Если нет, то почему? Как это можно исправить?

- ♦ Международный пакт о гражданских и политических правах <https://www.ohchr.org/ru/professionalinterest/pages/ccpr.aspx>.
- ♦ Статья 19 Всеобщей декларации прав человека https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml.
- ♦ Резолюция ООН A/HRC/32/L.20 «Поощрение, защита и осуществление прав человека в Интернете», <https://undocs.org/pdf?symbol=ru/A/HRC/32/L.20>.
- ♦ Резолюция ООН A/RES/64/211 «Создание глобальной культуры кибербезопасности и оценка национальных усилий по защите важнейших информационных инфраструктур» <https://undocs.org/pdf?symbol=ru/A/RES/64/211>.
- ♦ Доклад Специального докладчика Организации Объединенных Наций A/74/486 по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение, <https://undocs.org/A/74/486>.
- ♦ Доклад Верховного комиссара Организации Объединенных Наций по правам человека A/HRC/39/29 «Право на неприкосновенность частной жизни в цифровой век», <https://undocs.org/pdf?symbol=ru/A/HRC/39/29>.
- ♦ Документ Группы Организации Объединенных Наций по устойчивому развитию «Конфиденциальность, этика и защита: рекомендации по использованию больших данных для достижения Повестки 2030», <https://unsdg.un.org/ru/resources/konfidencialnost-etika-i-zaschita-rekomendacii-po-ispolzovaniyu-bolshikh-dannykh-dlya>.
- Важно понимать, что подразумевается под вредоносным онлайн-контентом. Международное законодательство в области прав человека содержит ряд допустимых ограничений свободы самовыражения, особенно когда свобода слова вступает в противоречие с другими правами. Поводом для возможных ограничений служит подстрекательство к насилию или расовой ненависти, изображение детей и сексуальных сцен. В каждом случае международное законодательство требует, чтобы ограничения были точно определены и контролировались в судебном порядке.
- Важно понимать, что потенциальный вред не всегда является реальным вредом. Влияние контента на общество гораздо сложнее, чем предполагает общепринятая модель «стимул-реакция». Во-первых, как показал теоретик Стюарт Холл, разные люди реагируют по-разному — принимают, отвергают или обсуждают смыслы и по-разному обрабатывают их на когнитивном, эмоциональном и практическом уровнях. Во-вторых, существует широкий спектр возможных последствий, таких как легитимация и подкрепление,

а также формирование отношения и установление повестки дня. И здесь все не так просто, как в случае если контент вызывает страх, возбуждение, надежду или гнев. В этой связи требуется понимать и реагировать, учитывая не только очевидный внутренний вред, который может нанести данный текст. Определить, когда потенциальный вред может стать реальным, помогает МИГ. Например, МИГ способно дать представление о том, при каких условиях высказывание действительно может иметь опасные последствия и на него необходимо оперативно реагировать. Такие навыки соответствуют принципам Рабатского плана действий ООН по запрету пропаганды национальной, расовой или религиозной ненависти. Этот документ подчеркивает необходимость учитывать ряд ключевых моментов, в том числе статус и влияние говорящего, распространение высказывания, изменчивость контекста и т. д. МИГ также может помочь понять, какую роль играют компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, в расширении и тиражировании контента, включая высказывания, которые, казалось бы, не противоречат закону, но на самом деле содержат завуалированный призыв к вредоносным действиям.

- Попросите педагогов рассказать, сталкивались ли они сами или их друзья с описанными выше проблемами, связанными с потенциально или действительно вредоносным контентом. Как они решали эти проблемы? С каким результатом? Какие выводы они сделали?
- Обсудите такие противоправные действия, как хищение персональных данных, хищение денежных средств/фишинг, нарушение прав человека или любые другие варианты злонамеренного использования Интернета. Проведите собственное исследование или воспользуйтесь материалами, рекомендованными в данной учебной программе, чтобы определить и перечислить необходимые действия и точные характеристики, которые позволят педагогам и учащимся распознавать мошеннические запросы на предоставление информации, мошеннические веб-сайты и контент, нарушающий права человека. Для выполнения данного задания следует по возможности использовать ресурсы, имеющие практическую направленность и описывающие реальные случаи. При выполнении этого задания педагоги могут рассматривать все перечисленные выше риски.
- В контексте пандемии COVID-19 найдите в Сети разнообразную информацию медицинского (или иного) характера. Могут ли медицинские веб-сайты помочь вам диагностировать любые имеющиеся у вас проблемы со здоровьем? Безопасно ли предпринимать действия, касающиеся вашего здоровья, опираясь на советы из Интернета? Перечислите и обсудите основные способы определения подлинности и авторитетности медицинского веб-сайта.
- Если у вас есть аккаунт в одной из социальных сетей, проведите поиск по своему имени в DuckDuckGo, Google, «Яндекс», Baidu или любой другой поисковой системе. Много ли вашей личной информации представлено в общем доступе? Показывают ли результаты поиска информацию о вас,

которую вы уже удалили из социальной сети? С какими из перечисленных выше рисков это связано?

- Возьмите любой отрывок из раздела «Обмен контентом и информацией» Положения о правах и обязанностях Facebook (или из любой другой социальной сети или программного обеспечения, установленного на вашем компьютере). Разделившись на небольшие группы, проанализируйте, может ли выбранный вами отрывок иметь последствия с точки зрения конфиденциальности или даже безопасности. Как пользователи могут контролировать размещенный в Сети контент, рассказывающий о них? Проанализируйте и обсудите, кто обладает авторскими правами на определенные виды контента (фото, видео и т. д.), которые размещаются в социальных сетях или в Интернете. Более подробно о конфиденциальности см. Модуль 8.
- Обсудите насколько не совпадает то, что пользователи могут вспомнить о себе, событиях своей жизни и перемещениях, и то, что известно них интернет-компаниям.
- Изучите Конвенцию ООН о правах ребенка (https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/childcon.shtml). Данный документ определяет основные права, которыми обладают дети любой страны: право на жизнь и здоровое развитие; на защиту от вредного влияния, оскорблений и эксплуатации; на полноценное участие в семейной, культурной и общественной жизни. Требуют ли какие-то из статей Конвенции разработки соответствующих инструкций по защите детей от информации и материалов, которые могут нанести вред их благополучию?
- В отчете Международного союза электросвязи о наблюдении за технологиями «Technology Watch Report 10» (ITU 2009) первоочередным приоритетом для повышения качества жизни в цифровом мире и в Интернете признана необходимость решения проблем, связанных с неприкосновенностью частной жизни и безопасностью. Отсутствие развитой системы безопасности неизбежно несет риск для всех систем и процессов, основанных на цифровой коммуникации (ITU 2006). Низкий уровень безопасности или ее отсутствие приводит к росту числа киберпреступлений. Есть мнение, что «доступ к коммуникации бесполезен, если невозможно гарантировать мир и безопасность онлайн-среды», и потому следует рассматривать цифровой мир как «закрытое сообщество, где пользователи бывают вынуждены жертвовать определенными свободами и анонимностью ради большей безопасности» (ITU News).

Однако многие борцы за свободу в Интернете озабочены вмешательством и контролем со стороны правительства. Растет беспокойство по поводу того, что Интернет из открытого пространства, существующего во благо общества, превращается в закрытую контролируемую среду, на которую все чаще влияют государственные органы и корпорации. Отдельные государственные структуры и коммерческие компании вполне могут рассматривать безопасность как

первоочередную проблему, но для многих граждан она таковой не является. Считается, что право на неприкосновенность частной жизни, подкрепляемое анонимностью и шифрованием, позволяет избежать преследований за определенные взгляды, выявить бизнес-модели «капитализма слежки» и закрыть лазейки для киберпреступников.

- Обсудите высказывания, которые процитированы выше. Считаете ли вы, что государственным органам следует предпринимать меры для обеспечения большей безопасности виртуального мира? Обоснуйте свой ответ.
- Согласны ли вы с тем, что в некоторых ситуациях может потребоваться до некоторой степени пожертвовать неприкосновенностью частной жизни? Какие это может иметь последствия? Что могло бы произойти, если бы Интернет находился под контролем одной страны или одного региона мира?
- Исследуйте несколько типов инструментов, используемых для обеспечения безопасности Интернета (шифрование; защита паролем; отслеживание раскрытия случаев нарушения безопасности правительствами и компаниями, которые подверглись хакерской атаке). Обсудите их преимущества и недостатки.
- Выберите любую социальную сеть или любое программное обеспечение, которыми вы пользуетесь. Поэкспериментируйте с настройками конфиденциальности. Найдите в «Условиях использования» упоминания о неприкосновенности частной жизни и безопасности. Как вы считаете, смогут ли гарантии неприкосновенности частной жизни помочь вам избежать рисков, описанных в данном разделе (см. врезки о рисках, связанных с сетевым контентом и общением в Интернете)? Если вы выставите настройки параметров конфиденциальности на максимальный уровень, какие это будет иметь последствия? Более подробно вопросы конфиденциальности рассматриваются в Модуле 8, а вопросы, связанные с социальными медиа, — в Модулях 7 и 11.

Оценивание и рекомендации

- Эссе, аналитические доклады и отзывы по результатам лекций, тематических исследований, аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в выполнении учебных заданий в группах
- Создание информационно-образовательных материалов (постеров, брошюр, инфографики, карточек в социальных сетях, видеоблогов)
- Научно-исследовательская работа
- Отчет по результатам исследования

РАЗДЕЛ 3. ОБУЧЕНИЕ, ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И СОЦИАЛЬНОЕ УЧАСТИЕ В ОНЛАЙН-СРЕДЕ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 8 ЧАСОВ

Основные темы

- Сетевое обучение
- Социальная активность
- Критическая медийная и информационная грамотность
- Использование социальных сетей, потребление, производство и взаимодействие

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- понимать, что побуждает учащихся пользоваться социальными медиа, а также анализировать некоторые методы, приемы и способы использования социальных медиа;
- анализировать, как учащиеся участвуют в сетевом взаимодействии, полностью ли они осознают свое участие и какое значение они этому придают;
- выяснить, как может проходить обучение с акцентом на социальных медиа и взаимодействии в Интернете;
- разрабатывать учебные задания, связанные с общением в социальных медиа;
- оценивать, как происходит вовлечение в общение в социальных медиа и Интернете и с их использованием и оказывает ли такое общение значительное влияние на учащихся, их учебную деятельность и жизнь.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Социальные медиа широко используются во всем мире. Существует масса социальных сетей, приложений и услуг, многие из которых для пользователей бесплатны, но позволяют брокерам данных и платными рекламодателям использовать, продавать и покупать данные пользователей. Социальные медиа открывают широкие возможности для сетевого взаимодействия

в образовательных целях⁸⁶. В то же время пользователи должны осознавать, что платой за такие возможности становится снижение уровня конфиденциальности и, следовательно, их способности самостоятельно контролировать контент, который они получают. Несмотря на такую практику, создание сетей на нормативном уровне должно обеспечивать взаимодействие с коллегами и формирование сообщества, а также служить способом наращивания социального и образовательного капитала с помощью ИКТ и их поставщиков. Более подробная информация о социальных медиа представлена в Модулях 7 и 11. В данном модуле основное внимание уделяется обучению и сетевому взаимодействию в интересах трансформации общества через социальные медиа.

- Н. Мирра (Mirra 2017) выделяет следующие элементы, которые повышают эффективность подключенного обучения (connected learning)
 - ◇ СОТРУДНИЧЕСТВО: преподаватели работают совместно
 - ◇ ЛЮБОПЫТСТВО: преподаватели внедряют исследовательскую деятельность в практику учебных занятий.
 - ◇ СМЕЛОСТЬ: преподаватели отказываются от полного контроля над процессом обучения.
 - ◇ ГРАЖДАНСКАЯ АКТИВНОСТЬ: преподаватели вовлекают учащихся в общественную жизнь.
 - ◇ ЗАБОТА: преподаватели делятся своими интересами и знаниями с обучающимися.
- Социальные сети можно использовать несколькими способами для улучшения обучения. Уэст (West 2019) перечисляет несколько видов деятельности, которые могут помочь учащимся объединиться с другими для расширения взаимодействия и обучения, в том числе:
 - ◇ используйте страницу Facebook, чтобы передавать свежие новости и оповещения,
 - ◇ используйте группу Facebook, чтобы транслировать лекции в прямом эфире и проводить обсуждения,
 - ◇ используйте Twitter в качестве доски объявлений вашего класса,
 - ◇ используйте Instagram для фоторепортажей,
 - ◇ создайте студенческий блог для обсуждения,
 - ◇ используйте сообщения в блоге в качестве эссе,
 - ◇ создайте доску Pinterest для конкретного класса,
 - ◇ создайте в Facebook группы по интересам,

⁸⁶ См. <https://www.commonsense.org/education/top-picks/social-networks-for-students-and-teachers> и <https://www.techlearning.com/tl-advisor-blog/25-social-networks-media-sites-for-education>.

- ♦ разработайте стратегию преодоления кризиса в социальных сетях (для чрезвычайных ситуаций).

Имейте в виду, что вы не просто разговариваете с пользователями, но и взаимодействуете с самими цифровыми платформами.

- Организуйте дискуссию с преподавателями и учащимися, чтобы обсудить один или оба следующих набора доводов. Определите группы учащихся, которые зафиксируют результаты дискуссии, подготовят краткий отчет и решат, стоит ли представить его органам образования.
- В современных условиях социальные медиа и возможности сетевого взаимодействия могут быть полезны и даже критически важны для профессиональной подготовки и обучения. Однако существование нового и сетевого обучения не означает, что образование будет совершенствоваться без особых усилий и обойдется без анализа данных и маркетинга. Вопрос социальной вовлеченности требует серьезной проработки и сопровождения на протяжении всего образовательного процесса.
- Помимо развлекательных и досуговых аспектов социальных медиа, все чаще исследуются проблемы социальных медиа и обучения, связанного с социальным взаимодействием. Вопрос в том, что это за взаимодействие и какие последствия оно имеет (Jenkins, Shresthova, Gamber-Thompson, Kligler-Velenchik & Zimmerman 2016). Например, позволяет ли общение в социальных медиа повысить уровень осмысленного участия в общественной жизни и обучения? [См. также Модуль 5, посвященный аудитории и глобальной гражданственности.]
- Следующее задание предназначено для преподавателей или учащихся с большим опытом в данной области. Предложите учащимся разработать и представить серию публичных или онлайн-лекций по базовому видео для других педагогов в их сообществе, стране или регионе с опорой на следующие соображения:
 - ♦ В ходе обсуждения вопросов использования и создания социальных медиа, а также участия в них, иногда также затрагиваются проблемы существования недостоверной информации и теорий заговора, а также необходимость критической оценки вопросов, связанных с медийной и информационной грамотностью, для понимания окружающей действительности⁸⁷. Таким образом, преподавателей должно волновать, как они учатся использованию социальных медиа и социальному взаимодействию через сетевое общение, и, что важно, как понять, что они делают, с чем сталкиваются и во что может вылиться их взаимодействие. Хотя социальные медиа в определенной степени демократизировали общение, они же породили множество проблем, связанных со слежкой, конфиденциальностью и влиянием.

⁸⁷ Carr, Cuervo & Daros 2019; Carr, Daros, Cuervo & Thesee 2020.

- Помогите преподавателям выяснить подробности исследования ChicagoLX (2019 г.), которое показало, что «опыт сетевого обучения в лучшую сторону изменил отношение учащихся к образованию, их представление о настойчивости, открытости к повторению и повышению уровня критического мышления, и явно положительно повлиял на результаты их проверочных работ». В исследовании рекомендуется учитывать интересы, отношения и возможности учащихся, чтобы стимулировать их к учебе:
 - ◇ Организуйте обсуждение с реальными учащимися в школах, общинных центрах или в Интернете. Обсуждение должно напоминать работу в неформальной фокус-группе, где учащиеся могут высказаться о том, согласны они с выводами или нет, соответствует ли это их собственному опыту и что, по их мнению, необходимо сделать в отношении использования социальных медиа для обучения.
- Изучите руководства по социальным сетям, которые пропагандируют их использование в учебных пространствах (например, Teaching and Learning with Twitter).

Выясните у преподавателей, пользовались ли они когда-либо этими руководствами. Каков был их опыт? Какие преимущества и недостатки они заметили? Нужна ли им поддержка от органов образования или самих социальных медиа, и если да, то какая? Чем выгодно для компаний предлагать свои услуги и советы с точки зрения того, как они зарабатывают деньги?

- Разработайте плакат, показывающий, насколько активно идет сетевое взаимодействие в вашем классе/школе/сообществе. В выполнении этого задания вам может помочь документ, разработанный организацией Media Smarts (https://mediasmarts.ca/sites/default/files/publication-report/summary/ycwiii_connected_to_learn.pdf).
- Создание плаката потребует обсуждений и исследовательской работы. Опросите членов вашей выборки (учебного пространства/сообщества) и разработайте методологию для определения следующих аспектов:
 - ◇ Кто участвует в обучении и каковы их отличительные черты (например, возраст, пол, другие соответствующие маркеры идентичности)?
 - ◇ В каком контексте проходит обучение (где, в школе какого типа, в каких условиях, на каком языке и т. д.)?
 - ◇ Какие типы социальных медиа используются, в каком объеме, когда и почему?
 - ◇ Какую поддержку и руководство обеспечивают учащимся педагоги и/или родители?
 - ◇ Какие проблемы возникают в связи с доступом к социальным медиа?
 - ◇ Каковы последствия использования услуг создателей социальных медиа?

- ◇ Какие сообщества развиваются благодаря использованию социальных медиа? Полезны ли эти сообщества с точки зрения обучения, участия, социальной солидарности, социализации и т. д.? Поясните свой ответ.
- ◇ Приводит ли общение через социальные медиа к «умному/технологичному» обучению? Если да, то как?
- ◇ Как образование влияет на ваше обучение и общение в социальных сетях?
- Это может быть проект в форме небольшого исследования. Помимо создания плаката, потребуются подумать над разработкой вопросов и организацией анализа. Важной частью задания будет постановка проблемы и исследование смыслового содержания общения в социальных сетях, включая взаимосвязь между обучением и использованием, созданием социальных медиа и взаимодействием в них.
- Создайте в социальных медиа доску сообщений для учащихся, обращая внимание на то, как можно будет организовать ее работу. Сделайте акцент на сообщениях и дискуссиях и постарайтесь стимулировать учащихся активно участвовать в этом процессе. Разработайте рекомендации по использованию, учитывая требования уважительного отношения, доверительности, неприкосновенности частной жизни, возможность модерирования и архивирования данных, а также решите, как можно будет оценить качество обсуждений и заинтересованность участников. Примером конкретной темы может быть влияние пандемии COVID-19 на учащихся с точки зрения образования, общественной жизни, экономики, здоровья и участия в деятельности сообщества.

В течение недели фиксируйте, сколько времени участники проводят в социальных медиа, с кем и с какой целью. Обсудили ли учащиеся, что они считают наиболее ценным в сетевом взаимодействии? Общаются ли они с близкими знакомыми или с людьми, не входящими в их ближайшее окружение? Вступают ли они в диалог с другими, на какие темы и каким образом? Предпочитают ли они взаимодействовать только с единомышленниками или с людьми, придерживающимися других точек зрения. Чувствуют ли они, что, знакомясь с мнением других людей, они могут изменить и собственное мнение? Заметили ли они что общение в социальных медиа повлияло на то, какой контент и рекламу они начали получать от сторонних ресурсов?

Оценивание и рекомендации

- Пусть учащиеся оценят, как влияет на них общение в социальных медиа (для этого разработайте анкету или попросите их написать краткий рассказ по теме)
- Разработайте инструмент для количественной оценки того, сколько времени учащиеся проводят в социальных медиа и в каких сегментах

- Расскажите о проектах, в основе которых лежит сетевое взаимодействие, подчеркивая значимость сотрудничества и совместной деятельности
- Поощряйте сетевое взаимодействие не только с людьми, входящими в круг непосредственного общения (будьте бдительны, чтобы обеспечить надлежащие гарантии конфиденциальности и безопасности). Подробнее о конфиденциальности см. в Модуле 8
- Попросите учащихся критически оценить различные социальные медиа, то, что им нравится и не нравится, что они хотели бы изменить, последствия использования этих медиа и т. д.

РАЗДЕЛ 4. МЕДИЙНО И ИНФОРМАЦИОННО ГРАМОТНЫЙ ПОДХОД К ЦИФРОВЫМ СЛЕДАМ: К ВОПРОСУ ОБ УПРАВЛЕНИИ ПРИСУТСТВИЕМ В ОНЛАЙН-СРЕДЕ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Что такое медийно и информационно грамотный след?
- Как медийно и информационно грамотный след соотносится с цифровым следом?
- Зачем пропагандировать медийно и информационно грамотный подход к цифровым следам?

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- описывать, что понимается под медийно и информационно грамотным подходом к цифровым следам, и понимать, почему важно оставлять в Интернете именно такие следы;
- перечислять и объяснить, что подразумевается под созданием и мониторингом медийно и информационно грамотных следов в Интернете.

Демонстрация МИГ на практике

Чтобы понять, почему так важны ваши медийно и информационно грамотные следы, стоит задуматься о том, что представляют собой цифровые следы. Это данные, которые остаются после работы пользователя на цифровых

устройствах. Они могут создаваться пользователем осознанно или возникать без его желания и обычно систематически собираются интернет-службами и компаниями в различных (часто коммерческих) целях, что, в свою очередь, влияет на перемещения пользователей в Сети, на их онлайн-профили, результаты поиска и даже на конфиденциальность и безопасность. В этой связи пользователи Интернета должны владеть компетенциями МИГ, чтобы знать, какую информацию получают в результате их деятельности интернет-сервисы и компании, какие следы стоит оставлять, чтобы способствовать позитивным изменениям в личной и социальной сфере, каких следов следует избегать и как это сделать. Когда медийно и информационно грамотные пользователи объясняют и делятся с другими тем, как осознанно участвовать в сетевом взаимодействии и критически оценивать его, это можно назвать медийно и информационно грамотным подходом к цифровым следам.

Какие типы медийно и информационно грамотных следов существуют?

- Контент, связанный с МИГ, которым вы делитесь в своих социальных сетях
- Онлайн-инструменты, которые вы используете для продвижения своей деятельности в сфере МИГ
- Новостные статьи или видеоролики в Интернете, освещающие деятельность вашей организации в области МИГ
- Различные типы сетевых медиа, которые вы используете, чтобы пропагандировать свои цели
- Информация о вас или деятельности вашей организации, которую вы предоставляете осознанно и обдуманно

Какими способами можно оставить медийно и информационно грамотный след?

- Искать и просматривать/прослушивать контент, связанный с МИГ
- Обмениваться с другими контентом, связанным с МИГ

Используйте эти посты, чтобы расширить свое медийно и информационно грамотное присутствие в Сети. Алгоритмы социальных платформ используют данные, чтобы предлагать вам контент, аналогичный тому, с которым вы уже работали, а также подбирают организации и людей, с которыми у вас могут быть общие интересы. Постарайтесь настроить эти алгоритмы так, чтобы они предлагали больше такого контента, который вам нужен, но при этом действуйте на опережение и изучайте, что рекомендует система, не принимая эти рекомендации безоговорочно.

Оставьте медийно и информационно грамотный след, приняв решение:

- содействовать использованию социальных медиа для осознанного участия в экологии коммуникации;

- пропагандировать использование социальных медиа для реализации гражданами права на свободу выражения мнений и активного участия в жизни общества;
- использовать социальные медиа, чтобы делиться важными знаниями о возникающих при их использовании проблемах и о том, как их можно решить;
- использовать социальные медиа, чтобы разоблачать случаи предоставления недостоверной информации и сообщать о них. Рассказывать о сайтах, позволяющих проверять сведения, своим коллегам, чтобы они тоже могли их использовать. Так вы становитесь надежным источником информации и показываете другим, как работать в Сети с опорой на принципы медийной и информационной грамотности;
- инициировать обсуждения в Интернете вопросов МИГ, связанных с определенными социальными аспектами (например, как МИГ позволяет людям выявлять гендерные стереотипы в информации и сетевом контенте и разрабатывать контент, свободный от таких стереотипов).

Советы

- Опубликуйте новость по теме МИГ на своей странице или в определенной группе.
- Поделитесь своей точкой зрения на то, как МИГ позволяет вам лучше понимать, как алгоритм провайдера влияет на то, какие сообщения появляются в вашей новостной ленте.
- Предложите людям поделиться своим мнением по этому поводу.
- Отвечайте на комментарии независимо от того, согласны вы с ними или нет, но игнорируйте троллей, для которых корректное обсуждение не представляет интереса.
- Расскажите читателям, как обсуждение повлияло на вашу точку зрения.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Поделитесь коротким видео для продвижения МИГ в контексте тематики данного раздела и спросите, что думают другие.
- Зайдите на сайт предложенной ЮНЕСКО стратегии обучения МИГ в социальных сетях MIL CLICKS (<https://en.unesco.org/milclicks>). Выполните поиск по словам «MIL footprint», чтобы найти соответствующие ресурсы. Поищите ресурсы и по другим интересующим вас темам. Используйте эти ресурсы для преподавания и обучения и делитесь своим опытом в Интернете, ставя хэштег #MILCLICKS;

- Создайте клуб МИГ в своем учебном пространстве, библиотеке или сообществе. Подготовьте основную проектную документацию, обозначив задачи и ожидаемые результаты его работы, входные и выходные данные, направления деятельности, стратегию устойчивого развития, необходимые ресурсы и т. д. Если для функционирования такого клуба требуется разрешение, получите его. Поощряйте членов клуба пропагандировать осмысленное использование сетевых ресурсов (см. <https://en.unesco.org/feedback/commitment-be-mil-clicker>) и медийно и информационно грамотное присутствие в Интернете в своей семье/социальной группе/сообществе.

Facebook: перейдите в настройки временной шкалы в разделе «Приложения и веб-сайт» и проверьте:

- На какие веб-сайты вы входили с помощью Facebook?
- У каких приложений есть активный доступ к вашим данным?
- Какие данные они используют?
- Отредактируйте типы информации, к которой они могут получать доступ
- Что происходит с вашими данными в приложениях, срок действия которых истек или которые вы удалили?
- Как можно попросить удалить информацию о вас из Facebook?

Оценивание и рекомендации

- Эссе, аналитические доклады и отзывы по результатам лекций, тематических исследований, аудиовизуальных презентаций/просмотров
- Участие в выполнении учебных заданий в группах
- Создание информационно-образовательных материалов (постеров, брошюр, инфографики, карточек в социальных сетях, видеоблогов)
- Научно-исследовательская работа
- Отчет по результатам исследования

Ресурсы и ссылки

Carr, Paul R., Cuervo, Sandra & Daros, Michelli (2019). Citizen engagement in the contemporary era of fake news: Hegemonic distraction or control of the social media context? *Postdigital Science and Education*, 1-22. <https://link.springer.com/article/10.1007/s42438-019-00052-z>

Carr, Paul R., Daros, Michelli, Cuervo, Sandra, & Thésée, Gina (2020). Social media and the quest for democracy: Faking the re-awakening? In Trifonis, Peter (ed.), *Handbook of Theory and Research in Cultural Studies and Education* (1-24). New York: Springer. https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-3-030-01426-1_31-1#citeas

Chen, Joyce Chao-chen (2013). Opportunities and challenges of MOOCs: perspectives from Asia. Paper presented at: IFLA WLIC 2013 — Singapore — Future Libraries: Infinite Possibilities in Session 98 — Knowledge Management with Academic and Research Libraries.

ChicagoLX (2019). Connected Learning Guide: A Field-Tested Resource for Practitioners. <https://chicagolx.org/resources/connected-learning-guide>

Dalberg, X. (2013). Impact of the Internet in Africa: establishing conditions for success and catalysing inclusive growth in Ghana, Kenya, Nigeria and Senegal. http://www.impactoftheinternet.com/pdf/Dalberg_Impact_of_Internet_Africa_Full_Report_April2013_vENG_Final

Internet of things for Africa: Challenges and opportunities (PDF) https://www.researchgate.net/publication/287997186_Internet_of_Things_for_Africa_Challenges_and_Opportunities

Jenkins, H., Shresthova, S., Gamber-Thompson, L., Kligler-Velenchik, N., & Zimmerman, A. (Eds.) (2016). By any means necessary: The new youth activism. New York: New York University Press.

Johnson, M., Riel, R. & Froese-Germain, B. (2016). Connected to learn: Teachers' experiences with networked technologies in the classroom. Ottawa: MediaSmarts/ Canadian Teachers' Federation. https://mediasmarts.ca/sites/default/files/publication-report/full/ycwwiii_connected_to_learn.pdf

Mirra, N. (2017). From Connected Learning to Connected Teaching: A Necessary Step Forward. Connected Learning Alliance (website). <https://clalliance.org/blog/connected-learning-connected-teaching-necessary-step-forward/>

Seidler, N. (2013). An open Internet in Africa: challenges shifting beyond. <http://www.internetsociety.org/blog/2013/03/open-internet-africa-challenges-shifting-beyond-access>

West, C. (2019). 12 Ways to use social media for education. <https://sproutsocial.com/insights/social-media-for-education/>

Сайты

Ассоциация медиаграмотности (Association for Media Literacy, AML), Канада

Ассоциация медиаграмотности — это некоммерческое благотворительное объединение учителей, библиотекарей, консультантов, родителей, работников культуры и медиаспециалистов, созданное, чтобы помочь людям развить информированное и критическое восприятие сути медиа, применяемых ими методов и последствий их использования. Ключевые концепции медиаграмотности, разработанные в 1989 году, стали основой формирования ключевых понятий МИГ для множества организаций по всему миру. <https://aml.ca/>

Центр медиаграмотности (Center for Media Literacy), международный

Принятие основных положений, предложенных Центром медиаграмотности (CML), позволяет обеспечить единство терминологии и понимания, а также использовать единую методологию обучения по дисциплинам для различных классов, школ, районов, даже штатов и стран. <https://www.medialit.org/global>

Альянс подключенного обучения (Connected Learning Alliance), США

Альянс подключенного обучения поддерживает расширение и усиление влияния сети преподавателей, экспертов и молодежных организаций, внедряющих новые технологии в интересах обеспечения справедливости, доступа и возможностей для всех молодых людей. <https://clalliance.org/>

Media Smarts, Канада

MediaSmarts — канадская некоммерческая благотворительная организация, занимающаяся вопросами цифровой и медиаграмотности. Ее деятельность основывается на убеждении, что дети и молодежь должны обладать навыками критического мышления, чтобы взаимодействовать с медиа в качестве активных и осведомленных цифровых граждан. <https://mediasmarts.ca/>

Северо-западный альянс в поддержку ответственных медиа (Northwest Alliance for Responsible Media), США

Северо-западный альянс в поддержку ответственных медиа стремится отслеживать влияние новостных и развлекательных медиа на наше общество, предоставлять общественности информацию об этом влиянии и работать с медиаспециалистами, чтобы побуждать медиаотрасль ответственно подходить к своей деятельности, способствуя созданию активно развивающейся культурной среды для всех. <https://nwaresponsiblemedia.org/>

МОДУЛЬ 10

РЕКЛАМА И МЕДИЙНАЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ



КОНТЕКСТ И ОБОСНОВАНИЕ

Реклама — в том или ином виде — появляется в любой точке мира. Компании, организации, граждане и правительства используют рекламу при продвижении товаров, услуг и идей для трансляции информации, убеждений и ценностей. Реклама присутствует практически везде и в различных формах. Она появляется в традиционных СМИ (таких как газеты, телевидение и радио), в новых медиа, включая социальные сети, блоги и веб-сайты, на смартфонах, в мобильных приложениях и устройствах, в фильмах в формате продакт-плейсмента и т. д. Искусственный интеллект (ИИ) в сочетании с возможностями массового хранения персональных данных и цифровых следов, которые пользователи оставляют в Интернете и точках продаж, позволяет анализировать поведение клиентов, предугадывать и формировать их потребности, предпочтения, симпатии и антипатии. Алгоритмы используются для сбора данных и создания персонализированной рекламы. ИИ дал рекламодателям возможность автоматически определять специфические характеристики пользователей, иногда вплоть до мельчайших деталей, и создавать персонализированную рекламу с учетом жанровых предпочтений, возраста, принадлежности к тому или иному слою общества, сексуальной ориентации, личных пристрастий и т. д. Проблема усугубляется, когда люди сознательно или неосознанно разглашают свои данные, чтобы пользоваться «бесплатными» услугами, предлагаемыми цифровыми компаниями и приложениями.

Успешность правительственных и коммерческих кампаний зависит от рекламы. Она помогает им выйти на свои рынки или целевую аудиторию, чтобы создать нужный спрос или изменить поведение в благоприятную для себя сторону. Реклама в большей степени задействует мотивацию и бессознательные желания людей, а не их критическое и рациональное мышление. Однако МИГ может помочь развивать умение людей осмысленно и разборчиво взаимодействовать с рекламой.

В целом можно выделить два основных вида рекламы: коммерческую и социальную (которую иногда называют социальным маркетингом). Коммерческая реклама, как правило, предполагает продвижение некоего лица, товара, услуги или компании для увеличения объема продаж (примером могут служить ролики и печатные объявления с рекламой компаний, производящих одежду, безалкогольных напитков, фильмов, услуг цифровой коммуникации и пр.).

Социальная реклама ориентирована на продвижение информации и услуг, которые должны принести пользу обществу в целом (например, информации по охране здоровья и безопасности, развитию грамотности и пр.). Оба вида рекламы представляют собой основной источник

прибыли для организаций, занимающихся традиционными и цифровыми коммуникациями. Доходы, которые получают от рекламы поставщики контента, идут на оплату операционных издержек и развития контента (телевизионных программ, материалов веб-сайтов, расширенных цифровых сервисов, статей в журналах, радиопрограмм и т. п.). Без этих доходов большинство частных медиакомпаний и компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, которые являются составляющими основного механизма обеспечения устойчивого развития, диалога, разнообразия, демократии и свобод, не смогли бы существовать. В то же время реклама может ограничить нашу свободу действий и сознательное, рациональное принятие решений, развивая культ неразумного потребительства с сомнительными ценностями. В нескольких модулях данной учебной программы подчеркивается, как важно, чтобы медийно и информационно грамотные граждане требовали прозрачности медиаорганизаций и компаний, занимающихся цифровой коммуникацией. МИГ также помогает людям осознать необходимость производить и предлагать конкурентоспособный контент. Особенно это касается журналистских материалов на местных языках, которые в силу таких факторов, как ограниченность или низкий уровень благосостояния аудитории, не представляют большого интереса для рекламодателей и вряд ли могут распространяться по подписке.

Информация или сообщения, передаваемые через рекламу, могут влиять на социальные и культурные ценности, разнообразие и равенство. Так, есть обширные данные об изображении женщин и мужчин в рекламе. Образ современной женщины и присущие ей качества в рекламе транслируются в первую очередь через роль женщины в семье или обществе в качестве жены и матери⁸⁸. В некоторых странах образ женщины в рекламе подчеркнуто сексуализируется. С другой стороны, мужчина в рекламе изображается как мачо, играющий роль лидера, имеющий влияние и т. д. Подобный контент усиливает гендерные стереотипы и, соответственно, усугубляет гендерное неравенство. Аналогичным образом обстоит дело с расовой дискриминацией и другими социальными проблемами. Более подробная информация о репрезентациях в медиа и технологиях представлена в Модуле 6. Учитывая огромную роль рекламы в современных обществах, преподаватели и учащиеся должны понимать, что необходимо для создания эффективной рекламы, и уметь оценивать рекламные объявления как источники информации. Кроме того, важно, чтобы люди знали о механизмах, которые позволяют гражданам доносить свое мнение по поводу рекламы до компаний и представителей властей.

⁸⁸ Chiochhetto, L. (2008). Images of Women in Advertising Both Consumer and Object of Consumption. In *Media Asia* 35(4):241-249 DOI: 10.1080/01296612.2008.11771964.

Реклама может негативно влиять на независимость медиа и компаний, занимающихся цифровой коммуникацией. Давление со стороны рекламодателей может заставить журналистов и специалистов в области информации и цифровых технологий избегать освещения спорных тем. В результате контент, интересный и полезный для широких слоев населения, заменяется развлекательным, привлекающим лишь определенную аудиторию. Если медиаорганизации и компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, не разграничивают редакционную и коммерческую деятельность (а именно так в большинстве случаев и происходит), коммерческие интересы могут влиять на контент и освещение новостей, причем аудитория об этом даже не узнает.

Хотя бурное развитие медиа и цифровых технологий привело к расширению рекламных возможностей, данная отрасль по-прежнему ориентируется на определенные правила, призванные помочь сохранить доверие населения. Чаще всего эти правила, действующие на национальном уровне и создаваемые органами власти и представителями рекламной индустрии, призваны содействовать обеспечению правдивости, добросовестности и точности рекламы. Во многих странах потребители, у которых возникают вопросы или сомнения по поводу функционирования рекламной индустрии, могут обратиться в советы по рекламе и группы по работе с потребителями.

Зачастую объема местной частной рекламы недостаточно для поддержания всех существующих медиаорганизаций. Поэтому иногда медиакомпании вынуждены обращаться к другим источникам дохода, таким как субсидии, спонсорство и продажа контента. Если информация воспринимается как общественное благо, то государственная политика должна предусматривать прямую и косвенную поддержку новостных СМИ. В некоторых странах действуют налоговые льготы, в других существуют субсидии, помогающие общественным медиа покрывать затраты на вещание.

Всегда существует опасность того, что прямое государственное финансирование, каким бы необходимым оно ни было с учетом недостатков рынка новостных услуг для части населения, может стать инструментом «подчинения СМИ». Это влечет за собой нарушение редакционной независимости, и для его предотвращения необходимы надежные системы. Аналогичным образом, размещение государственной рекламы не должно быть средством вознаграждения или наказания за определенный контент. Необходимы прозрачность и независимый надзор.

МИГ имеет решающее значение с точки зрения обеспечения возможности для граждан, особенно детей и молодежи, осмысленно рассматривать, слушать, читать и воспринимать рекламные сообщения, которые учитывают их настроения и устремления, чтобы оказывать желаемый эффект.

РАЗДЕЛЫ

РАЗДЕЛ 1.

РЕКЛАМА, ПРИБЫЛЬ И НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

РАЗДЕЛ 2.

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА НА ПОЛИТИЧЕСКОЙ АРЕНЕ

РАЗДЕЛ 3.

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

РАЗДЕЛ 4.

РЕКЛАМА: ТВОРЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС

РАЗДЕЛ 5.

ТРАНСНАЦИОНАЛЬНАЯ РЕКЛАМА И «СУПЕРБРЕНДЫ»

РАЗДЕЛ 1. РЕКЛАМА, ПРИБЫЛЬ И НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Анализ стандартов и норм в области рекламы
- Применение стандартов и норм в современной рекламе
- Доходы от рекламы в различных формах медиа и цифровых коммуникаций
- Вопросы этики в соблюдении правил, установленных различными правительствами

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- исследовать рекламу как важный источник доходов для различных форм производства контента;
- изучать и оценивать предназначение и эффективность нормативных требований в рекламной индустрии, а также проблемы этики, связанные с соблюдением требований, установленных различными правительствами;
- применять существующие стандарты и нормы к актуальным примерам рекламной деятельности;
- оценивать воздействие рекламы на телевизионный, медиа- и цифровой контент.

Получение доходов с помощью рекламы

Понятно, что главная задача многих поставщиков контента — получение прибыли, а одним из основных способов добиться этого является реклама. Разные правительства устанавливают различные требования к рекламной деятельности, которые медиаотрасль должна соблюдать. В эпоху социальных сетей как частные лица, так и компании получают доходы от показа платной рекламы на своих веб-сайтах, каналах или других платформах, связанных с онлайн-контентом.

Цифровые технологии на протяжении многих лет меняли характер рекламы. Раньше реклама была привязана к определенному контенту. Так, казалось логичным, что любителям историй из мира моды будут интересны сообщения от компаний по производству одежды, стремящихся продать свои товары. Сегодня в результате создания профилей пользователей на основе сбора цифровых данных реклама может появляться в любом контексте, потому что возможность целенаправленно воздействовать на потребителей основывается на том, что

о них известно, а не на том, где они будут искать контент. Именно поэтому многие веб-сайты запрашивают разрешение на использование файлов cookie, которые позволяют людям получать «соответствующую» рекламу в любом сегменте Интернета. Эта в значительной степени автоматизированная система часто порождает противоречие между содержанием рекламы и смысловым наполнением просматриваемого контента. Результат может оказаться неблагоприятным для рекламируемых брендов, поэтому они предпочитают выбирать, в каком контексте будут продвигаться.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

Для изучения описанных выше вопросов используются следующие учебные форматы.

- Обсуждение: принимая во внимание тот факт, что реклама является основным источником дохода для многих медиакомпаний и компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, каким образом могут ущемляться свобода слова, свобода прессы или доступа к информации в угоду рекламодателям, крупным компаниям или правительству? Какие это может иметь последствия? Должно ли государственное финансирование медиа и других поставщиков информации быть прозрачным? Должны ли поставщики контента, финансируемые государством или частным сектором, нести ответственность перед правительством после получения дохода от рекламы?
- Эссе: «Получение прибыли как основная цель большинства поставщиков контента, таких как медиа и компании, занимающиеся цифровой коммуникацией». Обсудите это утверждение. Приведите аргументы за и против. Как такие поставщики контента, как Википедия, могут функционировать без рекламы? Какие действия следует предпринять гражданам, если будет установлено, что поставщики контента жертвуют интересами общества ради доходов от рекламы? Есть ли разница между государственной телерадиовещательной компанией, использующей рекламу как средство обеспечения своей деятельности, и коммерческой, для которой реклама является средством обогащения акционеров? Есть ли разница в институциональной логике между вещанием для зарабатывания денег и зарабатыванием денег для вещания, или одно незаметно переходит в другое?
- Ситуационное исследование: разные правительства могут устанавливать разные требования к рекламной деятельности. Найдите социальную сеть (например, WeChat) или поисковую систему (например, «Яндекс»), которая доступна в разных странах, и изучите, как регулируется рекламная

деятельность в этих странах. Выясните, соответствует ли эта социальная сеть/поисковая система нормативным требованиям, которые для разных стран могут быть различными. Обсудите такие вопросы, как а) конфликты между соображениями доходности и общественными интересами, б) этический конфликт между получением дохода и защитой конфиденциальности, когда личные данные используются для микротаргетинга, в) общественное восприятие первых двух проблем в разных странах и т. д.

- Исследование: с помощью Интернета выясните, какие нормативные требования предъявляются к рекламной отрасли в вашем регионе. Определите, как могут ознакомиться с данными требованиями граждане, которым нужен доступ к этой информации. Определите, какие лица или группы разработали эти требования. Кратко охарактеризуйте основные области, на которые распространяются данные требования, и объясните цели их деятельности. Покажите, насколько они поддерживают (или не поддерживают) интересы граждан и потребителей. Объясните, какие последствия может иметь соблюдение этих нормативных требований.
- Проверьте применимость нормативных требований к разнообразной рекламе в местных медиа. Оцените, насколько эти требования соблюдаются. Подкрепите свой ответ конкретными примерами из каждого рекламного объявления. В случаях, когда реклама не соответствует требованиям, выясните, как потребителям может быть возмещен ущерб.
- Выясните, повлияли ли потребности рекламодателей на тип или качество программ, освещение событий в медиа и социальных сетях, а также поиск. Влияет ли это на очередность размещения контента на цифровых устройствах и платформах? Изучите рекламу как модель получения дохода для конкретного вида медиа. Например, изучите, какие теле- или радиoprogramмы ставятся в сетку вещания в прайм-тайм и какому контенту отдают предпочтение компании, занимающиеся цифровыми коммуникациями, в вашем регионе.
- Сравнительное исследование: используйте результаты описанного выше исследования для сравнения с выбранной вами страной/регионом, определите их сходства и различия и причины, которыми они обусловлены.
- Исследуйте: Проведите базовое исследование различных методов рекламы. Сравните и обсудите отличительные черты, сходство и эффективность конкретных методов. Рассмотрите, например, такие методы (среди прочих):
 - ◇ эмоциональная привлекательность,
 - ◇ стимулирующие объявления,
 - ◇ реклама, действующая «эффект толпы»,
 - ◇ факты и цифры,
 - ◇ эффект недосказанности,
 - ◇ похвала покупателю,

- ◇ привлекательность для народа,
- ◇ скрытая реклама, такая как оплаченный продакт-плейсмент или случаи, когда влиятельные блогеры рекомендуют товар или услугу, не упоминая о том, что им за это платят.
- Педагоги должны помочь учащимся применять свои навыки медийной и информационной грамотности и способность к критическому восприятию в отношении присущих их культуре стереотипов и изображении женщин и мужчин, девочек и мальчиков в контенте — в фильмах и телепрограммах, популярной музыке, на платформах обмена видео и изображениями, в газетах и журналах. Сначала определите, какие стереотипы связаны с мужчинами и женщинами всех возрастов и как они могут возникать. Помогите учащимся разобрать серию рекламных объявлений, основанных на репрезентации различий между полами, и ответить на вопросы о гендерных стереотипах в прочитанных ими статьях. (По материалам проекта eGirls. См. дополнительные примеры заданий в планах уроков на <https://egirlsproject.ca/outreach/mediasmarts/media-and-gender/>.)
- ◇ Ситуационное исследование: выберите одну теле- или радиостанцию, работающую в традиционном формате, и одну, ведущую трансляции через Интернет в том же регионе. Прослушайте или просмотрите программы, идущие на этих станциях, в течение 1-2 часов, обращая внимание на появляющиеся в этот период рекламные объявления. Объясните причины, по которым реклама идет во время трансляции конкретных программ. Кроме того, обратите внимание на случаи рекламы или продакт-плейсмента непосредственно в самих программах. Оцените эффективность рекламных стратегий, используемых в заданный промежуток времени, с точки зрения обеспечения охвата целевой аудитории.
- Проект: выберите одну телепередачу и одну социальную сеть и определите, какие продукты или услуги вы бы выбрали для рекламы в рамках конкретной программы или конкретного временного интервала. Объясните свой выбор, указав, какая целевая аудитория может быть охвачена в этот период времени.
- Ситуационное исследование «Звезды YouTube»:
 - a. Исследование: Составьте список 10 самых популярных звезд/YouTube-блогеров, и посмотрите, сколько они зарабатывают. Узнайте, как они обеспечивают прибыль, задав, например, такие вопросы: платит ли YouTube блогерам за загрузку видео? Делится ли он с ними доходами от рекламы? Платят ли бренды блогерам за то, что они рекомендуют их товар? Живут ли блогеры за счет пожертвований или средств покровителей?
 - б. Определения: YouTube-блогеры обеспечивают доход от рекламы в форме:
 - ◇ демонстрации товаров и брендов в видеороликах (продакт-плейсмент и бренд-плейсмент),
 - ◇ интеграции товаров и брендов,

- ◊ обзоров товаров,
- ◊ приветствий и выражения благодарности в видео,
- ◊ партнерского маркетинга,
- ◊ суперчатов,
- ◊ финансирования от фанатов через сайт Patreon.

Выясните, что означают эти термины. Проверьте свои ответы по Глоссарию в конце данной учебной программы.

Примечание

Это упражнение также можно адаптировать для газет, журналов, веб-сайтов и пр.

Оценивание и рекомендации

- Анализ и оценка рекламного сообщения с учетом нормативных требований
- Изучение и оценка телевизионных программ, рекламы и доходов

Дополнительные темы для изучения

- Динамическая и мобильная реклама
- Реклама в социальных сетях
- Поведенческий таргетинг
- Подробнее о современных и цифровых методах рекламы

РАЗДЕЛ 2. ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА НА ПОЛИТИЧЕСКОЙ АРЕНЕ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Анализ политической и предвыборной рекламы
- Оценка методических рекомендаций по политической рекламе
- Оценка регулирующих органов для конкретных требований к предвыборной рекламе в средствах массовой информации, применимых во время национальных выборов
- Роль социальных медиа в таргетированной рекламе

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- оценивать политическую и предвыборную рекламу;
- анализировать эмоциональную привлекательность политической и предвыборной рекламы;
- рекомендовать стратегии обеспечения осознанного участия граждан в жизни общества с учетом использования эмоциональной составляющей в политической рекламе;
- оценивать примеры таргетированной рекламы в социальных сетях;
- оценивать влияние маркетинга на принятие решений потребителями и формирование их ценностных установок (отстаивание принципов гендерного равенства, борьба с расовой дискриминацией и т. д.).

Уровень компетенций, необходимых для данного раздела

- Базовый

Проблемы политической рекламы

Политическая реклама — это публичные заявления, которые создаются политическими партиями, кандидатами и организациями, а также лицами, заинтересованными в результатах выборов. Обычно подобные заявления основываются на принципах маркетинга и задействуют скорее эмоции, нежели интеллектуальные способности или критическое мышление избирателей. Цель таких заявлений — убедить избирателей поддержать ту или иную позицию, а также воспрепятствовать участию в выборах сторонников других кандидатов (стратегия «подавления избирателей»).

В Википедии (2020) таргетированная реклама определяется как способ рекламы, в том числе онлайн, которая нацелена на аудиторию с определенными характеристиками в зависимости от того, кто или что рекламируется. Это могут быть демографические характеристики (расовая или гендерная принадлежность, экономическое положение, пол, возраст, поколение, уровень образования, уровень дохода, трудовая деятельность) либо психографические, основанные на ценностях потребителя, его личности, отношениях, мнениях, образе жизни и интересах. Кроме того, реклама может учитывать специфику поведения пользователя (историю браузера, историю покупок и другие недавние действия). В таргетированной рекламе акцент делается на определенных характеристиках, и рекламное сообщение получают потребители, которым товар явно способен понравиться, а не те, кому он не интересен и чьим предпочтениям его свойства не соответствуют. Это позволяет исключить потери (https://en.wikipedia.org/wiki/Targeted_advertising). Таргетированная политическая реклама позволяет

партиям адресовать разным гражданам различные и даже противоречащие друг другу сообщения, а также заострять внимание на отдельных аспектах (вместо того чтобы предлагать целостное решение), которые могут повлиять на мнение избирателей.

Основными создателями таргетированной рекламы являются социальные сети. Они используют такие характеристики, как данные геолокации, поведение, социально-психологические сведения и информацию, которую пользователи предоставляют компаниям, занимающимся цифровой коммуникацией. Каждым своим действием пользователь оставляет цифровые следы, которые собираются, чтобы отслеживать его интересы, находящие отражение в том числе в поставленных «лайках» или информации, которую он искал. Затем этот профиль используется продавцами для целевых маркетинговых объявлений. Так, пользователи Facebook, Twitter, Sina Weibo, Instagram и других сетей будут получать рекламу с учетом того, какие страницы они лайкали, и перенаправляться на определенные страницы, где рекламодатели/продавцы могут целенаправленно обращаться к потребителям в соответствии с их интересами. Потребители или пользователи должны знать, что таргетированная реклама влияет на их решения, определяя как потребительское поведение, так и политический выбор.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Подберите примеры политической рекламы, распространяемой в вашей стране или в вашем регионе. При необходимости используйте для исследования материалы местной библиотеки. Проанализируйте найденные примеры, опираясь на методические рекомендации, представленные в Разделе 3 данного модуля. Оцените эффективность каждого рекламного сообщения с учетом его цели, передаваемой информации и идеи, а также целевой аудитории. Объясните, как дизайн/форма рекламного сообщения позволяет усилить его содержание.
- Изучите несколько рекламных сообщений, выпущенных в рамках одной политической кампании. Оцените эффективность использования унифицированной графики, изображений, слоганов и идей для всей кампании.
- Найдите в Сети или в библиотеке информацию о том, какие регулирующие органы были созданы для мониторинга политической рекламы. Проанализируйте методические рекомендации по мониторингу рекламы, которая используется политическими кандидатами в ходе выборов. Оцените степень соответствия выбранных рекламных сообщений этим методическим рекомендациям.

- Выясните, ведут ли поставщики контента общедоступную базу данных всех сообщений политической рекламы, в том числе микротаргетированной, позволяющую проводить их сравнение.
- Выясните, как эти регулирующие органы представляют интересы граждан. Проанализируйте, какую роль могут играть граждане в обеспечении правдивости, добросовестности и точности политической рекламы. Подготовьте предложения в адрес регулирующих органов по совершенствованию политической рекламы.
- Обсудите, можно ли для обеспечения активных дебатов не накладывать ограничения на политическую рекламу, или следует размещать только рекламу, проверенную на достоверность.
- Перечислите нормативные требования (принятые национальными избирательными комиссиями) к освещению выборов в медиа. Проверьте, существуют ли рекомендации по подготовке сообщений об опросах общественного мнения; выделению национальными телерадиовещательными компаниями эфирного времени политическим партиям; трансляции результатов выборов и пр.
- Консультант по политическим вопросам Фрэнк Лунтц (Frank Luntz) говорит своим клиентам-политикам: «Наша жизнь — это на 80% эмоции и только на 20% — интеллект. Меня гораздо больше волнует то, что вы чувствуете, нежели то, что вы думаете». Проанализируйте политическую рекламу в свете этого высказывания. Объясните, в какой степени она основывается на эмоциональной привлекательности. Проанализируйте, какие слова используются для продвижения кандидата, его идей или стратегий. Оцените, является ли эта терминология точной или вводит в заблуждение.
- Разделите учащихся на группы и предложите им провести проблемное исследование методов социального маркетинга, применяемых национальными, региональными и международными организациями, занимающимися вопросами развития, для содействия социальному и устойчивому развитию. Принимайте в расчет агентства Организации Объединенных Наций и других многосторонних партнеров, агентства, работающие в сфере международного развития и т. д. Рассмотрите также такие вопросы, как гендерное равенство, терпимость, борьба с дезинформацией и недостоверной информацией о COVID-19, проблемы климата и обеспечение участия молодежи в национальном и международном развитии. Подумайте о других интересных темах. Помогите учащимся оценить охват, влияние, плюсы и минусы этих усилий в области социального маркетинга. Группы должны письменно зафиксировать, что, по их мнению, можно было бы изменить в деятельности данных организаций, чтобы донести актуальную информацию по вопросам развития до большего числа людей.
- Учитывая использование эмоциональной составляющей, особенно в политической рекламе, порекомендуйте стратегии для поддержания осознанной гражданской позиции, учитывающей гендерные аспекты.

- Попросите учащихся поискать в поисковой системе что-то конкретное, по возможности то, что они не стали бы покупать, и проанализировать, как система использует цифровое отслеживание для продвижения товаров и услуг.
- Оцените, как наиболее популярные социальные сети рекламируют различные товары и услуги.
- Опирается ли эта реклама на данные о поведении пользователей, их местоположении, поле, возрасте и т. д.?
- Предложите учащимся оценить, как социальные сети могут прививать им определенные вкусы, ценности и предпочтения.
- Попросите учащихся оценить три разных объявления в социальных сетях, чтобы определить, какие из следующих параметров таргетинга использует продавец: возраст, пол, семейное положение, местонахождение, этническая принадлежность, профессия и образование. Как это влияет на неприкосновенность частной жизни пользователей? Как они могут противодействовать маркетингу в социальных сетях? К скольким точкам данных имеет доступ рекламодатель, чтобы узконаправленно воздействовать на каждого пользователя?

Оценивание и рекомендации

- Эссе
- Конкурс плакатов, борющихся с определенными стереотипами, которые обнаруживаются в медиа и на цифровых платформах
- Создание различных раскадровок для объявлений с учетом гендерных факторов

Дополнительные темы для изучения

- Корпоративное и общественное спонсорство (включая спонсорство и рекламу в учебных пространствах/заведениях)
- «Звездная» реклама (с участием знаменитостей)
- «Заботливый» капитализм (связан со «звездной» рекламой, хотя основной упор делается на альтруистические маркетинговые и стратегические устремления различных корпораций)
- Психологические характеристики и исследование аудитории

РАЗДЕЛ 3. СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Анализ объявлений социальной рекламы
- Творческий процесс и планирование социальной рекламы

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- проводить анализ ряда объявлений социальной рекламы как средства передачи информации по широкому кругу вопросов;
- составлять план оригинальной социальной рекламы по выбранной теме, в том числе обозначить мотивацию, идею, целевую аудиторию, а также технические и творческие стратегии;
- оценивать эффективность коммуникационных стратегий и объявлений социальной рекламы;
- создавать объявление социальной рекламы.

Педагогические подходы и виды деятельности

Социальная реклама обычно представляет собой сообщение, созданное органами власти и организациями, которые занимаются проблемами развития, и распространяемое в интересах общества для обеспечения определенного поведения и повышения осведомленности или изменения отношения общественности к какой-либо социальной проблеме. Примерами социальных кампаний могут служить обучение мерам безопасности на случай стихийных бедствий (таких как ураганы, землетрясения), мерам продовольственной безопасности, кампании в области общественного здравоохранения для сокращения темпов распространения COVID-19, малярии, ВИЧ/СПИД, борьба с курением, использование противомоскитных сеток, пропаганда безопасного секса. Тематика кампаний соответствует разнообразию функций правительства и организаций, занимающихся вопросами развития, и может включать грамотность, ответственное вождение, защиту экологии и т. д. Могут быть использованы такие педагогические приемы, как анализ и обсуждение содержания, целей и воздействия местных и национальных социальных рекламных объявлений в сравнении с коммерческой рекламой.

- Опираясь на приведенные примеры, обсудите смысл и цель сообщений социальной рекламы. Объясните, чем они отличаются от коммерческой рекламы. Проведите мозговой штурм и составьте перечень проблем, затрагиваемых в примерах социальной рекламы, которые вам встречались. Определите, как используется социальная реклама в вашем регионе.
- Зайдите на один из следующих общедоступных сайтов (они приводятся здесь исключительно в качестве примеров ресурсов для иллюстрации рассматриваемой нами деятельности и могут быть заменены иными ресурсами, подходящими для других регионов):
 - ◇ <http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs>,
 - ◇ <http://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/human-trafficking-public-service-announcements.html>,
 - ◇ <http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php>.
- Изучите несколько объявлений социальной рекламы — печатной и видео — и обсудите их основные характеристики. Определите основную информацию и идею, передаваемые в этих объявлениях; проанализируйте, как они представлены. Учитывайте как технические, так и творческие стратегии.
- Проанализируйте как различные объявления социальной рекламы задействуют эмоции аудитории. Определите, какие утверждения в них содержатся и подкрепляются ли они соответствующими фактами. Проанализируйте, как технические элементы социальной рекламы усиливают ее смысл или идею. Объясните, какие эффекты обеспечиваются за счет различных планов и ракурсов съемки. Объясните, как можно использовать звук для передачи смысла.
- Педагоги могут более детально разбирать примеры социальной рекламы, делая для них раскадровки. Для этого необходимо просмотреть рекламу несколько раз, останавливаясь на каждом кадре, чтобы педагоги могли зафиксировать в своей раскадровке все, что они видят и слышат. Примеры раскадровок представлены на www.storyboardsinc.com.
- Подготовьте оригинальный план социальной рекламы, затрагивающей какую-либо значимую социальную или культурную проблему. Проведите мозговой штурм и составьте перечень вопросов, которые могут лечь в основу социальной рекламы. Обсудите ее цель и аудиторию. Это обсуждение поможет сформулировать, какая идея должна быть заложена в объявлении социальной рекламы. Подумайте, какую информацию и какой посыл оно должно передавать.
- Теперь определите, кому и как адресовать ваше рекламное сообщение. Информация и идея должны быть ориентированы на конкретную целевую аудиторию.

- Представьте в письменной форме концепцию социальной рекламы и список стратегий, которые можно использовать при ее создании. В этот список могут войти творческие стратегии (содержательная сторона) и технические стратегии (производственная сторона).
- Подготовьте общую схему для социальной рекламы, включая описание ее содержания, технических и творческих стратегий, а также аудитории.

РАЗДЕЛ 4. РЕКЛАМА: ТВОРЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Реклама и спонсоры: размещение, идеи и аудитория
- Оценка рекламных заявлений и призывов
- Исследование процессов разработки и производства рекламы
- Продакт-плейсмент в программах

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- анализировать процесс размещения рекламы как средство передачи информации;
- выяснять, как разрабатывается концепция рекламы, включая технические и творческие стратегии;
- разбирать ключевые составляющие рекламы и ее эмоциональное воздействие;
- оценивать воздействие рекламы на конкретные целевые аудитории;
- объяснять, как может использоваться в рекламе концепция «активной» аудитории, в частности, как аудитории воспринимают смысл рекламы (то есть чем мы объясняем успешность одних рекламных объявлений на фоне других);
- выявлять новейшие тенденции в рекламе;
- выявлять случаи продакт-плейсмента в программах как косвенную рекламу (сочетающую в себе материалы информационного и коммерческого характера).

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Осмотрите свое учебное пространство, окружающее пространство или окрестности.
 - a. Определите, какие типы рекламы, социальной рекламы, промо-акций и спонсорских кампаний в нем используются.
 - b. Дайте краткое описание каждого из перечисленных видов рекламной деятельности.
 - c. Опишите, какие идеи и образы транслирует каждый из рассматриваемых примеров, и оцените, насколько эффективно они передают необходимую информацию.
 - d. Определите источник происхождения каждой рекламы (ее создателя или того, кому она выгодна).
 - e. Объясните, почему компании и учреждения могут решить разместить в такой среде свои названия, продукты или логотипы. Объясните, чем эти спонсорские/рекламные акции отличаются от «традиционной» рекламы.
- Изучите подборки журналов, просмотрите рекламу на телевидении и посетите несколько веб-сайтов крупных компаний.
 - a. Опишите рекламные стратегии, используемые в рассмотренных вами примерах.
 - b. Выберите несколько рекламных обращений для более подробного изучения.
 - c. Опишите «индивидуальные особенности» продукта, представленного в рекламном объявлении, и определите, какие эмоции стремится вызвать рекламодатель.
 - d. Какие обещания содержит коммерческая или социальная реклама? Насколько выполнимы эти обещания?
 - e. Какие представления о счастье или успешности она транслирует?
 - f. Определите, какие информация, идеи и ценности передаются в каждом объявлении.
 - g. Обсудите необходимость четкого разграничения между материалами информационного и рекламного характера. Содержат ли рассматриваемые объявления какие-либо конкретные утверждения? Какие факты представлены в поддержку этих утверждений? Является ли какая-либо информация недостоверной или неясной? Какие рекомендации

вы бы дали аудитории этой рекламы на основе проведенного вами анализа? Другими словами, поверили бы вы информации, представленной в этом объявлении? Почему? Можете ли вы предложить, как изменить объявление, чтобы сделать передаваемую в нем информацию или идею более точной или полной? Поясните на примерах.

- Выберите рекламное объявление в печатном издании и детально изучите его. Это задание предполагает анализ элементов дизайна, используемых в объявлении, информации и идеи, которые оно передает, и целевой аудитории. Как элементы дизайна (композиция, угол съемки, свет, цвет, выбор слов и пр.) подкрепляют транслируемую идею и информацию, т. е. как форма усиливает содержание?
- Продакт-плейсмент означает, что коммерческий продукт открыто демонстрируется в конкретной радио- или телепередаче, книге, а также все чаще в Интернете (что не обозначается как реклама) в интересах производителя продукта, спонсировавшего программу (то есть оплатившего все расходы на ее создание или ряд сопутствующих затрат). Некоторые регулирующие органы разрешают продакт-плейсмент при условии, что в начале и в конце программы будет четкое предупреждение о скрытой рекламе. Однако компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, редко соблюдают это требование. Отберите примеры продакт-плейсмента: идентифицируются ли они как таковые? Если в вашей стране есть нормативные требования к продакт-плейсменту, какие действия могут предпринимать граждане? Какая идея о товаре передается за счет контекста? Какую идею транслируют в совокупности сам товар и условия, в которых он представлен? Если продукт будет использоваться иначе или в других условиях, сможет ли это изменить его образ и основную идею?
- Составьте список ключевых игроков рекламной индустрии, включающий как физических лиц, так и организации. Опишите их роли. Обратите внимание на аудиовизуальную рекламу. Как вы думаете, находит ли отражение в рекламных объявлениях роль каждого из перечисленных вами ключевых игроков? Насколько информация о том, кто участвует в создании и распространении конкретной рекламы, помогает вам взаимодействовать с ней или оценивать ее полезность с точки зрения предоставления необходимых вам сведений? В этом отношении интерес представляет цикл документальных фильмов «The Persuaders» («Умеющие убеждать»). Описание этой программы представлено в списке источников в конце данного модуля.
- Исследование: зайдите на сайт <https://clios.com/awards/winners>. Посмотрите, какие награды вручались различным странам за разную рекламу. Выявите сходства и различия в методах рекламы, в том числе в технических и креативных стратегиях продвижения различных товаров.
- К числу основных каналов социальных медиа, на которых можно размещать рекламу, относятся Facebook, Instagram, Twitter, WeChat, Pinterest, LinkedIn,

TikTok, YouTube, Snapchat и др. Обсудите различные подходы, используемые на этих каналах.

- Исследуйте, как происходит автоматизированное размещение рекламы и какую роль играют брокерские компании, использующие большие данные и аукционы в реальном времени. Изучите примеры таких кампаний, как #StopHateForProfit, которые оказывают давление на компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, чтобы те не поощряли распространителей ненавистнических высказываний, размещая рекламу рядом с их контентом с помощью «игр». При этом реклама размещается напрямую автоматически с учетом предполагаемой возможности взаимодействия целевой аудитории в Интернете, и без давления со стороны общественности сами компании не принимают должных мер, чтобы пресечь подобные случаи.

Оценивание и рекомендации

- Напишите эссе, посвященное преимуществам и недостаткам размещения рекламы в социальных медиа.

РАЗДЕЛ 5. ТРАНСНАЦИОНАЛЬНАЯ РЕКЛАМА И «СУПЕРБРЕНДЫ»

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Использование современных технологий в стратегиях транснациональной рекламы
- Привлекательность супербрендов
- Стратегии, используемые при создании супербрендов
- Основные темы и идеи, передаваемые посредством глобальных рекламных кампаний
- Супербренды и проблема авторских прав

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- анализировать и оценивать стратегии создания и продвижения брендов (брендинга) и их эффективность;
- оценивать, как влияет создание и продвижение брендов на местные и глобальные сообщества, а также на глобализацию;

- анализировать идеи и ценности, которые транслируются в рамках конкретных стратегий брендинга;
- оценивать роль новых технологий в создании и продвижении брендов на местном и глобальном уровнях;
- некоторые неэтичные вопросы, связанные с авторскими правами на супербренды.

Транснациональная реклама

Коммерческие структуры все больше глобализируются, проникая повсюду, чтобы заявить о своем присутствии с помощью «транснациональной рекламной стратегии». Они также стремятся продавать глобальные бренды, используя маркетинговые приемы, соответствующие местным вкусам. Поскольку в условиях глобализации компании продолжают завоевывать новые рынки, появление «супербрендов» неизбежно, и важно понимать и анализировать ценности, на которые опираются транслируемые ими идеи, и их влияние на разные культуры.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

Проведите онлайн-исследование, чтобы определить, какие маркетинговые стратегии используют транснациональные корпорации. Посетите сайт www.adage.com, на котором публикуется отраслевое издание «Advertising Age». Определите различные стратегии, которыми пользуются крупнейшие корпорации, чтобы продвигать свои товары или «продавать» определенную культуру. Обсудите, что подразумевается — прямо или косвенно — под «традиционной» культурой в противопоставлении с «современной».

- Зайдите на веб-сайт транснациональной корпорации и внимательно изучите один из примеров ее рекламы. Определите, какие элементы этой рекламы делают ее привлекательной. Учитывайте использование утверждений и эмоциональных призывов. По возможности сравните эту рекламу с другой рекламой того же товара, но ориентированной на иной регион или рынок. Определите, как строится каждая из этих реклам с учетом целевого рынка.
- Создайте план рекламной кампании товара или услуги, которые типичны для определенного сообщества или региона. Определите и объясните, какие технические и творческие стратегии будут наиболее эффективными для данной аудитории в условиях разных рынков и в различных частях света. Объясните, как и с каким результатом используются технологии.

- Составьте план вывода вымышленного продукта на международный рынок. Определите его целевую аудиторию. Объясните, какие стратегии могут быть наиболее эффективными, чтобы обратиться к данной аудитории. Выясните, как можно добиться поставленной цели, используя новейшие технологии, и к каким побочным эффектам может привести их применение.
- Изучите примеры создания и продвижения брендов в вашем местном сообществе. Объясните, какие элементы обуславливают создание эффективного бренда. Оцените, насколько эффективны применяемые стратегии брендинга для обеспечения высокой узнаваемости бренда, передачи его значения и охвата целевой аудитории.
- Проведите исследование супербренда или глобального бренда по вашему выбору: меню популярных сетей предприятий питания частично определяется тем, в какой стране они работают, культурой страны, вкусами и предпочтениями людей. Рассмотрите как минимум 5 стран и проверьте: а) общее впечатление и внешний вид торговых точек определенных сетей и б) их меню. Определите сходства и различия продаваемых продуктов питания и напитков и оцените, какие причины обусловили ваши выводы для пунктов а) и б).
- Когда товары некоторых супербрендов приобретают популярность, другие продавцы могут начать производить товары с очень похожим логотипом и дизайном, чтобы ввести потребителей в заблуждение, заставив их поверить в то, что они покупают оригинальные продукты. Выявите подобные случаи и обсудите проблемы авторских прав и другие связанные с этим этические вопросы.

Оценивание и рекомендации

- Анализ существующих примеров рекламы и рекламных стратегий в рамках онлайн-исследования
- Составление планов рекламных кампаний

Дополнительные темы для изучения

- Привлечение суперзвезд, например из сферы спорта и развлечений, к участию в транснациональной рекламе и продвижении супербрендов
- Влияние транснациональной рекламы и супербрендов на местную культурную и социальную специфику (представления о гендерном равенстве, религиозной терпимости, методах лечения и т. д.)

Ресурсы и ссылки

Обратите внимание, что большинство приведенных ресурсов взято из североамериканских источников и может не подходить для других регионов мира. Преподавателям следует найти альтернативные местные и региональные материалы, содержащие более актуальные для учащихся примеры.

Bernstein, D., & Bruce, K. (2020). The Law of Advertising, Marketing and Promotions. USA: Law Journal Press.

Christopher A. Summers, Robert W. Smith, Rebecca Walker Reczek (2016). An Audience of One: Behaviourally Targeted Ads as Implied Social Labels. Journal of Consumer Research, Volume 43, Issue 1, June. Pages 156–178, <https://doi.org/10.1093/jcr/ucw012>

Fowler, E., Franz, M., & Ridout, T. (2016). Political Advertising in the United States. Boulder: Westview Press.

Fueroghne, D. (2017). Law & Advertising: A Guide to Current Legal Issues. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.

Hughes, A. (2018). Market Driven Political Advertising.

Kleebpung, Nonthasruang (2010) Advertising and media literacy: young people and their understanding of the world of advertising in Australia and Thailand. PhD thesis, Victoria University.

Social, Digital and Mobile Marketing. London: Palgrave McMillan.

The Merchants of Cool — Frontline, <https://www.pbs.org>

Adbusters (критический анализ рекламы и поп-культуры), <https://www.adbusters.org>

Ads of the World (архив рекламы и форум для обсуждения рекламной деятельности во всех странах мира), <http://adsoftheworld.com/>

Advertising Age (информация о расходах на рекламу, отчеты об используемых стратегиях и пр.), <https://www.adage.com>

Media and Information Literacy, <https://www.youtube.com/watch?v=IxSYtwaXo2M>

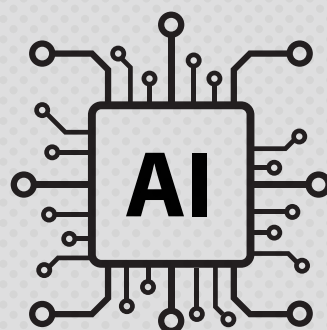
Rejected Online (примеры рекламы, от которой клиенты отказались по эстетическим, коммерческим или стратегическим соображениям, а также запрещенные, пародийные и наиболее критикуемые рекламные объявления), <http://bestrejectedadvertising.com/html>

The Persuaders — Frontline (документальная передача, в которой анализируется, каким образом маркетинговые и рекламные стратегии стали оказывать такое большое влияние не только на то, что люди покупают, но и на то, как они воспринимают себя и окружающий мир), www.pbs.org

Think Literacy, Media, Grades 7–10 (2005). <http://www.edu.gov.on.ca/eng/studentssuccess/thinkliteracy/library.html>

МОДУЛЬ 11

ИСКУССТВЕННЫЙ
ИНТЕЛЛЕКТ,
СОЦИАЛЬНЫЕ
МЕДИА
И КОМПЕТЕНЦИИ
МИГ



Вы не можете думать
о мышлении, не думая о том,
чтобы думать о чем-то.

Сеймур Пейперт
«Mindstorms: Children, Computers, and Powerful Ideas» (2005)

КОНТЕКСТ И ОБОСНОВАНИЕ

Для принятия решений людям нужна информация. Что если бы у нас была идеальная информация, то есть вся правильная информация, необходимая для принятия решений, в нужное время? Мы не всегда можем получить всю информация, которая позволяет принимать сложные решения, именно тогда, когда она необходима, да и мозг не может обработать сразу всю такую информацию. Есть мнение, что идеальную информацию нам способны дать компьютерные технологии, в том числе искусственный интеллект (ИИ). Однако пока это невозможно ни по технологическим причинам, ни в силу особенностей человека.

Тем не менее искусственный интеллект становится основой для наиболее востребованных способов применения технологий, собирая, храня, обрабатывая и анализируя данные, а также принимая решения или помогая людям принимать их. ИИ — это не какой-то один уникальный инструмент, а комплексная система программного и аппаратного обеспечения, алгоритмов, сетей и т. д. Одной из основных движущих сил систем ИИ является алгоритм. Самое простое определение термина «алгоритм» подразумевает набор правил или список инструкций для выполнения задачи или решения проблемы. В этом смысле рецепт тоже можно рассматривать как алгоритм. В контексте цифровых технологий алгоритм сообщает компьютеру, какие шаги следует предпринять для выполнения заранее определенных задач или как обрабатывать данные, а также принимать решения на основе данных. Алгоритмы пишут программисты. Когда множество алгоритмов объединены в одну систему, они могут выполнять достаточно трудные задачи или решать сложные проблемы.

ИИ можно применять во многих областях — от оценки состояния здоровья до коммуникационных систем. Онлайн-овые и встроенные в технологические инструменты виртуальные помощники находят

ответы на многие наши вопросы, в том числе помогают определить местоположение или сказать что-то на нескольких языках.

Роботы начинают использоваться повсеместно. В случае стихийных бедствий приложения ИИ могут помочь гуманитарным организациям доставить экстренную помощь людям, которые в ней наиболее остро нуждаются. Ученые используют скорость, с которой ИИ преобразует данные в информацию, для решения сложных проблем и совершения таких открытий, как секвенирование генома, в гораздо более сжатые сроки, чем раньше. Поскольку ИИ интегрируется во все большее число технологических решений, он рассматривается как технология общего назначения, мощный инструмент, оказывающий большое влияние на все аспекты нашей жизни. Главный вопрос заключается в том, кто контролирует его разработку и внедрение и в каких целях. На сегодняшний день это прерогатива самых влиятельных стран и отраслей, которые — по вполне объяснимым причинам — стремятся защищать и продвигать собственные интересы и представления, которые не обязательно совпадают с интересами и представлениями других. ИИ также никогда не бывает нейтральным — он создается для определенных целей людьми, у которых есть свои демографические характеристики и трудовые отношения, а алгоритмы и наборы данных неизбежно содержат искажения. Большинству виртуальных помощников присваивается определенный пол, а запрограммированные ответы, которые они дают, отражают определенные предубеждения и мировоззрение. Технологии машинного перевода доступны прежде всего для доминирующих языков, а не для находящихся под угрозой исчезновения, а роботы в большей степени предназначены для личного, а не общественного использования.

Системы ИИ обычно демонстрируют по крайней мере некоторые из следующих видов поведения, связанных с человеческим интеллектом: планирование, обучение, рассуждение, решение проблем, представление знаний, восприятие, движение, манипулирование и, в меньшей степени, социальный интеллект и творчество⁸⁹. Системы ИИ управляются алгоритмами или наборами инструкций, которые могут быть разработаны людьми или машинами. Существует множество различных типов ИИ, а единого определения данного термина нет. В этом модуле описываются различные аспекты ИИ, в том числе машинное обучение, аналитика больших данных, системы распознавания образов и когнитивные системы, а также разница между «слабым» и «сильным» ИИ.

⁸⁹ Nick Heath | Managing AI and ML in the Enterprise.

Тот факт, что компьютеры можно запрограммировать, чтобы они копировали «разумное поведение» и принимали независимые решения, вызывает большую озабоченность. Возникает вопрос о контроле, что, в свою очередь, порождает сомнения относительно способности человека действовать самостоятельно и осознанно, а также защиты основных прав, включая права на свободу выражения мнений, свободу объединений и труд. Людей беспокоит, не потеряют ли они в дальнейшем свободу выбирать, какой тип контента им хочется видеть; не будет ли ИИ провоцировать появление все большего числа пузырей фильтров и информационных бункеров; в конечном итоге сокращая разнообразие мнений и контента.

Ресурс ЮНЕСКО *I'd Blush If I could: Closing the Gender Divides in Digital Skills through Education*⁹⁰ привлекает внимание к некоторым из этих вопросов. В нем изложены общие принципы политики сокращения сохраняющегося серьезного гендерного разрыва в освоении цифровых навыков. Также рассматривается «парадокс гендерного равенства в области ИКТ» — выявленного ЮНЕСКО факта того, что в странах с высоким уровнем гендерного равенства в передовые исследования в сфере компьютерных наук или аналогичных областях вовлечено меньше всего женщин. В публикации также подчеркивается, что, выбирая для голосовых помощников ИИ голоса молодых женщин, разработчики увековечивают пагубные гендерные предубеждения, и поэтому предлагаются рекомендации относительно того, как противодействовать увеличению гендерного разрыва в ИИ и посредством его использования. Хотя появляются голосовые помощники, в которых гендерные стереотипы менее выражены, они по-прежнему задействуют только ограниченное количество языков.

Случай с компанией Cambridge Analytica иллюстрирует, как модерация и курирование контента с помощью ИИ могут повлиять на демократические системы. Этот скандал был связан с тем, что большие данные использовались для воздействия на избирателей без их ведома. В некоторых контекстах ИИ рассматривается как инструмент массовой слежки. Социальные медиа и другие компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, используют ИИ очень широко. Социальные медиа служат примером того, как расширенное машинное обучение влияет на создание контента пользователями, а также на принятие маркетинговых решений о покупке тех или иных товаров, что может иметь как негативные, так и позитивные последствия. Считается, что в образовании

⁹⁰ I'd Blush if I Could: Closing the Gender Divides in Digital Skills through Education. <https://en.unesco.org/ld-blush-if-i-could>.

использование анализа данных для составления профилей учащихся также имеет неоднозначные последствия.

Параллельно с этим по-прежнему вызывает озабоченность общее отсутствие прозрачности в разработке алгоритмов и данных, к которым они обращаются.

Движение Ethical by Design стремится усовершенствовать разработку систем ИИ, чтобы бороться с предвзятостью алгоритмов, которая в прошлом приводила к вынесению суждений о людях и формированию стереотипного восприятия, например, на основе таких факторов, как расовая/этническая принадлежность, пол или язык. My Data belongs to me — еще одна коалиция, которая стремится помочь потребителям и правообладателям вернуть себе контроль над личными данными и право собственности на них.

С учетом возможностей, которые предоставляет ИИ, и существующих сложных этических и социальных проблем инновации в области ИИ необходимо сочетать с человекоцентристским подходом, основанным на четких этических стандартах и социальных целях. Кроме того, в этой связи возникает вопрос о том, какие знания, навыки и установки нужны людям для целенаправленного и осмысленного взаимодействия с системами ИИ. Эти компетенции включают в себя как технические цифровые навыки, (например, навыки программирования/кодирования), так и непосредственно связанные с МИГ личностные качества, такие как критическое мышление и активная гражданская позиция.

Этот модуль дает читателю базовое представление о технических операциях и приложениях систем ИИ, а также об экономическом и социальном контексте их использования. Показывается, как компетенции МИГ могут обеспечить более выгодное использование ИИ в обществе.

РАЗДЕЛЫ

РАЗДЕЛ 1.

ПОНИМАНИЕ ОСНОВ
ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА
И ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ
МЕДИА

РАЗДЕЛ 2.

КОМПЕТЕНЦИИ МИГ В ЭПОХУ
ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА
И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

РАЗДЕЛ 3.

РОЛЬ ТЕХОЛОГИЙ В РЕАЛИЗАЦИИ
ЛИЧНЫХ И ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРАВ
И ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ

РАЗДЕЛ 4.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО
ИНТЕЛЛЕКТА И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА
В ИНТЕРЕСАХ РАЗВИТИЯ

РАЗДЕЛ 1. ПОНИМАНИЕ ОСНОВ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Основы алгоритмов
- Различные виды ИИ — автоматизация, ИИ общего назначения, машинное обучение, нейронные сети
- Большие данные, распознавание образов
- Социальные сети и бизнес-модели, основанные на данных

Цели обучения

- Понимание того, как создаются алгоритмы и как они работают
- Определение различных типов ИИ и того, как они работают
- Составление списка и схемы цифровых решений, используемых в повседневной жизни, в связи с типами ИИ
- Обсуждение возможностей использования ИИ в образовании
- Определение различных типов социальных сетей и объяснение их бизнес-моделей
- Изучение социальных последствий использования ИИ, например, тегирования фотографий, распознавания речи, модификации поведения и создания профилей

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

1. Преподавателям или учащимся следует ознакомиться с проектом Algorithm Literacy, который является совместной инициативой Kids Code Jeunesse и Национальной комиссии Канады по делам ЮНЕСКО. Обдумайте простое определение алгоритмов: «Алгоритмы — это пошаговые планы или инструкции для выполнения задания или решения проблемы. Вы можете воспринимать их как рецепты, которые кодировщики используют для получения информации и создания того, что помогает нам достичь определенных результатов».

Посмотрите видео на <https://algorithmliteracy.org/>, чтобы узнать больше. После этого следуйте рекомендациям, предлагаемому проектом, чтобы обдумать, прочитать больше, принять определенные действия и войти в мир алгоритмов.

2. Большая часть того, что вы делаете, работая в Интернете или используя цифровые технологии, тем или иным образом фиксируется, или об этом собираются данные в какой-либо форме. Подробнее об этом см. в Модуле 8. На самом деле некоторые алгоритмы или компьютерные программы написаны именно для сбора данных о вас. Собранные данные используются этими или другими алгоритмами/компьютерными программами для создания вашего профиля в различных целях, в том числе чтобы определять, какой тип контента или рекламы вам стоит предлагать. Эксперты выделяют множество видов алгоритмов, но основными являются шесть из них:

- a) рекурсивные алгоритмы,
- b) алгоритмы «Разделяй и властвуй»,
- c) алгоритмы динамического программирования,
- d) «жадные» алгоритмы,
- e) алгоритмы полного перебора,
- f) алгоритмы поиска с возвратом.

Предложите учащимся изучить описание или характеристики данных алгоритмов. Проведите ряд презентаций и дискуссий по этим характеристикам. Какие популярные цифровые инструменты используют данные типы алгоритмов? Каковы их преимущества? Какими могут быть нежелательные последствия их использования? Кто управляет этими алгоритмами и чем это чревато?

3. Теперь у педагогов или учащихся должно сложиться общее представление о том, что такое алгоритмы и как они работают. Им следует помочь получить более глубокое понимание того, почему необходимо, чтобы алгоритмы были прозрачными и их деятельность отслеживалась. Прочтите и сделайте выдержки из отчета Специального докладчика ООН по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение (<https://www.undocs.org/A/73/348>), в котором рассматриваются последствия применения технологий искусственного интеллекта или алгоритмов. Задайте следующие вопросы: каким образом алгоритмы влияют на то, какая информация подается как приоритетная, а какая нет, какая включается, а какая исключается? Могут ли алгоритмы ограничивать свободы людей? Как общественность может следить за тем, чтобы ИИ или алгоритмы разрабатывались с соблюдением прав человека? Какие основные механизмы должны быть внедрены государственными субъектами, частным сектором и субъектами гражданского общества?

4. Пусть учащиеся предположат, какой тип алгоритмов они бы разработали (или не разработали), если бы им пришлось изучать компьютерное программирование. Попросите их ответить на вопрос, кто выиграет от использования этих алгоритмов и почему. Теперь предложите им выяснить, существуют ли уже такие алгоритмы и где. Должны ли они предпринять какие-то действия в этой связи? Если да, то какие?
5. Работая индивидуально или в группах, учащиеся должны составить перечень приложений, которые, по их мнению, используют ИИ. Можно поощрять проведение различий между простыми технологиями автоматизации и ИИ.
6. Групповое обсуждение: обсудите системы распознавания лиц и речи, тегирования фотографий, автоматизированные автомобили, чат-боты, роботов и другие популярные способы применения технологий ИИ в современной жизни, чтобы определить, как они работают. В рамках данного задания можно обсудить использование ИИ в образовании. Используйте цветные карточки для каждого типа ИИ и представьте полный список вариантов на плакате, распределив их по группам.
7. Учащиеся делятся на пары и объясняют друг другу, какое приложение ИИ они считают наиболее полезным и почему. Это задание должно включать обсуждение использования ИИ в образовании. Затем по одному человеку от каждой пары выступает перед всей группой с одноминутной презентацией, представляя результаты обсуждения. Следует предусмотреть поощрение за лучшую идею. Необходимо обсудить такие факторы, как зависимость от поставщиков корпоративных услуг, цели/намерения которых могут различаться, а также вопросы индивидуального и социального обучения.
8. Используя социальные медиа в качестве примера использования ИИ, учащиеся должны написать эссе или перечислить пять примеров того, как и какие виды ИИ используются в социальных медиа, четко объяснив, почему это происходит.
9. За счет чего сайт социальных медиа может получать больше данных? Почему это важно? Можно предложить учащимся представить себе, что они открывают бизнес в социальных медиа. Разделившись на команды, они могут разработать стратегию развития воображаемого бизнеса, которая позволит им получать для него больше данных.
10. Групповое обсуждение того, как различные системы ИИ влияют на жизнь учащихся. Ключевые вопросы: необходимо ли это? Полезно ли? Следует ли избегать этого влияния? Педагоги могут предложить свои варианты ключевых вопросов.

РАЗДЕЛ 2. КОМПЕТЕНЦИИ МИГ В ЭПОХУ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Почему компетенции МИГ актуальны для ИИ и социальных сетей?
- Какие компетенции могут быть необходимы для ИИ и социальных сетей?
- Совпадают ли компетенции МИГ с компетенциями, необходимыми для работы с ИИ и социальными сетями?
- Применение компетенций МИГ к среде ИИ и социальных сетей

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- описывать, как, обладая медийной и информационной грамотностью, учащиеся могут лучше понять социальный контекст ИИ и осознанно взаимодействовать с системами ИИ;
- определять и описывать, какие компетенции необходимы для ИИ и социальных медиа и как они взаимосвязаны с МИГ;
- понимать, как применять компетенции МИГ в среде ИИ и социальных медиа и какие инструменты и ресурсы могут быть для этого полезны.

Уровень компетенций, необходимых для данного раздела

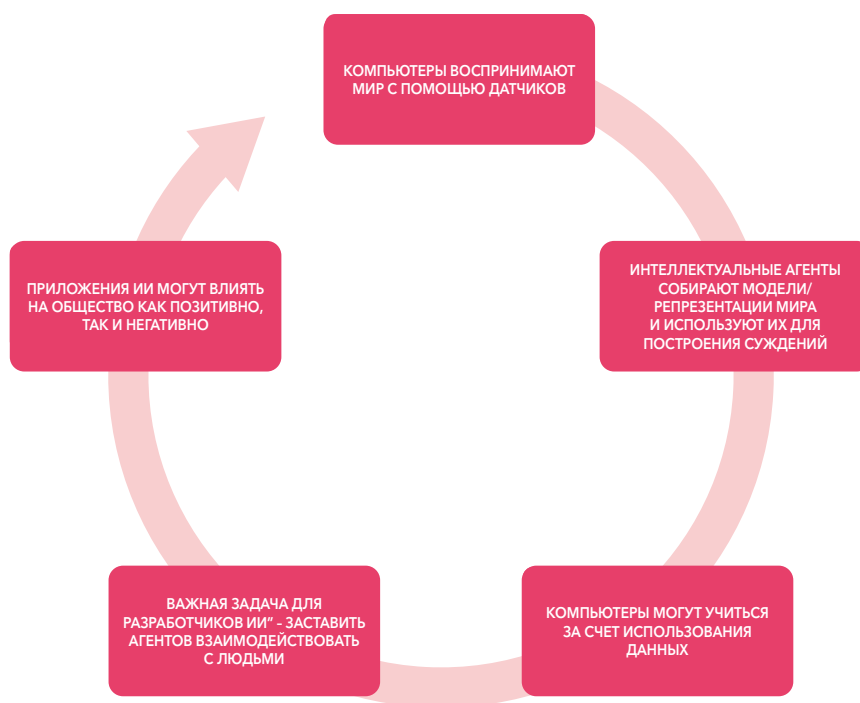
- Базовый

Проблемы и сопряженные вопросы

Когда создавались понятия медийной и информационной грамотности (в 1930-х и 1960-х годах соответственно), социальных медиа и систем искусственного интеллекта, которые сегодня в значительной степени преобладают среди средств коммуникации, еще не существовало. По сути, и компьютеров в том виде, какими мы их знаем сегодня, тоже не было. В то время опасения возникали в связи с проверкой подлинности информации и сообщений политической пропаганды, передаваемых через традиционные средства массовой информации, такие как радио и телевидение. В равной степени необходимо было разбираться в вопросах репрезентации в медиа (см. Модуль 6), в том, как следовало взаимодействовать с рекламой и новостями и как строились сообщения СМИ для представления реальности (см. Модуль 10). С появлением Интернета, социальных сетей

и систем искусственного интеллекта эти фундаментальные проблемы никуда не делись. Они лишь усугубились и усложнились из-за того, как новые технологии, используемые в определенных бизнес-моделях, изменили способы общения и взаимодействия людей, а также их восприятие и понимание окружающего мира. Например, в социальных медиа взаимодействие происходит в текстовом формате (письменные сообщения, изображения, аудио, видео, рисунки, смайлики, лайки, публикации и т. д.). Такие символы не совсем новы, но в социальных медиа их можно использовать параллельно с классической формой личного общения, которая обычно требует взаимодействия людей в физической среде, но теперь это можно делать в общем виртуальном пространстве. В таком общении участвуют как хорошо знающие друг друга люди, так и совершенно незнакомые. То, о чем они говорят и чем делятся, зачастую меняется под влиянием культуры и опыта⁹¹. Добавление ИИ в качестве нового уровня социальных сетей, технологических устройств и платформ еще больше усугубляет имеющиеся проблемы и порождает новые. Это происходит из-за того, что системы ИИ упрощают сбор огромных объемов данных, которые они обрабатывают и на основе которых учатся. Эти данные, в свою очередь, позволяют принимать решения, которые могут иметь позитивные или негативные последствия для обычных граждан.

РИСУНОК 11.1. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СИСТЕМ ИИ



Источник: по материалам издания Long, B. and Magerko, D. (2020)⁹²

⁹¹ Livingstone, S. (2014) Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites. *Communications. The European Journal of Communication Research*, 39(3): 283–303.

⁹² Long, D., Magerko, B. What is AI Literacy? Competencies and Design Considerations, <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3313831.3376727>

В представленной ниже таблице 11.1 описываются некоторые проблемы, связанные с социальными сетями и системами ИИ, а также то, как МИГ помогает людям устранять эти проблемы. Некоторые из многочисленных преимуществ ИИ рассматриваются в следующем разделе.

ТАБЛИЦА 11.1. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МИГ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ, ВОЗНИКАЮЩИХ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ В СВЯЗИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИИ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ	ЧЕМ МОЖЕТ ПОМОЧЬ МИГ	СОПРЯЖЕННЫЕ ВОПРОСЫ
1. Как собираются и используются ваши данные	Важнейшая и весьма обширная компетенция МИГ связана с тем, как эффективно получать доступ к информации и использовать ее. Включает такие вопросы, как этичное использование информации, авторские права и права на интеллектуальную собственность, а также права человека, связанные с использованием информации	При обсуждении использования информации актуальными вопросами становятся права на неприкосновенность частной жизни: право на создание объединений; право на доступ к информации и свободу выражения мнений, а также права человека в целом
2. Вопросы согласия и нарушения конфиденциальности	Аналогично указанному в п. 1 (о том, как МИГ позволяет защищать собственную конфиденциальность, уважительно относиться к неприкосновенности частной жизни других и бороться за государственное обеспечение защиты данных, см. в Модуле 8)	Аналогично указанному в п. 1
3. Анонимность	Медийно и информационно грамотные люди понимают, насколько важна анонимность, в каких случаях она должна быть защищена, а в каких — нет и почему	Анонимность связана с конфиденциальностью, поэтому приведенные выше аргументы актуальны и для данного аспекта. На более глубоком уровне любой преподаватель/учащийся должен понимать, что анонимность имеет решающее значение для того, чтобы люди могли свободно выражать свое мнение, чтобы защитить журналистов и тех, кто изобличает нарушителей закона. Это способствует прозрачности и подотчетности государственных чиновников и крупного бизнеса
4. Предубеждения в компьютерных программах или алгоритмах, возникающие в силу предубеждений самого кодировщика либо предвзятости данных	Еще одной ключевой компетенцией МИГ является способность анализировать предрассудки в информации и сообщениях. В этом смысле актуальны вопросы о том, кто создал информацию, с какой целью, что упущено, кому наиболее выгодно распространение этой информации, кто может от этого проиграть или пострадать. Более подробно об этом написано в Модулях 1 и 6	Компетенции МИГ, применяемые для решения проблемы предубеждений, применимы к цифровой информации, компьютерному кодированию и алгоритмам в той же мере, что и к традиционным новостям, сетевой и традиционной информационной среде
5. Разнообразная и плюралистическая среда в целом	Еще одной компетенцией МИГ является способность понимать репрезентации. Более подробно об этом рассказывается в Модуле 6, а о праве собственности и плюрализме медиа — в Модулях 2 и 13. МИГ помогает понимать, анализировать и отслеживать, находят ли в репрезентациях отражение позиции различных этнических, культурных или социальных групп. Получаем ли мы информацию из множества различных источников или только из нескольких?	Проблема здесь заключается в том, что ИИ и алгоритмы могут влиять (и влияют) на то, что мы видим, слышим и читаем, точно так же, как редактор медиаорганизации, новостного агентства или правительственного учреждения может контролировать потоки информации. Если база для обучения ИИ ограничена и отражает опыт только одной демографической группы, то и применения ИИ будут ограничены

ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ В СВЯЗИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИИ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ	ЧЕМ МОЖЕТ ПОМОЧЬ МИГ	СОПРЯЖЕННЫЕ ВОПРОСЫ
6. Социальное и экономическое неравенство	Аналогично изложенному в п. 5. Еще один важный момент: обеспечивает ли существующая экология информации и коммуникации особую выгоду определенным группам лиц в обществе, в том числе в конкретных социально-экономических ситуациях, и почему? МИГ может помочь бороться с гендерной и расовой дискриминацией, позволяя людям выявлять предубеждения в информационных и цифровых технологиях и давая возможность отдельным маргинализированным группам и другим лицам противостоять пропаганде и предоставлять более сбалансированную и проверенную информацию	Доступ к информации влияет на социальное и экономическое равенство (см. Модуль 1). Например, ограничение доступа женщин к информации, цифровым технологиям и медиа сокращает их возможности для самовыражения и полноценного и значимого участия в социально-экономическом развитии
7. Безопасность и защита	Медийно и информационно грамотные граждане способны лучше распознавать недостоверную информацию, неприемлемый контент, информацию и контент, которые подстрекают к причинению вреда или ущемляют права других, а также неприемлемую рекламу, особенно адресованную детям. Дополнительная информация о том, какой вред может быть нанесен правам человека в результате взаимодействия в Сети, представлена в Модуле 9	В цифровую эпоху безопасность и защита выходят за рамки исключительно физического контакта. Они оказываются под угрозой из-за вредоносной информации в Интернете и виртуального взаимодействия. Дополнительную информацию см. в Модуле 9
8. «Дипфейки» и дезинформация в целом	Аналогично изложенному в пунктах 4 и 7. Борьба с недостоверной информацией и дезинформацией является многоаспектной задачей. Ее решение требует вмешательства для устранения источника такой информации, а также спроса на нее и возможностей ее монетизации. Чтобы добиться устойчивого развития, люди должны быть способны максимально обезопасить себя за счет освоения компетенций МИГ (см., например, Модуль 9)	Даже самому медийно и информационно грамотному человеку сложно распознать дипфейки. В большинстве случаев для выявления такой ложной информации требуются навыки в области криминалистики. Медийно и информационно грамотный учащийся понимает, как и почему злоупотребление ИИ с помощью таких инструментов, как боты, усугубляет ситуацию с созданием и распространением дезинформации, в том числе «дипфейков». Многие утверждают, что компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, несут фидуциарную обязанность защищать права потребителей и не передавать эти фальсификаты пользователям. Когда можно независимо запрограммировать машины для создания, структурирования, хранения, распространения информации и обучения на ее основе в целях создания новых знаний и облегчения их адресного распространения; злоупотребление этими возможностями в контексте недостоверной информации становится трудно контролировать

ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ В СВЯЗИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИИ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ	ЧЕМ МОЖЕТ ПОМОЧЬ МИГ	СОПРЯЖЕННЫЕ ВОПРОСЫ
9. Соблюдение принципов защиты прав человека	См. пункт 1 выше и Модуль 1. Хотя ИИ используется для совершенствования всех форм развития, злоупотребление им может повлиять на все виды прав человека. Возьмем, к примеру, потенциал ИИ для повышения качества образования и доступа к информации. Злоупотребление ИИ может повлиять на то, чему и как учатся люди, и даже привести к манипулированию ими. Медийно и информационно грамотный человек понимает, как управлять возможными социальными последствиями ИИ с соблюдением этических принципов, и пропагандирует это	В этом контексте педагогу необходимо также учитывать право на образование, право на мир и безопасность, право на культурное и религиозное самовыражение и т. д.
10. Доступ к средствам правовой защиты в случае ущемления прав человека	См. выше пункты 1 и 10. Люди должны знать, где и как получить компенсацию, если они считают, что ИИ нарушает их права. Это связано с управлением и регулированием использования систем ИИ, а соответственно, с управлением и регулированием медиа и Интернета в целом (см. далее в этом модуле и в Модуле 13). МИГ дает людям общее представление о механизмах законодательного, самостоятельного и совместного регулирования экологии коммуникаций. Медийно и информационно грамотные люди понимают разницу между этими типами регулирования и необходимость их соответствия правам человека в целом	См. выше пункты 1 и 10
11. Резко ограниченное число компаний, владеющих системами ИИ, контролирующими их и влияющих на них	См. выше пункт 11. МИГ рассматривает право собственности и контроль над цифровыми технологиями как важнейший фактор, влияющий на свободу выражения мнений, доступ людей к информации, плюрализм мнений и контента и т. д. См., в частности, Модули 1, 2, 6 и 13	Концепции, перечисленные в справочных модулях данной учебной программы, применимы к использованию систем ИИ, владению ими и контролю над ними
12. Потребность в прозрачном, этичном и многостороннем управлении системами ИИ и социальными сетями	МИГ касается этической и критической оценки и использования информации, медиа и цифровых технологий, включая ИИ. В число компетенций МИГ входит понимание ролей и функций всех учреждений, предоставляющих контент, и условий, при которых они могут эффективно выполнять эти функции для реализации целей, закрепленных в нормативных документах, таких как Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года и Цели устойчивого развития. См., в частности, Модули 1, 2, 7, 13, а также пункты 1–12 выше	Пункты 1–12 выше и актуальные для пункта 13

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Организуйте обсуждения, дебаты, другие групповые задания, игры, а также использование социальных медиа, чтобы проработать 13 пунктов Таблицы 11.1. Обязательно используйте соответствующие задания в различных модулях, упомянутых в таблице, и делайте в этих заданиях упор на ИИ.
- Боты — это компьютерные программы, которые управляются системами ИИ. Интернет-пользователи взаимодействуют с ботами онлайн в письменной или устной форме. Посмотрите с учащимися видео о ботах на YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=fEbk4vTHsQ>) и попросите указать, какими из популярных ботов, упомянутых в видео, они пользуются чаще всего. Также попросите их поделиться своим опытом и опасениями.
 - ◊ Сначала сконцентрируйтесь на позитивных аспектах использования ботов, затем обсудите потенциальные варианты использования с негативными последствиями.
- ИИ может использоваться как для борьбы с недостоверной информацией и дезинформацией, так и для их распространения. Исследование Европейского парламента Automated Tackling to Disinformation⁹³, посвященное возможностям использования автоматизированных систем для противодействия дезинформации (подробнее о недостоверной информации и дезинформации см. в Модуле 4), показало, что поддельные учетные записи и боты широко используются в стратегиях манипулирования социальными медиа для проведения атак на оппозиционные партии, публикации сбивающих с толку сообщений или участия в троллинге и домогательствах. Предложите учащимся обратиться к результатам других подобных исследований в их регионе или стране. Существуют ли такие исследования? Какие выводы в них делаются? Предпринимаются ли какие-то политические меры по результатам этих исследований? Какие конкретные действия на национальном уровне и на уровне сообществ осуществляются в связи с полученными выводами?
 - ◊ Если возможно, запланируйте посещение соответствующего официального органа (например, одного из министерств, отвечающих за эти вопросы).
 - ◊ В качестве альтернативы запланируйте приглашение в учебное пространство экспертов в данной области для проведения цикла лекций для преподавателей и учащихся.
- Педагоги должны подчеркивать значимость пропаганды работы женщин в сфере ИИ и в научно-технической сфере в целом. Узнайте больше

⁹³ [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/624278/EPRS_STU\(2019\)624278_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/624278/EPRS_STU(2019)624278_EN.pdf).

о таких организациях, как Women in AI (WAI), <https://www.womeninai.co/> (это неправительственная организация, уполномоченная расширять представительство и участие женщин в сфере ИИ). Найдите другие примеры подобных организаций.

- Прочтите и обсудите запись «Почему ИИ нужно больше женщин» (<https://www.forbes.com/sites/kimnilsson/2019/03/08/why-ai-needs-more-women/>) в блоге Ким Нильссон на сайте Forbes. Нильссон — предприниматель и генеральный директор крупнейшего в Европе центра обработки данных Pivigo. Поищите другие похожие блоги или статьи местных экспертов или признанных специалистов вашей страны/региона. Разберите отдельные фрагменты. На что опираются авторы — на умозрительные заключения или на факты? Какое восприятие ИИ они отражают — справедливое или исключительно оптимистичное/пессимистичное? Подкреплены ли аргументы доказательствами? С чем вы согласны или не согласны? Почему? Что вы можете сделать или изменить? Если это местные организации, можете ли вы с ними связаться, чтобы побудить к действиям?
- Известны случаи, когда люди подвергались нападениям и были убиты из-за недостоверной информации и дезинформации, распространяемой о них в социальных сетях.
- ♦ Предложите учащимся прочитать и обсудить местную или международную историю о системах ИИ и о том, как они связаны с недостоверной информацией и дезинформацией (по выбору педагога). Попросите учащихся поделиться теми мыслями, которые появились у них во время чтения. Какие ощущения у них возникли? Верят ли они этой истории? Почему? Что придает ей правдоподобность? Что происходит, когда системы ИИ используются для создания и распространения недостоверной информации и дезинформации? Что можно сделать, чтобы остановить распространение недостоверной информации и дезинформации с помощью ИИ и алгоритмов? Отвечая на последний вопрос, учащиеся должны подумать о действиях, которые они сами могут предпринять, а также о возможных действиях других заинтересованных сторон (правительства, компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, и т. д.). Обсудите возможные последствия каждого из предполагаемых действий с точки зрения различных заинтересованных сторон.
- ♦ Изучите два случая, когда ложный и вводящий в заблуждение контент, созданный системами ИИ или ботами, нанес людям психологический или физический вред. Обсудите эти случаи с учащимися в том же ключе.
- Исследователи проводили эксперименты, чтобы определить, как недостоверная информация влияет на людей. В одном из них исследовательская группа⁹⁴ «показала участникам слайды с изображением автомобильной аварии, а затем

⁹⁴ Loftus, E. F., Miller, D. G., & Burns, H. J. (1978). Semantic integration of verbal information into a visual memory. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*, 4(1), 19–31. <https://doi.org/10.1037/0278-7393.4.1.19>

дала прочитать неточную или ложную информацию об аварии. Эксперимент показал, что участники легко усваивали эту фальшивую информацию и позже давали неправильные ответы, когда их спрашивали, что именно произошло⁹⁵. Обсудите с учащимися, какие факторы приводят к усвоению ложной информации. К их числу относятся память, прошлый опыт, эмоции (страх, тревога, опасения, сомнения), предубеждения, ожидания и т. д. Попросите учащихся обдумать этот вопрос и поделиться своим опытом.

- Разделите учащихся на группы. Попросите их создать дезинформирующее сообщение в любой форме на их выбор (новость, история, сфабрикованный рассказ очевидца, изображение, видео). Затем попросите каждую группу представить эту информацию остальным. Обсудите, вызывает ли эта информация доверие. Что делает ее правдоподобной или неправдоподобной? Каковы потенциальные последствия распространения такой ложной информации? Какие алгоритмы распознают этот случай, а какие лишь усугубят распространение дезинформации?
 - Изучите 13 связанных с ИИ проблем, которые перечислены в Таблице 11.1. Запланируйте задания по этим вопросам, исходя из их актуальности для вашей страны и интереса со стороны группы учащихся, с которой вы работаете.
 - Разбейте учащихся на группы и попросите их изучить материалы, чтобы собрать больше информации и примеров, для которых применимы следующие советы по выявлению дипфейков. (Узнайте больше о проекте MIT Media Lab и советах, которые они предлагают, ниже: <https://www.media.mit.edu/projects/detect-fakes/overview/>. Более подробно о недостоверной информации и дезинформации рассказывается в Модуле 4.)
- ◇ Обратите внимание на изменение или деформацию лица. Выглядят ли волосы на лице настоящими? Не появляются ли они там, где их быть не должно и где у других они отсутствуют? Похожи ли родинки и отметины на лице на настоящие? Соответствуют ли их размер и цвет остальной части лица человека?
 - ◇ Проверьте, не выглядит ли кожа на лбу и щеках слишком гладкой или слишком морщинистой. Соответствует ли старение волос старению кожи и глаз?
 - ◇ Появляются ли тени в неожиданных местах на лице, глазах и бровях? Есть ли блики на очках, которые носит человек, и меняются ли эти блики при движении человека? Не моргают ли люди слишком часто или слишком редко? «Дипфейки зачастую часто не могут полностью представить естественную физику места действия... естественную физику освещения»⁹⁶.

⁹⁵ Reboot Foundation, Elevating Critical Thinking. <https://reboot-foundation.org/misinformation-effect/>

⁹⁶ Проект MIT Media Lab и предлагаемые ими советы: <https://www.media.mit.edu/projects/detect-fakes/overview/>

- Как упоминалось выше, для выявления дипфейков иногда требуются специальные знания и особые компетенции, подобные тем, что используются в криминалистике. Поэтому преподаватели и учащиеся должны участвовать в дискуссиях и практиковаться, чтобы со временем приобрести необходимый опыт. Не менее важно знать о возможности пропагандировать использование компаниями ресурсов для выявления такого контента и его модерацию, например, путем присваивания ярлыков, объяснения условий, при которых они присваиваются, и возможности обжаловать это.
- В таблице 11.1 описан ряд компетенций, связанных с ИИ и социальными сетями, по материалам различных источников. Запланируйте различные задания по каждой из этих компетенций. В каждом случае укажите, как с ним связана компетенция МИГ или как она может быть применена. Попросите учащихся привести аргументы в отношении других вопросов, как в третьем столбце таблицы 11.1 выше. Поделитесь заполненной таблицей или ее частями в социальных сетях и поставьте тег @MILCLICKS или отправьте результаты своей работы на электронную почту MIL CLICKS: milclicks@unesco.org.

ТАБЛИЦА 11.2. КОМПЕТЕНЦИИ МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИИ

ПРИМЕРЫ КОМПЕТЕНЦИЙ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИИ И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ⁹⁷	СООТНОШЕНИЕ С СУЩЕСТВУЮЩИМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ МИГ	КОММЕНТАРИИ
Компетенция 1 (распознавание ИИ) Определите различия между технологическими продуктами, которые используют и не используют ИИ, и убедитесь, что при этом возникают определенные трудности		
Компетенция 2 (понимание интеллекта) Критически проанализируйте и обсудите особенности, которые делают сущность «разумной», в том числе различия между интеллектом человека, животного и машины		
Компетенция 3 (междисциплинарность) Убедитесь, что есть много способов придумывать и разрабатывать «интеллектуальные» машины. Определите различные технологии, использующие ИИ, в том числе технологии, охватывающие когнитивные системы, робототехнику и машинное обучение		
Компетенция 4 (Сильный ⁹⁸ ИИ против слабого ⁹⁹) Определите различия между сильным и слабым ИИ		

⁹⁷ По материалам издания Draft Outcomes of the UNESCO Workshop on Teaching and Learning Competencies for AI from an Information Access Perspective (UNESCO Headquarters Paris, 7 November 2019).

⁹⁸ Общий искусственный интеллект (ОИИ) — это гипотетическая способность интеллектуального агента понимать или осваивать любую интеллектуальную задачу, которую может выполнить человек. Это основная цель некоторых исследований искусственного интеллекта и обычная тема в научной фантастике и исследованиях будущего (https://en.wikipedia.org/wiki/Artificial_general_intelligence).

⁹⁹ Слабый (узкий) искусственный интеллект — это ИИ, существующий в нашем мире сегодня и запрограммированный на выполнение одной задачи — будь то проверка погоды, возможность играть в шахматы или анализ необработанных данных для написания журналистских отчетов (<https://medium.com/mapping-out-2050/distinguishing-between-narrow-ai-general-ai-and-super-ai-a4bc44172e22>).

ПРИМЕРЫ КОМПЕТЕНЦИЙ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИИ И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ⁹⁷	СООТНОШЕНИЕ С СУЩЕСТВУЮЩИМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ МИГ	КОММЕНТАРИИ
Компетенция 5 (Преимущества и недостатки ИИ) Определите, проблемы какого типа ИИ успешно решает, а какие являются для него более сложными. Используйте эту информацию, чтобы определить, когда учреждениям целесообразно использовать ИИ, а когда — человеческие навыки		
Компетенция 6 (Представить будущий ИИ) Представьте возможные будущие приложения ИИ с точки зрения того, кто определяет разработку и развертывание систем ИИ, и рассмотрите влияние таких приложений на мир. Педагогам и учащимся известно об основной роли данных в ИИ, о его социальных и контекстуальных последствиях, а также о его характеристиках¹⁰⁰. Преподаватели и учащиеся могут освоить основы вероятностных рассуждений. Преподаватели и учащиеся могут понять основные принципы решения проблем с помощью вычислительного мышления; могут применять базовые принципы кодирования с использованием визуальных языков программирования. Преподаватели и учащиеся могут оценивать цифровые риски, критически оценивать контент и его источники; должны быть в состоянии понять необходимость решения проблемы «черного ящика» ИИ (следуя принципу объяснимости решений). Преподаватели и учащиеся осознают, что технологии, находящиеся под контролем влиятельных лиц, изменяют общество и ценности; этические и правовые последствия автоматизированных решений (решений, поддерживаемых ИИ) для обществ, групп и отдельных лиц		

РАЗДЕЛ 3. РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕАЛИЗАЦИИ ЛИЧНЫХ И ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРАВ И ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 4 ЧАСА

Основные темы

- Понимание концепций прав: социальные права и индивидуальные права
- Роль технологий в приоритизации социальных и индивидуальных прав и выбора
- Технологии как способ обеспечения межкультурного диалога в поддержку социальных прав, социальной справедливости и социальных движений, а также возможного наблюдения, контроля и манипулирования
- Компетенции медийной и информационной грамотности и цифровые навыки для индивидуальных и социальных прав и выбора
- Технологический детерминизм и теории установления повестки дня как определяющие факторы социальных прав и индивидуального выбора

¹⁰⁰ В соответствии с рекомендациями ЮНЕСКО «Структура ИКТ-компетентности учителей» это относится к уровню освоения знаний (<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368076>).

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- понимать роль технологий в приоритизации социальных и индивидуальных прав и выбора;
- понимать, как важны технологии и те, кто ими владеет, для обсуждения прав и выбора;
- описывать навыки медийной и информационной грамотности, необходимые для принятия решений;
- понимать, как технологии в контексте контролирующих их лиц могут повысить чувствительность граждан или вызвать раскол среди них в силу их религиозных чувств, финансовой выгоды, культурной принадлежности, гендерного неравенства и политической принадлежности;
- понимать роль технологий и тех, кто их контролирует, в демократии, особенно в том, что касается политических институтов, политического выбора, избирательных процессов, голосования, подотчетности в управлении и прозрачности в обществе.

Педагогические подходы и виды деятельности

Искусственный интеллект и обмен контентом

Концепция технологического детерминизма подразумевает, что цифровые средства коммуникации влияют на то, какие люди и какой контент занимают видное место на платформах. Однако эта концепция материализует технологию, как если бы она существовала сама по себе, игнорируя тот факт, что все технологии имеют социальные корни и что разработка и внедрение технологий зависят, помимо прочего, от конкретных коммерческих целей. Контроль над архитектурным проектированием и инженерными решениями определяет структуру технологий, например, что может быть совместно использовано в рамках закрытой информационной экосистемы или за ее пределами и какие варианты сбора, хранения и применения данных стоит использовать.

Таким образом, чтобы понять, какие люди и какой контент появляются на платформах, необходимо понимать, почему платформы разрабатывают определенные задачи курирования, а также стратегии и методы модерации контента. Именно они лежат в основе компьютерных алгоритмов, опирающихся на искусственный интеллект (ИИ), который, в свою очередь, определяет, как контент ранжируется и подвергается другой обработке (блокировка загрузки, удаление, маркировка, передача модераторам, отправка на проверку достоверности и др.). Все это может влиять на то, что люди считают приоритетными вопросами, на их индивидуальный выбор и, следовательно, на их права, а также на формирование общественного мнения. Известно, что компьютерные алгоритмы со временем изменяют опыт работы граждан с сайтами и факторы, влияющие на их решения,

и тем самым могут изменить общественное мнение и восприятие в течение определенного периода времени. Они могут влиять и на индивидуальную идентичность людей — на их самоощущение и самооценку, на то, чем они занимаются или должны заниматься. Это особенно актуально для молодежи, находящейся в процессе укрепления своих позиций.

Некоторое представление об опыте работы в Сети дает феномен «пузыря фильтров». Он подчеркивает, как структура алгоритмов позволяет им отфильтровывать контент, который не поддерживает предпочтения, вкусы и информационные привычки пользователей. В результате создается замкнутая вселенная, в которой индивидуальные предубеждения не оспариваются в силу того, что система блокирует другие парадигмы. Некоторые исследования, например, исследование Института изучения журналистики Reuters¹⁰¹, показывают, что на самом деле многие люди сталкиваются с большим разнообразием контента, чем предполагает модель «пузыря фильтров». Другое понятие — «эхо-камера» — подразумевает, что даже при наличии разнообразного контента люди все же могут ограничиваться общением с узким кругом пользователей, придерживающихся тех же взглядов. В соответствии с концепцией эхо-камеры люди в действительности могут подвергаться воздействию информации, которая сама по себе противоречит их убеждениям и предположениям, но эта информация не принимается всерьез, поскольку ее заглушают сообщения от вторящих друг другу «единомышленников», обеспечивая человеку чувство уверенности в том, что привычные формулировки и смыслы остаются неизменными.

Создаваемые алгоритмами пузыри фильтров способны усиливать эффект «эхо-камер», хотя последние могут существовать и сами по себе. В крайних случаях могут возникнуть совершенно отдельные и параллельные смысловые вселенные, в которых разные (и относительно закрытые) сообщества оперируют разными фактами и вымыслами о политике, здоровье, изменении климата и т. д., а также разными интерпретациями реальности в более широком смысле.

Оценивание и рекомендации

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Посмотрите популярное видео Эли Паризера (Eli Pariser) TED Talk Beware online “Filter bubbles”, <https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWfx525s>. Видео было снято почти 10 лет назад. Предложите учащимся обсудить, насколько актуально это видео сегодня. Попросите составить список затронутых вопросов. Можно провести исследование в небольших группах, чтобы ознакомиться с более современными точками зрения. Влияет ли это явление на расстановку приоритетов в области социальных прав, на индивидуальный

¹⁰¹ <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>

выбор и на формирование общественного мнения? Могут ли алгоритмы, управляемые искусственным интеллектом, менять интерпретации и таким образом регулировать социальную и политическую повестку дня и планы развития?

- Сравните процессы редакционной проверки в традиционных медиа («вещательном обществе») и контролируемый алгоритмами поток информации в цифровых коммуникациях. Сопоставьте результат с выводами, которые озвучивает Э. Паризер. Согласны ли вы с его позицией? Почему? Какие новые аргументы и доказательства могут привести преподаватели или учащиеся? Проведите исследование, чтобы найти подтверждение своим доводам и идеям.
- Парадоксальным образом в цифровых коммуникациях то, что кажется вредным для одного человека, может оказаться преимуществом для других — или наоборот. Алгоритмы, влияющие на ранжирование и таргетирование контента, могут причинить объективный вред правам человека. В то же время они могли бы — в силу своей структуры или непреднамеренно — также выявить мнения, которые обычно замалчиваются или подавляются. Например, такие проблемы, как гендерное неравенство, недостаточная представленность женщин, насилие по признаку пола, торговля людьми и расовая дискриминация, которые на протяжении долгого времени мало освещались и оставались без внимания, теперь стали более заметными в глобальном дискурсе. Благодаря тому, что технологии расширили возможности взаимодействия с другими культурами и с новой информацией, некоторые люди изменили свое мнение в отношении ряда издавна укоренившихся вредоносных практик, таких как калечащие операции на женских половых органах. Считаете ли вы, что использование технологических сервисов в этом отношении дало толчок к соблюдению социальных прав и изменению общественного мнения и убеждений? Что, помимо самих технологий, повлияло на это? Как вы можете использовать свои компетенции в области МИГ в ходе этого обсуждения?
- Разбейте преподавателей или учащихся на группы для изучения существующих примеров позитивного и негативного использования технологий для поддержания или ограничения права на свободу объединений, права на свободу религии, права на мнение и на свободу его выражения. Организуйте серию презентаций и дискуссий, в которых упор будет делаться на индивидуальный выбор при оспаривании фундаментальных исторических предположений, отказе от сомнительных систем убеждений, утверждении естественной идентичности, согласованных культурных ценностей и корректировке систем ценностей, для чего технологии открывают все больше возможностей.
- Сторонники МИГ выступают за обучение медийной и информационной грамотности, в котором акцент делается на межкультурный диалог как необходимый навык для сбалансированного использования алгоритмических платформ, управляемых ИИ. Рассмотрите следующие вопросы в контексте индивидуальных и социальных прав сквозь призму выбора граждан и поддерживающих технологий:

- ◊ Как вы понимаете права индивида? Проведите интервью, обсудите и сопоставьте различные представления людей о разных правах (индивидуальных и социальных) и то, как эти права влияют на их восприятие общественного мнения. Снимайте и редактируйте короткие видеоклипы на эту тему и делитесь лучшими из них.
- ◊ С какими различными социальными правами сталкиваются люди в XXI веке? Какие поставщики контента сообщают им о таких социальных правах? Подумайте о противоречивых социальных правах в современной цифровой среде.
- ◊ В свете потенциального влияния институтов на формирование общества считаете ли вы, что это содействует обеспечению социальных прав и возможностей индивидуального выбора? Постарайтесь взять интервью у разных людей и узнать их мнение о поддерживаемых технологиями социальных правах и их последствиях для индивидуального выбора.
- Обдумайте, какие навыки медийной и информационной грамотности обеспечивают мирное сосуществование и терпимость, необходимые для соблюдения баланса между взглядами и выбором отдельных граждан и современными социальными правами. Можно провести обсуждения в фокус-группах, чтобы разработать инновационные методы МИГ.
- Обсудите необходимость принятия мер, которые позволят компаниям, занимающимся цифровой коммуникацией, предоставлять равноправный доступ к онлайн-информации и интерпретациям с целью улучшения опыта работы граждан в Сети и решения проблем, которые связаны с алгоритмическими платформами, управляемыми ИИ («пузыри фильтров», увеличение объемов потенциально вредоносного контента и т. д.).
- Подумайте о том, как технические решения и архитектура услуг некоторых интернет-компаний ущемляют индивидуальные права пользователей и их возможности выбора. Обсудите и предложите практически осуществимые решения этой проблемы.
- Обсудите, как образование в области МИГ может повлиять на качество информации, к которой граждане получают доступ через поисковые системы, а также как МИГ влияет на права и выбор граждан.

Оценивание и рекомендации

- Разработайте матрицу навыков и руководство по оценке компетенций, чтобы определить, какие навыки МИГ необходимы для обеспечения баланса индивидуальных прав и выбора в цифровой среде
- Подготовьте законопроект о правах человека в цифровой среде, который могли бы рассмотреть ваши политические представители

- Разработайте и запустите небольшой опрос о понимании людьми концепции различных видов прав в демократической среде и о влиянии современных компаний интернет-коммуникаций на эти права
- Проведите обсуждение в фокус-группе и интервью о правах граждан в современной цифровой среде

Темы для дальнейшего изучения

- Принципы индивидуального выбора
- Индивидуальный и коллективный выбор
- Этичное использование технологий
- Будущее цифровых выборов

РАЗДЕЛ 4. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В ИНТЕРЕСАХ РАЗВИТИЯ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Использование ИИ в интересах развития
- Использование социальных сетей в интересах развития
- Основные действующие силы, использующие ИИ
- Ключевые вопросы управления ИИ и регулирования его использования

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- определять и перечислять некоторые общие способы использования ИИ и социальных сетей в интересах развития;
- определять некоторые из основных действующих сил, использующих ИИ;
- понимать и описывать основы управления ИИ (от норм и этических принципов до правовых норм).

Уровень компетенций, необходимых для данного раздела

- от базового до среднего

Применение ИИ в различных секторах общества

Многие научные учреждения, организации частного сектора и международные организации, занимающиеся проблемами развития, учитывают возможности использования ИИ на благо общества. Одни варианты позитивного применения уже используются в полном объеме, другие находятся на стадии мелкомасштабных испытаний, а некоторые пока лишь разрабатываются. Ниже приведен краткий обзор использования ИИ в интересах развития на основе различных источников. Каждый пример сопровождается вопросами для обсуждения заданий, которые могут выполнять преподаватели или учащиеся.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- **ИИ в государственном секторе:** правительства все чаще используют ИИ. Он может повысить эффективность и расширить масштаб различных процессов в государственном секторе. Например, ИИ может помочь гражданам более активно участвовать в реформах государственного сектора, разработке политики, содействуя осмыслению соответствующих процессов обслуживания и повышая производительность государственного сектора.
- ◊ Разделите учащихся на группы и предложите им изучить различные варианты использования ИИ для обеспечения гражданского участия и взаимодействия с органами государственной власти. Актуальны ли для вас эти варианты? Обнародуют ли власти эти варианты? Существует ли соответствующая политика их регулирования? Приводят ли они к каким-либо новым трансформациям? Представлены ли в правительственных отчетах результаты прозрачных проверок/обзоры этих систем, проводившиеся людьми? Могут ли эти системы ИИ ущемлять интересы определенных групп людей или налагать ограничения в определенных ситуациях? Существуют ли механизмы правовой защиты для своевременного реагирования на жалобы всех пользователей и протесты, поданные в системы, управляемые искусственным интеллектом? Предполагают ли эти системы и механизмы различные подходы или различные последствия их использования для женщин и мужчин, и если да, то почему? Почему важно учитывать гендерные аспекты? Запишите и обсудите свои выводы. Поделитесь результатами со своим окружением в Сети и в реальной жизни. Найдите на сайте стратегии обучения МИГ

в социальных сетях MIL CLICKS (<https://en.unesco.org/MILCLICKS>) ресурсы для микрообучения по МИГ и ИИ. Посмотрите некоторые из видеороликов ЮНЕСКО об историях и идеях, связанных с ИИ: <https://en.unesco.org/artificial-intelligence/stories-ideas>. Найдите в Сети видео, предлагаемые другими организациями.

- **Применение ИИ в различных областях с использованием дополненной и виртуальной реальности:** технология ИИ используется при разработке аппаратного и программного обеспечения для дополненной и виртуальной реальности. Это обеспечивает различные преимущества — от развлечений до помощи людям с ограниченными возможностями здоровья. В одном из приложений виртуальная реальность используется для участия общественности в развитии СМИ и безопасности журналистов. Надев гарнитуру виртуальной реальности, обычный гражданин может испытать на себе, каково бывает журналистам в зоне боевых действий, и за счет этого осознать, с какими опасностями сталкиваются журналисты при подготовке новостных репортажей. Кроме того, многие компании предлагают мобильное приложение, которое позволяет клиентам увидеть, как будет выглядеть и вписываться в заданное пространство предмет мебели, оборудование и т. д.
- ◇ Помогите учащимся найти и опробовать инструменты виртуальной реальности на основе ИИ. Если вы не можете получить реальный доступ к этим инструментам, пригласив представителя соответствующей организации или частной компании в учебное пространство для демонстрации, попробуйте получить доступ в режиме онлайн. Попросите учащихся поделиться своим опытом использования устройств и приложений виртуальной реальности. Обсудите использование виртуальной реальности на основе ИИ в образовании. Эффективно ли это с точки зрения содействия обучению? Вызывает ли опасения по поводу этики и уровней психологического воздействия? Изучите и обсудите эти вопросы. Посмотрите и обсудите некоторые из подготовленных ЮНЕСКО видеороликов об историях и идеях, связанных с ИИ: <https://en.unesco.org/artificial-intelligence/stories-ideas>.
- **ИИ в науке и здравоохранении:** достижения в области технологий, в том числе использование новой аппаратуры для научных исследований, позволяют получать разнообразные данные, для адекватного анализа которых решающее значение имеет использование ИИ. Так, ИИ применялся для выполнения сложных вычислений в генетике, повышения качества изображений и улучшения способности воспроизводить научные исследования. ИИ также используется для выполнения широкого ряда функций, включая выдвижение гипотез, сбор данных, анализ больших наборов данных и проведение экспериментов. ИИ обеспечивает множество преимуществ в сфере здравоохранения, например, упрощает исследования в области здоровья, позволяет понимать и контролировать поведение населения, содействует раннему прогнозированию заболеваний, повышению

качества ухода за пациентами и персонализированного медицинского обслуживания, а также повышению уровня медицинских услуг при снижении их стоимости. В то же время есть опасения, что ИИ будет использоваться для более активной коммерциализации здравоохранения в интересах элиты, а не широкой общественности.

- ♦ Выполните задания, предложенные выше. Ознакомьтесь с 32 примерами, описанными компанией BuiltIn: <https://builtin.com/artificial-intelligence/artificial-intelligence-healthcare>. Каковы основные этические проблемы использования ИИ в здравоохранении?
- **ИИ в сфере защиты безопасности и уголовного судопроизводства:** ИИ обладает большим потенциалом для содействия устранению проблем цифровой и физической безопасности, но одновременно провоцирует риск судебных ошибок и массовой слежки.
 - ♦ ИИ широко применяется для защиты информационной безопасности, в том числе сетевой безопасности, для обнаружения аномалий, автоматизации операций по обеспечению безопасности и обнаружению угроз или потенциальной опасности (OECD, 2017).
 - ♦ Для достижения вышеуказанных целей алгоритмы ИИ постепенно учатся анализировать особенности окружающей среды, присутствие людей и объектов, которые часто в ней появляются, и их стандартные передвижения, что позволяет выявлять угрозы при обнаружении нестандартной активности.
 - ♦ Подобные приложения используются и системами правосудия для борьбы с преступностью и прогнозирования исхода дел, хотя возникают опасения по поводу того, что создание профилей на основе данных, отражающих предрассудки, провоцирует стереотипное восприятие определенных сообществ.
 - ♦ Все более популярным методом повышения уровня общественной безопасности становится видеонаблюдение. Увеличение количества камер наблюдения (в 2014 г. их было 245 миллионов по всему миру) подразумевает рост объема собираемых и анализируемых данных. Человеческий мозг практически не в состоянии обработать все эти данные, а потому для управления большими объемами данных и автоматизации процедур обнаружения и контроля используются технологии ИИ. Однако есть и весомые доводы против технологий распознавания лиц, и в некоторых случаях их использование было запрещено, чтобы избежать того, что рассматривается как задатки тоталитаризма.
 - ♦ В связи с такой слежкой, прогностическим полицейским наблюдением и вынесением приговоров возникли этические вопросы, связанные с предубеждениями, созданием профилей, неприкосновенностью частной жизни людей и согласием на отслеживание и запись их действий без предварительного уведомления.

- Каковы преимущества и недостатки использования ИИ в этой сфере и какие меры предосторожности должны быть предусмотрены? Узнайте, есть ли они в вашей стране. Обсудите.
- **ИИ в социальных сетях, маркетинге и рекламе:** применение ИИ персонализировало работу в Интернете. Так, ИИ используется для того, чтобы отображаемый контент привлекал внимание конкретного человека. Это также позволяет сделать рекламные кампании более целенаправленными: «Они могут предоставлять потребителям персонализированную и динамическую рекламу в беспрецедентных масштабах» (Chow, 2017). Таким образом компании могут увеличить продажи и окупить инвестиции в маркетинговые кампании. С другой стороны, заметное снижение затрат на исследования могло бы пойти на пользу потребителям, однако при этом вновь возникают сомнения в связи с тем, что микротаргетированная реклама сокращает независимость и свободу действий человека и расширяет возможности для манипулирования.
- Предложите учащимся обсудить, с какой рекламой они сталкивались в Интернете. Знают ли они, что ИИ используется, чтобы предлагать рекламу для каждого конкретного пользователя? Устраивает ли их эта ситуация? Почему? Есть ли у учащихся ощущение, что они могут контролировать, какую рекламу смотреть? Обратите их внимание на периодически появляющуюся на экране надпись «Почему я вижу это объявление». Более подробно о рекламе см. в Модуле 10.
- Несмотря на очевидные преимущества ИИ в этом контексте для коммерческих субъектов, его использование вызывает определенное беспокойство в связи с дискриминацией и наличием неточностей, а также серьезные опасения по поводу автоматизированной торговли с использованием ИИ, которая усиливает нестабильность фондовых рынков и их ориентированность на краткосрочные результаты.
- Изучите и обсудите два доклада:
 1. Доклад Консультативного комитета Европейской комиссии по равным возможностям для женщин и мужчин *Opinion on Artificial Intelligence — opportunities and challenges for gender equality*, в котором предлагается оценка искусственного интеллекта с точки зрения возможностей и вызовов для гендерного равенства: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/aid_development_cooperation_fundamental_rights/opinion_artificial_intelligence_gender_equality_2020_en.pdf
 2. Доклад ЮНЕСКО *Artificial Intelligence and Gender Equality: Key findings of UNESCO's Global Dialogue*, https://en.unesco.org/system/files/artificial_intelligence_and_gender_equality.pdf
- Какие ключевые вопросы или рекомендации наиболее важны для учащихся? Почему? Предложите учащимся найти в социальных медиа примеры обсуждения этой темы на международном уровне. Предложите им принять

участие в онлайн-овых дискуссиях, проведя предварительную подготовку. Применяйте компетенции МИГ, делитесь доказательствами и сообщайте, когда выносите на обсуждение исключительно свое мнение. Какие еще действия учащиеся могут предпринять с позиции граждан?

- Выберите вопросы и рекомендации, представляющие особый интерес с точки зрения гендерного равенства и ИИ в средствах массовой информации. Запланируйте онлайн-кампанию или разработайте и подготовьте соответствующие объявления социальной рекламы, приуроченные к Международному женскому дню (8 марта) или к любому другому моменту.

Оценивание и рекомендации

- Конкурс эссе
- Создание объявлений социальной рекламы в группах
- Контрольный опрос
- Тест с возможностью использования учебных материалов
- Конкурс идей по тематике ИИ и МИГ

Темы для дальнейшего изучения

- Аудит ИИ
- Машинное обучение
- Глубокое обучение
- Боты
- Распознавание и обнаружение лиц и эмоций

Ресурсы и ссылки

A.I. Artificial Intelligence («Искусственный интеллект», фильм 2001 г.) https://www.imdb.com/title/tt0212720/?ref_=nv_sr_srgs_0

Использование ИИ в образовании

David Rauf, Artificial Intelligence in K-12: The Right Mix for Learning or a Bad Idea? <https://www.edweek.org/ew/articles/2020/05/20/artificial-intelligence-in-k-12-the-right-mix.html>

Algorithm Literacy 101: A study by Project Information Literacy? <https://www.minitex.umn.edu/news/2020-07/algorithm-literacy-101-study-project-information-literacy>

AI in Society, OCED, <https://ec.europa.eu/jrc/communities/sites/jrccties/files/eedfee77-en.pdf>

Artificial Intelligence and Gender Equality: Key findings of UNESCO's Global Dialogue, UNESCO resource, https://en.unesco.org/system/files/artificial_intelligence_and_gender_equality.pdf

Artificial Intelligence and Life In 2030 One Hundred Year Study On Artificial Intelligence, Report of The 2015 Study Panel | September 2016, Stanford University, <https://ai100.stanford.edu>

Steering AI and Advanced ICTs for Knowledge Societies — A Rights, Openness, Access and Multi-Stakeholder Perspective, <https://www.unesco.de/sites/default/files/2019-11/372132eng.pdf>

United Nations Activities on Artificial Intelligence (AI), https://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/gen/S-GEN-UNACT-2018-1-PDF-E.pdf

Using AI for social good. <https://ai.google/education/social-good-guide?category=examples>

Различные виды ИИ

Introduction to Algorithms (разработанные учителями планы уроков), <https://www.commonsense.org/education/lesson-plans/introduction-to-algorithms>

What is AI, <http://content.educate.ericsson.net.s3.eu-north-1.amazonaws.com/learning-about-ai/what-is-ai.html>

Do you know AI or AI knows you better? Thinking Ethics of AI, https://www.youtube.com/watch?v=im0XTC91qMI&feature=emb_logo (с русскими субтитрами)

Как обучаются машины:

How Machines Learn, <https://www.youtube.com/watch?v=R9OHn5ZF4Uo> (с русскими субтитрами)

Elements of AI, <https://course.elementsofai.com/1/3>

What is pattern recognition and why it matters? Definitive guide <https://theappsolutions.com/blog/development/pattern-recognition-guide/>

Teaching AI for K-12, <http://teachingaifork12.org/>

Социальные медиа

Chaffey, D. Global social media statistics research summary 2022, <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>

Number of social network users in Thailand from 2017 to 2020 with a forecast through 2026, <https://www.statista.com/statistics/489230/number-of-social-network-users-in-thailand/>

What Is Artificial Intelligence for Social Media?, <https://www.marketingaiinstitute.com/blog/what-is-artificial-intelligence-for-social-media>

Общие ресурсы

The Impact of Artificial Intelligence on Social Media, <https://medium.com/humansforai/the-impact-of-artificial-intelligence-on-social-media-579345b6f751>

Everything you need to know about social media algorithms, <https://sproutsocial.com/insights/social-media-algorithms/>

Дополнительно: игра и онлайн-курс

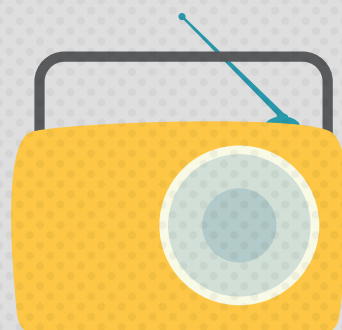
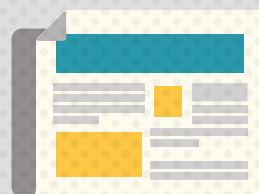
Machine Learning for Kids (Машинное обучение для детей) <https://machinelearningforkids.co.uk/>

General Resources — The state of AI — November 2020: <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-analytics/our-insights/global-survey-the-state-of-ai-in-2020?cid=podcast-eml-alt-mip-mck&hdpid=edff6cd6-3b1f-4ffc-b0f7-e73691cf1abe&hctky=9411114&hlkid=87ecdb8c23534606bd5cb92d3ccd9166>

Международные курсы программирования для детей от 4,5 до 17 лет, <https://mah.alg.academy/>

МОДУЛЬ 12

ЦИФРОВЫЕ МЕДИА, ИГРЫ И ТРАДИЦИОННЫЕ МЕДИА



Во времена, когда мы все стремимся дать гражданам возможность реагировать на социальные, экономические и экологические вызовы и активно участвовать в жизни нашего общества, медийная и информационная грамотность становится грамотностью, необходимой для жизни.

Тамара Растовац Сиамашвили,
посол и Постоянный представитель Республики Сербия при ЮНЕСКО

КОНТЕКСТ И ОБОСНОВАНИЕ

Данный модуль знакомит педагогов и учащихся с ролью новых учреждений и конвергентных технологий в расширении возможностей участия граждан в общественных, экономических и политических преобразованиях. Объясняется, как на основе традиционных медиа развиваются новые цифровые и электронные формы медиа (онлайн-новости, блоги, Википедия, YouTube, социальные сети, видеоигры и пр.), как они открывают более широкий доступ к информации и знаниям, способствуют устойчивому развитию, свободе самовыражения, добросовестному управлению и участию в демократических процессах.

Сосуществование печатных и вещательных СМИ (радио и телевидения), Интернета, мобильных телефонов и социальных сетей позволяет перемещать контент с одной платформы на другую, расширяя доступ к информации и формируя культуру соучастия, в которой граждане не просто потребляют информацию, но вносят свой вклад в ее изменение, создание и распространение. В этой связи появились новые термины, в частности «просьюмер» («продуктивный потребитель»). Новые информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) открывают

возможности для участия широких слоев населения в обмене информацией и знаниями и стимулируют людей к более активному участию в процессах социального и устойчивого развития. Ведутся активные дискуссии по поводу того, можно ли усилить такие позитивные изменения и уменьшить отрицательные последствия.

В связи с этим в рамках медийной и информационной грамотности также рассматриваются игры в различных формах и потенциальные возможности и проблемы, связанные с искусственным интеллектом (ИИ) и другими передовыми технологиями. ЮНЕСКО способствовала обсуждению на международном уровне прочной связи между МИГ и играми, проведя первую Международную конференцию по медийной и информационной грамотности и играм в цифровом мире, а также разработав соответствующие ресурсы¹⁰². Следует признать, что большая часть игрового обучения с использованием ИКТ происходит за пределами контролируемых учебных пространств. Очень часто люди самостоятельно играют в Сети и через цифровые мобильные устройства. В таких условиях структура игр и количество затраченного на них времени могут способствовать развитию зависимости. Также есть опасения, что игры усиливают ненависть, насилие и агрессию, вместо того чтобы способствовать диалогу, мирному сосуществованию и развитию терпимости. В некоторых играх закрепляются стереотипные представления о женщинах и мужчинах всех возрастов, об определенных расах, культурах или группах населения. Женщины часто изображаются в подчеркнуто эротическом виде и откровенных нарядах¹⁰³. Мужчины показаны сильными и жестокими. Персонажи игр редко оказываются представителями негроидной и некоторых других рас¹⁰⁴. В 2015 году Исследовательский центр Пью провел исследование, которое показало, что в его выборке (не репрезентативной в глобальном масштабе) 35% негроидов, 36% латиноамериканцев и 24% белых считают, что группы меньшинств недостаточно представлены в видеоиграх¹⁰⁵. Подобные типы репрезентаций могут повлиять на восприятие девочками и мальчиками гендерных ролей¹⁰⁶ и этнической идентичности. МИГ может помочь людям, особенно молодежи, защитить свое сознание и выявить эти стереотипы, а также игнорирование гендерных вопросов в играх и всех формах цифровых технологий. Возникают вопросы относительно того, насколько выше в цифровых

¹⁰² Media and Information Literacy and Games in the Digital World, <https://en.unesco.org/news/journeying-world-games-media-and-information-literacy>.

¹⁰³ David Griner (2012). "Videogame Ad Sets New Low for Objectifying Women". AdWeek.

¹⁰⁴ Everett, Anna; Watkins, Craig (2008), "The Power of Play: The Portrayal and Performance of Race in Video Games"

¹⁰⁵ Views on gaming differ by race, ethnicity. Pew Research Center. 2015-12-17.

¹⁰⁶ Dietz, Tracy (1998). "An Examination of Violence and Gender Role Portrayals in Video Games: Implications for Gender Socialization and Aggressive Behaviour". Sex Roles. 38 (5/6): 425–442. doi:10.1023/A:1018709905920.

играх ставится конкуренция по сравнению с сотрудничеством членов команды, а также того, кто и как собирает и использует данные игроков. Используются ли данные в основном для развития игры или функционируют как отдельный товар, который продается третьим сторонам или используется для продажи узконаправленных рекламных возможностей?

В начале модуля описывается процесс перехода от традиционных СМИ к новым медиатехнологиям. Преподаватели и учащиеся узнают, что менялось и что оставалось неизменным в различных типах медиа в течение определенного периода времени. Описание их сходств и различий позволит учащимся оценить основные требования для базового понимания, а также увидеть инновационный потенциал, заложенный как в старых, так и в новых медиа.

В данном модуле рассматриваются не только пространственно-временные изменения, но и различные виды использования медиа, цифровых технологий и инструментов в обществе, в том числе для официального и личного общения, маркетинга, обучения и участия в социальной жизни. Интерактивные медиаинструменты и игры открывают интересные перспективы для обучения, а также для публичных дискуссий — возможности безграничны. Этот модуль поможет преподавателям и учащимся сориентироваться в пространстве между традиционными медиа, новыми медиа и играми, используемыми в учебных целях. При наличии навыков критического осмысления игрового процесса люди могут расширить опыт обучения с помощью игр. Здесь в равной мере важны МИГ, социальная и эмоциональная грамотность. Ресурсы по социальному и эмоциональному обучению представлены на сайте Института Махатмы Ганди по образованию в интересах мира и устойчивого развития ЮНЕСКО¹⁰⁷.

По мере развития цифровых медиа важным событием стал переход от традиционной модели общения «один ко многим», характерной для печатных и вещательных СМИ, к модели «равный — равному», которая облегчает совместное создание контента и обмен им. Перевод в цифровой формат обеспечивает доступ к контенту с самых разнообразных устройств, включая радио, телевизор, персональный компьютер и, что, возможно, наиболее важно, с мобильного телефона, который становится основной платформой для доставки контента всех видов. Оцифровка голоса, изображения, звука и данных, обозначаемая термином «конвергенция», создает новые возможности для взаимодействия.

¹⁰⁷ <https://mgiep.unesco.org/reports-and-guides>

РАЗДЕЛЫ

РАЗДЕЛ 1.

ОТ ТРАДИЦИОННЫХ СМИ
К ТЕХНОЛОГИЯМ ЦИФРОВЫХ МЕДИА

РАЗДЕЛ 2.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ МЕДИЙНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ В ОБЩЕСТВЕ –
СОЦИАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

РАЗДЕЛ 3.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ОБУЧЕНИИ
ИНТЕРАКТИВНЫХ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ
ИНСТРУМЕНТОВ, ВКЛЮЧАЯ ОНЛАЙН-
ИГРЫ

РАЗДЕЛ 1. ОТ ТРАДИЦИОННЫХ СМИ К ТЕХНОЛОГИЯМ ЦИФРОВЫХ МЕДИА

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Изменения и преемственность: краткая история медиа
- Что такое «конвергенция медиа»?
- Цифровые медиа как новый тип медиа
- Основные отличия традиционных медиа от новых

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- излагать краткую историю развития медиа и дать объяснения по различным сопряженным с ней вопросам;
- описывать, как новые технологии привели к расхождению и конвергенции традиционных и новых медиа;
- описывать различия традиционных и новых медиа и рассказать, как новые медиа способствуют развитию представительной демократии;
- анализировать использование игр в формальном, неформальном и информальном образовании.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Исследование: учащиеся делятся на группы и получают задание изучить ход эволюции медиа и выделить вопросы, связанные с развитием различных форм медиа.
- Опрос: учащиеся проводят опрос среди двух разных групп — цифровых мигрантов (в возрасте 30 лет и старше) и цифровых аборигенов (до 30 лет). В своем опросе они должны наблюдать и анализировать, как представители этих двух групп используют традиционные и новые медиа и как в их обществе происходит слияние традиционных медиа (газет, радио и телевидения) с новыми (например, мобильными технологиями, играми, онлайн-новостными сайтами с мультимедийным доступом). Опрос должен включать фиксирование того, как женщины, мужчины и молодежь представлены

в играх и других используемых ими медиа. Помогите учащимся подготовить рекомендации для соответствующих заинтересованных сторон.

- Исследование: учащиеся изучают, в какой степени новые медиа в их обществе бросают вызов традиционным новостным СМИ, какие виды медиа представители их общества используют для выражения своего мнения по поводу важных новостных сообщений, кто пользуется различными медиаплатформами, а также какие вопросы/темы они обсуждают. Результаты исследований должны быть представлены для группового обсуждения.
- Ситуационное исследование: метод ситуационного исследования предполагает углубленное изучение отдельного случая или события с использованием реальных инцидентов, чтобы увидеть, как теоретические знания могут быть применены к реальным ситуациям. Этот подход подходит для преподавания МИГ, поскольку учащиеся ежедневно сталкиваются с различными формами сообщений от медиа и других поставщиков контента. Он предлагает систематический способ оценивать события, собирая данные, анализируя контент и представляя результаты, что, в свою очередь, способствует обучению путем открытия.
- Исследование и групповая презентация: учащиеся делятся на группы, чтобы изучить историю развития различных форм медиа, их сходства и различия, а затем выступают с презентацией перед группой.
- Интервью: одной из характеристик традиционных медиа является то, что содержащийся в них контент проходит процесс редакции для проверки подлинности новостных сообщений, источником которых будет считаться средство массовой информации, а не отдельный человек. Подобного не происходит, когда информацию в Сети размещает гражданский журналист. В данной связи проведите интервью с редакторами газет и интернет-журналистами, чтобы обсудить общее и различия в отборе и обработке новостных сообщений.
- Отчет: проведите исследование и подготовьте отчет о том, насколько изменились или остались прежними знания и информация с появлением в вашем обществе новых медиа и новых медиатехнологий.
- Эссе: подготовьте эссе о том, как появление новых медиа повлияло на способы взаимодействия людей и какую пользу это им приносит. Также спросите, как новые медиа влияют на общественную и научную жизнь преподавателей и учащихся, какие проблемы и возможности возникают с точки зрения развития всеобщего доступа к цифровым медиа.
- Найдите важную новость, выясните, как она освещается в различных медиа, и проанализируйте ситуацию. Например, когда в 2020 году мир охватила пандемия COVID-19, ее освещение в различных медиа оказывалось разным с точки зрения глубины, анализа и даже представленных фактов. Просмотрите различные традиционные и новые медиа разных стран и выясните, как они сообщают об истоках и причинах пандемии, превентивных мерах и т. д. Определите, в чем схожи и чем различаются сообщения медиа, относящихся к одному и тому же типу и к разным типам. Объясните причины. Обсуждаются ли гендерные и расовые вопросы в репортажах о коронакризисе?

РАЗДЕЛ 2. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ МЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБЩЕСТВЕ – СОЦИАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Технологии и развитие коммуникаций, а также их влияние на общество
- Доступ людей к новой медиасреде и ее использование, включая новые способы создания контента, взаимодействия с пользователями и работы в Сети
- Новые технологии как средство обеспечения гражданского участия и их влияние на трансформации демократических институтов и процессов

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- анализировать и понимать влияние цифровых коммуникаций на социальную и политическую жизнь общества;
- описывать новые медийные среды и цели деятельности людей, их взаимодействия, присутствия в Интернете, а также способы самопрезентации на цифровых платформах;
- оценивать, каким образом новые технологии поддерживают (и как не поддерживают) демократические институты и процессы в обществе.

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Исследование и групповая презентация: учащиеся проводят небольшое исследование, чтобы собрать информацию об использовании новых технологий для оценки влияния цифровых коммуникационных технологий на развитие общества. В данном случае под новыми технологиями понимаются Интернет, компьютеры и мобильные устройства, а собираемые на них статистические данные обычно касаются доступа (право собственности и использование устройства), использования (частота, количество времени

и цели использования) и навыков (субъективная оценка). Учащиеся должны узнать, как и где можно найти данные международной, национальной и местной статистики использования и развития технологий, сравнить свои выводы и обдумать различия (социально-экономические, поколенческие, региональные, временные). Важно учитывать, кто контролирует сервисы, предлагаемые на этих устройствах.

- Обсуждение в классе: электронное управление включает в себя новые и развивающиеся формы управления, в которых ИКТ отводится решающая роль. Педагог должен провести в классе общее обсуждение того, как правительство стремилось облегчить демократические процессы для граждан, используя возможности новых технологий, и в какой степени это удалось сделать. Электронное управление может относиться к: 1) электронной демократии, что подразумевает стимулирование участия за счет расширения доступа к информации и знаниям, которые служат опорой для принятия решений; 2) электронным услугам, то есть автоматизации таких задач, как заполнение налоговых форм, проверка статуса заявлений и т. д.; 3) электронному администрированию, совершенствованию государственных процедур и внутренней работы государственного сектора за счет новых информационных процессов, осуществляемых с помощью ИКТ. Учащимся предлагается представить, какие типы демократического общения и взаимодействия можно продвигать и поддерживать в Интернете, например, в сфере демократической политической деятельности (выборы, прозрачность государственной и местной политики, политические дебаты), школьного образования, здравоохранения, в службах занятости, в антропогенной среде, градостроительстве и обслуживании городов, а также в промышленности и торговле. Затем можно было бы рассмотреть примеры стран, где реализуются передовые программы электронного управления. Каковы основные препятствия к расширению электронного управления в стране и как их можно преодолеть?
- Групповая работа: новые технологии позволяют обычным гражданам самостоятельно создавать контент и делиться им. Учащиеся должны провести небольшие тематические исследования, чтобы узнать о таких дискуссиях и процессах в своей стране или районе, в которых пользовательский контент позволил затронуть вопросы, не освещавшиеся традиционными медиа или государственными учреждениями. Примерами, получившими международную огласку и последствия, можно считать «Арабскую весну» (в начале 2010-х годов) и движение Me too (начиная с 2017 года), но учащимся следует предложить выявить местные явления и, возможно, процессы, которые влияют на их собственные сообщества. Другие примеры онлайн-активизма включают деятельность местных жителей, участие в защите прав животных и движение бодипозитива. На основе этих исследований педагог проводит дискуссию о модернизационном демократическом потенциале новых технологий. Как разные цифровые платформы способствовали распространению различных сообщений на основе пользовательского контента? Как цифровые технологии обеспечили пользователям возможность высказывать свое мнение и быть

услышанными? Как социальные медиа, в том числе различные функции WeChat, Twitter, VK, Facebook, Instagram и TikTok, могли бы способствовать привлечению внимания к важным демократическим вопросам и продвижению справедливости и равенства? Как учащиеся оценивают силу онлайн-активизма и как она подтверждается выбранными примерами? Как использование этих сервисов позволяет активистам бороться за соблюдение прав человека самими социальными медиа?

- Изучение доступа: доступ к ИКТ или новым технологиям важен для расширения прав и возможностей мужчин, женщин, различных возрастных групп (молодых и пожилых граждан), лиц с ограниченными возможностями здоровья и других маргинализированных групп, таких как национальные меньшинства и коренное население, а также жителей удаленных населенных пунктов. Используйте местные и международные источники для проведения научных исследований по проблемам доступа людей к ИКТ или новым технологиям. Как женщины, лица с ограниченными возможностями здоровья и люди, живущие в отдаленных районах, получают доступ к Интернету? Имеют ли женщины равный доступ с мужчинами? Насколько доступен Интернет для людей с ограниченными возможностями здоровья или жителей отдаленных районов? В каком возрасте жители разных стран начинают пользоваться Интернетом? С какими последствиями? Какие политические решения и социальные различия обуславливают неравенство доступа? Что следует делать, если определенные группы ограничены в доступе к новым технологиям или лишены его? Учащиеся могут рассмотреть ситуацию в какой-то одной стране или провести сравнение между несколькими странами, а также выбрать одну конкретную группу пользователей. Если соответствующие данные о вашей стране или регионе недоступны, попытайтесь выяснить, почему. Какие организации должны быть обеспокоены отсутствием таких данных? Что можно предпринять в этой связи?
- Тематические исследования веб-страниц государственных учреждений: каким образом власти городов, муниципалитетов, регионов и т. д. способствуют деятельности и взаимодействию граждан, т. е. реализуют электронное управление? В качестве примера найдите интернет-страницы столицы страны, крупного города и небольшого города и сравните используемые ими методы электронного правительства. Попробуйте представить, что можно улучшить и какие дополнительные усилия предпринять, чтобы предоставлять более качественные онлайн-услуги жителям и поддерживать их участие в жизни местного сообщества. Другой вариант: возьмите в качестве примера государственное учреждение (школу, больницу, дом престарелых и т. д.) и проанализируйте, как его веб-страница позволяет общаться со сторонними группами людей (заинтересованными сторонами). Создайте таблицу различных функций, обеспечивающих разные виды действий, и оцените практическую эффективность каждого вида действий. Как можно усовершенствовать функции сайта, обеспечивающие участие граждан?

- Составление схемы процессов участия: какие процессы общественного участия существуют в вашей стране? Как граждане могут быть вовлечены в планирование, формирование бюджета, реализацию и совершенствование процессов, имеющих общественное значение? Выберите сферу общественной жизни (например, определенную область политики) и составьте схему, показывающую, как местные жители могут принять участие и внести свой вклад в развитие этой сферы.
- Ощутимые изменения, обусловленные цифровизацией: как новые технологии и корпоративные услуги изменили способ обучения за последние десятилетия? Сравните опыт предыдущих поколений со своим. Например, чем отличается общение 60-летнего человека от повседневного общения ученика в школе? Как изменилось взаимодействие и какие появились цифровые способы коммуникации и сотрудничества между учениками, между учителем и учениками, учителем и родителями, учителем и внешними сотрудниками, учителем, учеником и гражданами? Каковы преимущества и недостатки этих изменений 1) для ученика и его учебы, 2) для педагога и его возможностей проводить обучение?
- SWOT-анализ выбранного канала социальных сетей: выберите популярное и известное мобильное приложение и проведите — индивидуально, в парах или небольших группах — SWOT-анализ различных аспектов его использования: сопоставьте сильные стороны, недостатки, возможности и угрозы этого приложения для человека, использующего его. Вы можете опираться на свой собственный опыт или опыт коллег, о котором вам известно, или провести несколько фоновых интервью с теми, кто часто пользуется этим приложением. В результате попробуйте оценить, как приложение влияет на повседневную жизнь пользователя — в целом положительно или отрицательно? Как бы вы оценили все «за» и «против»?
- Изменения к лучшему в социальных сетях: возьмите интервью у того, кто производит аудиовизуальный контент для социальных медиа, например, для YouTube, Vimeo, TikTok или Instagram. В идеале выберите создателя контента, который четко излагает свою позицию. Опишите стратегию поведения этого человека в социальных медиа и оцените, какой вклад он может внести или уже внес с точки зрения участия в политических процессах. Как этот человек общается и как выполняет свою миссию? Как его контент воспринимают подписчики? Способен ли этот контент изменить то, как люди или организации мыслят или действуют? Каким образом? Какие краткосрочные и долгосрочные последствия он может вызвать?

Оценивание и рекомендации

- Разработка и оценка практико-ориентированного группового проекта
- Контролируемое онлайн-взаимодействие
- Экскурсии и ведение дневника
- Анализ практических ситуаций

Темы для дальнейшего изучения

- Цифровые инновации
- Сохранение документального наследия в интересах развития
- ИКТ в образовании

РАЗДЕЛ 3. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ОБУЧЕНИИ ИНТЕРАКТИВНЫХ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ, ВКЛЮЧАЯ ОНЛАЙН-ИГРЫ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 3 ЧАСА

Основные темы

- Интерактивные мультимедийные инструменты, открытые образовательные ресурсы и типы программных решений для оптимизации образования
- Интерактивные мультимедийные инструменты/цифровые игры для создания среды, ориентированной на потребности учащихся
- Медиаигры как инструмент повышения осведомленности и привлечения интереса к общемировым проблемам
- Образовательные игры в сравнении с играми для развлечения

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- определять ценность интерактивных мультимедийных инструментов, в том числе интерактивных веб-сайтов, презентаций, онлайн-дискуссий, блогов, вики, викикниг, электронных книг, подкастов, видеокастов, водкастов, игр в преподавании и обучении;
- развивать социальные, интеллектуальные и пространственно-временные навыки, используя интерактивные мультимедийные средства, особенно игры;
- применять интерактивные мультимедийные инструменты, особенно цифровые игры, в преподавании и обучении. Использовать как более простые, так и высокотехнологичные интерактивные мультимедийные инструменты/игры для введения понятий из учебных дисциплин (математики, естественных наук, социальных наук и т. д.);

- анализировать различные интерактивные мультимедийные инструменты, разработанные с использованием бесплатного программного обеспечения с открытым исходным кодом или проприетарного программного обеспечения, и оценивать их влияние на преподавание и обучение;
- оценивать влияние и возможности, которые обеспечивают открытые образовательные ресурсы для процессов преподавания и обучения.

Педагогические подходы и виды деятельности

Сегодня абсолютно необходимо создавать решения для цифрового обучения... Для этого очень важно, чтобы все учащиеся владели социальными и эмоциональными навыками в дополнение к навыкам XXI века.

Шри Рамеш Похриял,
министр образования Индии

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Интерактивные мультимедийные инструменты: подумайте о той предметной области, в которой вы работаете. Используя любую поисковую систему, определите и перечислите интерактивные мультимедийные инструменты, включая цифровые игры, которые можно использовать при проведении определенного урока (или уроков) для группы преподавателей и учащихся. Вы должны уметь находить множество таких инструментов. Для обеспечения разнообразия ищите те игры, которые разработаны женщинами или при их участии, или игры, разработанные представителями меньшинств или иных маргинализированных групп. Определите, какие из этих инструментов особенно полезны с точки зрения ваших конкретных нужд. Какие еще критерии вы использовали? Выясните, на какие критерии опираются эксперты при применении интерактивных мультимедийных инструментов в образовании. Сравните эти критерии с собственными. Каковы результаты сравнения? Согласны ли вы с критериями экспертов?
- Можете ли вы выделить в своем списке интерактивных мультимедийных инструментов те, которые способны существенно изменить и облегчить сотрудничество и обсуждение в процессе преподавания/обучения? Почему вы выбрали именно эти инструменты? Как, по вашему мнению, мультимедийные технологии позволят учащимся и преподавателям по-новому взаимодействовать с информацией, изменять контент и создавать собственные знания?

- Онлайн-игры¹⁰⁸: сыграйте в любую бесплатную сетевую игру, симулирующую развитие обществ. Как компьютерная игра может помочь вам творчески подойти к решению глобальных проблем? Каковы результаты обучения в этих играх? Одинаково ли представлены в этих играх женщины и мужчины? Каковы последствия этого? Как вы можете способствовать изменению ситуации? Если доступ к Интернету в образовательном учреждении ограничен или отсутствует, следует помочь преподавателям и учащимся получить доступ к материалам из других общедоступных сетевых источников. Там, где доступ к Интернету строго ограничен, можно попытаться приобрести игры в онлайн-/электронном формате или использовать игры, предустановленные на компьютерах. Следует предложить учащимся:
 - ◇ провести тематические исследования электронных игр по конкретным предметам (например, по какому-либо языку, математике, географии и т. д.) и попробовать использовать одну-две игры в конкретном учебном контексте. Подготовьте отчет о том, как игра использовалась и как она помогла достичь целей урока;
 - ◇ разработать план урока с использованием электронной игры в рамках преподавания и обучения, чтобы повысить осведомленность о глобальных проблемах, таких как голод, конфликты и поддержание мира. Проведите такой урок и напишите краткий отчет о том, как педагоги и учащиеся отреагировали на проблемы, отметив, какие вопросы у них возникли и как игры помогли их решить.
- Открытые образовательные ресурсы (OER): OER — это учебные материалы и инструменты, в том числе полные курсы, модули, материалы курса, учебники, потоковое видео, тесты, программное обеспечение и любые другие материалы (интерактивные или нет) или методы, используемые для обеспечения доступа к знаниям в формате открытого документа. Эти ресурсы выпускаются с открытой лицензией, их можно бесплатно использовать, в том числе повторно, и адаптировать под конкретные потребности определенных групп пользователей (учащихся, инструкторов, методистов и т. д.). Предложите учащимся:
 - ◇ найти несколько веб-сайтов, обеспечивающих доступ к открытым образовательным ресурсам, и определить требования/критерии для образовательных ресурсов, которые будут использоваться в качестве OER;
 - ◇ проанализировать, как OER создаются, используются, распространяются и адаптируются к конкретным средам и потребностям преподавания и обучения;

¹⁰⁸ https://en.wikipedia.org/wiki/Food_Force_2, <https://papersplea.se>, <http://paxwarrior.com/home>

- ◇ проанализировать, как можно превратить цифровые игры в ООР, и понять, что необходимо сделать, чтобы соответствовать требованиям к ООР, включая законы об авторском праве.
- Поиск материалов в библиотеке и обсуждение в классе: учащиеся должны выявить, проанализировать и критически оценить различные приемы, используемые в электронных играх, которые им знакомы. Сравните электронные игры с традиционными играми или играми, характерными для определенной культуры, с точки зрения их образовательной ценности и ограничений. Учащиеся должны представить свои выводы в виде презентаций или диаграмм.
- Обсуждение в классе: составьте план урока и перечень обучающих заданий с применением простых интерактивных мультимедийных инструментов или цифровых игр в процессе преподавания и обучения. Учащиеся должны изучить плюсы и минусы интеграции цифровых игр в практику обучения. Одна группа должна рассказать о преимуществах, а другая — о проблемах и недостатках использования цифровых игр в преподавании и обучении¹⁰⁹.
- Более глубокое погружение в тему: ознакомьтесь с ООР-платформой ЮНЕСКО ICT-Competency Framework for Teachers: <https://www.oercommons.org/hubs/unesco>. Помогите преподавателям сориентироваться на платформе и узнать, как можно научиться интегрировать ИКТ в учебное пространство. Проведите обсуждения в группах. Проходят ли преподаватели такие виды подготовки? Проходят ли преподаватели подготовку в области МИГ? Попросите их выяснить, какие шаги предпринимаются в их стране или сообществе для повышения компетентности преподавателей в области ИКТ, а также для интеграции обучения МИГ.

Обязательно подчеркните разницу между компетенциями МИГ и техническими компетенциями в области ИКТ, а также их взаимодополняемость. Побуждайте преподавателей и учащихся всегда воспринимать МИГ как критическое мышление и рассказывайте о том, как следует применять компетенции МИГ и как они могут содействовать использованию ИКТ в учебном пространстве.

Оценивание и рекомендации

- Составление планов уроков по вышеуказанным темам и проведение этих уроков под руководством преподавателя. Документально подтвердите и выскажите замечания и предложения
- Написание эссе
- Можно адаптировать другие виды заданий и педагогические подходы для целей оценки

¹⁰⁹ Более подробно см. гл. 3: http://games.eun.org/2009/09/teachers_handbook_on_how_to_us.html.

Ресурсы и ссылки

Chun, Wendy Hui Kyong (2015). New Media, Old Media: A History and Theory Reader, 2nd edition (co-edited with Anna Watkins Fisher and Thomas Keenan, Routledge)

Hjorth, L. (2011). Games and Gaming: An Introduction to New Media. Oxford: Berg.

Lenhart, A. (2009). It's Personal: Similarities and Differences in Online Social Network Use between Teens and Adults. Teens, Social Networking, Generations presentation at the International Communications Association Annual Meeting (May 2009). <https://www.slideshare.net/PewInternet/its-personal-similarities-and-differences-in-online-social-network-use-between-teens-and-adults>

Madden, M. (2009). Eating, Thinking and Staying Active with New Media. Health, Education, Teens, Families, Web 2.0 presentation at the National Institute of Child Health and Human Development (June 2009). <https://pt.slideshare.net/PewInternet/eating-thinking-and-staying-active-with-new-media?type=presentation>

Strasburger, V. V. & Donnerstein, E. (2013). The New Media of Violent Video Games: Yet Same Old Media Problems? Clinical paediatrics, 2013 53:8, 721-725. <https://doi.org/10.1177/0009922813500340>

UNESCO's Mahatma Gandhi Institute of Education for Peace and Sustainable Development (n.d.). The Draft Industry Guidelines for Digital Learning. <https://mgiep.unesco.org/reports-and-guides>

UNESCO's Mahatma Gandhi Institute of Education for Peace and Sustainable Development (n.d.). A Global Review of Digital Education Media and Resources. <https://mgiep.unesco.org/reports-and-guides>

Digital Media: New Learners of the 21st Century (фильм 2011 г.) https://www.imdb.com/title/tt2056555/?ref_=nv_sr_srg_0

Games for learning: <https://mgiep.unesco.org/games-for-learning>

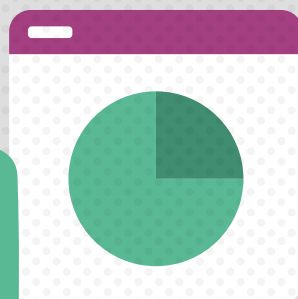
Youth Protection Toolkit, <https://www.yprt.eu/yprt/content/sections/index.cfm/secid.11/secid2.86>

REC



МОДУЛЬ 13

МЕДИА,
ТЕХНОЛОГИИ
И ЦЕЛИ
УСТОЙЧИВОГО
РАЗВИТИЯ:
КОНТЕКСТ МИГ



Медийно и информационно грамотные граждане могут искать информацию, получать доступ к ней и критически ее оценивать. Таким образом, они имеют возможность использовать потенциал информации для межкультурного диалога и устойчивого развития, а также реагировать на самые насущные вызовы нашего времени.

Заместитель Генерального директора ЮНЕСКО
Син Цюй (2019 г.)

КОНТЕКСТ И ОБОСНОВАНИЕ

Цели в области устойчивого развития (ЦУР) представляют собой «план достижения более устойчивого будущего для всех»¹¹⁰ и затрагивают возможности и вызовы, с которыми сталкиваются люди во всем мире. Продвигаемые ЮНЕСКО международные стандарты разработки и внедрения учебных программ по МИГ, так или иначе связаны с ЦУР и обеспечением глобального образования граждан¹¹¹. Этот модуль дополняет другие модули и доказывает, что МИГ служит инструментом открытого и устойчивого развития. МИГ имеет отношение ко всем 17 Целям устойчивого развития. В частности, она соотносится со следующими

¹¹⁰ United Nations (2020). About the Sustainable Development Goals: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>.

¹¹¹ Singh, J., Grizzle, A., Joan, S., and Culver, S. (Eds.) (2015). Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals. International Clearinghouse on Children, Youth and Media, NORDICOM, University of Gothenburg, Sweden.

ЦУР: качественное образование (ЦУР 4); гендерное равенство (ЦУР 5); достойная работа и экономический рост (ЦУР 8); уменьшение неравенства (10); устойчивые города и населенные пункты (ЦУР 11); мир, правосудие и эффективные институты (ЦУР 16); партнерство в интересах устойчивого развития (ЦУР 17).

Приведем три примера. Если рассматривать ЦУР 4 (Качественное образование для всех), МИГ содействует ее достижению, предоставляя молодежи и взрослым критически важную информацию, навыки работы с медиа и цифровыми технологиями, которые обеспечивают качественное образование, глобальную гражданственность и укрепление мира. Второй пример — ЦУР 5, в которой на первый план выходят гендерное равенство и расширение прав и возможностей женщин. МИГ помогает женщинам и мужчинам всех возрастов расширить свои возможности по выявлению и противодействию гендерным стереотипам, ненависти и расовой дискриминации во всех типах медиа и цифровых платформ, а также представлению альтернативного видения с помощью пользовательского контента. Наконец, МИГ соотносится с ЦУР 16, ориентированной на обеспечение общественного доступа к информации и основным свободам путем повышения критической осведомленности граждан о доступе к информации; развития их коммуникативных способностей и цифровой автономности, расширяя основные свободы и позволяя осознанно взаимодействовать с информацией, тем самым делая города инклюзивными, безопасными и устойчивыми.

МИГ способствует осведомленности и пониманию, развивая навыки критического мышления и помогая вычленять глубинный смысл сообщений и информации по вопросам развития, предоставляемых различными поставщиками контента. МИГ также позволяет лучше понять, какими социальными факторами обусловлена значимость доступа к информации и использования технологий для достижения ЦУР. Информированность граждан является залогом их более активного участия в достижении Целей устойчивого развития, а МИГ — это жизненно важный навык, который помогает ориентироваться в информационной, медийной и цифровой среде. С учетом актуальности МИГ для достижения Целей устойчивого развития государства — члены ЮНЕСКО, а также двусторонние и многосторонние организации все чаще относят ее к числу приоритетов государственной политики и включают ее в свои программы.

Медийно и информационно грамотные граждане — важное условие реализации ЦУР. Не менее значимы структура и организация самих медиа и компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, которые определяют их уровень свободы, независимости и плюрализма (более подробно эти понятия раскрываются в Модулях 1 и 2, а определения

приводятся в Глоссарии). Вопрос о собственности и контроле над цифровыми коммуникациями и медиа имеет решающее значение, поскольку влияет на контент и связанные с ним процессы. Журналисты и другие специалисты в области информации поддерживают устойчивое развитие и демократию, реализуя свое право на свободу слова и свободу прессы, хотя, по мнению некоторых критиков, на эту свободу и независимость оказывают определенное влияние финансовые или политические интересы владельцев, работодателей или рекламодателей (в одних случаях неочевидные, а в других — более явные). Такой контроль, в том числе его модель и структура, обусловлен в основном преобладающими социальными, экономическими, экологическими, политическими (и геополитическими) реалиями и возможностью концентрации собственности. Поэтому важны как редакционная независимость, так и плюрализм медиа, цифровых платформ и информационных репозиторий на местном и международном уровнях. Из-за растущей глобальной связанности информационные потоки теперь могут идти по линии «Юг — Север», «Север — Юг» и «Юг — Юг». Некоторые влиятельные региональные медиакомпании и компании, занимающиеся цифровыми коммуникациями, все сильнее меняют конфигурацию международных технологических и медиасистем.

В большинстве стран мира некоторые медиаорганизации и компании, занимающиеся цифровыми коммуникациями, являются частными коммерческими структурами, другие — частными, но некоммерческими, например, управляются неправительственными организациями, а некоторые принадлежат государству и контролируются им. В сфере вещания альтернативой как коммерческим, так и государственным СМИ является модель общественного вещания. В качестве позитивной тенденции можно отметить растущую популярность общинных медиа, которые вовлекают местных жителей в разработку контента и дают право голоса маргинализированным социальным группам. Такое разнообразие типов медиа и предлагаемого ими контента обеспечивает большой потенциал для устойчивого развития. Альтернативные медиа позволяют высказывать свое мнение маргинализированным группам, в том числе представителям разных рас, женщинам и мужчинам всех возрастов. Общинные медиа могут создаваться в школах, сообществах, на рабочих местах и т. д. и служить альтернативой более крупным СМИ. Эти медиаканалы способствуют реализации права на информацию и предлагают сообществам платформу, на которой их голоса могут быть высказаны и услышаны.

Данный модуль частично основан на материалах ежегодного издания Университетской сети по МИГ и межкультурному диалогу (MILID) за 2015 г. «Yearbook 2015, Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals»¹¹².

¹¹² https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook_20151.pdf

РАЗДЕЛЫ

РАЗДЕЛ 1.

РОЛЬ МИГ В ДОСТИЖЕНИИ ЦЕЛЕЙ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

РАЗДЕЛ 2.

МЕДИА И КОМПАНИИ,
ЗАНИМАЮЩИЕСЯ ЦИФРОВОЙ
КОММУНИКАЦИЕЙ: СОЦИАЛЬНЫЕ,
КУЛЬТУРНЫЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ
АСПЕКТЫ

РАЗДЕЛ 3.

КТО ВЛАДЕЕТ МЕДИА И КАК
ИНФОРМАЦИЯ ПРЕВРАЩАЕТСЯ
В ТОВАР

РАЗДЕЛ 4.

ПРОДВИЖЕНИЕ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ
МЕДИА С ПОМОЩЬЮ ЦИФРОВЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ

РАЗДЕЛ 5.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ МЕДИЙНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ В ОБЩЕСТВЕ –
СОЦИАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

РАЗДЕЛ 1. РОЛЬ МИГ В ДОСТИЖЕНИИ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Подготовка и обучение в области МИГ в интересах устойчивого развития
- Образование в интересах устойчивого развития
- Модель МИГ «Три У» («Узнавай, участвуй и укрепляй возможности») в образовательных программах
- Использование данных и библиотек в интересах развития
- Глобальное партнерство в поддержку МИГ для всех: Альянс МИГ ЮНЕСКО
- Инициатива «МИГ-города»
- МИГ, языковое разнообразие и межкультурный диалог
- МИГ для гендерного равенства и лиц с ограниченными возможностями здоровья
- МИГ для развития обществ знания: окружающая среда, изменение климата, здравоохранение и сельское хозяйство

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- понимать, как связаны МИГ и ЦУР;
- описывать возможности применения МИГ для решения различных вопросов развития;
- понимать и описывать значимость данных и библиотек;
- мотивировать и вовлекать в Альянс МИГ ЮНЕСКО, поддерживая творческое обучение в городских пространствах и в жизни с помощью инициативы «МИГ-города».

Три «У» медийной и информационной грамотности

Х. Алагаран (Alagaran II, 2015) предлагает использовать при обучении и изучении МИГ модель «Узнавай, участвуй и укрепляй возможности» («Три У»):

1. Узнавать — значит умело идентифицировать информацию, медиа и цифровой контент, получать доступ к ним и извлекать их.

2. Участвовать — значит критически анализировать и оценивать медиа, информацию и цифровые коммуникации.
3. Укреплять возможности — значит создавать или производить, распространять или передавать, а также использовать информацию и медиаконтент этично, безопасно и ответственно для принятия решений и мер в поддержку развития.

Модель МИГ «Три У» согласуется с предложенной ЮНЕСКО рамочной программой «Образование в интересах устойчивого развития» (ОУР). ОУР — это форма обучения на протяжении всей жизни, которая позволяет учащимся предпринимать осознанные действия в отношении окружающей среды и уважать разнообразие культур в интересах социальных преобразований. Основным результатом обучения в рамках ОУР ЮНЕСКО считает интенсификацию обучения и продвижение основных компетенций, таких как навыки критического и системного мышления, совместного принятия решений, а также принятия на себя ответственности за нынешнее и будущие поколения. Более подробную информацию об ОУР предлагает ресурс #ESDfor2030: <https://en.unesco.org/themes/education-sustainable-development/toolbox>

Педагогические подходы и виды деятельности

Как обсуждалось ранее в этой Учебной программе (Часть 1), возможны различные педагогические подходы. Просмотрите список в Части 1 и решите, какой подход применить к тем заданиям, которые перечислены ниже, и тем, которые вы сами можете предложить.

- Педагоги должны помочь учащимся применять модель «Три У» в работе с ресурсом #ESDfor2030. Каковы пять приоритетных направлений деятельности ОУР? В каких шести областях в настоящее время реализуется стратегия ОУР? Где учащиеся могут найти и получить информацию о том, реализуются ли какие-либо из этих приоритетных направлений деятельности в их сообществе или стране? Разделите учащихся на группы, предложите им выбрать одно-два направления действий и критически оценить информацию, которую они нашли, используя компетенции МИГ. Какие действия могут предпринять учащиеся?
- Приоритетная область действий 4 Рамочной программы ОУР — Расширение прав и возможностей и мобилизация молодежи. Если учащиеся являются представителями молодежи или педагогами, работающими с молодежью, помогите им изучить и проанализировать полноту контента в планировщике проектов ЮНЕСКО «Основные рекомендации для действий молодежи» (<https://ru.unesco.org/youth/toptips>), призванном помочь перейти от идеи к практическому плану проекта. Что бы учащиеся изменили в этом планировщике? Явно ли выделены в плане девочки, их точка зрения и возможное участие? Как бы учащиеся сформулировали новые идеи, которые можно включить в адаптированный планировщик проекта, чтобы обеспечить прямую отсылку к девочкам и мальчикам или девушкам и юношам? Как

педагоги или учащиеся могут интегрировать МИГ в планировщик проекта? Предложите группам учащихся разработать планы небольших, средних и крупномасштабных практических проектов по соответствующим областям ОУР. Убедитесь, что каждый план предполагает деятельность, сопряженную с МИГ. Проконсультируйтесь с соответствующими органами власти и постарайтесь найти финансовые ресурсы там, где это необходимо, для крупномасштабных проектов. Видят ли педагоги или учащиеся, как в этом процессе работает модель «Три У»?

- Разделите учащихся на группы и помогите разобраться в выбранных местных или международных медиа, новостных сетях или цифровых онлайн-коммуникациях. Найдите новостные или документальные фильмы, анимированный контент для детей и молодежи или любые другие формы официальных сообщений или медиаконтента, связанных с вопросами ОУР. Проанализируйте подлинность контента. Задайте вопросы, связанные с МИГ: кто создал контент? С какой целью? Какие идеи он передает? Какие доказательства приводятся в подтверждение? Какая информация учтена? Что могло быть упущено? Кто от этого выиграет? На ком эта информация может сказаться негативно? Стимулируйте учащихся делиться проверенным контентом со своим окружением в виртуальной и реальной среде.
- Изучите существующие в мире приложения и программы мобильного обучения. Одним из примеров является инициатива ЮНЕСКО YouthMobile (<https://en.unesco.org/youthmobile>). Помогите учащимся сформулировать идеи и наметить планы разработки приложений, которые можно использовать на мобильных устройствах для продвижения ОУР и МИГ. Сначала проведите исследование, чтобы ознакомиться с уже существующими вариантами.
- Данные служат основой для мониторинга ЦУР. Организуйте сеанс чтения в библиотеке или учебном заведении. Прочитайте и обсудите две главы ежегодника *MILID Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals*, https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook_20151.pdf.
 1. Data Literacy: An Emerging Responsibility for Libraries (Tibor Koltay).
 2. Measuring Media and Information Literacy: Implications for the Sustainable Development Goals (Alton Grizzle).
- Проанализируйте содержимое этих двух глав. Задавайте критические вопросы. Просмотрите ссылки в этих главах и найдите другие доказательства в поддержку приведенных аргументов. Согласны ли учащиеся с содержащимися в этих главах утверждениями? Почему? Какие действия могут предпринять учащиеся? См. соответствующие задания по индикаторам ЦУР в Модуле 7.

В задачи Международной федерации библиотечных ассоциаций и учреждений (ИФЛА) входят продвижение и поддержка библиотечных и информационных услуг и людей, которые пользуются этими услугами. Более подробная

информация об ИФЛА представлена на <https://www.ifla.org/about>. Перед принятием ЦУР в 2015 году государства — члены ООН консультировались с ИФЛА и многими другими заинтересованными сторонами.

- Ознакомьтесь с документом ИФЛА Libraries, Development and the United Nations 2030 Agenda <https://www.ifla.org/wp-content/uploads/2019/05/assets/hq/topics/libraries-development/documents/libraries-un-2030-agenda-toolkit-2021.pdf>. Как может идти дальнейшее развитие библиотек? Помогите учащимся выяснить, предпринимают ли их местные, общественные или школьные библиотеки действия, описанные в этой программе. Какие действия могут предпринять учащиеся? Как они могут пропагандировать Международную программу ИФЛА по защите интересов библиотек или участвовать в ней? Как рамочная программа ИФЛА для ЦУР связана с Рекомендациями ИФЛА по медийной и информационной грамотности (<https://clck.ru/b33G9>)?
- Организуйте сеанс чтения в библиотеке или учебном заведении. Прочитайте и обсудите раздел «MIL for gender equality and persons with disabilities» ежегодника Сетикафедр ЮНЕСКО по медийной и информационной грамотности и межкультурному диалогу (UNESCO/UNAOC-MILID Network) «Media and Information Literacy for the Sustainable Development Goals» на https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2015/07/milid_yearbook_20151.pdf. Помогите учащимся критически проанализировать аргументы и доказательства, представленные по этим темам. Какие действия могут предпринять учащиеся? Предложите им изучить различные связанные с ЦУР программы и проекты для женщин и девочек, мальчиков, а также лиц с ограниченными возможностями. Приурочьте эти обсуждения к Международному дню инвалидов (3 декабря)¹¹³ и Международному женскому дню (8 марта).
- Выполните аналогичное задание, используя раздел «MIL to advance knowledge societies: Environment, Climate Change, Health, and Agriculture» ежегодника MILID. ЦУР 17 направлена на активизацию глобального сотрудничества в интересах устойчивого развития. Показатели ЦУР связаны с финансами, технологиями, наращиванием потенциала, торговлей, системными вопросами, в том числе многосторонним партнерством, данными, мониторингом и подотчетностью. Как уже указывалось ранее в данном модуле и в других модулях учебной программы, МИГ может быть полезна в этом отношении. ЮНЕСКО и ее партнеры создали Альянс МИГ ЮНЕСКО (ранее известный как Глобальный альянс в поддержку партнерства в области МИГ), <https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/gapmil>. ЦУР 11 направлена на то, чтобы сделать города и населенные пункты открытыми, безопасными и устойчивыми. В этой связи ЮНЕСКО и ее партнеры запустили инициативу «МИГ-города» (<https://en.unesco.org/milcities>), в которой основное внимание уделяется гражданам. Ее главная цель — ориентировать города на использование инноваций и творческих методов для расширения возможностей для большего числа граждан за счет обучения МИГ в рамках городских пространств и городской

¹¹³ <https://www.un.org/ru/observances/day-of-persons-with-disabilities>

жизни, а также на налаживание взаимодействия с другими городами мира. Термин «города» здесь используется в качестве общего обозначения различных общественных пространств.

- Предложите учащимся изучить показатели ЦУР 11 и ЦУР 17. Могут ли они определить, как МИГ связана с этими показателями и способна помочь их достижению? Найдите информацию об Альянсе МИГ ЮНЕСКО и Рамочной программе «МИГ-города». Скачайте и изучите соответствующие документы.
- Подумайте об организациях, которые обычно не находятся в авангарде продвижения МИГ (муниципалитеты, избирательные комиссии и связанные с ними сети, транспортные системы, советы по кинематографии, регуляторы СМИ, индустрия развлечений, здравоохранение и другие социальные сферы, художественные школы и прочие организации сферы искусства, городские музеи, городские творческие ассоциации, организации, обеспечивающие рациональное использование окружающей среды и переработку отходов, профессиональные ассоциации, научно-исследовательские институты, НПО, местные сообщества и другие социальные центры и т. д.). Помогите учащимся представить и обсудить свои соображения относительно того, как эти городские структуры могут пропагандировать МИГ. Учащиеся должны использовать свои идеи для подготовки плакатов или инфографики, которые можно продвигать в реальной и виртуальной среде. Могут ли учащиеся побуждать свои города или связанные с ними структуры, упомянутые выше, принимать участие в инициативе «МИГ-города»? Как учащиеся могут участвовать в деятельности Альянса МИГ ЮНЕСКО, чтобы поддерживать идею взаимосвязанности МИГ и ЦУР? Могут ли они создавать и продвигать собственные сети МИГ в своих странах и клубы для обсуждения вопросов МИГ и ЦУР в учебных пространствах и сообществах (либо присоединяться к уже существующим местным или национальным сетям и клубам)? Поощряйте учащихся становиться участниками Альянса МИГ ЮНЕСКО индивидуально или в качестве представителей учреждений.

Оценивание и рекомендации

- Исследовательские проекты на основе указанных выше заданий
- Запись идей, возникающих при выполнении заданий по контекстуальному анализу

Темы для дальнейшего изучения

- Пропаганда национальной политики в сфере МИГ в связи с ЦУР
- Национальная оценка уровня МИГ
- МИГ для участия религиозных лидеров в достижении ЦУР и налаживания диалога в цифровую эпоху
- ИКТ и ЦУР

РАЗДЕЛ 2. МЕДИА И КОМПАНИИ, ЗАНИМАЮЩИЕСЯ ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИЕЙ: СОЦИАЛЬНЫЕ, КУЛЬТУРНЫЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Медиаорганизации, компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, и социальная структура страны
- Медиаорганизации, компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, и культура страны
- Медиаорганизации, компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, и политическая ситуация

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- понимать, какая взаимосвязь существует между медиаорганизациями и компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией, и социальной структурой;
- понимать, какая взаимосвязь существует между медиаорганизациями и компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией, и культурной ситуацией в обществе;
- понимать, как политическая обстановка и общество могут влиять на функции медиаорганизаций и компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, и наоборот.

Педагогические подходы и виды деятельности

Медиа и компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, функционируют не в социальном вакууме. На самом деле они работают в обществе, в котором существует множество различных социальных организаций. Без сомнения, есть прочная взаимосвязь между организациями, предоставляющими контент, и другими организациями — политическими, социальными, культурными и экономическими. Поставщики контента влияют на деятельность этих организаций и сами испытывают на себе их влияние. Степень этого взаимного влияния в разных странах варьируется. Например, политический режим влияет

на положение медиаорганизаций в конкретном обществе, а также на степень независимости медиа.

Кроме того, деятельность медиаорганизаций и компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, зависит и от экономической системы страны. Например, в обществах, где доминирует частный бизнес, медиаорганизации будут финансироваться в основном за счет рекламы и других источников доходов, в системах с более высоким уровнем государственного регулирования медиа могут получать поддержку со стороны властей, а в некоторых случаях будут выражать точку зрения правительства. То же самое относится и к культурной ситуации в стране. Культура и традиции общества влияют на работу медиаорганизаций и компаний, занимающихся цифровой коммуникацией.

Данный раздел предполагает прежде всего интерактивную работу учащихся. Они должны привести примеры из жизни своего общества в соответствии со следующими вопросами (более подробную информацию и соответствующие задания можно найти в Модулях 1, 2, 12 и др.):

- Каково положение медиаорганизаций и компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, в их обществах? Свободны ли они (в большей или меньшей степени) от регулирования? Могут ли граждане говорить обо всем, о чем хотят, вне зависимости от традиций и культуры своего общества? Могут ли журналисты в своей работе опираться на профессиональные стандарты обеспечения достоверности при предоставлении информации и учитывать в публикациях общественные интересы?
- Существуют кодексы этики, которые медиа и цифровые компании признают. Соответствует ли их деятельность положениям этих кодексов?
- Как может повлиять на деятельность специалистов медиаорганизаций экономическая ситуация? Какую финансовую поддержку получают медиаорганизации и компании, занимающиеся цифровой коммуникацией? Каковы их основные источники финансирования — реклама и/или другие источники?
- Также важно прояснить, кто обладает правом собственности в отношении медиаорганизаций и компаний, занимающихся цифровой коммуникацией. Кому они принадлежат, и какое это имеет значение?
- В разделе 3 об этом рассказывается более подробно.

РАЗДЕЛ 3. КТО ВЛАДЕЕТ МЕДИА И КАК ИНФОРМАЦИЯ ПРЕВРАЩАЕТСЯ В ТОВАР

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Мировая экономика, электронная коммерция
- Право владения компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией, и медиа
- Модели коммуникации, право владения медиа и контроль над ними
- Частные (коммерческие) медиа, государственные или контролируемые государством медиа, а также общественные медиаорганизации, например, системы общественного вещания
- Общинные медиа и цифровые проекты
- Конвергенция технологий (средства массовой информации, компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, телекоммуникации и компьютеры) и появление конгломератов медиа и компаний цифровой коммуникации
- Транснационализация (глобальные медиакорпорации и корпорации, занимающиеся цифровой коммуникацией)
- Международное и национальное регламентирование права владения медиа и антимонопольное законодательство
- Право владения медиа и компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией, разработка контента и программирование
- Иностранный и местный контент
- Информация как социальный (общественный) продукт и как платный товар
- Рейтинги и тиражи в качестве показателей медиапродуктов и услуг
- Потребительская культура (потребности аудитории и ее желания и чаяния)
- Стратегии и подходы к превращению информации в товар
- Права интеллектуальной собственности и общедоступная информация (см. Модуль 3)
- Авторские права и другие права собственности на информацию (см. Модуль 3)
- Информация, являющаяся общественным достоянием
- Бесплатное программное обеспечение с открытым исходным кодом (и Creative Commons)

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- описывать различные модели владения и медиа и контроля над ними;
- оценивать, как владение медиа и контроль над ними влияют на политику, процессы, контент и передачу информации;
- демонстрировать, как конвергенция медиа способствует появлению новых подходов к (редакционному) развитию контента (например, аутсорсинг, вывод деятельности за рубеж и удаленная работа);
- понимать, как существующие международные конвенции и национальное законодательство/политика формируют или регулируют структуру владения медиа;
- давать определение коммодитизации информации;
- распознавать различные стратегии и подходы к превращению информации в товар;
- различать права собственности на информацию и информацию, являющуюся общественным достоянием, и ценить использование информации, являющейся общественным достоянием, для содействия всеобщему доступу к информации и служения общему благу.

Предыстория и основные вопросы

Легкое регулирование способствовало росту глобальных медиакомпаний и компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, которые называют транснациональными медиа или цифровыми конгломератами. Их власть и влияние с легкостью преодолевают географические, экономические и политические барьеры.

К таким компаниям относятся те, которые работают на региональном уровне. Конвергенция вопреки положениям антимонопольного законодательства также способствовала слияниям и поглощениям СМИ на национальном и глобальном уровнях. Многие средства массовой информации заключают союзы с компаниями, занимающимися телекоммуникациями, веб-приложениями и развлечениями (кино и видеоигры) и т. д. Новые компании, созданные этими коалициями, стали более могущественными, поскольку транслируемые ими сообщения, изображения и мнения теперь могут передаваться по всему миру и достигать даже самых отдаленных поселений за счет различных платформ — печатных, широковещательных и цифровых.

Появление глобальных медиа и цифровых коммуникаций одновременно обеспечивает новые возможности и создает определенные проблемы. Некоторые специалисты по коммуникациям предупреждают об угрозах культурной однородности, но те же медиаинструменты открывают возможности для культурного разнообразия и плюрализма (т. е. теперь легче производить,

распространять местный медиаконтент и обмениваться им). Глобальные медиа также способны устанавливать более высокие профессиональные стандарты и обладают ресурсами для этого. Следовательно, многие местные медиа вынуждены наращивать конкурентоспособность за счет повышения качества своих программ. Более того, глобальные медиа могут эффективно освещать проблемы развития, имеющие общемировое значение, такие как изменение климата, пандемии или угрозы биоразнообразию. Также признано, что именно независимые глобальные медиа доносят до мировой аудитории многие истории, которые на местном и национальном уровне не получают освещения из-за политико-экономических ограничений. У глобальных цифровых компаний есть финансовые ресурсы для оплаты модерации контента и сетевой безопасности, несмотря на проблемы массового масштаба (которые, в свою очередь, зависят от размеров и экономически выгодного расширения самих компаний).

Меняется и влияние индустрии медиа и цифровой коммуникации на политическую обстановку. Благодаря новым медиатехнологиям теперь существует более широкий двусторонний поток информации внутри стран и за их пределами, а также более широкие платформы для публичного дискурса. Все это способствует развитию толерантности и понимания, а также позволяет осуществлять работу на международном уровне. Главный вопрос заключается в следующем: как медиа и цифровая коммуникация могут обеспечивать более широкий спектр возможностей, свобод и выбора? Преобладающие сегодня коммерческие медиа и цифровые системы заслуживают особого внимания, поскольку основным источником дохода для них остается реклама. Как медиаорганизации могут сохранить свою независимость и доверие общественности, оставаясь при этом жизнеспособными (прибыльными) и устойчивыми (с точки зрения функционирования)? Чрезмерный акцент на любом из этих факторов может привести к определенным последствиям, которые следует учитывать.

Монопольное владение медиа, как и государственный контроль, может представлять серьезную угрозу разнообразию и плюрализму СМИ и, следовательно, свободе выражения мнений. Регулирование конкурентной среды, профессионализм и независимость журналистов являются важными инструментами ограничения монополий. Разнообразие форм собственности (государственная, частная и некоммерческая) и наличие различных видов медиа (печать, радио, телевидение, Интернет и т. д.) позволяют сохранить разнообразие выражаемых мнений. Те же принципы применимы к компаниям, занимающимся цифровой коммуникацией, от которых зависят средства массовой информации и которые могут мешать работе небольших конкурирующих компаний.

Для обсуждения: максимально широкое распространение информации из разнообразных и плюралистических источников имеет важное значение для демократии и принятия решений в сфере развития. И если газеты и вещательные компании, принадлежащие разным владельцам, обычно критикуют контент друг друга, то в случае, когда различные медиа оказываются под контролем одного владельца, взаимная критика может смениться саморекламой.

Тематические исследования

- Используйте опубликованные истории о том, как политические и экономические интересы владельцев СМИ повлияли на освещение в новостях конкретных вопросов. (Обратитесь к разделам 2 и 3 Модуля 2 для получения дополнительной информации о ценности новостей и процессе их создания.) Учащиеся могут определить факторы, от которых зависит степень влияния или контроля
- Изучите, как выполнение цифровыми компаниями функций кураторства повлияло на представленность в новостях и экономическую жизнеспособность

Контекстуальный анализ

- Выявите национальную проблему, широко освещаемую различными крупными телевизионными станциями (частными, государственными и общественными), сравните и сопоставьте, под каким углом (с какой точки зрения) преподносится информация и как (излагаются факты или идет манипулирование) (дополнительная информация о ценности новостей и процессах их создания представлена в разделах 2 и 3 Модуля 2).
- Изучите редакционную политику школьных изданий в различных условиях (конфессиональные и неконфессиональные, частные и государственные, государственные и местные школы) и узнайте, как право владения влияет на управление публикациями, редакционное содержание и т. д.
- Оцените освещение определенной темы и событий конкретного дня в двух разных средствах массовой информации, по возможности из разных регионов мира. Сравните и сопоставьте ракурс и трактовку новостных сообщений.
- Выясните, какие меры позволяют заставить цифровые компании платить медиакомпаниям за контент (как это было сделано в Австралии в 2021 г.)
- В течение как минимум двух-трех дней просматривайте вопросы, освещаемые в деловом разделе крупной газеты или новостного канала. Ежедневно подсчитывайте соотношение числа статей о частных корпорациях и общего количества статей в разделе. Кроме того, статьи можно разделить на «благоприятные», «неблагоприятные» или «нейтральные» по отношению к корпорациям.
- Сравните это с тем, как работает новостная лента на платформах социальных сетей, таких как Facebook и Sina Weibo.

Метод предметного опроса/исследования

- Педагоги беседуют не менее чем с десятью учащимися начальной школы и спрашивают их, почему они предпочитают конкретную марку определенного продукта. Учащиеся сопоставляют ответы детей и сравнивают лучшие ответы с рекламой предпочитаемых продуктов.

Научная статья по правам интеллектуальной собственности

- Преподаватели изучают различные аспекты прав интеллектуальной собственности и их последствия для всеобщего доступа к информации. В статье могут рассматриваться история развития прав интеллектуальной собственности, их преимущества и недостатки, конкретные проблемы, возникающих в связи с этими правами, протесты развивающихся стран против прав интеллектуальной собственности и т. д. Ознакомьтесь с материалами дискуссий о «налоге на ссылки» в Европейском Союзе как средстве компенсировать издателям затраты на создание контента, ссылки на который дают поисковые системы и операторы социальных медиа.

Размышление

- Педагоги получают максимально свежие проверенные данные о тиражах газет или рейтинги национальных телеканалов. Затем учащиеся размышляют над стилем формирования редакционных материалов газеты с максимальным тиражом или телеканала с самым высоким рейтингом и пишут эссе о том, что они узнали при выполнении этого задания.
- Изучите рекламные заявления цифровых компаний о численности и качественном уровне аудитории, которую они могут охватить.

Исследовательский проект

- Проведите исследование зарегистрированных владельцев крупных медиаорганизаций (по данным соответствующих государственных органов) и выясните, есть ли у них другие коммерческие и политические интересы. Результаты можно представить в виде диаграммы.
- Выясните, кто владеет и руководит такими компаниями, как Facebook и Taringa!, а кто — Википедией.

Оценивание и рекомендации

- Научная статья о праве владения и руководства медиа и праве владения и руководства интернет-компаниями
- Участие в анализе результатов тематических исследований

Идеи для письменной работы на основе заданий по контекстуальному анализу

- Анализ упражнений и исследований
- Тематические исследования/научная статья
- Участие в обсуждениях в классе и других групповых учебных заданиях
- Информационное общество/общество знания

- Разрыв в доступе к цифровым технологиям/знаниям
- Вопросы всеобщего доступа к информации: право интеллектуальной собственности и информация, являющаяся общественным достоянием.

Темы для дальнейшего изучения

- Появление творческих индустрий, связанных с медиа
- Разработка игр (программное обеспечение для интерактивных развлечений)
- Электронные публикации
- Кино-, видео- и фотосъемка
- Программное обеспечение и компьютерные услуги
- Другие

РАЗДЕЛ 4. ПРОДВИЖЕНИЕ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ МЕДИА С ПОМОЩЬЮ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2,5 ЧАСА

Основные темы

- Альтернативные медиа и причины их появления
- Общественное доверие к мейнстримовым медиа
- Как зарождались информационные и коммуникационные технологии
- Изменение медиапривычек и потребительских предпочтений
- Определение альтернативных медиа (в противовес мейнстримовым)
- Право владения и руководства альтернативными медиа (демократизация собственности и контроля). Аудитория альтернативных медиа: различные слои (женщины, молодежь, дети, рабочие и т. д.), маргинализированные группы (культурные сообщества, мигранты и пр.) и т. д.
- Контент альтернативных медиа (вопросы и проблемы развития сообщества или сектора и т. д.)
- Журналистские процессы в альтернативных медиа (точки зрения сообщества, партисипативные и интерактивные подходы)
- Роль альтернативных медиа в обществе (обеспечение прозрачности, разнообразия и свободы выражения мнений и пр.)

- Планирование деятельности, управление и поддержка альтернативных медиа в различных условиях
- Альтернативные медиа в школьной среде
- Альтернативные медиа в сообществе
- Модели доходов альтернативных медиа

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- давать определение альтернативным медиа — их принципам, особенностям и возможностям их применения;
- анализировать примеры альтернативных медиа, использующих различные форматы — печатный, вещательный и электронный;
- описывать редакционные процессы (включая планирование, производство и распространение контента), которые отличают альтернативные медиа от мейнстримовых;
- оценивать влияние альтернативных медиа на конкретные сообщества (в том числе виртуальные), особенно в плане освещения проблем и забот маргинализированных групп и предоставления им права голоса;
- составлять план создания альтернативных медиа для сообщества или школы.

Педагогические подходы и виды деятельности

Тематические исследования

Преподаватели читают тематические исследования ведущих альтернативных медиа (некоторые из них доступны в Интернете) и перечисляют примеры передового опыта в области планирования деятельности и управления альтернативными медиа, особенно в том, что касается:

- планирования выпуска (т. е. определения идей для сюжетов),
- получения или поиска фактов,
- обработки/структурирования данных/информации,
- вовлечения заинтересованных сторон (аудитории) в редакционный процесс,
- управления деятельностью (редакционной и коммерческой),
- расширения и поддержания аудитории, приносящей доход.

Учащиеся могут использовать следующие характеристики в качестве контрольного списка показателей передового опыта:

- Творческий
- Местный
- Действенный
- Эффективный
- Совместный

Ознакомительный визит в альтернативную медиаорганизацию/погружение в сообщество

Учащиеся отправляются на экскурсию в организацию, представляющую альтернативные медиа; проводят интервью с руководством, редакторами и журналистами, сравнивают политику и практику редакционной работы и управления альтернативных медиа и мейнстримовых медиакомпаний. В отчете необходимо отразить, как организация альтернативных медиа:

- отбирает сюжеты,
- отбирает источники информации,
- выбирает, в каком ракурсе (т. е. с какой точки зрения) и какой трактовке (сообщая факты или манипулируя ими) представить сюжет,
- обеспечивает обратную связь с аудиторией,
- приносит доход,
- оценивает успех с точки зрения рейтинга и тиража.

Создание медиа

Педагоги посещают маргинализованное сообщество и беседуют с его лидерами и членами, чтобы определить их информационные потребности и требования. Затем команда создает и загружает подкаст или видео на YouTube. Можно добавлять музыкальное сопровождение и другие элементы для лучшего воздействия.

Оценивание и рекомендации

- Тематические исследования
- Создание альтернативных медиа
- Письменный доклад о поездке в организации альтернативных медиа
- Участие в обсуждениях в классе и других групповых учебных заданиях

Темы для дальнейшего изучения

- Общественные репортеры и общественное вещание
- Журналистика конфликтных ситуаций/ журналистика мира

РАЗДЕЛ 5. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ МЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБЩЕСТВЕ – СОЦИАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ¹¹⁴

Ресурсы и ссылки

Хабермас Ю. Гражданство и национальная идентичность / Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. Московские лекции и интервью. — М.: Academia, 1995. — 252 с.

Хабермас, Ю. Структурная трансформация публичной сферы: Исследования относительно категории буржуазного общества / под ред. М. М. Беляева, пер. В. И. Иванова. — М.: Весь мир, 2016.

Цели образования в интересах устойчивого развития. Задачи обучения. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247444_rus

Birdsall, W. F. (n.d.) The Internet and the Ideology of Information Technology. http://www.isoc.org/inet96/proceedings/e3/e3_2.htm

Educational content up close: Examining the learning dimensions of Education for Sustainable Development and Global Citizenship Education <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000372327>

Education for Sustainable Development 2030 Roadmap: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374802>

ESD for 2030, https://youtu.be/0XTIP_PsEos

Fidler, R. (1997). Media Morphosis: Understanding New Media. California. Pine Forge Press.

Green, L. (2002). Communication, Technology, and Society. London, Sage Publications.

Littlejohn, S. W. and Foss, K. A. (2008). Theories of Human Communication (9th ed). Belmont, California; Thomson Wadsworth.

Marris, P. and Thornham, S. (Eds.) (2002). Media Studies: A Reader (2nd ed.). New York, New York University Press.

MIL Index Study: An assessment of MIL in six African countries, <https://www.dw.com/en/dw-akademie/mil-index/s-54253270>

Pavlik, J. V. (1998). New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives (2nd ed.). Boston, MA; Allyn and Bacon.

¹¹⁴ Подробнее см. Модуль 12, раздел 2.

Servaes, J. (2003). Approaches to Development. Studies on Communication for Development. Paris, Communication and Information Sector – UNESCO.

Stevenson, N. (1995). Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication. London, Sage Publications.

Sussman, G. and Lent, J. (Eds.) (1991). Transnational Communications Wiring the Third World. Newbury Park, California; Sage Publications.

Sustainable Development Goals: Resources for Educators, <https://en.unesco.org/themes/education/sdgs/material>

The Boy Who Harnessed the Wind («Мальчик, который обуздал ветер», фильм 2019 г.) <https://www.imdb.com/title/tt7533152/>.

Women of Fukushima (фильм 2012 г.) <https://simaclassroom.com/films/women-of-fukushima/>.

МОДУЛЬ 14

КОММУНИКАЦИЯ
И ИНФОРМАЦИЯ,
МИГ И ОБУЧЕНИЕ –
ИТОГОВЫЙ МОДУЛЬ



КОНТЕКСТ И ОБОСНОВАНИЕ

Данную учебную программу по медийной и информационной грамотности (МИГ) следует рассматривать в более широком контексте коммуникации и информации в соответствии с современными теориями обучения. Преподавание и обучение тесно связаны между собой и являются неотъемлемой частью коммуникационных и информационных процессов. По сути, их эффективность взаимно обусловлена (Ndongko, 1985). Педагоги и учащиеся сознательно или неосознанно применяют элементы базовых, а иногда и сложных коммуникационных и информационных процессов в учебных пространствах.

Интеграция ресурсов, создаваемых поставщиками контента, в том числе средствами массовой информации (радио, телевидением и газетами) и компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией, в учебное пространство обогащает преподавание и обучение и в то же время сопряжено с определенными трудностями. Освоение преподавателями и учащимися компетенций МИГ открывает возможности для развития образовательной среды и обеспечения более динамичного процесса преподавания и обучения.

Педагоги оказываются в авангарде многих изменений, связывая, поддерживая и обновляя знания сменяющих друг друга поколений. В современном мире знания распространяются среди людей, машин и цифровых сетей. Именно доступ людей к этим распределенным знаниям и эффективное взаимодействие с ними могут подкреплять их опыт обучения как в классе, так и за его пределами.

Пандемия COVID-19 привела к значительному повышению уровня сетевой активности большинства людей, у которых есть доступ к Интернету. Так, многим учащимся приходилось полагаться на онлайн-овое или дистанционное обучение с применением технологий, чтобы не прерывать процесс формального образования. Для получения всех преимуществ присутствия в Интернете после коронакризиса людям потребуются компетенции МИГ. Разработка и использование онлайн-платформ и контента для дистанционного обучения требуют наличия у педагогов и учащихся множества навыков в области МИГ, позволяющих распознавать характерные для сети опасности и отвлекающие факторы, реализуя свое право на получение образования. Каковы же научные и политические последствия более активного внедрения МИГ в учреждениях и МИГ для всех граждан?

Взаимодействие преподавателей и учащихся с поставщиками контента, такими как библиотеки, архивы, музеи, медиа и компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, может помочь создать плюралистическую и демократичную учебную среду, в которой особое внимание будет уделяться образованию в интересах устойчивого развития и которая будет способствовать созданию открытых знаний. Понимание этих динамичных сил и задействование их в учебных пространствах позволяют сделать акцент на когнитивных и метакогнитивных процессах, определения которых даются в теориях обучения и базовых теориях коммуникации и информации. Эти процессы связаны с пониманием и освоением информации и знаний посредством мышления, опыта и чувственного восприятия.

Данный модуль, опирающийся на содержание предыдущих, является ключевым для этой учебной программы. В нем выявляется взаимосвязь между коммуникацией, информацией и обучением (в том числе теориями обучения) и показывается, как МИГ может укрепить эту взаимосвязь. В завершение обсуждается возможность управлять изменениями с целью создания благоприятной среды для МИГ.

РАЗДЕЛЫ

**РАЗДЕЛ 1.
КОММУНИКАЦИЯ И ИНФОРМАЦИЯ,
ПРЕПОДАВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ**

**РАЗДЕЛ 2.
ТЕОРИИ ОБУЧЕНИЯ И МИГ**

**РАЗДЕЛ 3.
УПРАВЛЕНИЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯМИ
В ЦЕЛЯХ СОЗДАНИЯ
БЛАГОПРИЯТНЫХ УСЛОВИЙ ДЛЯ
МИГ В ПРОСТРАНСТВЕ ОБУЧЕНИЯ**

РАЗДЕЛ 1. КОММУНИКАЦИЯ И ИНФОРМАЦИЯ, ПРЕПОДАВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: 2 ЧАСА

Основные темы

- Определение коммуникации
- Основные теории коммуникации и информации
- Обучение и преподавание как коммуникационные и информационные процессы. Возможности оптимизации этих процессов за счет навыков МИГ
- Стратегии обучения МИГ и с помощью МИГ

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- демонстрировать базовое понимание коммуникации и информации;
- определять и анализировать основные теории коммуникации и информации и их взаимосвязь с процессами преподавания и обучения с учетом применения навыков МИГ.

Задания

Если мы используем услуги поставщиков контента (библиотек, архивов, музеев, медиа и компаний, занимающихся цифровой коммуникацией) в учебных пространствах, необходимо задуматься о способах обучения: как мы их используем? Как они влияют на способы передачи информации учащимся, на то, как учащиеся общаются между собой и с преподавателями? Какие данные об этом процессе собирают провайдеры и с какими последствиями?

Коммуникационные и информационные модели могут обеспечить основу для осмысления места МИГ в процессе образования и обучения. Эти модели позволяют внимательно изучить роли преподавателей, учащихся и поставщиков информации в учебных пространствах.

Упрощенная модель, опирающаяся на техническую парадигму, была предложена после Второй мировой войны (Shannon and Weaver, 1948; Schramm, 1954; Berlo, 1960). Она подразумевает линейный характер процесса, который начинается с отправителя сообщения, в то время как другие модели подчеркивают возможность каналов выстраивать определенную структуру и стимулировать процессы коммуникации, а также структурировать их в зависимости от жанров и форматов сообщений. Хотя в данной модели не учитываются важные вопросы

культуры, власти, сообщества и взаимодействия со смыслом, она определяет элементы, которые могут обеспечить некоторое понимание:

- отправитель,
- сообщение (контент),
- канал (средство передачи информации),
- получатель (респондент/декодер),
- обратная связь (от получателя к отправителю и обратно по замкнутой цепи).

Ниже приводятся другие модели. Однако, используя эту элементарную схему, можно рассмотреть следующие виды заданий:

- Предложите педагогам и учащимся определить, как эта модель может быть применена к опыту обучения в их образовательной среде. Какие роли отводятся педагогам в этой модели? Какие роли доступны учащимся? Как формируется опыт обучения с учетом этих ролей? Как осуществляется обратная связь в учебно-воспитательных процессах? Как знание МИГ может помочь улучшить этот процесс?
- Рассмотрите имеющиеся у учащихся возможности для критического изучения платформ, через которые они получают контент и общаются в учебных целях. С этим связаны понятия получения знаний о библиотеках, архивах, музеях, медиа и компаниях, занимающихся цифровой коммуникацией, и с помощью этих организаций. К услугам каких из этих организаций учащиеся обращаются, чтобы получать контент и общаться в учебных пространствах? Какое влияние оказывают эти поставщики контента на опыт обучения и познания? Услугами каких из них разрешено пользоваться в вашем пространстве формального образования, а каких — нет? Почему? Объясните, по какому принципу включаются в учебный план поставщики контента и как происходит процесс отбора. Как может в этом помочь МИГ?
- Для обучения МИГ необходимо осваивать и анализировать информацию обо всех типах поставщиков контента и о той роли, которую они играют в обучении на протяжении всей жизни, а также в передаче и формировании информации, сообщений и коммуникации (например, библиотеки, архивы, медиа и цифровые технологии сами становятся предметом изучения в классе). Обучение с использованием поставщиков контента требует, чтобы педагоги и учащиеся осознавали и анализировали как собственную роль, так и роли этих поставщиков информации, их цели и интересы. Это влияет на то, чему учат, и с помощью каких поставщиков контента или средств. Существует ли конкретные темы или предметы, преподавание которых строится на использовании библиотек, компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, или медиа? Как преподаватели могут применять навыки МИГ к тому, что они преподают?
- Найдите общие примеры обучения по вопросам МИГ и с помощью цифровых технологий, медиа, библиотек, архивов и других поставщиков информации.

Опишите конкретные задания/случаи в ваших учебных пространствах, где используются оба этих подхода. Что обеспечивают эти подходы учащимся с точки зрения их опыта познания?

- Педагоги и учащиеся должны организовать работу в малых группах для изучения следующих моделей информации и коммуникации.

Примеры коммуникативных теорий

- Линейная модель коммуникации Лассуэлла
- Адаптивная концепция мышления
- Теория установления повестки дня
- Модель рекламы AIDA (основными элементами которой являются внимание, интерес, желание и действие)
- Теория атрибуции
- Теория когнитивного диссонанса
- Теория социального маркетинга

Примеры теорий информации

- Контекстный дизайн (контекстное проектирование)
- Теория информации
- Теория информационной культуры
- Теория обработки социальной информации Дж. Уолтера

Примеры теорий исследования цифровых технологий и взаимодействия с ними¹¹⁵

- Модель принятия технологий
- Теория автоматического регулирования
- Теория общественного договора
- Теория информационных каналов
- Теория интеграции информации
- Байесовская теория решений
- Теория творчества
- Теория осознанности

Каждая группа должна подготовить оригинальные плакаты, которые будут использоваться для рассказа о вышеуказанных теориях во время обсуждения

¹¹⁵ Lim, Sanghee & Saldanha, Terence & Malladi, Suresh & Melville, Nigel. (2013). Theories Used in Information Systems Research: Insights from Complex Network Analysis. Journal of Information Technology Theory and Application. 14. 5-46.

в классе. Педагоги и учащиеся должны ответить на следующие вопросы (перечень можно расширить): каковы основные компоненты теории? На чем в ней делается акцент? Каковы ее сильные стороны и недостатки? Сравните ее хотя бы с одной другой теорией и определите их отличия и сходства. Могут ли преподаватели или учащиеся привести хотя бы один пример из реальной жизни, когда они увидели, что эта теория помогает процессу обучения? Что не охватывает эта теория или модель? Чем, на ваш взгляд, МИГ может быть полезна в этом отношении?

- Педагоги должны найти или провести исследования применения других теорий, помимо перечисленных выше. Обсудите результаты в группе и проведите дискуссию.

Оценивание и рекомендации

- Разработка и оценка практико-ориентированного группового проекта
- Выбор и применение коммуникационной или информационной модели к определенной ситуации

Темы для дальнейшего изучения

- ИКТ в образовании
- Женщины и девушки в сфере науки, технологии, инженерии и математики
- Цифровые инновации

РАЗДЕЛ 2. ТЕОРИИ ОБУЧЕНИЯ И МИГ

Основные темы

- Педагогика и МИГ
- Что такое «метапознание»?
- Метапознание и МИГ: установление связей

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- разрабатывать педагогические стратегии, подходящие для обучающихся МИГ;
- идентифицировать и разрабатывать для обучающихся метакогнитивные стратегии.

Педагогические стратегии

Существует множество теорий обучения. Многие из них тесно связаны с различными понятиями МИГ, которые рассматриваются во всех 14 модулях данной учебной программы. В конечном счете их знание положительно влияет на то, как люди осваивают МИГ и применяют ее в общественной жизни. Ниже приводятся примеры теорий познания¹¹⁶:

- ◆ теория когнитивного развития Ж. Пиаже,
 - ◆ социокультурная теория обучения Л. Выготского,
 - ◆ теория социального научения А. Бандуры,
 - ◆ когнитивная теория обучения,
 - ◆ спиральная образовательная программа Дж. Брунера,
 - ◆ поведенческая теория обучения,
 - ◆ конструктивистская теория обучения,
 - ◆ гуманистическая теория обучения,
 - ◆ коннективистская теория обучения.
- Рассмотрите возможность изучения приведенных выше теорий. Разбейте педагогов или учащихся на группы. Каждая группа должна самостоятельно снять 5-минутное видео (возможно, с помощью мобильного телефона или компьютерной программы). Покажите видео и приступайте к обсуждению под руководством преподавателя. Педагоги и учащиеся должны ответить на следующие вопросы (перечень можно расширить): каковы основные компоненты теории? На чем в ней делается акцент? Каковы ее сильные стороны и недостатки? Сравните ее хотя бы с одной другой теорией и определите их отличия и сходства. Могут ли преподаватели или учащиеся привести хотя бы один пример из реальной жизни, когда они увидели, что эта теория помогает процессу обучения? Что не охватывает эта теория или модель? Чем, на ваш взгляд, МИГ может быть полезна в этом отношении? Есть ли другие интересные теории?
 - «Если социальные платформы, такие как Twitter, можно рассматривать как относительно новые силы, то социальное обучение — нет. Теории социального обучения возникли за много десятилетий до появления Интернета. Новые технологии, новые потоки информации и распространение медиа иногда рассматриваются в негативном ключе. МИГ позволяет людям пользоваться всеми преимуществами открывающихся возможностей, одновременно защищая себя от сопряженных с ними опасностей. МИГ поддерживает людей в их стремлении к более качественному социальному обучению и обучению на протяжении всей жизни. Интуитивно понятно, что социальное обучение

¹¹⁶ См. Teacherofsci, 15 Learning Theories in Education (A Complete Summary). <https://teacherofsci.com/learning-theories-in-education/>

можно модернизировать и проводить через социальные сети. Если бы известные новаторы в области образования, такие как Беррес Фредерик Скиннер, Кларк Леонард Халл, Нил Миллер и Джон Доллард, сегодня были живы, они вполне могли бы пропагандировать преимущества исследований через социальные сети. Альберт Бандура, несомненно, согласился бы с тем, что педагоги и представители социальной сферы получили уникальные возможности для обогащения обучения и расширения участия людей через социальные сети». Обсудите это утверждение, взятое из пособия «Teaching and Learning with Twitter: Media and Information Literacy, Digital Classroom», разработанного при участии ЮНЕСКО. Сформулируйте различные вопросы и ответьте на них, чтобы оценить полезность этого инструмента. Используете ли вы как преподаватели или учащиеся Twitter для преподавания и обучения в учреждениях формального образования и за их пределами?

- Изучите и опробуйте различные учебные задания, предложенные в вышеупомянутом пособии. В нем содержится рекомендация для педагогов и учащихся фиксировать свой опыт и делиться им с помощью различных хэштегов и на различных платформах социальных сетей в Интернете. Можете ли вы сделать то же самое в отношении других руководств и инструментов для педагогов и учащихся, предоставляемых другими платформами социальных сетей или компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией? Ставятся ли в этих ресурсах во главу угла компетенции, связанные с МИГ? Какие усовершенствования можно предложить?
- Увяжите МИГ с выделенными Б. Блумом сферами обучения и учебными целями:
 - ♦ постановка задачи,
 - ♦ поиск информации,
 - ♦ обнаружение и получение доступа,
 - ♦ анализ сообщений и информации,
 - ♦ оценка контекста сообщений и информации,
 - ♦ использование информации,
 - ♦ синтез.

Определите, какими способами учащиеся могут развивать и демонстрировать соответствующие навыки в рамках вашего учебного пространства. Опишите конкретные педагогические стратегии или задания, которые обеспечивают такую возможность.

- Составьте план урока по одному из разделов учебной программы, который будет включать перечисленные выше стратегии и задания. Рассмотрите возможность разработки самостоятельного урока по МИГ или урока, на котором МИГ будет включена в существующий учебный курс. Определите,

что должны учесть и сделать педагоги, чтобы учащиеся могли успешно продемонстрировать свои навыки.

- С учетом коммуникационных и информационных теорий/моделей, рассмотренных в предыдущем разделе, объясните, какая роль отводится в вашем уроке медиа, библиотекам, архивам и другим поставщикам информации. Обоснуйте. Какую роль (или какие роли) будете играть вы как педагог? Какие роли будут играть ваши учащиеся? Как эти роли позволят обогатить процесс обучения?
- Для успешного обучения необходимо понимать, что такое «метапознание», и иметь представление о метакогнитивных стратегиях. Метапознание определяется как «осознание осознания» или «знание о знании». Оно может принимать разные формы и включать в себя знание того, когда и как использовать конкретные стратегии для обучения или решения проблем. На практике эти способности используются для управления своим процессом познания, развития мыслительных способностей и способностей к учебе, а также для оценки соответствующих морально-этических правил.
- Изучите приведенный выше перечень навыков МИГ. Для каждого из этих навыков перечислите и опишите метакогнитивные стратегии, которые обучающиеся могут использовать для развития своего опыта обучения. Например, постановку задачи можно дополнить использованием концептуальной карты, а анализ сообщений и информации — составлением схемы, включающей части информационного текста и критические вопросы по ним.
- Выберите несколько заданий из любого модуля. Определите навыки, которые необходимы учащимся для выполнения каждого из этих заданий. Какую роль может играть метапознание при переходе учащихся от выполнения задания к взаимодействию с поставщиками информации (библиотеками, архивами, музеями, медиа, компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией, и т. д.) и инструментами за пределами учебной аудитории?
- Обратитесь к разделу 5 Модуля 1, посвященному педагогическим стратегиям преподавания МИГ. Выберите любую стратегию и адаптируйте или дополните для своих учеников в рамках существующего учебного плана. Как в рамках данного подхода коммуникационные и информационные теории, теории обучения и МИГ интегрируются в учебный процесс? Как эта стратегия связана с вашими представлениями о результатах реализации учебной программы? Как обучающиеся узнают, добились они успеха или нет (то есть где может быть использована эта стратегия с точки зрения программы оценки и анализа)?
- Подумайте, какая роль отводится библиотекам, архивам и музеям в развитии навыков МИГ. Разработайте задание, которое позволит продемонстрировать, как конкретная педагогическая стратегия может использоваться в библиотечной, архивной или музейной среде. Проанализируйте индивидуальные особенности каждой из этих сред, которые могут оказать положительное влияние на процессы преподавания и обучения.

- На основе заданий из любого модуля данной учебной программы или самостоятельно разработанных объясните, каким образом учебная программа по МИГ обеспечивает возможности для дифференцированного преподавания и обучения (кинестетическое обучение, обучение с использованием визуальных и аудиальных средств, глубокое чтение, социальное обучение и пр.).

Оценивание и рекомендации

- Разработка и оценка практико-ориентированного группового проекта
- Индивидуальные задания с опорой исключительно на социальные медиа. При выполнении задания должны демонстрироваться определенные компетенции МИГ

Темы для дальнейшего изучения

- МИГ для лиц с ограниченными возможностями здоровья
- Составление плана преподавания МИГ для различных социальных групп (мигранты, беженцы, девочки и мальчики и т. д.)
- ИКТ в образовании
- Подходы к обучению с учетом гендерных аспектов
- Цифровые инновации

РАЗДЕЛ 3. УПРАВЛЕНИЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯМИ В ЦЕЛЯХ СОЗДАНИЯ БЛАГОПРИЯТНЫХ УСЛОВИЙ ДЛЯ МИГ В ПРОСТРАНСТВЕ ОБУЧЕНИЯ

Основные темы

- Глобальные усилия по развитию МИГ: обзор мер, предпринимаемых в различных странах мира, разработка политики и пр.
- Благоприятная среда для освоения МИГ в пространствах формального, неформального и информального образования
- Проблемы, возникающие в процессе интеграции МИГ в учебные пространства, и разработка стратегий их преодоления

Цели обучения

После изучения данного раздела педагоги и учащиеся должны уметь:

- выявлять и описывать локальные и глобальные инициативы по внедрению МИГ;
- пропагандировать МИГ среди различных заинтересованных сторон;
- описывать основные вопросы, которые необходимо учитывать при планировании интеграции МИГ в школах.

Педагогические стратегии

Предложите педагогам обдумать и написать краткий отчет по итогам самостоятельной оценки следующих семи типов осознания¹¹⁷ без дополнительных исследований:

- самоосознание (представление о себе),
- представление об информационных потребностях,
- представление о коммуникации,
- представление о языке,
- представление о МИГ,
- представление об обучении,
- представление об управлении преобразованиями.

Затем предложите им более глубоко изучить вопрос, провести повторный анализ и обновить отчет; стимулируйте учащихся завести блог и публиковать свой опыт и отзывы или делиться ими в социальных сетях.

Используя поисковые системы и другие ресурсы, проведите поиск программ, проектов или инициатив в области МИГ, реализуемых в настоящее время в различных учебных пространствах, в том числе в онлайн-среде, в сообществах, школах и институтах подготовки педагогических работников. Обращайте внимание как на местные, так и на международные примеры. Выберите один из этих примеров и определите, на какие области он ориентирован. В чем его отличие от данной учебной программы, включающей в себя МИГ? Каким образом эта программа служить ресурсом для педагогов и учащихся, заинтересованных в освоении МИГ?

Проведите поиск ассоциаций и организаций, которые поддерживают цели МИГ. Какую информацию и какие ресурсы (кадровые и материальные) предлагают эти программы педагогам и учащимся?

¹¹⁷ По материалам лекции Дриссии Шуи (Drissia Chouit) о возможностях языка: <https://www.youtube.com/watch?v=5yGWASki1OU>.

Предложите педагогам и учащимся найти информацию о следующих инициативах и присоединиться к ним:

- Альянс МИГ ЮНЕСКО, <https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/gapmil>,
- Национальные ассоциации и сети МИГ,
- Стратегия обучения МИГ в социальных сетях MIL CLICKS, <https://en.unesco.org/MILCLICKS>.

Чтобы обеспечить успех курсов и программ по МИГ, многие специалисты разрабатывают рекомендации. Некоторые из них перечислены ниже. Объясните, как этот перечень рекомендаций применим к вашей конкретной ситуации. Какие дополнительные рекомендации вы можете предложить, чтобы обеспечить успех МИГ в рамках вашего подразделения или образовательной организации в целом?

Предлагаемые рекомендации

- Идентифицировать контент
- Определить ключевых участников и сторонников на программном и политическом уровне
- Разработать стратегический план реализации/интеграции МИГ и т. п.
- Разработать план продвижения МИГ
- Определить агентства/ассоциации, готовые оказать поддержку
- Определить имеющиеся и необходимые ресурсы
- Разработать инструменты оценки курсов и программ по МИГ

Изменится ли этот перечень, если учитывать критерии успешной реализации программы для обучаемых? Какие еще аспекты можно принимать во внимание?

Каким образом можно интегрировать МИГ в существующие программы обучения или разработать самостоятельную программу с учетом потребностей вашего образовательного сообщества. Каковы недостатки и достоинства каждого из этих вариантов? Приведите конкретные модули в качестве примеров.

Преобразования требуют определения заинтересованных сторон и анализа препятствий и преимуществ, связанных с преобразованиями. Для этого необходимо выбирать приоритеты и создавать альянсы. Попросите участников разработать теорию преобразований, которая может лечь в основу стратегии и плана конкретных действий.

Составьте план продвижения МИГ среди лиц, отвечающих за разработку политики, среди руководителей программ, ООН и других международных организаций, занимающихся проблемами развития, а также среди преподавателей вашего учебного заведения или сообщества. Какие задачи или

потребности являются приоритетными для каждой из этих групп? Объясните, как данная учебная программа может помочь в решении этих задач. Определите, какие еще заинтересованные стороны можно было бы включить в этот список. Какую роль они могли бы выполнять в продвижении МИГ?

Оценивание и рекомендации

- Формирование идей, разработка и реализация групповых проектов

Темы для дальнейшего изучения

- Участие в разработке и реализации национальных или институциональных стратегий и принципов продвижения МИГ
- Управление преобразованиями
- МИГ для Целей устойчивого развития

Ресурсы и ссылки

Big6. 2010. Teaching Information Literacy Through Literature, Big6 eNewsletter 11.1, 4. www.big6.com

Geek the Library, International Federation of Library Associations and Institutions, <https://www.facebook.com/geekthelibrary>

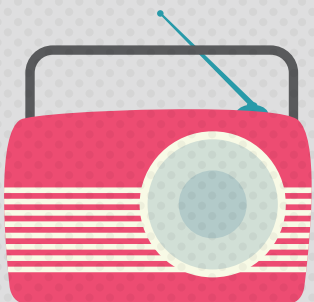
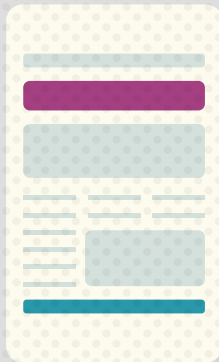
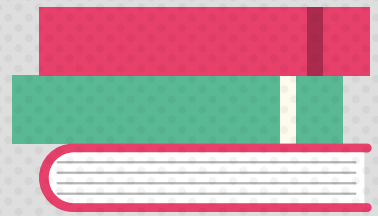
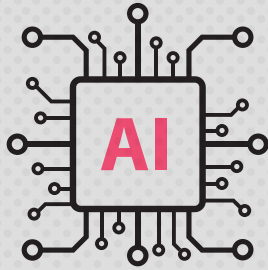
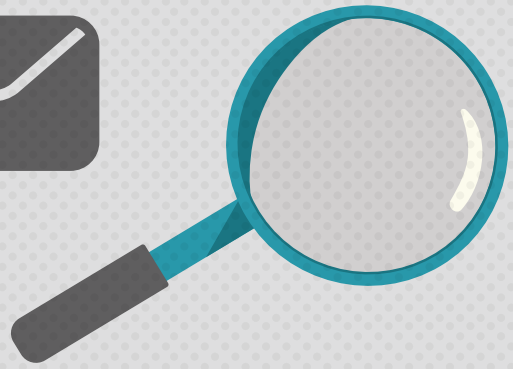
Media as partners in education for sustainable development: A training and resource kit, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000158787>

Media Education in the Pacific: A Guide for Secondary School Teachers. Paris, UNESCO. 2003.

Teaching and Learning with Twitter: Media and Information Literacy, Digital Classroom, https://en.unesco.org/sites/default/files/gmw2019_twitter_mil_guide.pdf

Teaching information literacy through learning styles: The application of Gardner's multiple intelligences. Intan Azura Mokhtar, Wee Kim Wee, School of Communication and Information (WKWSCI) at Nanyang Technological University (NTU), Singapore, 2008

University Library Service. 2009. Handbook for Information Literacy Teaching, third revision.





ГЛОССАРИЙ

ГЛОССАРИЙ¹¹⁸

Авторское право: набор прав, предоставляемых автору или создателю произведения для ограничения возможности других пользователей копировать, распространять и изменять содержание произведения. Зачастую права принадлежат не самим создателям, а компаниям, финансировавшим их работу, и могут быть объектом покупки и продажи.

Активная аудитория: теория, согласно которой люди получают и интерпретируют сообщения СМИ сквозь призму собственных взглядов, опыта, истории, поэтому разные группы людей могут интерпретировать одно и то же сообщение по-разному.

Алгоритм: конечная последовательность четко определенных инструкций, программ или кодов, выполняемых компьютером, как правило, для решения конкретного класса проблем или для выполнения вычислений.

Альтернативные медиа: медиаисточники, отличающиеся от официальных или господствующих типов медиа (таких как «мейнстримовые медиа» или средства массовой информации) с точки зрения содержания, производства или распространения. Иногда как синоним используется термин «независимые медиа», обозначающий независимость от крупных медиакорпораций, но этим термином также обозначаются медиа, которые пользуются свободой прессы и не зависят от государственного контроля. Альтернативные медиа не ограничены конкретным форматом и могут включать в том числе печатные, аудио-, видео-, онлайн- и цифровые ресурсы и стрит-арт.

Архетип: модель или идеальный образ человека или объекта, который используется для последующих репрезентаций этого человека или объекта.

Архивист: специалист в области информации, который оценивает, собирает, систематизирует, сохраняет учетные данные и архивы, имеющие долгосрочную ценность, осуществляет контроль за ними и предоставляет доступ к ним.

Аудитория: группа потенциальных потребителей, к которой обращен определенный контент. Учитывая, что сегодня пользователи активно взаимодействуют с контентом, особенно предоставляемым различными компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией, иногда говорят о «группе, известной ранее как аудитория», и «просьюмерах», участвующих не только в потреблении, но и в производстве контента.

База данных: упорядоченный набор структурированной информации или данных, которые обычно хранятся в электронном виде. Большинство баз данных

¹¹⁸ Данный глоссарий составлен с опорой на различные источники, включая Википедию. Его не следует рассматривать как официально утвержденный ООН набор терминов.

содержат множество цифровых таблиц, каждая из которых может включать несколько разных полей. Так, база данных компании может включать таблицы по производимой продукции, данным сотрудников и финансовой отчетности.

Блог: веб-сайт, который обычно ведется одним автором для описания событий, публикации своих размышлений, изображений или видео. Другие пользователи могут оставлять комментарии к записям блога, но редактировать сам блог может только владелец. Блоги часто называют «онлайн-дневниками».

Блокбастер: очень успешный продукт, фильм и т. п., приносящий большую прибыль.

Блокировка: использование технических или редакторских возможностей для препятствования доступу к цифровому контенту путем предотвращения доступа к адресу единицы контента или к источнику контента. Если раньше доступ либо разрешался, либо блокировался, то сегодня существует множество дополнительных вариантов, включая снижение скорости загрузки определенного контента или услуг, маркировку контента определенным образом, уравнивание его контентом с альтернативным содержанием и т. д.

Блокчейн: система, используемая для создания распределенной последовательной неизменяемой цифровой записи всех транзакций. Данный термин часто ассоциируется с криптовалютой (например, биткойнами), которую можно покупать или продавать и объем которой может постоянно расти по мере добавления новых блоков к записи.

Булевы логические операторы: булевы операторы — это простые слова (И, ИЛИ, НЕ или И НЕ), которые используются в качестве союзов для объединения или исключения ключевых слов в поиске, что обеспечивает более точный и эффективный результат.

Веб 2.0: приложения, которые облегчают интерактивное взаимодействие и позволяют пользователям разрабатывать собственные программные функции. Приложения Веб 2.0 подчеркивают важность коллективной работы и совместного использования.

Веб-сайт: набор веб-страниц, изображений и данных с общим унифицированным указателем ресурсов (URL) (см. «Всемирная паутина»).

Видеоблог (влог): видеоролики, которые пользователь публикует в Интернете на регулярной основе, чтобы поделиться своими мыслями, переживаниями или рассуждениями на какую-либо тему

Визуальное обучение: стиль обучения, основанный на восприятии образов или просмотре наглядных пособий.

Вики: веб-сайт, который обычно поддерживается несколькими людьми и предполагает совместную работу пользователей над контентом. Такой сайт содержит связанные ссылками страницы и контент, включая комментарии,

описание событий, документы и т. д. В отличие от блога вики-сайт позволяет загружать более разнообразные материалы, и в обновлении его контента участвуют множество пользователей.

Викиучебник: поддерживаемый Фондом «Викимедиа» проект на основе технологии вики для создания бесплатных учебников в электронном формате и аннотированных текстов, которые может редактировать любой пользователь. Ранее был известен как «Проект бесплатных учебников Викимедиа» и «Викимедиа-учебники».

Виртуальная частная сеть (VPN): расширение частной сети за счет соединения нескольких внутренних сетей через внешнюю сеть. Это позволяет пользователям отправлять и получать данные через сети общего пользования или общедоступные сети, как если бы их вычислительные устройства были напрямую подключены к частной сети. VPN может обходить блокировки и фильтры, однако ее использование не означает, что пользователи по умолчанию защищены от наблюдения и корпоративного отслеживания.

Владение медиа: коммерческий и юридический контроль над технологиями межличностного общения и массовых коммуникаций, осуществляемый отдельными лицами, корпорациями и/или правительствами. Сегодня серьезную озабоченность вызывают подчиненность и подотчетность компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, с учетом их роли в предоставлении контента (включая контент, производимый медиаструктурами).

Воспитание глобальной гражданственности: глобальная гражданственность означает чувство принадлежности к более широкому сообществу и человечеству в целом. Она подчеркивает политическую, экономическую, социальную и культурную взаимозависимость и взаимосвязь между происходящим на местном, национальном и общемировом уровне. В рамках задачи 4.7 Повестки дня в области образования на период до 2030 года образование в духе глобальной гражданственности призвано задать новые принципы и сформировать знания, навыки, ценности и установки, необходимые для того, чтобы учащиеся могли вносить свой вклад в построение более инклюзивного, справедливого и безопасного мира. Образование в духе глобальной гражданственности опирается на всеобъемлющий подход с использованием концепций и методов, уже применяемых в других областях, включая образование в области прав человека, воспитание в духе мира, образование в интересах устойчивого развития и взаимопонимания между народами, и направлено на достижение их общих целей.

Всемирная паутина (WWW): сервис, который функционирует через Интернет и обеспечивает доступ к огромным объемам контента за счет предоставления трех ключевых средств: формата публикации — языка разметки гипертекста (HTML), адреса для каждой единицы информации (унифицированного указателя ресурса, или URL) и средства передачи информации через протокол гипертекстовых документов (http).

Гейткипер (цензор): общий термин, применяемый к отдельному лицу, учреждению или алгоритму, отвечающему за фильтрацию или иную обработку контента для публикации или трансляции. В СМИ подобный контроль осуществляется на всех уровнях медиаиерархии — от репортера, решающего, какие источники включить в статью, до редакторов, определяющих, какие статьи публиковать. В компаниях, занимающихся цифровой коммуникацией, фильтрацию осуществляют алгоритмы, которые могут рекомендовать определенный контент или продвигать его в ущерб другому, а иногда и сотрудники компании или сторонние модераторы, которые стараются привести контент в соответствие с основными принципами компании.

Гендерная нейтральность: термин, используемый для обозначения неявного допущения, что пол не имеет значения, то есть одинакового восприятия всех полов независимо от биологических или исторических различий. Хотя на первый взгляд может показаться, что такое уравнивающее отношение способствует гендерному равенству, на деле оно чревато игнорированием и закреплением существующего неравенства.

Гендерная чувствительность: внимание к гендерным аспектам позволяет людям осознать роль гендерной принадлежности в жизни через отношение к другим людям. Гендерные отношения присутствуют во всех структурах, и гендерная чувствительность особенно явно проявляется в признании привилегий и дискриминации по половому признаку. Не все женщины в равной степени подвергаются насилию и дискриминации, однако, как правило, во всех обществах именно женщины оказываются в невыгодном положении из-за традиционных гендерных ролей и гендерных стереотипов. Тренинги по гендерной чувствительности используются для обучения людей, обычно сотрудников, более осознанному и чуткому отношению к гендерным вопросам в профессиональной сфере, в проектах, программах и жизнедеятельности в целом.

Гендерно-дифференцированная конфиденциальность: новый термин, используемый некоторыми учеными при исследовании того, как конфиденциальность может подразумевать или обуславливать разные нормы действий для женщин и мужчин.

Гражданская журналистика: медийная деятельность гражданина, который не является профессиональным журналистом, но играет активную роль в процессе сбора, передачи, анализа и распространения новостей и информации.

Гражданство (активное): под гражданством обычно понимается набор прав (например, право на участие в выборах и доступ к социальным благам) и обязанностей (например, участие в жизни общества). Философия активного гражданства предполагает, что граждане должны содействовать совершенствованию своего сообщества за счет вовлеченности в его жизнь, общественной и волонтерской работы, а также других подобных усилий, направленных на улучшение жизни всех граждан. Отметим, что в определенных странах многие жители зачастую не могут на законных основаниях получить

все права гражданина в силу возраста или национальности. В медийной и информационной грамотности термин «гражданство» используется шире, чем термин «законное гражданство».

Гражданство/гражданская ответственность: состояние принадлежности к определенному социальному, политическому или национальному сообществу. Согласно теории общественного договора, статус гражданина предполагает как права, так и обязанности.

Данные: это необработанная информация, то есть способ придания определенного смысла разрозненным фрагментам, которые, как предполагается, имеют потенциальное значение. На основе данных могут формироваться факты, которые, в свою очередь, могут служить новыми данными для дальнейших смыслообразующих операций. Превращение данных, например фактов или чисел, в значимые источники информации может способствовать принятию решений. Огромные объемы данных формируются за счет цифровых следов или собираются другими методами, а затем хранятся и используются вычислительными устройствами с применением таких способов обработки, на которые люди не способны. Ведутся серьезные споры о том, кто собирает большие данные, владеет ими и использует их, насколько репрезентативны эти данные и какие последствия они порождают с точки зрения автономии личности и прав человека, таких как право на неприкосновенность частной жизни.

Дезинформация: ложный и/или вводящий в заблуждение контент. В более конкретном значении этот термин используется для обозначения ложного контента, созданного производителями осознанно и с намерением причинить вред. В этом смысле «дезинформация» противопоставляется предоставлению некорректной информации, которое тоже предполагает создание ложного контента, однако без элементов осознанности и намеренности. Однако в обоих случаях потенциальные пагубные последствия могут быть одинаковыми. С учетом того, что трудно судить наверняка об осознанности и намеренности, появился подход, позволяющий определять, является ли контент ложным, по тому, какие методы используются для его распространения. В частности, так называемые «неаутентичные» и «согласованные» схемы поведения и действий, например, применительно к фальшивым учетным записям и кампаниям по сбору доказательств, указывает на то, что контент может оказаться ложным. Дезинформация в целом вселяет неуверенность, поскольку в корне мешает доступу к проверяемой и надежной информации, без которой право на свободу выражения мнений лишается смысла. Дезинформация обычно призвана либо ввести в заблуждение целевую аудиторию, предлагая простые объяснения (как в случае с теориями заговора), либо запугать, дискредитировать и устранить тех, кто говорит правду, чтобы заставить людей поверить в дезинформацию.

Демократия: система правления, при которой люди обладают правом окончательного решения, реализуемым напрямую или косвенно через своих представителей, избранных в ходе свободных выборов. Демократия также

подразумевает свободу выбора решений, влияющих на жизнь человека, и защиту основных прав и свобод.

Дискурс: подробное обсуждение предмета или вопроса (устное или письменное).

Доступ к информации: доступ к информации касается права, возможности и способности эффективно выявлять, получать и использовать информацию. Под этим подразумевается, что законодательно или иным образом закрепляется право на получение информации, определяется степень (реальная или необходимая) «открытости» этой информации, а также условия, при которых это право претворяется в жизнь (например, наличие и стоимость подключения к Интернету). Под способностью понимаются навыки, позволяющие использовать возможности, причем осмысленно. Доступ, не гарантированный Законом о праве на информацию (также известном как закон о свободе информации), ограничен, а само право без благоприятных условий и возможностей оказывается бессодержательным.

Жанр: разновидность художественного, музыкального или литературного произведения, для которой характерны определенный стиль, форма или содержание.

Женственность: набор признаков, моделей поведения и ролей, которые обычно ассоциируются с женщинами и девушками.

Жизненный цикл информации: этапы, через которые проходит каждая информационная запись (в письменной или компьютеризированной форме) на пути от создания, хранения и распространения вплоть до ее архивирования или уничтожения/утраты. Эти этапы могут включать изменение формата или носителя для облегчения доступа или более безопасного хранения. В рамках жизненного цикла информации ее ценность может меняться с течением времени, при этом контент преобразуется в знания и даже становится основой мудрости. Люди должны осознавать ценность и последствия своего участия в различных этапах жизненного цикла информации.

Журналистика: сбор, производство, редактирование и представление проверенной информации и мнений, основанных на фактах. Некоторые представители этой сферы сосредотачиваются на сборе информации (репортеры), другие — на редактировании (редакторы). Журналистикой могут заниматься и люди, не являющиеся профессиональными журналистами, при условии соблюдения профессиональной этики и стандартов. Никто не должен подвергаться нападкам за осуществление права на свободу выражения мнения, в особенности те, кто делает это посредством журналистики, которая является услугой общего пользования. План действий ООН по обеспечению безопасности журналистов и проблеме безнаказанности, за реализацию которого отвечает ЮНЕСКО, направлен на защиту журналистов.

Журналистские кодексы: например, кодексы журналистской этики/нормы журналистской работы/другие кодексы (например, кодексы

разнообразия) — набор принципов поведения журналистов, описывающих надлежащее поведение, которое отвечает самым высоким профессиональным стандартам. Примеры таких кодексов были установлены Международной федерацией журналистов (IFJ). Несмотря на то, что между существующими кодексами есть определенные различия, большинство из них опирается на общие принципы, включающие правдивость, точность, установление подлинности фактов, беспристрастность, справедливость и подотчетность обществу применительно к получению заслуживающей внимания информации и ее последующему широкому распространению.

Захват медиа: форма управления медиа, которая обеспечивается за счет систематических шагов, предпринимаемых правительствами и влиятельными заинтересованными группами. Захват осуществляется за счет управления и злоупотребления законодательными механизмами, регулирующими деятельность медиа; действиями принадлежащих государству или контролируемых государством медиа; средствами бюджета, используемыми для финансирования журналистики; частными новостными агентствами, принадлежащими приближенным к власти.

Знания: информация, преобразованная во что-то, что можно применить («ноу-хау») или использовать для осмысления. Знания можно приобретать. Знание — это основа мудрости, то есть способности решать, какие знания применимы в конкретных случаях.

Изображение: символическое мысленное представление или образ.

Интеграция бренда и товара: процесс включения брендов или товаров в уже существующие развлекательные проекты. Бренд или продукт не просто присутствует на заднем плане, но становится частью сюжетной линии или объектом для взаимодействия с аудиторией.

Интеллектуальная собственность (ИС): категория собственности, которая включает нематериальные творения человеческого разума. Существует много видов интеллектуальной собственности, и некоторые страны признают больше из них, чем другие. К наиболее известным разновидностям ИС относятся авторские права, патенты, товарные знаки и коммерческие тайны.

Интернет: глобальная система взаимосвязанных компьютерных сетей, использующих стандартный пакет интернет-протоколов (TCP/IP) для обслуживания миллиардов пользователей по всему миру. Это сеть сетей, состоящая из миллионов частных, общественных, научных, деловых и правительственных сетей, от локальных до общемировых, связанных между собой самыми разнообразными электронными и оптическими сетевыми технологиями.

Информационная грамотность: способность распознавать потребность в информации, а также находить, оценивать, эффективно использовать и передавать информацию в различных форматах.

Информационная этика: раздел этики, в котором основное внимание уделяется взаимосвязи между созданием, упорядочением, распространением и использованием информации, с одной стороны, и этическими стандартами и нравственными нормами, влияющими на поведение человека в обществе, — с другой.

Информационное общество: общество, в котором преобладающим видом экономической и культурной деятельности стало создание, распространение контента и управление им. Информационное общество можно противопоставить обществам, в основе экономики которых лежат в первую очередь промышленность или сельское хозяйство. Основными инструментами информационного общества являются компьютеры и средства связи.

Информационно-коммуникационные технологии: все технические средства, которые используются для обработки информации и обеспечения коммуникации, в том числе компьютерное и сетевое оборудование, а также необходимое программное обеспечение. Другими словами, к ИКТ относятся информационные технологии, телефония, средства вещания и все типы обработки и передачи информации в аудио- и видеоформате. Это подчеркивает роль средств связи (телефонных линий и сигналов беспроводной связи) в современных информационных технологиях. Все ИКТ являются электронными, но не все — цифровыми (хотя ситуация меняется). Кроме того, не все цифровые технологии касаются информации и коммуникации в контексте МИГ и могут, к примеру, анализировать данные, относящиеся к коммерческой деятельности, передовым транспортным средствам, мониторингу климата и т. д.

Информация для общественного блага: концепция, согласно которой информация в рамках более широкого набора контента представляет особую ценность для общественности. Кроме того, она заслуживает общественной поддержки и, при необходимости, выделения государственных ресурсов. Источниками такой информации могут быть библиотеки, музеи, архивы, определенные медиа (например, общинные средства массовой информации/СМИ отдельных сообществ) и определенные сетевые структуры (например, общинные) в зависимости от их деятельности и потребностей. Журналистика, если она соответствует этическим и профессиональным стандартам, является одним из ключевых производителей информации.

Информация, создаваемая при участии граждан: такой вид информации — это следующий уровень развития идеи гражданоцентричности информации или ориентированности ее на граждан (такого рода информация чаще создавалась профессиональными структурами). На этом уровне сами граждане непосредственно участвуют в одном или нескольких этапах жизненного цикла информации или цепочки приращения значимости информации.

Информация, являющаяся общественным достоянием: термин, применяемый к оригинальным творческим произведениям, включая поэзию, музыку, искусство, книги, кинофильмы, дизайн товаров и другие формы интеллектуальной

собственности, такие как компьютерные программы. Отнесенность к сфере общественного достояния предполагает, что творческое произведение может быть использовано для любых целей по желанию пользователя. Объекты общественного достояния считаются частью коллективного культурного наследия общества в целом в отличие от собственности отдельных лиц.

Искусственный интеллект (ИИ): область науки и технологии, которая охватывает изучение, применение и производство компьютерной техники и программного обеспечения, обладающих некоторыми свойствами человеческого разума, такими как способность понимать языковые конструкции, распознавать изображения, решать задачи и обучаться. В ноябре 2021 года государства — члены ЮНЕСКО приняли Рекомендацию об этических аспектах искусственного интеллекта.

Существует 3 типа ИИ:

- Сильный искусственный интеллект, который по своим возможностям не уступает человеку.
- Слабый искусственный интеллект, который имеет ограниченный диапазон возможностей. Это единственный на сегодняшний день тип искусственного интеллекта, который получил реальное воплощение в жизни. Слабый ИИ ориентирован на достижение конкретной цели и предназначен для выполнения отдельных задач, предусмотренных программой, например, распознавания лиц, речи (функции интеллектуального голосового помощника), вождения автомобиля или поиска в Интернете.
- Искусственный суперинтеллект, способности которого превосходят способности человека.

Кассовые сборы: показатель популярности и финансовой успешности фильма или актера. Кассовые сборы — это также коммерческая выгодность фильма или спектакля, оцениваемая по объему выручки от проданных билетов.

Кибертравля (кибербуллинг): травля с использованием цифровых устройств, таких как сотовые телефоны, компьютеры и планшеты, которая может осуществляться через SMS, сообщения и приложения либо в онлайн-формате в социальных сетях, на форумах или в сетевых играх, где люди могут просматривать контент, участвовать в его создании или делиться им. Кибертравля включает отправку, публикацию или распространение негативного, вредоносного, ложного или злонамеренного контента о других людях. Сюда может входить распространение чужой личной или конфиденциальной информации с целью поставить человека в затруднительное или унижительное положение. Порой кибертравля переходит в противозаконное или криминальное поведение.

Кинестетическое обучение: метод обучения, ориентированный в большей степени на физическую активность, а не, к примеру, прослушивание лекций.

Когнитивная система: категория технологий, в которых используются когнитивные вычисления, обработка естественного языка и машинное обучение,

обеспечивающие более естественное взаимодействие людей и компьютеров в целях расширения и наращивания человеческого опыта и когнитивных способностей.

Кодекс поведения и кодекс этики: кодекс этики имеет более широкий характер и дает сотрудникам компании или членам организации общее представление о том, какие типы поведения и решений приемлемы и поощряются. Кодекс поведения имеет более узкую направленность. Он определяет, как следует действовать в конкретных ситуациях. См. «Журналистские кодексы/Кодексы в журналистике».

Кодексы обязательного и желательного поведения: кодексы обязательного поведения нацелены на предотвращение поведения, определяемого некоторыми участниками как неэтичное, и потому основаны преимущественно на системе правил. Они содержат конкретные требования к поведению или подробно определяют приемлемое и неприемлемое поведение. Кодексы желательного поведения призваны поощрять добровольное этическое поведение, соответствующее определенным стандартам.

Коммуникация: процесс, при котором контент компонуется, направляется и передается отправителем получателю через какой-либо носитель. Не все формы коммуникации требуют, чтобы заранее предусматривалось последовательное наличие отправителя, сообщения и предполагаемого получателя. Для того чтобы коммуникация состоялась, не обязательно присутствие получателя или его осведомленность о намерении отправителя пообщаться во время коммуникации. Кроме того, на получателе стимульно-реактивный процесс не заканчивается; акт получения контента включает в себя взаимодействие, которое порой приводит к тому, что в процессе «расшифровки» сообщения приобретают совершенно иной смысл по сравнению с тем, что предусматривал исходный контекст.

Конвергенция: относится к способности преобразовывать различные виды контента, будь то голос, звук, изображение или текст, в цифровой код, доступный для различных устройств (от персонального компьютера до мобильного телефона), и создавать тем самым цифровую коммуникационную среду. Этот термин также может относиться к слиянию различных структур и форматов, примером чего может служить газетное издание, выпускающее видео, которое отображается на платформе компании, занимающейся цифровой коммуникацией.

Контекстный анализ: педагогический подход в обучении МИГ, в котором основное внимание уделяется изучению и анализу технических, повествовательных и ситуативных контекстов.

Контент, вводящий в заблуждение: контент, с помощью которого кого-то пытаются заставить поверить во что-то, не соответствующее действительности.

Контент, используемый в корыстных целях: подлинный контент или изображения, которые используются для введения в заблуждение.

Контент: относится к содержательным сообщениям, различающимся по множеству характеристик и существующим в различных технологических форматах. Контент включает в себя информацию наряду с (оттесняющими ее на задний план) другими видами содержания, которые призваны в первую очередь развлекать (фильмы и пр.), информировать и обучать (документальные передачи и т. д.) или убеждать (реклама). Контент также включает дезинформацию, недостоверную информацию, и ненавистнические высказывания, которые опираются на жанры, характерные, в частности, для информационного и развлекательного контента, чтобы скрыть свою истинную направленность.

Конфиденциальность информации/защита данных: взаимосвязь между сбором и распространением данных, технологиями и представлениями общественности о конфиденциальности. Защита данных может также охватывать ожидания бизнеса и правительства в отношении защиты секретных данных или коммерческой тайны, но право на конфиденциальность личной информации на такие случаи не распространяется. Однако бизнес и правительство обязаны защищать это право в отношении имеющихся у них личных данных граждан.

Критическое мышление: способность изучать и анализировать контент, с тем чтобы понимать и оценивать логические связи, ценностные установки и предположения, а не просто принимать утверждения на веру. Это подразумевает скептицизм как стремление уточнять и проверять данные в противовес цинизму (который предполагает, что спрашивающий заранее знает ответы на задаваемые вопросы, то есть его суждения носят априорный характер).

Культура: общая усвоенная символическая система ценностей, убеждений и установок, которая формирует восприятие и поведение и влияет на них — абстрактный «ментальный код» или «ментальная схема». Термин «культура» также обозначает интегрированную модель человеческих знаний, убеждений и поведения, которая зависит от способности к символическому мышлению и социальному обучению.

Куратор музея: специалист в экспертной области, отвечающий за коллекции музея и участвующий в определении объектов, которые представляют культурно-историческую ценность, включая исторические артефакты. Термин «курирование» распространился на компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, и относится к предоставлению такими компаниями своих «резервов» с точки зрения того, какой контент продвигается с помощью соответствующих алгоритмов и т. д. Термин «модерация» используется для обозначения мер, связанных с тем, как пользователи взаимодействуют с курированием.

Личностно-ориентированное обучение: подход к образованию, при котором главной действующей фигурой всего образовательного процесса становится учащийся. При этом любой учебный процесс или программа ориентированы прежде всего на потребности и чаяния учащихся, а особое внимание уделяется опыту познания, который они приносят в ситуацию обучения. В рамках этой

концепции, которая включает понятие участия, высоко ценится вклад учащегося в учебное сообщество.

Ложная связь: контент, заголовки, изображения или подписи к которому не поддерживают сам контент. Кроме того, ложные связи между фактами позволяют строить теории заговора.

Ложный контекст: фактически верный контент, передаваемый с ложной контекстуальной информацией. Также известен как «злонамеренная информация».

Маркетинг: деятельность, с помощью которой компании вызывают интерес потребителей к своим товарам, услугам и идеям. Маркетинг формирует стратегию, лежащую в основе методов продаж, делового общения и развития бизнеса. Стратегические коммуникации и информационные операции являются основными формами маркетинга, часто включающими как видимые, так и скрытые компоненты.

Машинное обучение: использование и разработка компьютерных систем, которые способны учиться и адаптироваться без следования четким инструкциям, используя алгоритмы и статистические модели, чтобы анализировать шаблоны в данных и на этой основе делать выводы.

Медиа (средства коммуникации): термин используется как минимум в двух значениях — для обозначения социальных институтов и технических средств коммуникации. Относительно социальных институтов под медиа часто понимаются организации, производящие новостной контент. Их деятельность должна соответствовать нормам и стандартам достоверности информации, редакционный процесс определяется журналистскими ценностями, а редакторская подотчетность возлагается на организацию или юридическое лицо. Применительно к технологиям термин «медиа» обозначает физические средства и способы передачи информации, такие как бумага, вещание, кино и цифровая передача.

Медиаэтика: раздел прикладной этики, связанный с этическими принципами и стандартами, характерными для деятельности медиаструктур, включая телевидение и радио, киностудии, театры, художественные студии и выставочные пространства, а также печатные средства массовой информации, как реальные, так и виртуальные. Медиаэтика поддерживает и защищает уважительное отношение к разнообразию форм культурного самовыражения, равенство и недопущение дискриминации, целостность и возможность выбора. Журналистская этика более специфична и наиболее актуальна для учреждений средств массовой информации (хотя также и для гражданских журналистов, работающих вне учреждений).

Медийная грамотность: понимание и использование средств массовой информации — как активное, так и пассивное, включая информированное и критическое восприятие медиаструктур, того, кто за ними стоит, их нормативных

и фактических функций, использования и воздействия их содержания. Кроме того, под медийной грамотностью понимают способность воспринимать, анализировать, оценивать и вести общение в различных медийных формах (аудиовизуальной, письменной, графической, в формате интерактивных игр и т. д.).

Медийная и информационная грамотность (МИГ): основные компетенции (знания, навыки и установки), которые позволяют гражданам эффективно взаимодействовать с поставщиками контента и развивать критическое мышление и навыки обучения на протяжении всей жизни, чтобы устанавливать социальные контакты и становиться активными гражданами.

Мейнстримовые медиа: медиа, которые распространяются через крупнейшие каналы и, следовательно, воспроизводят те точки зрения, с которыми может столкнуться большинство потребителей. Этот термин также обозначает медиа, которые в целом отражают преобладающие направления мысли, влияния или деятельности. Поскольку сегодня все больше контента производят компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, возникает фрагментация, которая снижает роль и охват мейнстримовых медиаструктур.

Меняющий гендерные отношения: определение политики и инициатив, которые борются с первопричинами существующих предвзятых/дискриминационных политики, практики, программ и стимулируют стремление к обеспечению равенства.

Модель обработки информации «Большая шестерка» (BIG 6): модель технологических процессов решения информационных проблем людьми всех возрастов. Представляет собой системный подход к решению информационных проблем, основанный на навыках критического мышления и включающий 6 этапов: 1) определение задачи, 2) стратегии поиска информации, 3) нахождение и получение доступа, 4) использование информации, 5) обобщение, 6) оценка.

Мужественность: набор признаков, моделей поведения и ролей, которые обычно ассоциируются с мужчинами и мальчиками.

Навыки библиотечной работы: умение пользоваться библиотекой для поиска, оценки и использования информационных ресурсов.

Нарратив: изложение истории или сюжета через последовательность событий. Большая часть фактической информации структурирована в рамках более широкого повествования, которое подчеркивает определенные факты и задает ориентиры, облегчающие понимание человеку, взаимодействующему с рассматриваемым текстом. Таким образом, нарративы могут быть разными, но всегда опираются на факты. При этом в структуру некоторых нарративов умело вплетается ложный или недостоверный контент как метод предоставления недостоверной информации и дезинформации.

Насилие в СМИ: очень спорная концепция, связанная с различными предположениями о вкусе и потенциальном воздействии. Она широко ссылается

на контент, изображающий угрозу применения силы, акты применения силы или последствия применения силы против одушевленных существ (включая персонажей мультфильмов или других видов, а также людей). На протяжении многих десятилетий ученые говорят о том, что пропаганда насилия в медиа повышает уровень агрессии, однако некоторые исследования не подтверждают и даже опровергают это мнение. С точки зрения международных стандартов, контент, провоцирующий реальное насилие и расовую ненависть, должен быть законодательно ограничен. Тем не менее, Рабатский план действий ООН по запрету пропаганды национальной, расовой или религиозной ненависти предупреждает, что любые ограничения должны касаться только случаев значимо опасных высказываний на основе оценки нескольких ключевых моментов (таких как статус выразителя мнения, вероятность и имманентность нападения и т. д.). Компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, с помощью своих данных в реальном времени могут оценить, какие высказывания (даже завуалированные, но со скрытым смыслом) становятся реальным подстрекательством. Теоретически они могут действовать упреждающе и заблаговременно, чтобы предотвратить реальное насилие.

Настройки конфиденциальности: часть веб-сайта социальной сети, интернет-браузера, программного обеспечения, цифровых устройств и т. д., которая позволяет вам частично контролировать, кто из третьих лиц может напрямую видеть или получать доступ к информации о вас, учитывая, что используемые сервисы также обычно собирают данные о вас или позволяют их собирать используемым вами приложениям или контенту, к которому вы получаете доступ. Примером может служить ваш оператор связи. Кроме того, есть используемые вами приложения с множеством опций.

Независимость медиа: отсутствие внешнего контроля и влияния на медиаорганизацию или отдельного его представителя. Это мера способности принимать решения в соответствии с редакционной политикой и профессиональными стандартами, которая отличает независимые медиа от находящихся под контролем государства или собственника. Его противоположность — «подчинение медиа» (см. ниже).

Некорректная информация: ложный и вводящий в заблуждение контент. Иногда этот термин используется в данной учебной программе для описания как злоумышленного, так и непреднамеренного создания и распространения подобного контента. В узком смысле это ложный контент, созданный без намерения причинить вред, однако способный оказать не менее вредоносное воздействие. Часто некорректная информация возникает из-за первоначальной дезинформации. Один и тот же контент (например, утверждение, что результаты выборов сфальсифицированы) может быть изначально запущен с целью обмана, но затем распространяться дальше людьми, которые искренне верят в правдивость такой оценки. Другими словами, одно и то же ложное утверждение может быть как дезинформацией, так и некорректной информацией.

Нетерпимость: нежелание человека принимать во внимание и уважать взгляды, убеждения или поведение, которые отличаются от присущих ему самому.

Новостные медиа: сектор СМИ, ориентированный на информирование общественности о текущих новостях. Сюда входят традиционные печатные СМИ (например, газеты и журналы), вещательные СМИ (радио и телевидение), новостные СМИ, работающие только в сетевом формате, а также другие организации, такие как НПО или частные лица, которые могут создавать новостной контент (например, на страницах Всемирной сети и в блогах).

Новые медиа: контент, формируемый и распространяемый на цифровых платформах.

Обзоры товаров или услуг: мнения или отзывы потребителей о конкретном товаре или услуге (например, о ресторане). Подобные обзоры часто подвергаются критике, поскольку их авторы могут руководствоваться скрытыми мотивами или получать плату за написание положительного или отрицательного отзыва.

Образование в интересах устойчивого развития: такое образование дает учащимся возможность принимать информированные решения и действовать ответственно, с тем чтобы обеспечивать экологическую целостность, экономическую жизнеспособность и справедливое общество для нынешнего и будущих поколений. Это всеобъемлющее образование качественно нового уровня, которое затрагивает содержание и результаты обучения, педагогику и среду обучения.

Обучение на протяжении всей жизни: связано с идеей личностно-ориентированного обучения. В соответствии с этой концепцией, жизнь не «начинается» с программы обучения и не «заканчивается» после ее прохождения в пределах определенного времени и пространства. Все люди постоянно учатся и взаимодействуют с поставщиками контента, чтобы поддерживать такое обучение. Развитие МИГ не ограничивается простым прохождением учебной программы, а выходит за рамки формального образования и происходит в различных условиях (на работе, внутри сообщества, в системе неформального образования и т. д.).

Обучение с применением методов «группового пазла»: «групповой пазл» — стратегия группового обучения, которая предполагает деление класса на группы, в которых каждый из членов углубленно изучает один из аспектов какой-либо темы (например, одна группа изучает среды обитания животных тропических лесов, другая группа изучает хищников тропических лесов).

Общественные медиа: медиа, финансируемые общественностью, от которых часто требуется, чтобы они обеспечивали поддержку общественных интересов, предлагая объективную и разнообразную продукцию, представляющую общество в целом.

Общественный интерес: концепция общего благосостояния или пользы для общества в целом в отличие от интересов отдельного человека или группы. Нет единого мнения относительно того, что входит в понятие «общественный интерес», но этот термин отражает идею, что некоторые интересы являются общими для всех граждан, независимо от их статуса или положения, и эти интересы требуется защищать. Примером общих интересов могут служить разоблачение коррупции, защита детей и борьба с изменением климата.

Общества знаний: концепция, предложенная ЮНЕСКО для описания более высокого уровня развития информационных обществ. Она отличается от концепции «экономики, основанной на знаниях». В понимании ЮНЕСКО в обществах знаний граждане способны выявлять, производить, обрабатывать, преобразовывать, распространять и использовать информацию для накопления и применения знаний в интересах человеческого развития. Четыре фундаментальные основы обществ знаний — это свобода выражения мнений, всеобщий доступ к информации и знаниям, уважение культурного и языкового разнообразия и качественное образование для всех.

Общинные медиа: служба радиосвязи, предлагающая третью модель радиовещания в дополнение к коммерческому и общественному вещанию. Производить эту услугу и управлять ею должно сообщество, которому она призвана служить. Это может быть сообщество, проживающее на определенной территории, либо объединенное общей идентичностью или общими интересами (например, носители языков коренных народов).

Объявление социальной рекламы: социально значимое сообщение, которое создается и распространяется бесплатно с целью повышения осведомленности и изменения отношения членов общества к социальной проблеме и их поведения.

Открытые образовательные ресурсы (ООР): учебные, методические и научные материалы на цифровом или любом другом носителе, которые общедоступны или выпущены по открытой лицензии, предполагающей бесплатный доступ, использование, усовершенствование и распространение третьими лицами без ограничений или с незначительными ограничениями.

Партнерский маркетинг: инструмент, позволяющий партнеру получать вознаграждение за продвижение товаров, которые предлагает другой человек или другая компания.

Педагогический подход: общие принципы и методы обучения, используемые в педагогической практике. В Модуле 1 данной учебной программы представлен пример педагогического подхода, относящегося к МИГ.

Плюрализм медиа: сосуществование различных и разнообразных типов медиа в противовес централизованным, консолидированным или монополизированным медиасервисам. Эта концепция также значима для различных цифровых сервисов, таких как услуги подключения к Интернету, где наличие множества вариантов рассматривается как социальное благо с точки зрения снижения

стоимости доступа. Концепция плюрализма медиа привлекает внимание к вопросам, связанным с централизованными платформами, такими как олигополистические «магазины приложений», особенно в тех случаях, когда они могут отдавать предпочтение неконкурентным приложениям и ставить других в невыгодное положение или обеспечивать (или не обеспечивать) выполнение требований конфиденциальности. В медиапространстве понятие плюрализма также относится к характерным ролям трех типов медиа: частных, общественных и государственных, причем каждый сектор отличается от других с точки зрения исходных целей, систем финансирования, управления и содержания. Плюрализм медиа не гарантирует их разнообразия.

Плюрализм: см. «Плюрализм медиа».

Полная информация: гипотетическое представление о наличии всей информации, необходимой человеку для принятия решений в нужное время.

Пользовательский контент: различные виды общедоступного медиаконтента, которые могут создавать пользователи цифровых медиа. Потребители контента также создают контент, часто без соблюдения этических стандартов. Модели курирования контента, используемые компаниями, занимающимися цифровой коммуникацией, одобряют, допускают или развивают определенные типы пользовательского контента, а их модерация направлена на обеспечение соблюдения принципов их контентной политики, иногда — с переменным успехом — с привлечением пользователей в целом, авторитетных пользователей или сторонних специалистов, проверяющих достоверность информации на возмездной основе.

Популярная культура: совокупность идей, взглядов, установок, тем, образов и других явлений, которым в широких кругах отдается предпочтение в рамках основных направлений данной культуры, особенно в западной культуре первой половины XX века и в формирующемся общемировом мейнстриме конца XX — начала XXI в.

Портал: веб-сайт или сервис, который предлагает широкий спектр услуг, таких как электронная почта, игры, котировки, поиск, новости и акции. Портал, веб-портал или сайт облачных игровых сервисов предлагают чрезвычайно широкий спектр общедоступных сервисов, так что посетители с большей вероятностью будут посещать их чаще. Противоположностью портала является закрытая платформа (экосистема), которая призвана удерживать пользователей в ограниченной среде, например, в конкретном приложении социальной сети, за счет психологических приемов, обеспечивающих «залипание», в том числе удерживающих внимание пользователей посредством взаимодействия с алгоритмом (лайки, комментарии, репосты и пр.) и рекомендаций. Возможности выбора в Интернете означают, что и порталы, и закрытые платформы постоянно находят способы отслеживать поведение пользователей в более широком интернет-пространстве, например, путем сбора файлов cookie и сопоставления уникального ip-адреса с данными, собранными на разных интернет-площадках.

Сегодня все большее значение приобретают порталы, называемые «магазинами приложений» и вызывающие неоднозначную реакцию в связи с тем, какие приложения они включают и исключают, и с лежащими в их основе бизнес-моделями, которые некоторые считают вымогательскими.

Поставщик информации: физическое лицо или организация, предоставляющие собранную информацию. Разные поставщики контента могут в большей мере специализироваться на информации, нежели на других типах контента, но большинство из них предоставляют смешанный контент. Новостные СМИ ориентированы преимущественно на предоставление информации, но многие медиакомпании предлагают как новостной, так и развлекательный контент, границы между которыми порой стираются. Библиотеки обеспечивают доступ как к энциклопедиям и журналам (информация), так и к произведениям художественной литературы. Компании, занимающиеся цифровой коммуникацией, известны тем, что размещают самый разнообразный контент, который наряду с информацией, продуктами художественного творчества, развлекательными видео, мемами, рекламой и многим другим включает недостоверную информацию, дезинформацию и риторику ненависти.

Права человека: набор прав и гарантий, которые считаются необходимыми для защиты достоинства и самоуважения человека. Обычно эти права сформулированы и закреплены в национальных и международных документах (например, Всеобщей декларации прав человека, Европейской конвенции о правах человека, Конвенции о правах ребенка и т. д.). Также этим термином обозначают права групп или народов, направленные на защиту наиболее бедных и/или маргинализированных групп общества.

Право на информацию: см. «Доступ к информации».

Правона неприкосновенность частной жизни: свобода от несанкционированного вторжения; право человека хранить в тайне свои личные дела и отношения. Ст. 17 Международного пакта о гражданских и политических правах определяет это фундаментальное право, в связи с которым так многое поставлено на карту в современном мире, следующим образом: «Никто не может подвергаться произвольному или незаконному вмешательству в его личную и семейную жизнь, произвольным или незаконным посягательствам на неприкосновенность его жилища или тайну его корреспонденции или незаконным посягательствам на его честь и репутацию».

Привлекательность для народа: использование рядовых граждан для продвижения товара или услуги, чтобы показать, что они представляют интерес и ценность для всех.

Проверка фактов: подтверждение истинности утверждения (устного или письменного суждения или предположительно правдивого изображения), часто в рамках процесса исследования или редакции.

Просьюмер (продуктивный потребитель): человек, который не только является потребителем контента, но и участвует в его производстве.

Публичная сфера: понятие публичного пространства, в котором члены общества могут свободно обмениваться новостями, информацией и точками зрения — среда, где люди встречаются и открыто обмениваются мнениями по вопросам, вызывающим общую озабоченность, на основе принципов равенства и инклюзивности. Одним из самых влиятельных современных теоретиков публичной сферы является Юрген Хабермас.

Равенство: концепция, предполагающая, что все люди, независимо от возраста, пола, религиозной и этнической принадлежности, имеют одинаковые права. Это основополагающий принцип Всеобщей декларации прав человека, закрепленный в словах: «Признание достоинства, присущего всем членам человеческой семьи, и равных и неотъемлемых прав их является основой свободы, справедливости и мира во всем мире». Понятие гражданства включает в себя вопросы равенства.

Разнообразие СМИ: не идентично плюрализму СМИ (см. выше), хотя его иногда называют «внутренним плюрализмом». Данный термин относится к наличию различных голосов, мнений и интерпретаций либо в конкретной медиаструктуре, либо в медийном секторе в целом. Степень разнообразия часто связана с узостью или широтой владения, персоналом и целевой аудиторией медиа. Инклюзивная медиасистема предоставляет разнообразный контент в различных формах и на разных языках, тем самым обеспечивая общественный выбор и осведомленность о демографической инклюзивности.

Разнообразие: искреннее уважение и понимание различий, дополняющее идею плюрализма. Демократические общества или системы защищают и ценят разнообразие как часть прав человека и признак уважения к человеческому достоинству. См. «Плюрализм медиа».

Расизм: вера в то, что генетические или культурные факторы, которые выделяются обществом как символы расовой принадлежности, являются основным показателем, определяющим черты и способности человека, и что расовые различия обуславливают внутреннюю неполноценность или превосходство той или иной расовой группы.

Ревизионизм и негативизм: исторический негативизм, также известный как дениализм, является фальсификацией или искажением исторических данных. Исторический ревизионизм — это более широкий термин, который может распространяться на недавно подтвержденное, объективно аргументированное научное переосмысление истории. Есть мнение, что исторический ревизионизм использовался, дабы узаконить политически или идеологически обусловленные неправомерные «толкования» исторических событий. В таком случае исторический ревизионизм мог бы расцениваться как преднамеренное искажение научно установленных исторических фактов по политическим и идеологическим причинам.

Регулирование рекламной деятельности: регулирование (самостоятельное или законодательное), применяемое к рекламе и определяющее использование таких понятий, как порядочность, честность и правдивость, в связи с допустимой деятельностью в этой сфере.

Регулирование: относится к попыткам контролировать поведение организаций и заинтересованных лиц или влиять на них путем разработки правил и кодексов и обеспечения их соблюдения. Подобные предписания могут устанавливаться органами государственной власти и в идеале соответствуют политике и правовой системе, принятым на демократической основе. Примером могут служить нормативные документы, касающиеся честной конкуренции в противовес монополии, распределения спектра частот, конфиденциальности, авторских прав, разжигания ненависти и т. д. Регулирование, которое осуществляется непосредственно заинтересованными структурами, известно как саморегулирование или совместное регулирование. Оно предусматривает форматы работы с привлечением гражданского общества для обеспечения независимой оценки и возможности обжалования, примером чего могут служить советы по делам печати, в которые входят представители общественности. Примером аналогичной структуры для компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, является Наблюдательный совет Facebook. Термин «совместное регулирование» обычно относится к системам, которые предполагают участие как государственного, так и частного секторов (например, в решении вопросов кибербезопасности, борьбы с терроризмом и защиты детей).

Редактор: лицо, ответственное за издательскую составляющую публикации и определяющее окончательное содержание текста, особенно газетного или журнального. Данный термин следует четко разграничивать с термином «владелец медиа» (или «владелец компании, занимающейся цифровой коммуникацией»), обозначающим лицо или группу заинтересованных лиц, которым принадлежит медиакомпания, хотя нередко случаи, когда обе эти роли выполняет — с сомнительным успехом — один человек.

Редакционная независимость: предоставленная редакторам профессиональная свобода принимать издательские решения в соответствии с редакционной политикой организации и более широкими профессиональными стандартами без вмешательства со стороны владельца медиа или любых других государственных или негосударственных структур. Важно избегать явления «захвата/подчинения СМИ» (см. выше).

Режим инкогнито/приватный просмотр: при работе в таком режиме браузер создает временную пользовательскую сессию, изолированную от основной сессии и пользовательских данных. История просмотров не сохраняется, а связанные с этой сессией локальные данные, такие как файлы cookie, стираются при закрытии сеанса. Однако следует иметь в виду, что при этом действия не зашифрованы и не защищены иными способами от отслеживания файлов cookie или другого часто используемого программного обеспечения.

Реклама, задействующая «эффект толпы»: форма убеждения, которая направлена на то, чтобы убедить людей купить товар/услугу или поддержать определенное поведение или позицию, чтобы не отставать от большинства.

Реклама: набор методов и приемов, которые привлекают внимание к товарам или услугам, чтобы убедить потребителей приобрести продвигаемый товар или услугу или повлиять на их отношение и поведение. См. ниже «Таргетированная реклама».

Рекламные сообщения в видео: прямое упоминание названия спонсорского бренда и/или товара в каком-то моменте видео.

Репозиторий: пространство или место, где вещи размещаются на хранение, предлагаются для распространения или обеспечения доступа; богатый источник или запас; хранилище информации. Может быть физическим или электронным (в последнем случае, как правило, цифровым).

Репрезентация: процессы, с помощью которых созданный текст обозначает, символизирует, описывает или представляет реальных и существующих вне текста людей, места, события или идеи. Этот термин также может означать взаимосвязь между реальными местами, людьми, событиями, идеями и контентом.

Риторика ненависти: любое сообщение, которое разжигает вражду, провоцирует дискриминацию или насилие в отношении определенной группы людей в силу присущих ей характеристик (этнической или половой принадлежности, сексуальной ориентации и т. д.).

Самозванный контент: контент, который выдается за имеющий надежные источники без раскрытия истинных источников.

Саморегулирование: см. «Регулирование».

Самоцензура: принятие решения о подавлении собственных идеологических установок, обусловленное страхом или уважением к чувствам или предпочтениям (фактическим или предполагаемым) других без явных указаний со стороны какой-либо конкретной сторонней организации или органа власти. Когда подавление осуществляется по приказу третьей стороны, это цензура.

Свобода выражения мнений: одно из основных прав человека. Используется для обозначения не только свободы речевого высказывания, но и любого акта поиска, получения и передачи информации. Свобода прессы (см. ниже) является логическим следствием этого права и чрезвычайно значима для построения и поддержки сообществ и гражданского общества. В норме свобода слова, как и большинство других прав человека, должна обеспечиваться по умолчанию, и нарушение ее возможно лишь в исключительных случаях. С точки зрения международных стандартов, государства могут ограничивать свободу выражения мнений только по строго определенному ряду причин (защита достоинства человека; забота о состоянии здоровья населения и общественном

порядке и т. п.), и эти ограничения должны быть законодательно обоснованы и соразмерны поставленной цели.

Свобода доступа к информации: право граждан на доступ к информации, находящейся в распоряжении государственных органов, или информации негосударственных структур, созданной в соответствии с государственным мандатом (примером могут служить данные исследований, проводимых учреждениями, которые финансируются налогоплательщиками) или представляющей значительный общественный интерес (например, информации о разливе нефти).

Свобода медиа: см. «Свобода прессы».

Свобода прессы: свобода отдельных лиц или организаций (не только медийных) пользоваться свободой выражения мнений, чтобы сделать контент доступным для общественности за счет каналов, обеспечивающих массовое распространение. Это подразумевает свободу от прямой цензуры или контроля со стороны государства. Свобода прессы не препятствует применению закона о конкуренции для предотвращения монополий в медиа или компаниях, занимающихся цифровой коммуникацией, а также не исключает выделение государством частот вещания, контроля за соблюдением авторских прав, охраной прав детей или других ограничений, обоснованных международными стандартами.

Сексизм: предвзятость или дискриминация по половому признаку, особенно в отношении женщин — поведение, условия или установки, которые способствуют формированию стереотипного представления о социальных ролях на основе половой принадлежности.

Скрытая реклама бренда и продукта (продакт-плейсмент): скрытая реклама бренда становится все более распространенной практикой во все большем количестве медиа. При размещении скрытой рекламы бренд демонстрируется как часть медийной программы или контента цифровой платформы в обмен на определенное вознаграждение со стороны рекламодателя. Подобной скрытой формой взаимодействия может быть и поддержка бренда, например, когда инфлюенсеры используют товары определенной марки или иным образом рекомендуют определенные продукты, не предавая огласке скрытое спонсорство.

Слабый искусственный интеллект: системы искусственного интеллекта, которые предназначены для решения отдельной или узкой задачи.

Слуховое обучение: обучение через восприятие на слух, которое иногда рассматривается как один из трех стилей обучения, включающих также визуальное и кинестетическое обучение (см. выше)

Социальная и эмоциональная грамотность: социально-эмоциональное обучение — это процесс развития и использования социальных и эмоциональных

навыков, которые позволяют справляться с чувствами, ставить цели, принимать решения, поддерживать хорошие отношения с другими людьми и сочувствовать им.

Социальная реклама: тип рекламы, который затрагивает определенный аспект общественных интересов, а не продвигает какой-либо товар или бренд.

Социальные сети: онлайн-взаимодействие с людьми в рамках сетевых сообществ, ориентированных на общность интересов или занятий. Действия в социальных сетях подразумевают создание людьми персональных страниц и размещение информации о себе. Примерами популярных социальных сетей могут служить Facebook, WeChat и VK. Многие пользователи социальных сетей думают, что они взаимодействуют с другими пользователями, хотя в действительности они в гораздо большей степени взаимодействуют с системами курирования и модерации и удовлетворяют интересы компании, предоставляющей платформу для социальной сети, которая отработывает на них методы сбора данных и рассылает рекламные сообщения. Другими словами, «платформа» — это не пассивная структура, на которой люди просто работают. Она создается и используется для активной реализации концепции коммерческой деятельности ее владельцев.

Социальный маркетинг: маркетинг, основной целью которого является достижение «общественного блага». Так, в контексте общественного здравоохранения социальный маркетинг будет направлен на укрепление общего состояния здоровья населения, повышение осведомленности граждан и изменение поведения.

Способность выбора или автономия личности: способность выбора относится к способности устраивать свою жизнь. Автономия — это способность к самоопределению или самоуправлению. Для этого человеку требуется полностью осознавать, когда его установками и поведением пытаются манипулировать извне или «подталкивают» его к определенному поведению. Самоопределение оказывается под угрозой, когда существует информационная асимметрия между упомянутым лицом и другими участниками (и алгоритмами), которые могут знать о человеке гораздо больше и использовать это знание, чтобы повлиять на его психологическое состояние, чаяния, надежды, страхи и социальные связи. Это особенно актуально для детей и молодых людей, идентичность которых еще формируется и которые более подвержены манипуляциям. Под угрозой также оказываются взрослые, которых делают уязвимыми депрессия, одиночество или тяжелая утрата, чем могут воспользоваться в своих интересах те, кто располагает данными о них.

Средства массовой информации: медийные организации и медиапровайдеры, стремящиеся сформировать большую аудиторию (даже если они используют при этом микротаргетированную рекламу и персонализированные новостные ленты).

Средство коммуникации: этот термин может быть синонимом слова «медиа» в технологическом смысле (см. выше). Однако он также может обозначать канал

передачи информации на основе конкретной технологии (технологий). Например, телевидение — это канал коммуникации, доступ к которому обеспечивается посредством вещания (цифрового или спутникового), через Wi-Fi, через сеть 3G или через стационарный Интернет.

Сфабрикованный контент: ложный контент, созданный с целью обмана и способный нанести ущерб правам человека, таким как достоинство, участие в политической жизни, идентичность и т. д.

Таргетированная реклама: форма рекламы, в том числе сетевой, которая ориентирована на аудиторию с определенными характеристиками в зависимости от того, какой товар или человек является объектом рекламы. В связи с этим появилась узконаправленная (микротаргетированная) реклама, которая опирается на многие тысячи единиц информации, собранных о каждом человеке и позволяющих оценить степень восприимчивости этого человека к убеждению даже в большей степени, чем это может сделать он сам. В отличие от этих типов рекламы в контекстной рекламе объявление показывается не в соответствии с персональными характеристиками потребителя, а с тем, какой контент может быть ему интересен. Таргетированная реклама, предлагаемая отдельным пользователям, становится все более автоматизированной и может появляться независимо от сопутствующего контента. Поэтому многие бренды все больше обеспокоены тем, что их товар начинает ассоциироваться с разжиганием ненависти и сексистским контентом в результате действий алгоритма, который не фиксирует несоответствие контента.

Текст: в рамках МИГ под текстом понимаются отдельные результаты производства медийной продукции, не только в письменном, но и в графическом, аудио- или видеоформате, а также связанные с играми (это может быть фрагмент телепередачи, мем, книга, выпуск журнала или газеты, видео, снятое авторитетным блогером, реклама и т. д.).

Точность: степень, в которой представление текста соответствует имеющимся фактам.

Управление Интернетом: разработка и применение общих принципов, норм, правил, процедур принятия решений и программ, которые определяют развитие и использование Интернета правительствами, частным сектором и гражданским обществом в соответствии с их ролями. ЮНЕСКО подчеркивает ценность многостороннего управления — компромисса между различными секторами, не допускающего, чтобы цифровая сфера оказалась под контролем какой-то одной из сторон (например, частных компаний или правительства). Это относится к разработке законов, совершенствованию и реализации политики (на правительственном, корпоративном и институциональном уровнях), а также к анализу и контролю.

Управление: в наиболее точном смысле — процесс регулирования, который включает взаимодействие между органами власти и структурами гражданского общества. Управление связано с тем, кто обладает властью, авторитетом

и влиянием, с тем, как они используются и как формируются политические стратегии и решения, касающиеся социальной и общественной жизни. Это очень актуально для поставщиков контента, таких как медиа и компании, занимающиеся цифровой коммуникацией. Не следует отождествлять с управлением электронное правительство, которое подразумевает использование ИКТ государством для выполнения своих функций.

Участие (гражданское участие): участие лежит в основе демократии и призвано обеспечить каждому человеку возможность занять свое место в обществе и внести вклад в его развитие. Это важный элемент демократической практики, имеющий принципиальное значение для процессов принятия решений, которые считаются фундаментальным элементом основных прав человека.

Учебный план: набор курсов, содержание которых призвано обеспечить последовательный подход к обучению.

Учет гендерной проблематики: действия, учитывающие гендерные аспекты и нацеленные на выработку политики и инициатив, которые соответствуют различающимся для женщин и мужчин потребностям, стремлениям, возможностям и вариантам участия.

Факторы новизны: эти факторы, иногда называемые критериями новостей, определяют, насколько сильно медиа выделяют новостное сообщение и какое внимание ему уделяет аудитория. К числу наиболее важных факторов относятся частота, неожиданность, персонификация, значимость или спровоцированность каким-либо конфликтом. Однако эти факторы обесценивают важные аспекты информационного контента, в силу чего меньше внимания уделяется процессам (например, глобальному потеплению) вместо событий (например, штормов), обычным людям вместо представителей элиты, освещению политических аспектов выборов вместо антуража предвыборной гонки и т. д.

Факты: установленные значения, которые считаются соотносимыми с реальным миром. Стандартным критерием факта является его проверяемость, то есть возможность продемонстрировать его соответствие восприятию. Не всякий контент основан на фактах (например, мнения невозможно подтвердить или опровергнуть). Во многих случаях, как, например, с коронавирусом, когда наука еще находится в процессе изучения ситуации, возникают неизвестные ранее явления, про которые нельзя с определенностью сказать, являются они реальным фактом или ложью, и даже установленные факты могут приобретать новое значение в более широкой интерпретации или в свете других фактов.

Целевая аудитория: группа людей, которым непосредственно адресован текст и которых создатель или распространитель стремится определить на основе набора общих характеристик, таких как возраст, пол, профессия, класс и т. д.

Цифровая грамотность: это понятие зачастую трактуется весьма широко. В данной учебной программе оно используется в более узком смысле как один из видов грамотности. Цифровая грамотность не связана с осведомленностью

о деятельности компаний, занимающихся цифровой коммуникацией, или предоставляемом ими контенте, поскольку эти аспекты относятся к грамотности в сфере политекономики и жанровой грамотности. Точно так же не следует отождествлять цифровую грамотность ни со знанием принципов конфиденциальности, ни с информационной грамотностью. В рамках данной учебной программы цифровая грамотность — это, скорее, именно способность понимать и применять цифровые технологии, средства связи или сети для поиска, оценки, использования, создания контента и обмена им. Сюда входит возможность преобразовывать данные и изображения с помощью цифровых операций. Понятие цифровой грамотности может (но не обязательно) включать знание языков программирования.

Цифровое гражданство: использование ИКТ для совершенствования таких характеристик гражданственности, как участие, наделение правами, глобальная солидарность и забота об интересах сообщества. Цифровое гражданство тесно связано с навыками цифровой, медийной и информационной грамотности, позволяющими решать проблемы предотвращения кибертравли, обеспечения онлайн-безопасности, цифровой подотчетности, а также цифрового здоровья и благополучия. Речь идет о людях, которые активно стремятся использовать и менять технологии в общественных интересах, вместо того чтобы быть пассивными потребителями.

Цифровой след: уникальный набор отслеживаемых действий, операций, иных видов активности и общения в цифровом формате в Интернете или на цифровых устройствах.

Цифровые навыки: часть цифровой грамотности, охватывающая технические способности использовать цифровые инструменты даже без понимания базового кода или сути цифровых технологий. Цифровые навыки зачастую включают чтение и написание компьютерного кода, но не исчерпываются ими.

Эмоциональная притягательность/Эмоциональный призыв: убеждение, опирающееся на эмоциональную реакцию, а не на факты и рассуждения.

Языки медиа: условные обозначения, форматы, символы и нарративные структуры, которые помогают аудитории понять смысл сообщений медиа. Знаменательно, что язык электронных медиа работает примерно так же, как грамматика в печатных медиа.

STEM: аббревиатура для обозначения подхода к обучению и развитию, который объединяет науку, технологии, инженерию и математику и позволяет учащимся развивать важнейшие навыки, включая способность к решению проблем.

БЛАГОДАРНОСТЬ

ВТОРОЕ ИЗДАНИЕ

Рецензенты:

Bernard Combes, Programme Specialist, Education Sector, Education for Sustainable Development, UNESCO

Damiano Giampaoli, Programme Specialist, Gender Equality Division, UNESCO

Isabel Tamoj, Associate Project Officer, Education Sector, Section of Global Citizenship and Peace Education, UNESCO

Joyce Monteiro, Assistant Programme Specialist, Social and Human Science, Interreligious Dialogue, UNESCO

Karel Fracapane, Programme Specialist, Education Sector, Section of Global Citizenship and Peace Education, UNESCO

Ke Leng, Programme Coordinator, Culture Sector, Cultural Policies and Development, UNESCO

Peter Wallets, Project Officer, Education Sector, Teacher Education Division, UNESCO

Участники Международной консультативной встречи, посвященной подготовке второго издания Учебной программы по МИГ для учителей (12–13 сентября 2019 г.)

Albert K. Boekhorst, Researcher, Universiteit van Amsterdam/ University of Pretoria

Alexandre Sayad, Co-Chair, UNESCO Media and Information Literacy Alliance International Steering Committee

Alice Lee, Professor, Hong Kong Baptist University

Alton Grizzle, Programme Specialist, UNESCO

Arul Selvan, Associate Professor, School of Journalism and New Media Studies, IGNOU

Bogdan Trifunovic, President, Serbian Library Association

Carolyn Wilson, Past Chair of the UNESCO Media and Information Literacy Alliance International Steering Committee, Boards of MediaSmarts (Canada) and MENTOR Association for Media Literacy (Spain), Faculty of Education at Western University

Dalibor Todorovic, Computer Science Teacher, Serbia

Divina Frau-Meigs, Professor and UNESCO Chair, Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle

Felipe Chibas Ortiz, Associate Professor, University of Sao Paulo

Igor Simic, Film/Gaming Artist, Demagog studio

Irina Zhilavskaya, Head of UNESCO Chair of Media and Information Literacy and Media Education of Citizens, Moscow Pedagogical State University

Jesus Lau, Director of USBIVER Library, University of Veracruzana, and Co-Chair of the International Steering Committee for the UNESCO MIL Alliance,

Katarina Aleksic, Head of Education Technology Center, Institute for Education Quality and Evaluation

Lisa Serero, Educational Projects Manager, Cartooning for Peace

Maha Bashri, Associate Professor, United Arab Emirates University

Maja Zaric, Head of Unit at Media Department, Ministry of Culture and Media of Republic of Serbia

Marjana Brkic, Center for Promotion of Science of Serbia

Mouna Benslimane, Teacher, School of Information Science

Olunifesi Suraj, Senior Lecturer, Department of Mass Communication, University of Lagos

Rachel Fisher, Researcher & Coordinator, Information Ethics Network for Africa, Future Africa Institute, University of Pretoria, and Co-Chair, International Centre for Information Ethics (ICIE)

Ramon Tuazon, President, Asian Institute of Journalism & Secretary General of the Asian Media Information and Communication Centre, Asian Institute of Journalism / Asian Media Information and Communication Centre

Roxana Morduchowicz, Former Director of the Media Literacy Programme, Ministry of Education of Argentina

Sasa Mirkovic, Media Expert and Lecturer at Faculty of Media and Communications, Serbia

Tatyana Murovana, Programme Specialist, UNESCO Institute for Information Technologies in Education

Violeta Kecman, Language Teacher in the Fifth Belgrade High School, Serbia

Wallace Gichunge, Director, Kenya Media and Information Literacy Centre

Xu Jing, Associate Project Officer, UNESCO

Участники Региональной встречи стран Арабского региона (8–10 декабря 2020 г.)

Abdelhamid Nfissi, Chair, International Forum on Media and International Literacy

Abtar Darsbau Singh, Professor, Hmadan Bin Mohammad Smart University

Alton Grizzle, Programme Specialist, UNESCO

Anna Page, Senior Producer, UK Open University

Basu Der Kahe, Professor, Mibhuvan University

Bushro binti Ali, Senior Lecturer, Institute of Teacher Education

Cathal de Paor, Director of Continuing Professional Development, Mary Immaculate College, University of Limerick

Connie Elaine George, Education Administrator, Ministry of Education, British Virgin Islands

Danilo Padilla, Programme Specialist, UNESCO

Drissia Nfissi, Professor, Moulay Ismail University of Meknes

Enas Abulibdeh, Assistant Professor, Al AinUni

Gabriel Elrhili, Programme Specialist, UNESCO

Gihan Osman, Assistant Professor of Instructional Design and Technology, American University in Cairo

Naglaa Emary, Consultant and Media Expert at the British University in Egypt

Ramon R. Tuazon, President, Asian Institute of Journalism & Communication

Steve Nwokeocha, Executive Director, Africa Federation of Teaching Regulatory Authorities (AFTRA)

Suad Al-Furain, Associate Professor, Faculty of Education Kuwait University

Sumayyah Abuhamdieh, Education Consultant, University of Jordan

Участники Региональных консультаций в Восточной Африке (5 марта 2020 г.)

Abas Mpindi, CEO, Media Challenge Initiative

Abdirahman Moallin Addow, Director, National Telecommunication Institute, Ministry of Post, Telecommunications and Technology

Bruce Vitalis, Executive Director, Centre for Media Literacy and Community Development (CEMCO), Uganda

Gundeea Narrainen, Senior Lecturer, School of Communications, University of Mauritius

Elifas Bissanda, Vice Chancellor and Chair of UNESCO, National Commission Open University in Tanzania

Emmanuel Munyarukumbuzi, Assistant lecturer, University of Rwanda

Farah Judith Isaacs, Program Officer, Media and Information Literacy Learning Initiative (MiLLi) Namibia

Henry Kabwe, Executive Director, Media Network on Child Rights, Zambia

John Oluoch, Dean, School of Information and Communications, Rongo University, Kenya

John Okande, National Programme Officer, UNESCO

Kara Chaplain, Deputy Dean, Department of Journalism and communication, Juba University, South Sudan

Levi Obonyo, Dean, School of Journalism, Daystar University

Menychle Meseret Abebe, Media Expert, Researcher and Lecturer, Department of Journalism & Communication, University of Gondar, Ethiopia

Mirjam Gehrke, Programme Director, Country Coordinator, DW Uganda

Olunifesi Suraj, Senior Lecturer, Department of Mass Communication, University of Lagos, Nigeria

Prossy Kawala, Executive Director, Centre for Media Literacy and Community Development (CEMCOD), Uganda

Rachel Fischer, Researcher & Coordinator, Information Ethics Network for Africa (IEN4A), Future Africa Institute, University of Pretoria, and Co-Chair, International Centre for Information Ethics (ICIE)

Rebecca Ryakitimbo, Country Coordinator, Digital Grassroots, Tanzania

Thomas Sithole, Co-founder and Executive Director, Zimbabwe Centre for Media and Information Literacy

Vitalis Bruce Ziraba, Executive Director, Centre for Media Literacy and Community Development (CEMCOD)

Wallace Gichunge, Executive Director, Center for Media and Information Literacy in Kenya

William Tayebwa, Head, Journalism and Communication Department, Makerere University, Uganda

Участники Региональной встречи в Латинской Америке (29–30 июня 2020 г.)

Abel Antonio Grijalva Verdugo, Faculty Member, Social and Human Sciences Department, Universidad de Occidente

Abigail Castro de Pérez, Former Minister of Education of El Salvador

Adelaida Trujillo, Filmmaker

Alexandre Bianquini do Amaral, Journalist and Filmmaker, University of São Paulo

Alexandre Fernandes Barbosa, Head, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br)

Alexandre Sayad Le Voci, CEO, ZeitGeist, and Co-Chair of the International Steering Committee for the UNESCO MIL Alliance

Ana Maria Rodino, International Consultant, Human Rights Education

Anabella Serignese, Director, Conciencia Association

Angel Martin Peccis, Director, Organization of Iberoamerican States (OEI)

Camila Munoz Churruca, Advisor to the Digital Library for Teachers Project, University of Santiago

Camila Ponce, Director, America Solidaria

Carlos Staff, Secretary General, CECC-SICA, former Vice Minister of Education of Panama

Carlos Vargas Tamez, UNESCO Regional Bureau for Education in Latin America and the Caribbean

Carolina Casas, Regional Director, Sesame Street

Cecilia Martins, Coordinator of the Inter-American Committee on Education

Claudia Dulce Romero, UNESCO Chair of Education and Culture of Peace

Claudia Tobar, Director of the Institute of Teaching and Learning, Universidad San Francisco de Quito

Corrina Grace, Executive Director, Asociacion SERES

Daniela Zallocco, UNESCO ASPnet National Coordinator

Edgar Maestre Sierra, Director of Programmes for Latin America, Young Americas Business Trust

Edison Lanza, Former Special Rapporteur for Freedom of Expression, Inter-American Commission on Human Rights

Eduardo González Saá, Executive Director, Bolivian Center for Educational Research and Action

Emilio Garcia Mendez, Expert on Children's Freedom of Expression Rights

Ernesto Reyna Alcántara, Executive Vice-President, National Council on Climate Change

Esther Hamburger, Professor, University of São Paulo

Esther Kuisch-Laroche, Director, UNESCO Office in San Jose

Facundo Galván, Expert in GCED and Teacher Professional Development, Asociación SERES

Felipe Chibás Ortiz, Associate Professor, University of São Paulo

Felisa Tibbits, Political Scientist, Professor, former Director of Electoral Education, Ministry of Interior Affairs of Argentina

Gabriela Martini, Political Scientist, Professor of various universities in Argentina, former Director of Electoral Education, Ministry of Interior Affairs of Argentina

Gilson Schwartz, Associate Professor, University of São Paulo

Glenda Marisol Xulu Perez, Teacher, Asociacion SERES

Guillermo Orozco Gómez, Professor, University of Guadalajara

Henry Arias Guido, Advisor in Education for Sustainable Development, International Affairs and Cooperation Office, Ministry of Public Education of Costa Rica

Ismar Oliveira Soares, Senior Professor of Communication, School of Communication and Art, University of São Paulo

Jamion Knight, Associate Programme Specialist, UNESCO

Jesus Lau, Director of USBIVER Library, University of Veracruzana, and Co-Chair of the International Steering Committee for the UNESCO MIL Alliance

Jose Fernando Mejia, GCED Director, Convivencia Productiva

Kerstin Forsberg, Director, Platena Oceana Peru

Laura Engel, UNESCO Chair in GCED, George Washington University

Luisa Villegas, Education Specialist, Pan American Development Foundation Organization of American States Building

Manuel Salamanca Rangel, Director, Instituto de Derechos Humanos "Alfredo Vásquez Carrizosa

Marcela Browne, Cooperation Coordinator, Fundación SES

Marcio Guerra Amorim, Executive Manager of the Studies and Prospective Unit, National Confederation of Industry

Maria Soledad Bos, Education Specialist, Inter-American Development Bank

Mirian Vilela, Executive Director, Earth Charter International Secretariat

Monica Reinoso, Former Vice-Minister, of Educational Management

Nascira Ramia, Education Coordinator, Universidad San Francisco de Quito

Orlando Sáenz, Coordinator, ARIUS Alliance

Roberto Beltrán, UNESCO Chair of Education and Culture of Peace

Rosa Campusano, Executive Director, National Institute of Teachers Training of the Dominican Republic

Roxana Morduchowicz, Former Director of the Media Literacy Programme, Ministry of Education of Argentina

Sara Jaramillo, Director of the Ecuador National Office, Organization of Ibero-American States

Silvia Bacher, President, Las Otras Voces

Soledad Mena, Teacher, Universidad Andina Simón Bolívar

Tais Gadea Lara, Journalist, Conexión Coral

Tomas Durán-Becerra, National Research Director, National Unified Corporation of National Education

Vicky Colbert, Director, Escuela Nueva Foundation

Участники Региональных консультаций в Западной Африке (7 июля 2020 г.)

Aboubakar Ali Kore, General Director, National Curricula Center

Akore Massa Zoumanigui, Director General, Higher Institute of Education Sciences of Guinea (ISSEG)

Alain Sessou, Director, Maison des Médias

Amivi Cra Komlan, Training Director, Ministry of Primary and Secondary Education and Literacy of Togo

Biyao Kokou Essohanam, Training Director, Ministry of Primary and Secondary Education (MEPS)

Camille Bulabula, Head of the Communication and Information Office, Ministry of Primary, Secondary and Vocational Education

Cyrille Guel, Founding Chair and Expert, EducommunikAfrik

Elvis Michel Kenmoe, Advisor for Communication and Information, UNESCO

Emile-Pierre Bazyomo, Teacher and Researcher, Observatory of Public Policies in Media and Digital Education in Africa (OPENEMA)

Emmanuel Edima N'Guessan, President, National Youth Council

Etienne Damome, Lecturer, Bordeaux-Montaigne University Evariste Hodonou, President, CNPA-BENIN

Francis Babbey, Observatory of Public Policies on Media and Digital Education in Africa (OPENEMA)

Georges Madiba, Teacher and Researcher, Laboratory of Social and Media Communication and Communication Department, Faculty of Letters and Human Sciences, University of Douala

Géraldine Apo Yanon, Expert and Researcher

Germain Gonzalo, Director, Porto Novo Teacher Training College (languages, modern literature, history-geography and philosophy)

Ibrahim Harouna, Director, Maison de la Presse

Ibrahima Sarr, Assistant, CESTI/CODESRIA

Ismaila Camara, President, Network of ICT journalists (REJOTIC)

Jean Claude Bationo, General Director, Higher School of Koudougou (ENS/UK)

Jean-Claude Coulibay, President of the Executive Board, National Union of Journalists of Côte d'Ivoire (UNJCI)

Kate Adoo-Adeku, Chairperson of the Executive Committee, Coalition Forum on Media and Education for Development in Africa (CAFOR)

Khadim Diop, President, National Youth Council

Leonce Gamai, General Manager, BANOTOU (online media)

Maidaji Mahamadou, General Director, Ministry of Secondary Education

Mamadou Kone, Director of Initial Formation, Ecole Normale Supérieure Abidjan Elvis

Michel Kenmoe, Advisor for Communication and Information, UNESCO

Noël Gbaguidi, President, National Council of Education

Pierre Chanou, Director, National Institute for Training and Research in Education (INFRE)

Roger Kabore, Director General, Primary Teacher Training School (ENEP) de Bobo Dioulasso

Romaine Raïssa Zidouemba, Coordinator, Journalists' Initiatives Network

Salzabo Dimougna, Communication manager, Tchad National Youth Council

Sounmaïla Moumouni, Director, Ecole Normale Supérieure Natitingou

Valy Sidibé, General Director, Higher School Abidjan

Vinod Seegum, President, Government Teachers' Union (GTU)

Yaovi Ekoue, Director, Notsé Teacher Training College

Zakiath Latondji, President, Union of Media Professionals of Benin (UPMB)

Zara Bakingue Gaoh, Training Director, Ministry of Primary Education, Literacy, Promotion of National Languages and Civic Education

Участники Региональных консультаций в Карибском регионе (30 июля 2020 г.)

Alexandre Le Voci Sayad, CEO, ZeitGeist, and Co-Chair of the International Steering Committee for the UNESCO MIL Alliance

Anthea Henderson, Lecturer, Caribbean School of Media and Communication (CARIMAC)

Asif Dover, Education Officer for Literacy, Ministry of Education of St. Vincent and the Grenadines

Catherina Schönhammer, Public Information Officer, UNESCO

Charlene James, Programme Assistant, UNESCO

Cheryl Bernabe Bishop, Head of Curriculum, Ministry of Education, Human Resource Development and Religious Affairs, Grenada

Cordel Green, Executive Director, Broadcasting Commission of Jamaica

Daisy St. Rose, Librarian, The University of the West Indies Open Campus

David Jenkins, IT Assistant, UNESCO

Dorcas R. Bowler, Director of Libraries, National Library and Information Services, Ministry of Education of The Bahamas

Everton Hannam, Secretary General, Jamaica National Commission for UNESCO

Faryal Khan, Programme Specialist, UNESCO

Georgiane Adriana — Henriquez, IT Coach for Public Education, Public Education Schools

Ingrid Peart-Wilmot, Chief Mentoring Officer, Jamaica Teaching Council

Isabel Viera Bermudez, Advisor for Communication and Information, UNESCO Joan McDermott, Librarian, Shortwood Teachers' College

Katherine Grigsby, Director and Representative, UNESCO Kingston Cluster Office for the Caribbean

Kathy Mc Diarmed, Senior Assistant Librarian, Hunter J Francois Library

Kiran Maharaj, President, Media Institute of the Caribbean

Latoya Swaby-Anderson, National Officer, UNESCO

Marcellia Henry, Secretary General, Sint Maarten National Commission for UNESCO

Marva C. Browne, Secretary General, Curaçao National Commission for UNESCO

Nurizcka Everts, Ministry of Education, Science, Culture and Sport

Paulette Stewart, Head, Department of Library and Information Studies, The University of the West Indies Mona

Valerie Clarke, Campus Librarian, The University of the West Indies, Cave Hill Campus

ПЕРВОЕ ИЗДАНИЕ

Участники Международной консультативной встречи экспертов, посвященной стратегии подготовки Учебной программы

Albert K. Boekhorst, Visiting Professor, Department of Information Science, University of Pretoria, South Africa

Bandula P. Dayarathne, Graduate Teacher and Curriculum Developer, National Institute of Education, and Visiting Lecturer of Media Education, University of Colombo, Sri Lanka

Carmilla Floyd, writer, journalist and media trainer, Stockholm, Sweden

Caroline Pontefract, Chief of Section for Teacher Education, UNESCO Paris

Carolyn Wilson, President, Association for Media Literacy (AML), Ontario, Canada and Instructor, Ontario Institute for Studies in Education, University of Toronto, Canada

K. Cheung, Teacher Trainer, Faculty of Education, University of Hong Kong, China

Divina Frau-Meigs, Vice-President, International Association for Media and Communication Research (IAMCR), University of Paris — Sorbonne, France

Evelyne Bevort, Deputy Director, Centre de Liaison de l'Enseignement et des Moyens d'Information (CLEMI), Paris, France

Fackson Banda, SAB Limited — UNESCO Chair of Media and Democracy, Rhodes University, Grahamstown, South Africa

Jesus Lau, Director, USBI VER Library, Universidad Veracruzana, Mexico

Jordi Torrent, Project Manager, Media Literacy Education, Alliance of Civilizations, United Nations

Jose Manuel Perez Tornero, Vice-President, European Association for Viewers' Interest (EAVI), General Secretary, International Association for Media Education (MENTOR), Universidad Autónoma de Barcelona, Spain

Kwame Akyempong, Deputy Director, Centre for International Education, Sussex University, Brighton, United Kingdom

Manuel Quintero, Director-General, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, Mexico

Maria Ester Mancebo, Professor of Educational Policies, Universidad de la República, Montevideo, Uruguay

Martin Hadlow, Director, Centre for Communication and Social Change, School of Journalism & Communication, University of Queensland, Brisbane, Australia

Noel Chicuecue, National Professional Officer, UNESCO Mozambique

Penny Moore, Educational Research Consultant & Executive Director, International Association of School Librarianship, Wellington, New Zealand

Ramon R. Tuazon, Chairperson, Technical Committee for Communication, Commission on Higher Education (CHED), and President, Asian Institute of Journalism and Communication, Philippines

Rasha Omar, Director, Science Technology Track, Palestinian Curriculum Development Centre, Ministry of Education and Higher Education, Ramallah, Palestinian Territories

Renato Operti, International Bureau of Education, UNESCO Geneva

Samy Tayie, President, International Association for Media Education (MENTOR), Cairo, Egypt

Toussaint Tchitchi, Université d'Abomey-Calavi, Bénin

Участники Второй международной встречи экспертов, посвященной рассмотрению первого проекта Учебной программы

Ana Naidoo, Deputy Dean, Faculty of Education, University of Pretoria, South Africa

Asim Abdul Sattar, Dean, Faculty of Education, Maldives College of Higher Education, Maldives

C. K. Cheung, Teacher Trainer, Faculty of Education, University of Hong Kong, China

Carolyn Wilson, President, Association for Media Literacy (AML), Ontario, Canada and Instructor, Ontario Institute for Studies in Education, University of Toronto, Canada

Clement Lambert, Lecturer, Language Arts/Literacy Education, Institute of Education, University of the West Indies, Jamaica

Jordi Torrent, Project Manager, Media Literacy Education, Alliance of Civilizations, United Nations

Jutta Croll, Managing Director, Stiftung Digitale Chancen, Berlin, Germany

Kwame Akyempong, Deputy Director, Centre for International Education, Sussex University, Brighton, United Kingdom

Mouna Benslimane, Teacher, School of Information Science, Morocco

Per Lundgren, Member, Board of Directors, World Summit on Media for Children and Youth, Karlstad, Sweden

Ramon R. Tuazon, Chairperson, Technical Committee for Communication, Commission on Higher Education (CHED), and President, Asian Institute of Journalism and Communication, Philippines

Renato Operti, Programme Specialist, International Bureau of Education, UNESCO Geneva

Roxana Morduchowicz, Directora del Programa Escuela y Medios del Ministerio de Educación de la Nación, Buenos Aires, Argentina

Susan Moeller, Director, International Center for Media and the Public Agenda (ICMPA), Salzburg, Austria

Участники регионального тренинга для преподавателей и консультативной встречи для Южной Африки, Латинской Америки и Карибского региона, Южной Азии

Южная Африка

Allen Chaida, Lecturer, Caprivi College of Education, Namibia

Ana Naidoo, Deputy Dean, Faculty of Education, University of Pretoria, South Africa

Andrew Stevens, Lecturer, Rhodes University, South Africa

Elizabeth Brown, Lecturer, University of Namibia, Namibia

Gerhard Nglangi, Lecturer, Rundu College of Education, Namibia

Gerrit Stols, University of Pretoria, South Africa

Ina Fourie, Associate Professor, Department of Information Science, University of Pretoria, South Africa

Johan van Wyk, Librarian, University of Pretoria, South Africa

John Nyambe, National Institute of Educational Development, Namibia

Les Meiring, Lecturer, Nelson Mandela Metropolitan University, Port Elizabeth, South Africa

Mabataung Metsing, National Curriculum Development Centre, South Africa

Mafata Paul Mafata, Lesotho College of Education, Lesotho

Mandie Uys, Lecturer, North-West University, South Africa

Marianne Hicks, Lecturer, International Studies, Monash University, South Africa

Mary Anne Hood, Lecturer, University of Fort Hare, East London, South Africa

Maryna Roodt, Lecturer, Central University of Technology, Bloemfontein, South Africa

Musa Hlophe, Mathematics Curriculum Designer, Responsible for Information at the NCC National Curriculum Centre, South Africa

Pentecost Nkhoma, Lecturer, Tshwane University of Technology, Pretoria, South Africa

Phindile Maureen Nxumalo, Head of Education Department, William Pitcher College, Swaziland

Sikhonzile Ndlovu, Media training manager, Gender Links, Johannesburg, South Africa

Tulonga Henocho, Lecturer, Ongwediva College of Education, Namibia

Van Heerden, Lecturer, University of Western Cape, South Africa

Wandile Sifundza, Editor of SNAT Newsletter, Swaziland National Teachers' Association

Латинская Америка и Карибский регион

Barbara Foster, Coordinator, University of West Indies, Mona, Jamaica

Bob Harris, Freelance Journalist, PBC TV, Kingston, Jamaica

Catherine Gibson, Business Studies Tutor, Erdiston Teachers' Training College, Barbados

Dahlia Palmer, Lecturer, Shortwood Teachers' College, Kingston, Jamaica

Deborah Francis, Senior Lecturer, St Joseph's Teachers, Kingston, Jamaica

Elizabeth Terry, Chair, ICT4D Jamaica, and Director, Projects and Partnerships, HEART Trust/NTA

Erika Vasquez, Director, Basic Educational Department, National University of Costa Rica

Erika Walker, National Programme Officer for Communication and information, UNESCO Kingston, Jamaica

Gillian Bernard, Consultant, UNESCO Kingston, Jamaica

Hirfa Morrison, College Librarian, Excelsior Community College, Kingston, Jamaica

Isidro Fernandez-Aballi, Adviser Information and communication for the Caribbean, UNESCO Kingston, Jamaica

Jacqueline Morris, Lecturer, University of Trinidad and Tobago

Jennifer Palmer Crawford, HoD, Teacher Education, Clarence Fitzroy Bryant College, Guadeloupe

Joseph Mckenzie, Senior Lecturer, Moneague Teachers' College, Jamaica

Linda Rozenbald, Teacher Educator, Advanced Teacher Trainer College, Leysweg, Suriname

Lionel Douglas, Assistant Professor, University of Trinidad and Tobago

Lorraine Jeanette Campbell, Director of Education, Edna Manley College of the Visual & Performing Arts, Kingston, Jamaica

Marlon Dixon, Cameraman, PBC TV, Kingston, Jamaica

Melody Palmer, Programme Manager and Network Coordinator, ICT4D Jamaica

Royston Emmanuel, Lecturer, Sir Arthur Lewis Community College, Saint Lucia

Sonia Bennet-Cunningham, Principal Director, VTDI, HEART Trust/NTA, Kingston, Jamaica

Sylvia James-Mitchell, Lecturer, T.A. Marryshow Communication College, Grenada

Valentine Telemaque, ICT Tutor, Northeast Comprehensive School, Wesley, Dominica

Zellyne Jennings-Craig, Director, School of Education, University of West Indies, Mona, Jamaica

Южная Азия

Abdul Rasheed Ali, Dean, Faculty of Arts, Maldives College of Higher Education, Male, Maldives

Anjum Zia, Chairperson, D/O Mass Communication, Lahore College University for women Lahore, Pakistan

Anthony D'Silva, Notre Dame Institute of Education, Karachi, Pakistan

Arul Selvan, Associate Professor, School of Journalism and New Media Studies, IGNOU, New Delhi, India

Braza Gopal Bhowmick, Secretary, National Curriculum and Textbook Board, Dhaka, Bangladesh

Ima Naryan Shrestha, Training Officer, National Centre for Educational Development (NCED), Nepal

Jigme Choden, Ministry of Information and Communication, Thimphu, Bhutan

Mahalakshmi Jayaram, Former Faculty, Asia College of Journalism, Chennai

Mohammad Akhtar Siddiqui, Chairperson, National Council for Teacher Education (NCTE), New Delhi, India

Pradeepa Wijetunge, Director, National Institute of Library & Information Sciences (NILIS), Colombo, Sri Lanka

Premila Gamage, Librarian, Institute of Policy Studies of Sri Lanka (IPS), Colombo, Sri Lanka

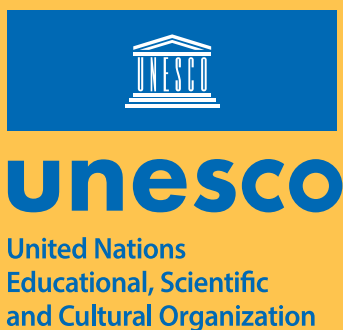
Rayhana Taslim, Assistant Professor, Teacher's Training College, Dhaka, Bangladesh

Shameem Reza, Assistant Professor, Department of Mass Communication and Journalism, University of Dhaka, Bangladesh

Shreeram Lamichhane, Teacher Training Institute, Nepal

Shuhudha Rizwan, Education Development Officer, Centre for Continuing Education, Ministry of Education, Male, Maldives

Yeshey Yang, Policy and Planning Officer, Ministry of Information and Communications, Thimphu, Bhutan



«Правительства государств – участников настоящего Устава провозглашают от имени своих народов ... руководствуясь вышеуказанными соображениями и веря в необходимость предоставления всем людям полных и равных возможностей для получения образования, беспрепятственных исканий объективной истины и свободного обмена мыслями и знаниями, подписавшие настоящий Устав государства выразили твердую решимость развивать и расширять связи между своими народами в целях взаимного понимания и приобретения более точного и ясного представления о жизни друг друга...»

Выдержка из Устава ЮНЕСКО

«Медийная и информационная грамотность является важнейшей составляющей нравственного и гражданского воспитания. Этот вид грамотности также представляет собой фундаментальное право каждого гражданина в любой стране мира и, таким образом, дает возможность любому человеку защитить свою частную жизнь и свое место в обществе, технологическая среда которого меняется все быстрее и быстрее.

Из выступления Одрэ Азуле,
Генерального директора ЮНЕСКО,
на Международной консультативной
встрече экспертов,
посвященной Учебной программе ЮНЕСКО
по медийной и информационной грамотности,
13 сентября 2019 г., Белград, Сербия

