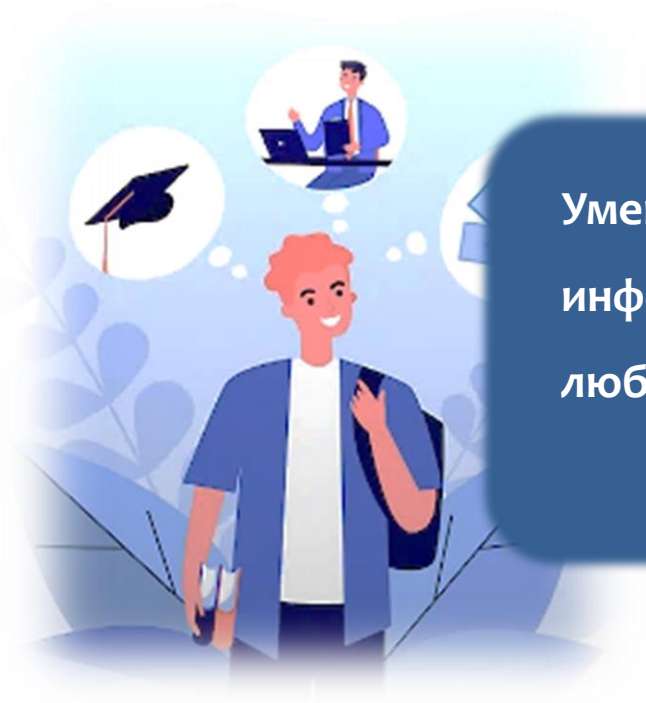
Библиотека
им. В.Г. Белинского

Медийно-информационная грамотность библиотекаря

МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ

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

МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ



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

МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ

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

МИГ

ЛИЦА МЕДИА

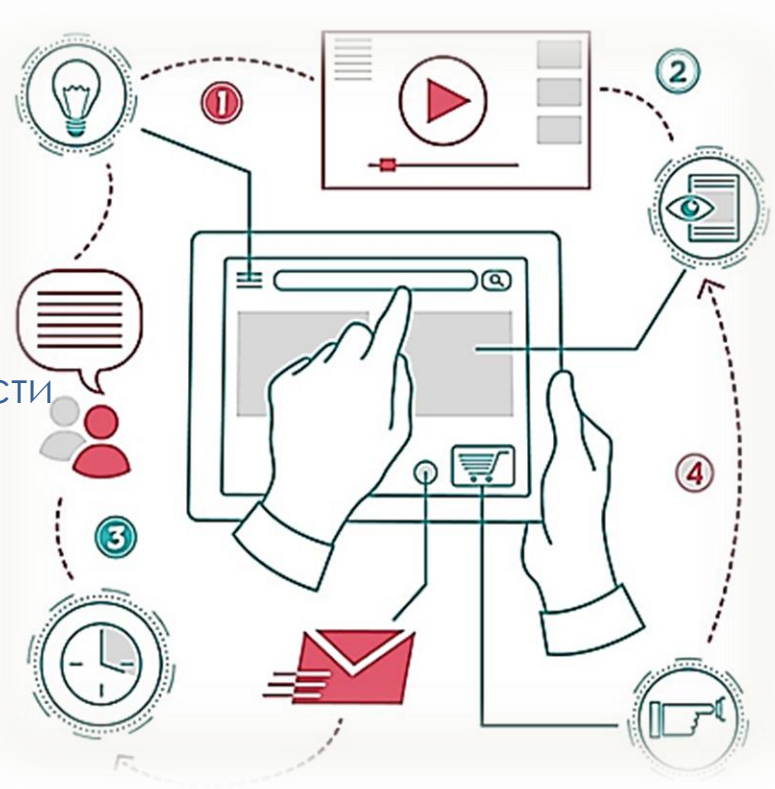


Жилавская И.В.
(1955-2021гг.)

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

ФУНКЦИИ МЕДИА

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



ФУНКЦИИ МЕДИА

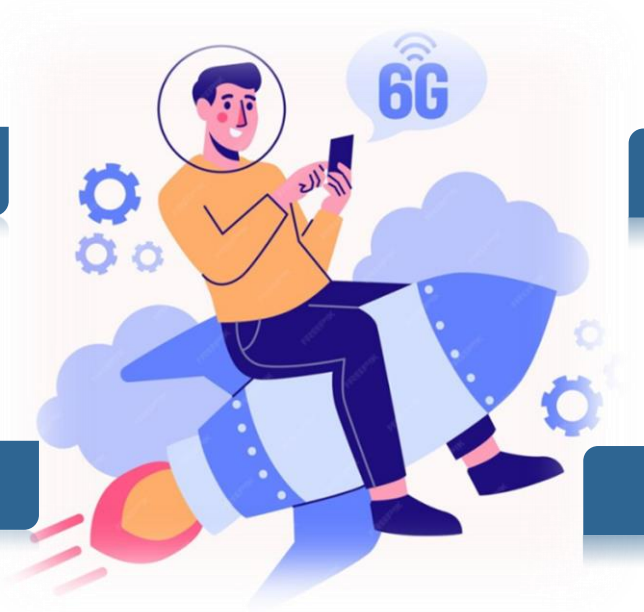


- **креативная** – помогает раскрыть творческий потенциал, адаптирует человека к окружающей среде
- **интеграционная** – объединяет людей помогает взаимопониманию разных культур и традиций
- **посредническая** – устанавливает контакты
- **управленческая** – посредник между социумом и властью

ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

ДОСЯГАЕМОСТЬ

ДОСТУПНОСТЬ



МОБИЛЬНОСТЬ

ГИБКОСТЬ

ПРОСТОТА

МЕДИА

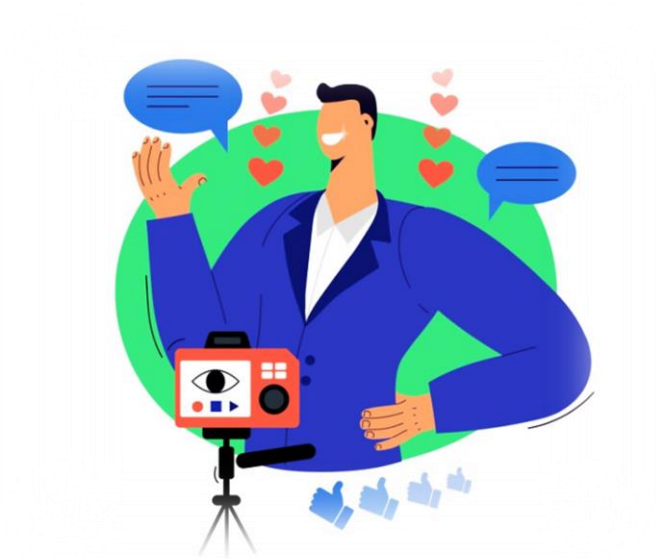
ТРАДИЦИОННЫЕ
средства коммуникации, сформированные в традиционной аналоговой культуре – книга, газета, журнал



НОВЫЕ
возникли в период всеобщей цифровизации и виртуализации – сетевые издания, блоги, аккаунты, компьютерные игры и т.д.



МЕДИА



НЕВЕРБАЛЬНЫЕ

для передачи информации

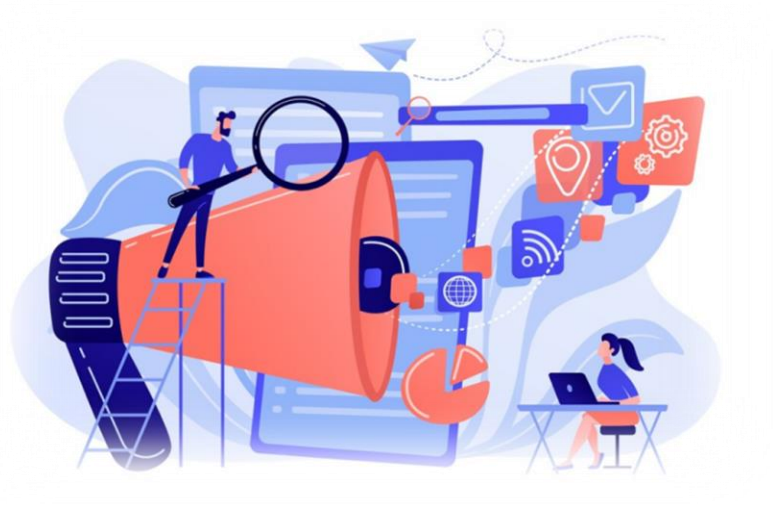
используют визуальные образы,

акустические системы

ВЕРБАЛЬНЫЕ

содержат устный

или письменный текст



МЕДИАСРЕДА

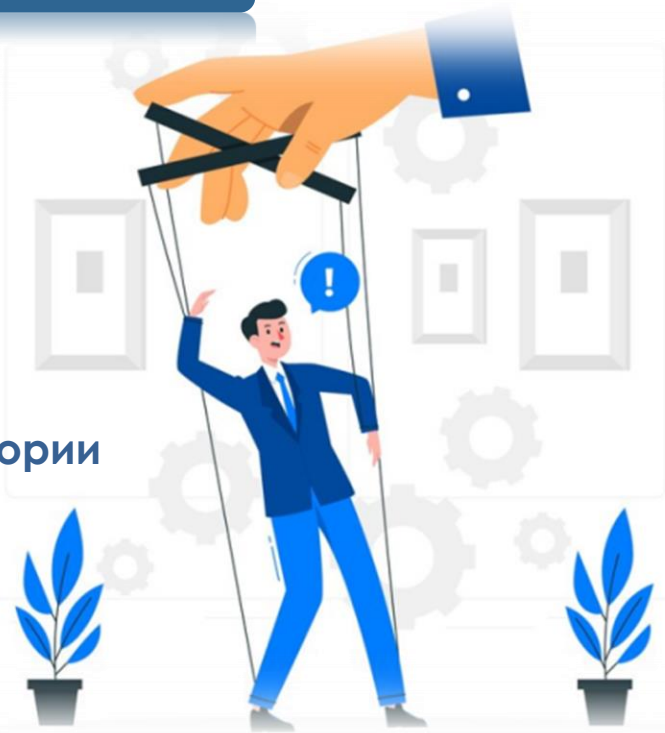


Это сфера, которая через посредничество массовых коммуникаций связывает человека с окружающим миром. Информирует, развлекает, пропагандирует те или иные нравственно–эстетические ценности, оказывает идеологическое, экономическое или организационное воздействие на оценки, мнения и поведение людей

ВОЗДЕЙСТВИЕ НА АУДИТОРИЮ

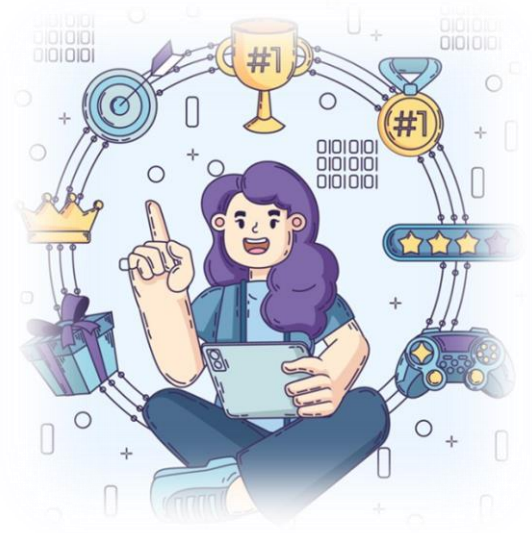
МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ПРИЁМЫ

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



ГЕЙМИФИКАЦИЯ

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





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

МОТИВАЦИЯ В ГЕЙМИФИКАЦИИ

- ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ
- СОРЕВНОВАНИЕ
- ДОСТИЖЕНИЕ
- ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ



ФОРМЫ МЕДИААКТИВНОСТИ



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

ИНФОРМАЦИИ

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА



- изучать мнения об услугах
  формировать положительный имидж
- налаживать эффективные
  коммуникации с потенциальными
  пользователями
- вести диалог и обмен информацией
  между участниками коммуникации

ПОТРЕБНОСТИ РЕАЛИЗУЕМЫЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

- всегда быть на связи
- общаться сразу с несколькими людьми в любое время
- поддержание сильных связей

  постоянное присутствие в жизни близких по духу людей
- внесение в жизнь новой информации
- участие в общественной жизни
- потребность в личном пространстве



ТИПЫ ПОВЕДЕНИЯ В СОЦСЕТЯХ

эксперты — диванные критики.

По каждому поводу имеют свое мнение,

они не всегда хорошо знают вопрос

позитивные — граждане мира,

провоцирующие хейтеров

хейтеры — создатели немотивированно

злобных оскорбительных и агрессивных,

комментариев постов и сообщений



ТИПЫ ПОВЕДЕНИЯ В СОЦСЕТЯХ



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

МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ

Широкий кругозор



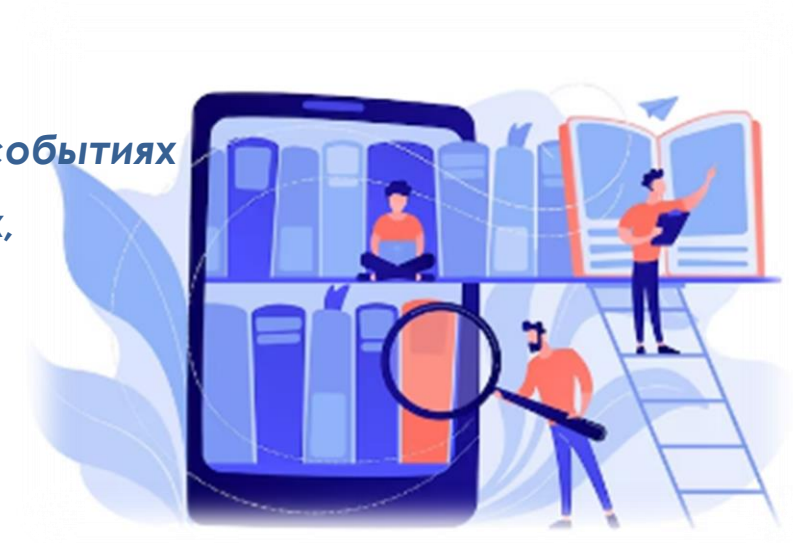
ПРЕДПОЛАГАЕТ

Критическое отношение к следующим вопросам:

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

МЕДИАКОНТЕНТ

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



ЯЗЫК И СТИЛЬ МЕДИАТЕКСТОВ



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

МЕДИАТЕКСТ ДОЛЖЕН БЫТЬ:

- актуальным
- достоверным
- объективным
- иметь документальную подверженность
- показывать динамику и срез общественного мнения



ОСНОВНЫЕ СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА КОНТЕНТА

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

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

НАВЫКИ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ

П

О

Н

И

М

А

Т

Ь

Знать структуру медиа, какой истинный смысл скрыт в том или ином медиа контенте

И подвергать критическому осмыслению сообщения медиа

Четко представлять политические, коммерческие и другие цели медиа

Уметь определять ценность источников

Какова целевая аудиторию, и как она расположена к представленной информации



НАВЫКИ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ

П **Р**азницу между вымыслом и фактом,

О **К**ак различать различные виды

Н медиаконтента

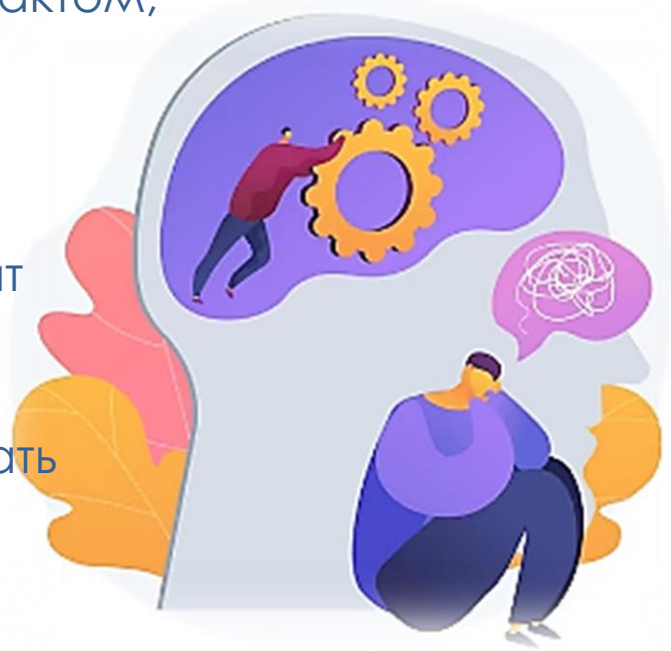
И **Ч**то содержание медиа зависит

М от автора и заказчика контента

А **И** анализировать, контролировать

Т информацию

Ь **И** знать как работают медиа

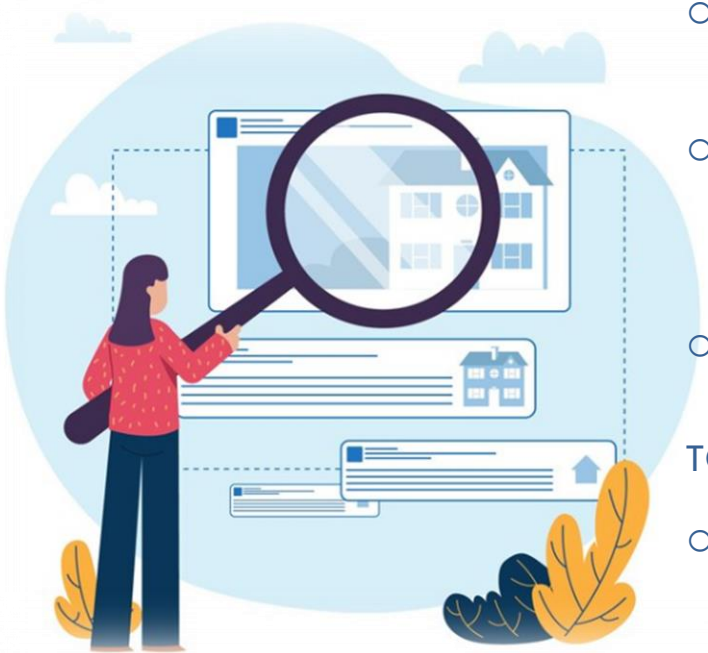


ПРОСТЫЕ ПРАВИЛА ПРОВЕРКИ ИНФОРМАЦИИ

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



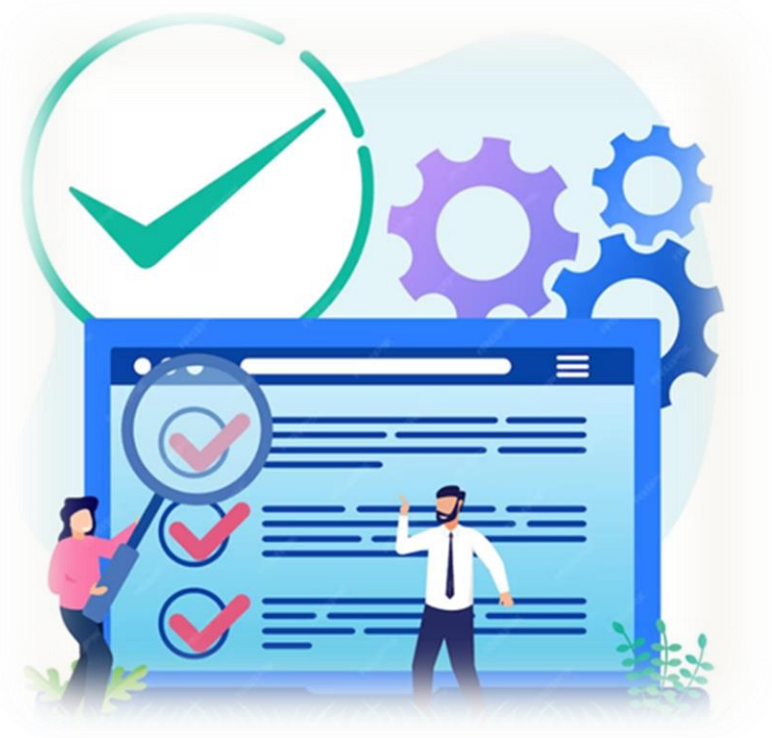
РАСШИРЕННАЯ ПРОВЕРКА



- **С**оответствие места и времени с действием
- **К**огда появилась информация, когда была загружена в сеть. **Когда был создан сайт**
- **К**то автор медиатекста, как давно и серьезно занимается этой тематикой
- **П**очему материал появился именно сейчас
- **К**акие эмоции вызвал этот текст и какие ожидались

ГЛАВНЫЕ КРИТЕРИИ НАДЕЖНОСТИ ИСТОЧНИКА

- РЕПУТАЦИЯ
- НЕЗАВИСИМОСТЬ
- ПРОФЕССИОНАЛИЗМ

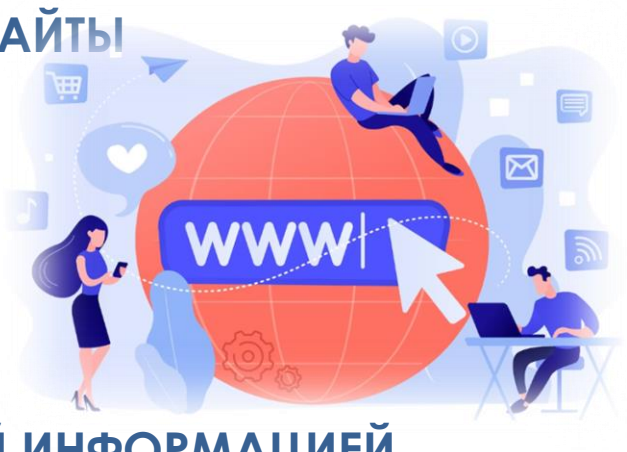


ТИПОЛОГИЯ ИСТОЧНИКА НА ДОСТОВЕРНОСТЬ

- ГОСУДАРСТВЕННЫЕ САЙТЫ
- САЙТЫ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ
- САЙТЫ НОВОСТНЫХ АГЕНТСТВ, СМИ С ХОРОШЕЙ РЕПУТАЦИЕЙ

ТИПОЛОГИЯ ИСТОЧНИКА НА ДОСТОВЕРНОСТЬ

- **ТЕМАТИЧЕСКИЕ ЭЛ. РЕСУРСЫ** / САЙТЫ ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ И ЛЮБИТЕЛЕЙ
  - КОММЕРЧЕСКИЕ САЙТЫ
    - «ЖЕЛТЫЕ» САЙТЫ
      - САЙТЫ С НЕИЗВЕСТНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ



АЛГОРИТМ ПРОВЕРКИ ИНФОРМАЦИИ НА ОСНОВЕ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ

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

ПРОВЕРЯЕМ ДОСТОВЕРНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ

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







ОБЛАДАТЬ НАВЫКАМИ ИНФОРМАЦИОННО- МЕДИЙНОЙ ГРАМОТНОСТИ

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



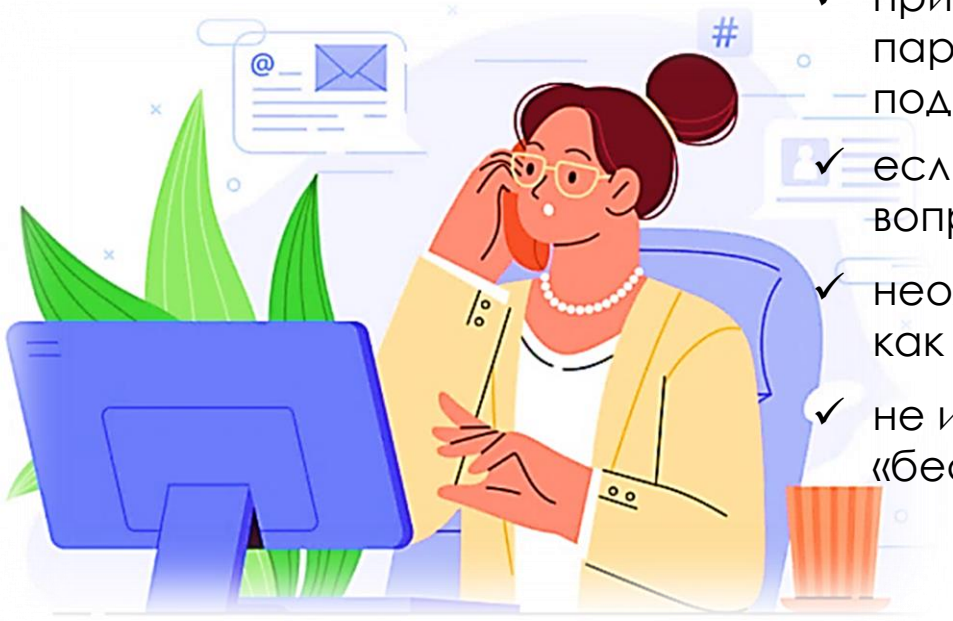
ОБЛАДАТЬ НАВЫКАМИ ИНФОРМАЦИОННО- МЕДИЙНОЙ ГРАМОТНОСТИ



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

ЦИФРОВОЙ ЭТИКЕТ

ОБЩЕНИЕ ПО ТЕЛЕФОНУ



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

ЦИФРОВОЙ ЭТИКЕТ

ОБЩЕНИЕ ПО ТЕЛЕФОНУ

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



ЦИФРОВОЙ ЭТИКЕТ

ОБЩЕНИЕ ПО ТЕЛЕФОНУ



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

ЦИФРОВОЙ ЭТИКЕТ



- не участвуйте в массовой рассылке картинок, открыток, видео и т.д.
- перед отправкой сообщения проверьте грамотность сообщения (на предмет «автозамены»…)
- в групповые чаты отправляйте информацию, которая будет интересна большинству участников чата

ЦИФРОВОЙ ЭТИКЕТ

ПРЕДЕЛЬНО КОРРЕКТНО КАСАТЬСЯ ТЕМ

- НАЦИОНАЛЬНОСТИ
- РЕЛИГИИ
- ФАШИЗМА И ТЕРРОРИЗМА



ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

1. О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию : Федер. закон от 29 дек. 2010 г. N 436-ФЗ : (ред. от 28.04.2023) // ГАРАНТ.RU : информ.-правовой портал. – Москва, 1990-2024. – URL: https://base.garant.ru/12181695/?ysclid=ls1sd5l6qf992308399 (дата обращения: 31.01.2024).

2. Об информации, информационных технологиях и о защите информации : Федер. закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ : (ред. от 12.12.2023) // ГАРАНТ.RU : информ.-правовой портал. – Москва, 1990-2024. – URL: https://base.garant.ru/12148555/?ysclid=ls1sfgt0bg819904559 (дата обращения: 31.01.2024).

3. О персональных данных : Федер. закон от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ : (ред. от 06.02.2023) // ГАРАНТ.RU : информ.-правовой портал. – Москва, 1990-2024. – URL: https://base.garant.ru/12148567/ (дата обращения: 31.01.2024).

ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

4. О противодействии экстремистской деятельности : Федер. закон от 25 июля 2002 г. N 114-ФЗ : (ред. от 28.12.2022) // ГАРАНТ.RU : информ.-правовой портал. – Москва, 1990-2024. – URL: https://base.garant.ru/12127578/?ysclid=ls1sh7pbyi248577658 (дата обращения: 31.01.2024).

5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18 дек. 2006 г. N 230-ФЗ : (ред. от 13.06.2023, с изм. от 14.12.2023) // КонсультантПлюс : [сайт]. – Москва, 2007-2024. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/?ysclid=ls1sihgsex240047588 (дата обращения: 31.01.2024).

6. Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по библиотечно-информационной деятельности" : приказ М-ва труда и соц. защиты Рос. Федерации от 14 сент. 2022 г. N 527н // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2013. – № 4. – Ст. 293 ; 2014. – № 39. – Ст. 5266. – URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202210140007 (дата обращения: 31.01.2024).

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

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

ЗАПРЕЩЕННАЯ ДЛЯ ДЕТЕЙ ИНФОРМАЦИЯ

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

О ПРОТИВОДЕЙСТВИИ ЭКСТРЕМИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

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

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

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

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ СПИСОК ЭКСТРЕМИСТСКИХ МАТЕРИАЛОВ

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

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

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

ОБ ИНФОРМАЦИИ, ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ И О ЗАЩИТЕ ИНФОРМАЦИИ

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

Статья 1. Сфера действия настоящего Федерального закона

1. Настоящий Федеральный закон регулирует отношения, возникающие при:

1) осуществлении права на поиск, получение, передачу, производство и распространение информации;

2) применении информационных технологий;

3) обеспечении защиты информации.

ОБ ИНФОРМАЦИИ, ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ И О ЗАЩИТЕ ИНФОРМАЦИИ

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

Статья 1. Сфера действия настоящего Федерального закона

1. Настоящий Федеральный закон регулирует отношения, возникающие при:

1) осуществлении права на поиск, получение, передачу, производство и распространение информации;

2) применении информационных технологий;

3) обеспечении защиты информации.

О ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

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

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

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ
СПЕЦИАЛИСТ ПО БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

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

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ

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

Образовательный курс «Медийно-информационная грамотность: цифровые компетенции библиотекаря»



ВЫПОЛНИТЬ ЗАДАНИЕ

Составить список нормативных документов

по работе с информацией или по информационной

безопасности, используемых в работе вашей библиотеки.

В количестве от 3 до 5 источников с указанием активных

ссылок

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !

СОУНБ им. В.Г. Белинского
отдел электронных ресурсов
Закирова Рина Рамизовна

zakirova.r.r@uraic.ru

тел. +7 (343) 304-60-20, доб. 320