Медиаграмотность: предмет изучения, роль в современном мире

медийная и информационная грамотность и безопасность
Тема I

К.ф.н., доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций
Зелянская Наталья Львовна
zelyanskayapsu@gmail.com

План:

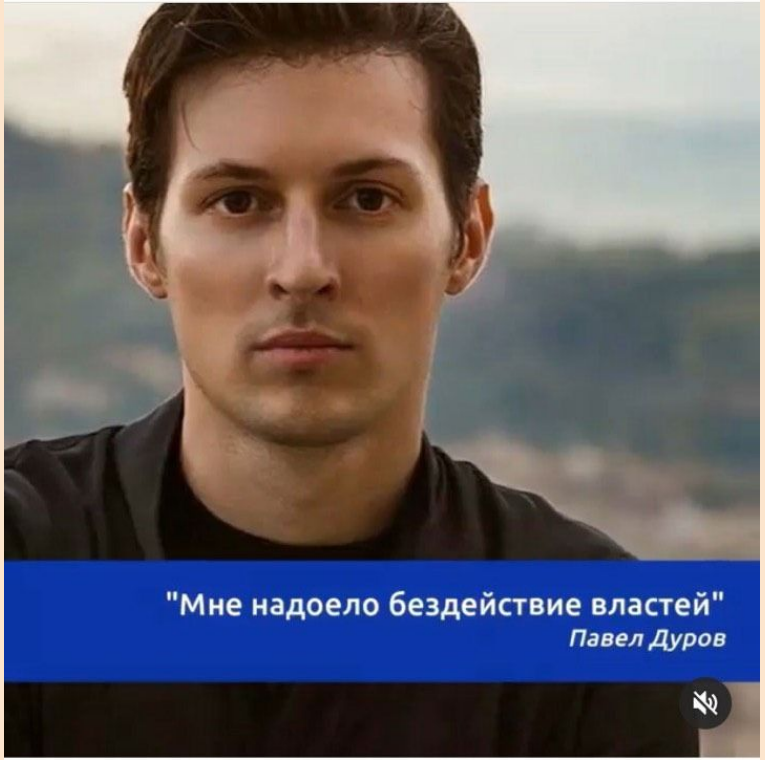
Медиаграмотность как необходимость в информационном обществе.

Компетенции медиаграмотности.

Дезинформация.

[redacted]

Sponsored

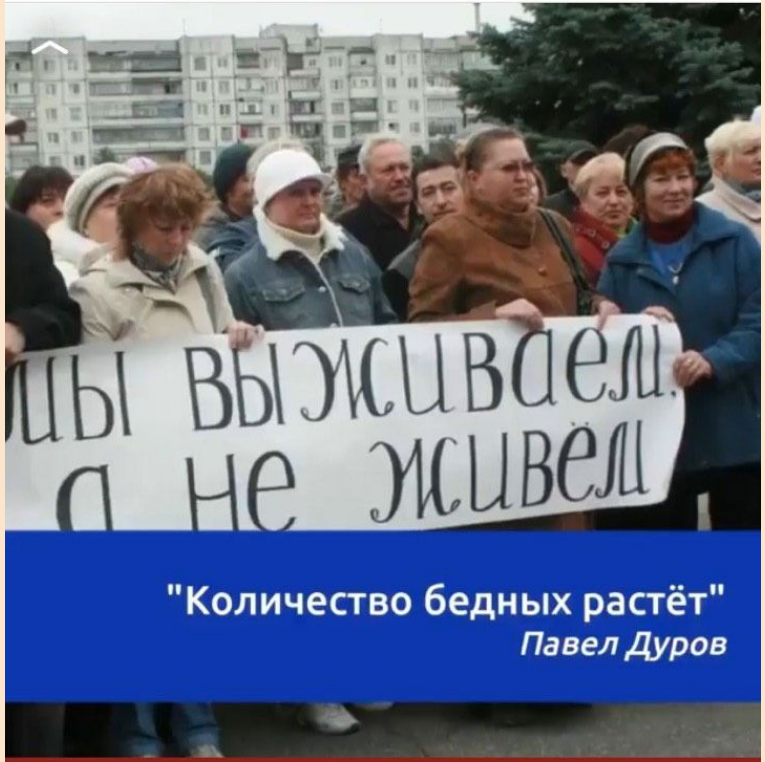


Learn More

82,080 views

[redacted]

Sponsored



Learn More

82,080 views

[redacted]

Sponsored

"В то время как олигархи покупают себе всё больше яхт и коттеджей"

Павел Дуров

Learn More

82,080 views

[redacted]

Sponsored

"Мне обидно, что в такой *большой* стране так *мало* справедливости"

Павел Дуров

Learn More

82,080 views

[redacted]

Sponsored

"Поэтому, мы разработали специальную платформу"

Павел Дуров

Learn More

82,080 views

[redacted]

Sponsored

"Она позволит каждому россиянину жить так, как он или она хочет"

Павел Дуров

Learn More

82,080 views

[redacted]

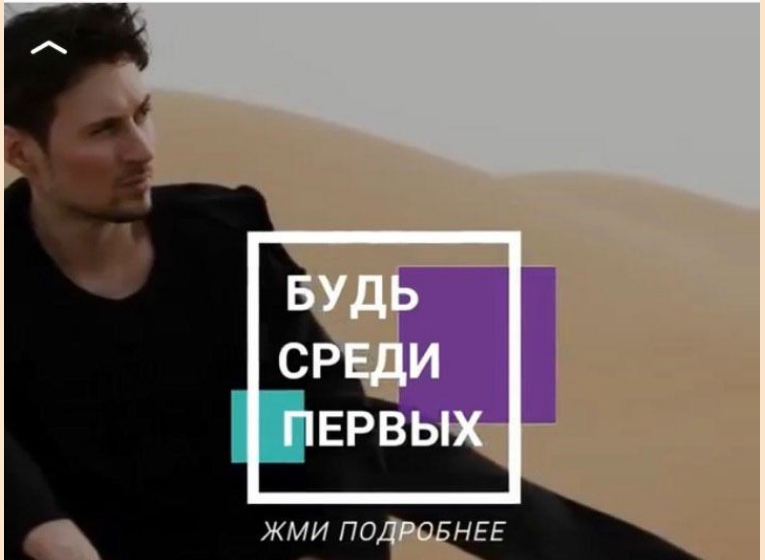
Sponsored

Learn More

82,080 views

[redacted]

Sponsored



Learn More

82,080 views

Вопрос в чат:

Почему в современном мире стала актуальной проблема медиаграмотности?

Согласно исследованию Global Digital, к 2021 году число пользователей интернета в России достигло 124 млн человек.
Это 85% населения страны.

Среди российской аудитории социальных сетей и мессенджеров

- 29% (почти каждый третий) тратит на них **более трех часов в день** (72% среди 18–24-летних),
- 16% — от двух до трех часов,
- 25% — один-два часа в день,
- 19% — полчаса, а
- 9% — менее получаса.

Многие думали, что вскоре в сети окажутся все информационные, научные и культурные богатства, которые выработало человечество. Было ясно, что новости теперь можно узнавать мгновенно, минуя официальные каналы, и это казалось концом цензуры и полным торжеством свободы в глобальном масштабе.

В 1996 году американский поэт и эссеист Джон Перри Барлоу провозгласил «Декларацию независимости киберпространства»:

Я заявляю, что глобальное общественное пространство, которое мы строим, по природе своей независимо от тираний, которые вы стремитесь нам навязать. Вы не имеете ни морального права властвовать над нами, ни методов принуждения, которые действительно могли бы нас устрашить.

Во 2-ой половине XX века Интернет воспринимался как пространство духовной свободы, но мало кто понимал его потенциал как коммуникационной среды с огромными манипулятивными возможностями.

В ситуации, когда ИИ становится распространенным по-настоящему глобально, крупным корпорациям, которые по сути владеют онлайн-пространством, гораздо проще контролировать не только техническую, но и содержательную сторону коммуникаций.

Мошенничество, рекламодатели, противоправная деятельность, кибербуллинг, доксинг .

Маршалл Маклюэн (1969):

Я называю эту своеобразную разновидность самогипноза «нарциссическим наркозом» — синдромом, при котором человек не замечает психогенных и социальных последствий новых технологий в той же мере, в какой рыба не замечает воды, в которой плавает. В результате происходит вот что: в момент, когда новое, созданное средствами массовой коммуникации мироустройство становится всеобъемлющим и меняет наш сенсорный баланс, оно также становится для нас невидимым

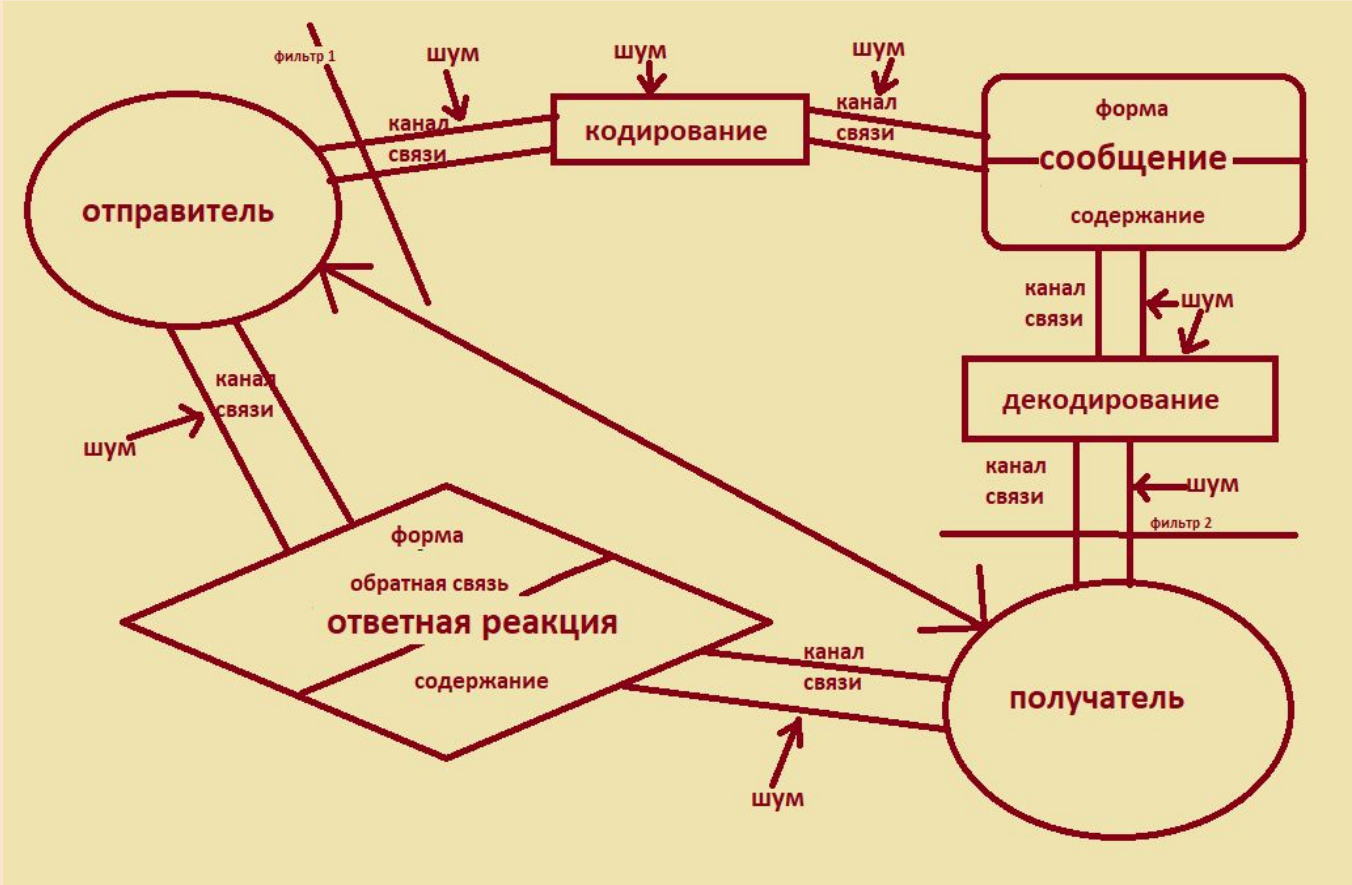
Средство коммуникации само является сообщением.

Новые медиа (new media) — новый формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контента.

- цифровой формат;
- интерактивность ;
- мультимедийность.

Это просто замена печатного издания?

Новые медиа: как изменилась модель медиакоммуникации



МОДЕЛЬ КОММУНИКАЦИИ, ЕЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ

Отправитель - адресант коммуникации, тот кто посылает сообщение.
Фильтр (1) - личностные смыслы, цели, языковые возможности и т.д. адресанта.
Кодирование - воплощение замысла с помощью знаков.
Сообщение - законченный текст (в широком смысле).
Каналы связи - способ передачи сообщения, путь, которым сообщение идет от адресанта к адресату.
Декодирование - процесс понимания "расшифровки" сообщения.
Фильтр (2) - личностные смыслы, цели, языковые возможности и т.д. адресата.
Получатель / адресат - тот, кому адресовано сообщение.
Ответная реакция - набор откликов адресанта, которые возникают в результате контакта с сообщением.
Обратная связь (часть ответной реакции) - результат коммуникации, одного из этапов коммуникации.
Шумы - экстралингвистический или лингвистический контекст коммуникации.

Акторы новых медиа – люди, цифровые объекты, алгоритмы, машины, процессы и технологии, каждый из которых имеет определенные средства для самопроявления и взаимодействия с другими участниками.

Под **медиатекстом** предполагается сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и др.), или же произведение информационного или художественного характера, созданное для трансляции средствами массовой коммуникации (статья, фильм, радио/телепередача и т.д.).

Просьюмер (слово, состоящее из слов «производитель» и «потребитель/консьюмер», предложенное Элвином Тоффлером в 1980 году) - адресат медиасообщения, который участвует в процессах создания/производства медиа.

МЕДИАГРАМОТНОСТЬ

Большинство определений опираются на понятие, впервые сформулированное в ходе **Национальной конференции по лидерству в сфере медиаграмотности** в 1993 г. (США).

Автор доклада по итогам конференции Патрисия Ауфдерхайде определила тогда
медиаграмотность как «способность найти (получить доступ), проанализировать, оценить и передать информационное сообщение во всем многообразии его форм».

ЮНЕСКО понимает **медийно-информационную грамотность** как совокупность знаний, навыков, установок, компетенций и практик, которые позволяют обеспечить эффективный **доступ, анализ, критическую оценку**, **интерпретацию**, **использование, создание и распространение** информации и медийных продуктов с использованием всех необходимых средств и инструментов на **творческой, законной и этичной** основе.

В России становление понятия «медийно-информационная грамотность» (МИГ), объединившего подходы информационной грамотности и медиаграмотности, пришлось на конец 2000-х — начало 2010-х годов.

В «Московской декларации о медиа- и информационной грамотности», принятой в 2012 г., было дано определение МИГ, которое остается актуальным и сегодня:

Медиа- и информационная грамотность – это совокупность знаний, установок, умений и навыков, которые позволяют получать **доступ** к информации и знаниям, **анализировать**, **оценивать**, **использовать**, **создавать и распространять** их с максимальной продуктивностью в соответствии с **законодательными и этическими нормами** и с соблюдением **прав человека**.

Ренира Рампаццо Гамбарато (доктор наук, преподаватель факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ).

Медиаграмотность — это способность **опознавать различные типы медиа** и **понимать разнообразные сообщения**, которые они передают, улучшая качество человеческой жизни.
Медиаграмотность включает в себя совокупность компетенций: **получать доступ, анализировать, оценивать, отражать, создавать и производить** различные медиа.

В основе медиаграмотности — модель, которая поощряет людей **задавать вопросы** о том, что они смотрят, видят, читают.

Для новой эпохи характерна гиперсоединенность — она означает, что всё и все общаются между собой: люди с людьми, люди с машинами, машины с машинами.

Со всеми преимуществами и недостатками, вызванными вездесущей связанностью, медиаграмотность становится еще более релевантной, так как **традиционный набор навыков расширяется**.

Знания о **больших данных**, **приватности персональных данных**, об **алгоритмах**, применяемых в интернете, а также **умение соблюдать баланс** между включенностью в медиа и выключенностью являются компонентами новой медиаграмотности.
Именно такой баланс может помочь нам чувствовать себя более комфортно в цифровой среде.

Медиаграмотность делает возможным **критическое мышление**.

Медиаграмотный индивид способен **различать** надежные источники информации, **определять роль** медиа в культуре и **быть ответственным** за свое понимание влияния средств массовой коммуникации, переключаясь между различными медиаплатформами.

Смысловая медиаграмотность представляет собой умение декодировать явные и латентные идеи и смыслы, которые заложены в медиасообщения.

В данном случае ключевая роль отводится исключительно содержанию транслируемого текста.

Пермский государственный университет (ПГНИУ)
19 окт в 18:02 · 22K

Фильм по сценарию выпускницы ПГНИУ номинирован на премию «Оскар»

Выпускница филологического факультета ПГНИУ Любовь Мульменко вошла в число соавторов сценария к фильму «Купе номер шесть», который номинирован на премию «Оскар». Кинокартина выдвинута в номинации «Лучший фильм на иностранном языке» от Финляндии.

Любовь Мульменко пригласили работать над диалогами на русском языке по сценарию, который изначально был написан режиссёром Юхо Куосманеном на английском. Эта история о путешествии на поезде «Москва — Мурманск» финской студентки и российского шахтера основана на романе финской писательницы Росы Ликсом. Ранее кинокартина «Купе номер шесть» уже получила Гран-при основного конкурса 74-го Каннского кинофестиваля.

В этом году в Каннах также показали второй фильм по сценарию Любови Мульменко — «Разжимая кулаки». Это драма о жизни семьи из шахтерского городка в Северной Осетии. Кроме Любови Мульменко, сценарий к нему писали Кира Коваленко и Антон Яруш. «Разжимая кулаки» получил Гран-при Каннского фестиваля в программе «Особый взгляд».

В 2021 году году выпускница филфака ПГНИУ представила свой режиссерский дебют — картину «Дунай» — в основном конкурсе кинофестиваля «Кинотавр».

Технологическая медиаграмотность обращает внимание на технические особенности оформления сообщений – такие, например, как номера, размер и тип шрифта, звуковое сопровождение, соответствующее освещение и цветовой оформление в телевидении.

Видовая медиаграмотность представляет собой различия между различными типами СМИ – телевидением, радио, прессой, интернетом; понимание того, с какими возможностями и ограничениями сталкиваются представители того или иного вида медиа.

Сегодня ночью по ул. Заречная 4 подъезд 5 был найден ребёнок! Зовут Глеб 4 года! Где мама не знает и где живёт тоже!!! Сейчас находится в отделении полиции!
Умоляем о репосте!!!

Критическое мышление – это саморегулируемая способность управлять, направлять, корректировать собственный процесс познания и рефлексировать над ним.

Навыки критического мышления:

- активно и компетентно исследовать, анализировать, синтезировать, оценивать и/или применять информацию, получаемую или создаваемую путем наблюдений, опыта, обдумывания, размышления или коммуникации;

- распознавать и преодолевать стереотипы, предвзятость, когнитивные искажения и логические ошибки;

- быть гибким, подвергать сомнению собственные убеждения, взгляды и мнения;

- развивать когнитивную сложность и воображение, экспериментировать

С поиском и переработкой информации должно соотноситься увеличение доли использования системы **медленного мышления**.
Даниэль Канеман (США) показал, что эволюционно у человека сложились две системы мышления: «быстрая» (Система 1), позволяющая моментально и практически автоматически реагировать, и «медленная» (Система 2), требующая сознательных умственных усилий и времени.

Критическое мышление связано с возможностью подключения Системы 2, когда между внешним стимулом и реакцией человека появляется некий зазор – время и место для осмысления стимула и конструирования реакции, отвечающей не только ситуации, но и задачам человека.

Принятие в расчет потенциальной **важности пока неизвестных фактов** позволяет сформировать готовность уточнять или изменять взгляды и убеждения в соответствии с новыми данными, что вносит свой вклад в укрепление способности управлять собственным процессом познания и корректировать его.

Умеющий критически мыслить человек должен уметь распознавать и, по возможности, преодолевать **собственные когнитивные искажения**.

Искажение подтверждения – это склонность воспринимать и предпочитать ту информацию, которая подтверждает уже имеющиеся у человека убеждениям, мнения, позиции.
Сведения, противоречащие сложившимся ранее убеждениям, либо обесцениваются, либо игнорируются.
Крайним выражением этого искажения можно назвать ситуации, когда человек физически не воспринимает противоречащую взглядам информацию – просто не видит или не слышит ее.

Благодаря этому искажению у человека может сложиться ощущение, что окружающая его информационная среда содержит по большей части подтверждающую его позицию информацию.

Это ощущение подкрепляется также и внешними по отношению к человеку факторами.

Фильтрами – одним из эффектов персонализации поисковых систем, социальных сетей и других цифровых сервисов, когда пользователю предъявляется преимущественно тот контент, который потенциально станет для него предпочтительным согласно данным о действиях, привычках, вкусах и поведении, собранным цифровой платформой, гаджетом, приложениями и проч.

Рефлексия собственного процесса познания
должна включать идентификацию и преодоление других внешних и внутренних факторов, влияющих на то, как складывается точка зрения человека.

К таким факторам можно отнести
- естественную склонность к конформизму (социальная желательность, давление большинства),
- к предпочтению позиций, высказанных авторитетными людьми,
- к достраиванию причинно-следственных связей при наличии только частичной информации о каком-то явлении или событии (искажение нарратива),

- к объяснению поведения других людей их личностными качествами, а своего поведения – сложившейся ситуацией (искажение переноса),
- к тому, чтобы считать новую информацию более важной, чем то, что уже давно известно, а часто повторяемое – правдоподобным.

Важным умением становится способность распознавать стереотипы и шаблоны, сформированные традицией, культурной средой, предыдущим опытом человека, а также фильтры, накладываемые на восприятие текущим эмоциональным состоянием или жизненной ситуацией.

Термин «**дезинформация**» обычно используется для обозначения преднамеренных (часто организованных) попыток запутать людей или манипулировать ими путем предоставления им нечестной информации.

Дезинформация особенно опасна, потому что она часто организована, хорошо обеспечена ресурсами и подкреплена автоматизированными технологиями.
Поставщики дезинформации наживаются на уязвимости или «партизанском» потенциале получателей информации, которых они надеются привлечь в качестве её распространителей. Таким образом, они стремятся заставить нас стать проводниками их сообщений, используя нашу склонность делиться информацией по разным причинам.
Особая опасность заключается в том, что "фейковые новости" в этом смысле, как правило, бесплатны.

Фактчекинг (fact — «факт», checking — «проверка») — проверка информации на достоверность.

Ресурсы по фактчекингу

Русскоязычный фактчекинг:

1. Проверено.Медиа https://provereno.media
2. Алло, это лапшеснималочная? https://noodleremover.news/
3. «Альянс фактчекеров» — сообщество Яндекс.Кью https://yandex.ru/q/loves/arfa/
4. Fakecheck.ru – https://fakecheck.ru/

Зарубежный опыт фактчекинга:

1. FactCheck.org
2. Storyful.com
3. Euvsdisinfo.eu
4. Fakecheck.rt.com
5. Snopes.com

Видеокурс Ильи Бера «Как распознать фейки»

- https://howtoreadmedia.ru/training/kak-raspoznat-feyki/#video-1

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!