

# МЕДИА И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ

РЕСУРСНАЯ КНИГА ДЛЯ УЧИТЕЛЯ



# МЕДИА И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ

**РЕСУРСНАЯ КНИГА ДЛЯ УЧИТЕЛЯ**

БИШКЕК 2018

УДК 659  
ББК 76 Я721  
М 42

Ресурсная книга по медиа и информационной грамотности для учителя разработано ОФ «Центр Поддержки СМИ», одобрено Ученым советом Кыргызской академии образования и рекомендовано для использования в образовательной деятельности Министерством образования и науки Кыргызской Республики.

**Авторы:** Иманкулов М., Усупбаева А., Текимбаева А., Данилова Н., Штурхетский С. и Кожобекова Б.

**Дизайн и верстка:** Жетигенов Ч.

М 42 Медиа и информационная грамотность: Ресурсная книга для учителя. 3000., 2018.  
ISBN 978-9967-11-656-6

Методические материалы предназначены для учителей 9-11 классов, преподающих Человек и общество (граждановедение). Также учителя смогут использовать данные методические материалы при планировании уроков по своему предмету или внеклассным занятиям. Данные материалы раскрывают понятие медиа и информационной грамотности, ее актуальность для учащихся, возможность ее интеграции в образовательный процесс, описывают цели и результаты, знакомят с источниками информации, приводят образцы практических занятий.

Издание изготовлено при финансовой поддержке IREX Europe. Работа над этим пособием будет продолжаться, материалы будут обновляться и совершенствоваться в процессе работы и получения обратной связи от учителей.

M4501000000-18  
ISBN 978-9967-11-656-6

УДК 659  
ББК 76 Я72

© ОФ"Центр поддержки СМИ"



## РЕСУРСНАЯ КНИГА ДЛЯ УЧИТЕЛЯ МЕДИА И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ

**Аннотация:** Методические материалы раскрывают понятие медиа и информационной грамотности, ее актуальность для учащихся, возможность ее интеграции в образовательный процесс, описывают цели и результаты, методы воспитания, знакомят с источниками учебной информации, приводят образцы практических занятий.

Методические материалы предназначены для учителей, преподающих курс «Человек и общество» (Граждановедение), историю, географию, этику, информатику и другие предметы, а также школьных библиотекарей, директоров, которые хотят целенаправленно интегрировать обучение медиа и информационной грамотности в учебный процесс и школьную жизнь. Учителя смогут использовать данные методические материалы при планировании уроков по своему предмету или внеклассным занятиям.

Настоящие методические материалы помогут вам:

1. Понять, что представляет собой медиа и информационная грамотность;
2. Найти способ интеграции медиа и информационной грамотности в образовательный процесс и школьную жизнь;
3. Спланировать процесс формирования и оценки медиа и информационной грамотности.

Настоящие методические материалы подготовлены с использованием опыта других стран, документов организаций ЮНЕСКО, Дойче Велле и государства Украины в области образования.

Это пилотное издание, и по результатам апробирования, при необходимости, будет обновляться и совершенствоваться.

1. Введение	8
2. Что такое МИГ	9
3. Цели, задачи и результаты	10
4. Базовые медиа и информационная компетентность педагогов	11
<b>Глава I. «Информация» и «медиа»</b>	<b>16</b>
1.1. Что такое «медиа»?	17
1.2. Виды средств массовой информации	20
1.3. Роль СМИ в современном мире	23
1.4. Медиа и аудитория: кто на кого влияет?	24
1.5. Информационные войны	30
1.6. Манипулирование посредством медиа	31
1.7. Фейки	37
1.8. Критический подход к потреблению информации	38
<b>Глава II. Информационные стандарты и этика в эпоху новых медиа</b>	<b>40</b>
2.1 Информационные стандарты	43
2.2. Механизмы саморегулирования	46
<b>Глава III. Социальные медиа и Интернет</b>	<b>48</b>
3.1 Что такое Интернет?	49
3.2. Немного об истории Интернета	50
3.3. Социальные медиа: возможности и риски	52
3.4. Влияние Интернета и социальных сетей на общество	54
<b>Глава IV. Психологический портрет современного подростка</b>	<b>56</b>
4.1. Особенности взросления подростков	59
4.2. Трудности взросления	63
4.3. Медиа мир и подросток	66
4.3.1 Подросток и Интернет	66
4.3.2. Компьютерные и онлайн игры	73
4.3.3 Подросток и СМИ	76
4.3.4. Подросток и гаджеты	78
4.4. Подросток и социальные сети	79

<b>Урок № 1 - Информация и медиа</b>	84
Что такое информация?	88
Что такое СМИ?	91
Подведение итогов урока	105
<b>Урок № 2 - Журналистика и медиаграмотность</b>	106
Кто такой журналист	110
Медиаграмотность	123
Медиаобразование	124
Подведение итогов урока	125
<b>Урок № 3 - Информационная еда</b>	126
Информационный фастфуд	133
Мемы	135
Фейки	141
Подведение итогов урока	153
<b>Урок № 4 - Влияние информации на человека</b>	154
Виды визуальных материалов	157
Манипуляция	173
О пользе СМИ	179
Подведение итогов урока	185
<b>Урок № 5 - Критическое мышление</b>	186
5 ступеней принятия решения	193
Факты и мнения	196
Подведение итогов урока	199
<b>Урок № 6 - Критический анализ медиа продуктов</b>	200
Подведение итогов урока	213
Подростковая преступность	214
Тьма киргизская	216
<b>Урок № 7 - Мои возможности в интернете</b>	225
Революция Социальных медиа сетей	229
Подведение итогов урока	245
<b>Урок № 8 - Жить в гармонии с интернетом</b>	246
Информация о средствах защиты персональных данных	253
Интернет-угрозы	256
Основные правила интернет-гигиены	257
Геолокация	263
Подведение итогов урока	267
<b>Подведение итогов всего курса</b>	268
Кроссворд	269

В современном демократическом обществе медиа (средства коммуникации) играют большую роль в формировании общественного мнения. Сегодня основная функция медиа - это информирование граждан о событиях в стране и в мире. Сегодня грамотному человеку недостаточно уметь читать, считать и писать. Через различные медиа и другие информационные каналы, поступает все больший поток информации. Учащимся не хватает умений найти, осмыслить, критически оценить и использовать информацию для самовыражения. Для этого необходимы навыки, которые называются **медиа и информационной грамотностью**.



Наша жизнь уже неотделима от информационных и коммуникационных технологий. Чтобы быть медиаграмотным, необходимо сформировать навыки по использованию информации и информационных технологий.

Под влиянием новых информационных технологий значительно изменились процессы коммуникации и поведение людей. Сегодня каждый человек может принимать участие в создании содержания (контента) средств массовой информации и социальных сетей, создавать собственные сообщения и размещать их в Интернете. На сегодняшний день Интернет или глобальная сеть является основным источником информации.

### Используя Интернет можно:

- получить доступ к различным электронным библиотекам, справочникам (географическим, специальным, адресным и т.п.), словарям;
- передавать и принимать сообщения, документы, тексты, аудио-, фото- и видеоматериалы, быть в курсе последних новостей;
- изучать дистанционно иностранные языки, информатику и другие предметы;
- участвовать в обучающих викторинах, олимпиадах, конкурсах, телеконференциях, научных объединениях;
- создавать собственные сайты;
- использовать электронную почту;
- загружать на компьютер нужную информацию, обучающие программы и т.п.

Дети, выросшие «при интернете», прекрасно себя чувствуют в информационном пространстве, но нуждаются в помощи учителя. Педагоги могут помочь учащимся научиться правильно обращаться с информацией и выражать себя через медиа.

Современные Интернет - технологии требуют одновременного владения медиа и информационной грамотностью. ЮНЕСКО ввела в оборот составной термин медиа и информационной грамотности (МИГ). Термин включает в себя все средства коммуникации (медиа), массовой информации (прессу, радио и телевидение, кино, рекламу, интернет и др.) и других поставщиков информации (включая библиотеки, архивы, музеи) вне зависимости от используемых ими технологий.

**Информационная грамотность** – это умение отобрать, понять, оценить, применить, создать, сохранить и представить информацию. Люди, освоившие информационную грамотность, способны критически мыслить, анализировать информацию и использовать ее. Это дает учащимся возможность достигнуть личных, социальных и образовательных целей.

Понятие информационной грамотности охватывает широкий спектр различных знаний и умений.

*Информационная грамотность включает в себя следующие умения:*

- Определять и распознавать потребность в информации.
- Определять источники информации.
- Находить или получать информацию.
- Анализировать и оценивать качество информации.
- Упорядочивать, хранить, группировать информацию.
- Этично, эффективно и профессионально использовать информацию.
- Создавать и распространять новые идеи.

**Медиаграмотность** - это умение получать, анализировать и оценивать образы, звуки и сообщения, а также умение компетентно общаться в медиа мире в личных целях.

*Медиаграмотность включает в себя следующие компетенции:*

- Эстетические и творческие: умение осознавать, создавать и интерпретировать медиаконтент. Эти умения учащиеся могут сформировать у себя сами, самостоятельно создавая медиаконтент.
- Общение и коммуникация: умение общаться при помощи медиа и примерять на себя различные медиароли, то есть быть и в роли потребителя и поставщика информации. Учащиеся учатся этому в процессе сотрудничества и выполнения практических заданий. Навыки общения помогают им научиться выражать свои взгляды.
- Критическое мышление и анализ: умение понять, интерпретировать и оценивать медиаформы и их контент при помощи различных средств анализа.
- Безопасное использование: умение решать проблемы и избегать неприятных ситуаций. Что касается безопасности в интернете, то здесь важнее всего уметь защитить свою частную жизнь и избежать вредоносного контента и потенциально опасных связей.
- Медиа и информационная грамотность - это умение эффективно пользоваться медиа, средствами массовой информации и другими источниками информации (библиотеками, архивами, музеями). Она связана с навыками критического мышления и самообразования в течение всей жизни, которые необходимы для социализации и активной жизни в гражданском обществе.



**Цель** – формирование у учащихся необходимых компетенций для безопасного пользования средствами коммуникации, самовыражения, формирования собственного мировоззрения, помочь им воспитать в себе умение учиться и обучаться в течение всей жизни.

## **Необходимо, чтобы учащиеся могли:**

- осознавать, анализировать, критически оценивать и отбирать информацию, представленную в прессе, в радио- и телепередачах, кинофильмах, интернете и в других источниках информации;
- осознавать причины и цели возникновения сообщений в различных средствах коммуникации и с учетом этого выбирать надежную информацию;
- эффективно и сознательно пользоваться публичной информацией и возможностями информационных технологий;
- создавать разнообразные по форме информационные сообщения;
- оценивать роль средств массовой информации и медиа и осознавать вызовы, с которыми они сталкиваются.

## **Ожидаемые результаты у учащихся 9-11 классов**

- Осознает влияние содержания публичной информации на индивида, общество, формирование культуры.
- Ответственно пользуется свободой слова, понимая ее границы.
- Умеет критически пользоваться содержанием информации, интерпретацией событий и явлений, представленных в СМИ.
- Ответственно, конструктивно и этично общается в виртуальной и медиа среде, создает сообщения и распространяет их в средствах массовой информации.
- При коммуникации в виртуальной среде избегает вредного или оскорбительного содержания.
- Распознает и умеет отделять ответственно подготовленную публичную информацию, от безответственно подготовленной, заказной, пристрастной, ложной информации.
- Объясняет, как и почему разные люди по-разному понимают одну и ту же информацию.



Глобальный процесс информатизации общества и культуры ставит новые задачи перед образовательной системой. Определенное место в решении данной проблемы занимает применение информационных технологий. Это требует от педагога знаний и умений, то есть компетентности в сфере информационных и коммуникационных технологий. Для повышения интеллектуального, познавательного и творческого потенциала школьников педагоги сами должны развиваться.

Целенаправленное, продуманное включение современных информационных средств в учебно-воспитательный процесс, способствует воспитанию самостоятельной, творческой личности, способной свободно ориентироваться в существующем медиа мире.

Современные медиа выступают как комплексное средство освоения человеком окружающего мира. Мультимедийность, интерактивность, моделирование, коммуникативность и продуктивность, позволяют разрабатывать медиапродукты учебного назначения, информационные технологии обучения.

Современные информационные и коммуникационные технологии позволяют индивидуализировать и активировать образовательный процесс. Медиа вносят принципиальные изменения в содержание и методы обучения. Электронные медиа дают возможность лучше воспринимать и запоминать материал, обладают богатыми воспитательными возможностями, формируют познавательные мотивы обучаемых. Учет психолого-педагогических особенностей использования электронных медиа в учебно-воспитательном процессе является важным для перестройки системы образования. Понимание и учет данных особенностей позволяют современному педагогу построить свою деятельность в соответствии с современными изменениями в информационном мире, с новыми информационными потребностями современных детей и подростков. Он сможет четко и правильно организовать процесс решения различных проблем, возникающих в данной сфере, умело использовать медиа в процессе повышения собственной профессиональной квалификации.

Большая часть педагогов использует медиа лишь при реализации принципа наглядности, не зная об их других дидактических и воспитательных возможностях. Необходима целенаправленная подготовка современного педагога, выработки у него навыков восприятия информации, умения конструировать вербальные копии визуальных образов, понимать смысловые особенности информации и применять ее в практической деятельности. Все это повысит информационную компетентность педагога и степень его свободы в обращении с информационными потоками.

Компетентность в сфере медиатехнологий предполагает практическое владение методиками, приемами, технологиями, развивающими средствами предмета, умение проектировать и реализовать программу индивидуальной траектории медиаобразования.



## **Задачи формирования информационной компетентности педагогов следующие:**

- обучение идентификации и интерпретации медиатекстов (медиаинформации), экспериментированию с различными способами использования медиа, созданию медиапродуктов;
- развитие способности к восприятию, оценке, пониманию и анализу информационного содержания медиасообщений;
- развитие коммуникативных способностей личности (вербальных и невербальных);
- развитие способности к критическому мышлению и оценке качества медиатекстов;
- обучение методам и развитие способности к творческому самовыражению с помощью медиасредств, информационных и коммуникационных технологий.

В современных условиях от педагога требуется владение информационной культурой, основу которой составляют знания об информационной среде, законах ее функционирования, умение четко ориентироваться в информационных потоках.

Необходимым условием организации учебного процесса является знание педагогов о возможностях современной мультимедийной техники, о современном офисном оборудовании (электронных досках и т. п.), владение методикой и практикой создания средств наглядности, собственных сайтов, умение грамотно использовать в своей деятельности современные средства обучения, создавать электронные презентации для уроков, ориентироваться в возможностях, предоставляемых ресурсами сети Интернет.

Одним из дидактических средств, обладающих значительным развивающим потенциалом, является технология **мультимедиа**. Понятие «мультимедиа» включает: текст, графику, мультипликацию, видео и звук. Термин «мультимедиа» происходит от соединения двух слов *multy* (латинское *multum* - множественный, состоящий из многих частей, составной) и *media* (среда, средство). Таким образом, дословный перевод «мультимедиа» - «многие среды».



Традиционное обучение основано, главным образом, на вербальной подаче информации. Вербальная форма подачи знаний подразумевает изложение материала линейно, абстрактно, максимально подробно. Обучающимся требуется много времени на прочтение и мысленное воссоздание прочитанного. Среди недостатков стоит отметить и довольно жестко заданные форму и объем, одно для всех обучающихся направление изложения, один уровень детальности, сложности подачи.

*Общепризнанный факт* - человеческий мозг в основном ориентирован на визуальное восприятие, при рассмотрении объектов люди получают информацию почти мгновенно. Именно информационные технологии мультимедиа позволяют передать информацию более адекватно психологической природе познания - преимущественно в наглядно-образной форме, не исключая при этом и вербально-логическую.

Основная дидактическая единица образовательного медиапродукта - аудиовизуальный образ. В техническом смысле это оцифрованные данные на носителе, воспроизводимые на экране в виде узнаваемых образов изучаемых объектов. В психолого-педагогическом смысле - это чувственная форма представления учебного содержания, опосредованная экраном презентация субъективного отражения изучаемой объективной реальности. В этом смысле, основная задача создания аудиовизуального образа - помочь обучающимся в процессе восприятия и мышления создать себе наглядный образ изучаемого явления, то есть простой и понятный.

**Мультимедиа** - это не только технологически новый способ формирования визуальной информации, но и новая форма наглядного представления знаний с позиций дидактики, базирующейся на иных основах. В образовательном мультимедиа можно выделить следующие функциональные компоненты:

1. Иллюстративно-информативную (передача информации об изучаемом, непосредственно представленном, на иллюстрации).
2. Когнитивную (визуализация дает возможность моделировать изучаемый объект, возможно наблюдение за его изменениями).
3. Эмоционально-событийную (демонстрация в режиме реального времени включает обучающегося в управление разворачиванием экранных событий, вовлекает его в эмоциональное и активное изучение, исследование).
4. Интерактивно-интеллектуальную (запрограммированная логика обеспечивает возможность «общения» с наглядностью для ее исследования, управление познавательной деятельностью обучающегося, процессом восприятия, запоминания материала).

В качестве отдельного метода обучения выделяется видеометод, который можно использовать для преподнесения знаний, для организации контроля, закрепления, повторения, обобщения. Метод основан на визуальном восприятии информации.

Видеометод предъявляет большие требования к организации учебного процесса, которая должна отличаться четкостью, продуманностью и целесообразностью. От учителя, использующего видеометод, требуется развитое умение вводить обучающихся в круг изучаемых проблем, направляя их деятельность, делать обобщающие выводы, оказывать индивидуальную помощь.

Занятия с применением мультимедийных презентаций способствуют мотивации школьников, созданию актуальной настройки на учение, дают возможность экономить время, интенсифицируя изложение учебного материала.

Таким образом, применение мультимедиа технологий возможно по следующим направлениям: интерактивная доска, система интерактивного опроса, различные образовательные программы, мультимедийный экран.

*При проектировании занятия с помощью компьютера учитель, в зависимости от степени владения определенными умениями, может:*

1. Составлять с помощью языка программирования различные программные продукты, которые можно использовать на различных этапах занятия.
2. Использовать готовые программные продукты (энциклопедии, обучающие программы) при подготовке и проведении занятия.
3. Применять электронные презентации PowerPoint, пакет Microsoft Office. Электронные презентации дают возможность педагогу при минимальной подготовке и незначительных затратах времени подготовить наглядный материал.
4. Использовать систему баз данных при составлении занятия.
5. Применять текстовый редактор Word при подготовке раздаточного и дидактического материала.
6. Использовать компьютерные тесты и диагностические комплексы.

Практический подход к формированию компетентности в области медиатехнологий требует освоения педагогами практических навыков создания собственных медиатекстов, например, видеосъемки, видеомонтажа с помощью компьютерной техники, умения фотографировать, сканировать изображения, обрабатывать на компьютере импортированные изображения, готовить слайд презентации, размещать материалы в Интернет, использовать эффекты анимации и т. д.

Обеспечение высокого уровня овладения учителями-предметниками области информационных технологий предполагает знания в сфере информационных и телекоммуникационных технологий и умения по применению новых технологий в своей профессиональной деятельности.

*Говоря об умении учителя проектировать дидактическое оснащение образовательного процесса, можно выделить те характерные ситуации, которые должен организовывать любой педагог с целью создания в аудитории «развивающей среды»:*

- самостоятельный выбор обучающимся (темы, уровня сложности задания, форм и способов работы и т. д.);
- самостоятельная учебная работа, деятельность (самостоятельное осуществление разных видов работы, в процессе которой происходит формирование умений, понятий, представлений);
- осознанность цели работы и ответственность за результат;
- реализация индивидуальных интересов;
- групповая работа (распределение обязанностей, планирование, дискуссия, оценка и рефлексивное обсуждение результатов);
- формирование понятий и организация своих действий на их основе;
- использование системы оценивания, адекватной требуемым образовательным результатам (портфолио, дневник достижений, карта успеха ученика и т. д.);
- демонстрация педагогом компетентного поведения.

*Формирование компетентности в сфере медиатехнологий и умение проектировать дидактическое оснащение образовательного процесса возможно:*

1. При наличии для этого положительной мотивации педагогов, а также при совершенствовании инфраструктуры и учебно-материальной базы информатизации обучения.
2. Необходима административная политика, направленная на создание организационной инфраструктуры в области технических средств и программного обеспечения, с большим заделом по программно-методическим разработкам.
3. При условии освоения учителями новых информационных технологий и дидактического опыта, имеющегося на кафедрах вузов.
4. При организации обучения на курсах повышения квалификации по программе, предусматривающей обучение применению в учебном процессе медиатехнологий.

Развитие компьютерной техники открывает более широкие возможности для осуществления на практике вышеназванных требований и внесения в процесс обучения новых технологий и коренных дидактических и методических требований, и было бы неправильно их не использовать. Высокий уровень компетентности в сфере медиатехнологий и умения проектировать дидактическое оснащение образовательного процесса – один из основных путей педагога к личностному росту, к творческой активности, к высотам профессионального мастерства.

Эффективное применение разнообразных мультимедиа в образовательном процессе возможно только в том случае, когда соответствующие технологии не будут надстройкой к существующей системе обучения, а обоснованно и гармонично интегрируются в данный процесс, обеспечивая новые возможности.

# ГЛАВА I

## «ИНФОРМАЦИЯ» И «МЕДИА»

## 1.1. ЧТО ТАКОЕ “МЕДИА”?

Есть несколько способов определить, что же такое медиа. Этот термин означает «один из способов или каналов обычной коммуникации, информации или развлечения в обществе, такие как, например: газеты, радио или телевидение». Медиа используется при обмене сообщениями между людьми, когда сообщения передаются не лично, тет-а-те, а посредством медиа. В этом обмене послания кодируются тем человеком, кто отправляет сообщение (создатель или создатели сообщения) и декодируются каждым, кто получает сообщение (аудитория). Такие сообщения называются медиасообщениями.

Слово **“медиа”** позаимствовано из английского языка в значении «средств массовой информации», и означает совокупность таких понятий, как телевидение, радио, газеты и интернет. Слово *media* – множественное число от латинского *medium*, которое кроме средства массовой информации означает субстанцию, через которую передается сила или другое воздействие. Также этим словом называют носители информации, например, магнитные ленты или диски. Слово «медиа» является несклоняемым и употребляется во множественном числе, когда используется в значении СМИ. Интернет, как мы рассмотрим далее, юридически к СМИ в Кыргызстане не приравнивается, однако фактически для все большего числа людей становится основным средством массовой информации и коммуникации. Интернет относится к медиа.



### Традиционные и Новые Медиа

*Классификация медиа:*

- # по типу основного средства (печать, радио, кино, телевидение, видео, компьютерные сети и др.),
- # по каналу восприятия (аудио, видео, аудиовизуальные, знаковые – текстовые, графические),
- # по месту использования (индивидуальные, групповые, массовые, домашние, рабочие, транспортные и др.),
- # по содержанию информации, направлению социализации (идеологические, политические, нравственно-воспитательные, познавательно-обучающие, эстетические, экологические, экономические и пр.).



Из Закона КР «О средствах массовой информации» ст.1.: «К средствам массовой информации относятся газеты, журналы, приложения к ним, альманахи, книги, бюллетени, разовые издания, предназначенные для публичного распространения, имеющие постоянное название, а также теле- и радиовещание, кино- и видеостудии, аудиовизуальные записи и программы, выпускаемые государственными органами, информационными агентствами, политическими, общественными и другими организациями, частными лицами.»

Интернет и сетевые издания, такие как информационные агентства «24.kg», «Zanoza», интернет-газеты, по закону КР «О СМИ» к СМИ в Кыргызстане не относятся. Впрочем, некоторые юридические субъекты, которые владеют информационно-новостным веб-сайтом или интернет-изданием, регистрируют в качестве СМИ другие продукты, которые производят: журналы, газеты, вестники, бюллетени.



До сих пор в мире ведутся споры, можно ли считать Интернет средством массовой информации. Однако стоит помнить, что с каждым днем глобальная сеть становится главным источником информации для всё большего числа людей.

К слову, специальные законы, регулирующие деятельность СМИ, есть не во всех зарубежных странах. Национальные законодательства, например, США, Канады, Великобритании, Голландии, Испании, Австралии не признают особого массово-информационного права в собственном смысле этого слова, в них СМИ регулируются нормами гражданского и иного законодательства, статьи, касающиеся журналистской деятельности, разбросаны по различным кодексам и законам (как во Франции).

*(более подробно: Комаровский В. С. Государственная Служба и СМИ. – Воронеж. Издательство ВГУ, 2003.*

В Кыргызстане в случае судебной ответственности веб-сайтов информационных агентств и интернет-изданий применяются нормы других отраслей права: гражданского, уголовного и пр.

## 1.2. ВИДЫ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

**а) Средства массовой информации делятся на печатные и электронные.** К первой категории относятся газеты, журналы и иная периодическая печатная продукция. К электронным средствам: радио и телевидение.



**Печатные СМИ** - это средства массовой информации, которые изготовлены с помощью печатного станка и несут информацию в виде напечатанного буквенного текста, фотографий, рисунков, плакатов, схем, графиков и других изобразительно-графических форм, которые воспринимаются читателем-зрителем только визуально (газеты, еженедельники, журналы, альманахи, книги). Печатные СМИ чрезвычайно важны для тех, кто в силу своей занятости не может регулярно смотреть телевизионные новости.



**Электронные СМИ.** Преимущества радио как СМИ отмечается в аудиальной форме подачи информации. У телевидения к преимуществам добавляются и визуальные образы. Ранее считалось, что преимущества печатных СМИ в отличие от электронных это возможность вернуться к прочитанному, обновить воспоминания от полученной из газет или журналов информации. В настоящий момент, у электронных СМИ появляются веб-версии, где можно посмотреть телевизионный материал в любое удобное время, послушать радио-программу или даже прочитать ее стенограмму.

**б) По тематике СМИ делятся на общественно-политические и специализированные.** Общественно-политические СМИ освещают все важные для жизни общества события, специализированные акцентируют внимания на своей тематике. К специализированным могут относиться отраслевые СМИ или ведомственные. Практически у каждого госведомства сейчас есть редакция, которая выпускает свою газету. Узко специализированные СМИ наиболее часто встречаются среди печатных медиа либо в интернет пространстве. В Кыргызстане нет специализированных радио или телеканалов. Впрочем, в мире есть примеры, когда специализированное СМИ становилось общественно-политическим. Например, так был создан всероссийский государственный общественно-патриотический канал «Звезда» (Россия), его основная тематика - военная.

**в) есть и другие виды классификации СМИ :**

- по периодичности выхода: ежедневные, еженедельные, ежемесячные;
- по масштабам распространения: 1. центральные, общенациональные, республиканские; 2. областные, региональные; 3. городские; 4. районные; 5. сельские; 6. ведомственные.

*Несмотря на то, что уже много лет подряд говорится о том, что печатные издания вскоре уйдут в небытие, этот вид СМИ до сих пор существует, развивается, ежегодно по всему миру открываются новые газеты, журналы и прочая печатная продукция СМИ. Объяснения этому – высокий уровень доверия, доступность, возможность вернуться к информации в удобное для вас время. Основной недостаток – низкий уровень оперативности. Даже ежедневное издание сообщает о произошедшем позже, чем другие виды СМИ.*

Печать, радио и телевидение относятся к традиционным средствам массовой информации. В последнее время становится все популярнее термин **“новые медиа”**.



**Новые СМИ или новые медиа (англ. Newmedia)** — термин, который в конце XX века стали применять для интерактивных электронных изданий и новых форм коммуникации производителей контента с потребителями для обозначения отличий от традиционных медиа, таких как газеты. То есть этим термином обозначают процесс развития цифровых, сетевых технологий и коммуникаций. Речь идет, прежде всего, о цифровых технологиях, и эти тенденции связаны с компьютеризацией общества, поскольку до 80-х медиа полагались на аналоговые носители.

**Иллюстрация: профессор Мичиганского университета  
Рассел Нойман:**

*“Newmedia – это новый формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контента”.*

Последние 25 лет наблюдалась стремительная трансформация медиа благодаря появлению компьютеров и интернета. Однако это не характеризует новые медиа, потому что, спустя некоторое время, онлайн-издания и цифровое телевидение стали считаться традиционными. Обычные же традиционные медиа стали обрывать новыми технологиями (например, цифровая обработка изображений перед публикацией).



### 1.3. РОЛЬ СМИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ.

Переоценить роль СМИ в жизнедеятельности современного общества невозможно. Не смотря на то, что в мире наблюдается тенденция, когда основным источником информации становится Интернет, по данным опроса, проведенном в 2013 году консалтингово-исследовательской компанией M-Vector, основным источником информации для кыргызстанцев остаются традиционные СМИ.

“Исследование, проведенное методом личного интервью, еще раз показало, что телевидение пока остается самым популярным источником информации - 98,1% опрошенных предпочитают ТВ остальным СМИ. 80% респондентов отмечает важность и надежность телевидения как источника информации. Растет также и уровень признания «важным и надежным источником информации» Интернета, сравнение 2013 года с 2012-м выявило стойкую положительную динамику, которая в дальнейшем будет только увеличиваться,” - говорится в исследовании.



В целом средства массовой информации в Кыргызстане придерживаются принципов профессиональной этики. Однако стоит отметить, что некоторые виды СМИ, например телевидение, не является рентабельным бизнесом (прибыльным предприятием) в стране, поэтому можно предполагать, что открытие собственного ТВ-канала связано с преследованием частных интересов владельцев. Источником влияния на редакционную политику СМИ может стать владелец или рекламодатель.

Для повышения медиа и информационной грамотности необходимо знать и понимать особенности работы СМИ, каким образом и в чьих руках информация может стать инструментом влияния, манипуляции. В данной части ресурсной книги мы рассмотрим основные понятия, связанные с медиа, а также изучим СМИ как инструмент влияния и манипуляции общественным мнением. Также изучим вопросы, которые помогут критически проанализировать информацию СМИ.

## 1.4. МЕДИА И АУДИТОРИЯ: КТО НА КОГО ВЛИЯЕТ?

Влияние в отношениях медиа и аудитории происходит в двустороннем направлении: и аудитория влияет на медиа, и медиа влияет на аудиторию. Последнее происходит, как правило, в виде формирования общественного мнения.

Современные технологии и высокие темпы их развития делают информацию все доступней. Это более не сфера владения отдельных институтов, центров и организаций. В современном мире источник информации заинтересован в ее доступности для широкого круга пользователей. А медиа заинтересованы в расширении своей аудитории. На примере Кыргызстана это связано с конкурентной борьбой за рекламные бюджеты. Особенность современного этапа развития института СМИ в Кыргызстане заключается в большом предложении медиа-продуктов и ограниченном рынке - численности аудитории. На сравнительно небольшое население Кыргызстана официально зарегистрировано более 1500 СМИ. Стоит учесть, что некоторые из зарегистрированных СМИ могут не осуществлять свою деятельность, но числиться в реестре министерства юстиции. Некоторые интернет-издания не регистрируются в качестве СМИ, так как фактически выполняя функции средств массовой информации, по закону к СМИ не относятся.

Большое число медиаресурсов в Кыргызстане порождает высокую конкуренцию среди них. В первую очередь среди интернет-изданий. Связано это с ограниченным рекламным рынком и высоким предложением информационных продуктов. По данным генерального директора Общественной телерадиокорпорации (КТРК), ежегодный бюджет всего рекламного рынка страны составляет 8-10 миллионов долларов.



Это средства, которые компании планируют в своих бюджетах не только на распространение рекламы (публикация в газетах и интернет-изданиях, трансляция материалов в эфире радио и ТВ-каналов), но и на создание контента, а также наружную рекламу. Иными словами, огромная часть бюджета медиа уходит не столько СМИ, сколько производителям рекламного контента. Относительно небольшой рынок потребителей информационных продуктов, а значит и потенциальных потребителей товаров и услуг рекламодателей, приводит к конкуренции среди СМИ. Читателей и зрителей СМИ увлекают контентом.

Этим объясняется тенденция к упрощению форм подачи: медиа ищут новые способы интерпретации информации, чтобы привлечь как можно большее число зрителей или читателей. Один из примеров - расширение развлекательного формата в различных жанрах журналистики, когда новостные материалы могут подаваться в развлекательной форме. Другой пример: все более широкое использование инструментов мультимедиа (видео, графического оформления), так как проиллюстрированный материал получает больше просмотров. В настоящий момент все больше изданий, которые изначально создавались как печатные, позже запустили веб-версию своего издания, и сейчас создают мультимедийный контент.

Есть и другой метод привлечения аудитории: публикация материалов, содержащих шокирующий контент. Это может быть информация об особо жестоких преступлениях, скандалах либо иной контент, который соберет наибольшее число просмотров, а значит посещений веб-ресурса.

К примеру, 30 августа 2016 года в день, когда на территории Посольства КНР в Кыргызстане был совершен террористический акт, на одном из популярных интернет-ресурсов был опубликован материал с фотографиями и видео кадрами с места взрыва, содержащий шокирующий контент. В этот день данный материал набрал просмотров в 5 раз больше, чем следующий после него по популярности материал не на тему взрыва, а о реконструкции фонтана возле ЦУМа в г.Бишкек.

**“В Бишкеке в китайском  
посольстве произошел взрыв”  
(30 августа 2016 года)**

**32 684**  
**просмотра**

**Видео посольства  
Китая после теракта**

**9546**  
**просмотров**

**Омбудсмен стал свидетелем  
“бесчеловечного отношения” на  
казахской границе**

**2967**  
**просмотров**

**Поправки в Конституцию:  
презрение к общественному  
мнению**

**1056**  
**просмотров**

**Курс лечения от лекарственно  
устойчивого туберкулеза могут  
сократить**

**458**  
**просмотров**

**На директора вспомогательной  
школы в Оше завели уголовное  
дело**

**297**  
**просмотров**

Социально значимые темы вызывают меньший интерес и привлекают меньше внимания, чем темы связанные с преступлениями, сексом, агрессией. Это влияет на то, как СМИ отбирают контент для привлечения аудитории. Главные редакторы некоторых изданий объясняют увеличившееся число публикаций о преступлениях интересом аудитории к подобного рода публикациям.

Таким образом, аудитория своим интересом к определенному рода темам влияет на средства массовой информации. Впрочем, есть примеры и позитивного влияния. Так, согласно проведенному несколько лет назад опроса о предпочтениях телезрителей, кыргызстанцы хотели бы больше видеть развлекательного и образовательного контента, меньше освещения политических тем. После чего стало больше появляться контента по интересам аудитории, журналисты стали больше обращать внимания на экономические и социальные темы.

Контент СМИ может зависеть так же от рекламодателей или учредителей. Например, редакции могут проявлять лояльность к крупным рекламодателям. Корпорации, тесно сотрудничая со СМИ, запускают совместные проекты (рубрики, ТВ-программы и пр.) на средства бизнеса. В таких случаях не исключено, что СМИ будет сохранять лояльность спонсору и, даже если журналисты подготовят материал, который может навредить репутации партнеру-корпорации, его могут не опубликовать или не выпустить в эфир.



**Интересный факт:** в Южной Корее крупнейшим рекламодателем является компания Samsung. Журналист из этой страны Субин Ким в интервью ТВ-программе Capital (Кыргызстан - КТРК) рассказывал, что ни одно медиа в Юж.Корее не выживет без рекламы Samsung, компания ежегодно тратит на эти цели 2 млрд. долларов. И, если будет информация, которая может как-то опорочить Samsung, СМИ страны этого, как правило, не освещают, так как Samsung может разорвать контракт. Есть другой пример, который показывает, как свобода слова в государстве зависит от уровня демократизации общества. По словам главного редактора популярного в Германии издания TheShpiegel Матиаса Штрайца, большой доход его СМИ получает от рекламного контракта с компанией Apple. Однако, это издание опубликовало статью об условиях работы на заводах данной компании в Китае. Это один пример того, как отношения медиа и бизнеса зависят от уровня демократизации общества. К примеру, в рейтинге свободы слова FreedomHouse в 2015 году Южная Корея имеет рейтинг 33 и считается частично свободной. Германия в этом рейтинге признана страной, где есть свобода слова, получив рейтинг 18. Кыргызстан имеет рейтинг - 67 со статусом "несвободная пресса".



Высока зависимость СМИ и от учредителей. Являясь хозяином и источником большей части финансирования, учредитель может влиять на контент. В материалах по профессиональной этике говорится о независимости редакционной политики от интересов учредителя. В российском законодательстве и вовсе говорится, что «редакция осуществляет свою деятельность на основе профессиональной самостоятельности». На деле некоторые СМИ учреждаются как инструмент влияния на общественное мнение. Например, в целях достижения политических целей, что характерно для Кыргызстана, так как СМИ в стране не являются высокодоходным предприятием. Так как из-за ограниченного рынка, невозможно выживание СМИ лишь за счет рекламы или предоставления платного контента. А сильное влияние медиа на аудиторию, становится весомой причиной учредить собственную газету, информационный веб-ресурс или даже телеканал.

В зависимости от того, кто является учредителем, СМИ делятся на государственные и частные. Государственные СМИ финансируются за счет бюджета, и их зависимость от чиновников, в первую очередь руководителей страны, высока. Связано это не только с финансированием, но и с назначением руководителей СМИ, как правило, лояльных действующей власти. В постсоветских странах государственные крупнейшие телерадиовещатели были преобразованы в национальные. Сейчас на смену национальному пришло общественное телерадиовещание.

Общественное телерадиовещание содержится за счет налогоплательщиков и не преследует цель зарабатывания средств или влияние на общественное мнение. Его задача - оказывать общественные услуги в сфере телерадиовещания. А именно: предоставлять сбалансированную, объективную информацию, давать возможность всем группам общества быть услышанными и пр.

## ИСТОРИЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАТЕЛЬНОЙ КОРПОРАЦИИ (КТРК)

**1931  
ГОД**

20 января Народный комиссариат почт и телеграфов РСФСР запустил радиостанцию "Киргизское радио"

**1933  
ГОД**

Киргизское радио было выделено в Комитет по радиофикации и радиовещанию Совета народных комиссаров Киргизской АССР

**1957  
ГОД**

он переименован в Государственный комитет Киргизской ССР по телевидению и радиовещанию (Гостелерадио Киргизской ССР)

**1991  
ГОД**

21 февраля Гостелерадио Киргизской ССР реорганизовано в Государственную телерадиокомпанию Республики Кыргызстан (ГТРК Республики Кыргызстан)

**1993  
ГОД**

19 марта ГТРК Республики Кыргызстан была реорганизована в Государственную национальную телерадиовещательную компанию Республики Кыргызстан

**1998  
ГОД**

16 марта реорганизована, в свою очередь, в Государственную телерадиокорпорацию Кыргызской Республики

**2003  
ГОД**

25 февраля в Национальную телерадиокорпорацию Кыргызской Республики

**2006  
ГОД**

19 января она была вновь преобразована в Государственную телерадиокомпанию Кыргызской Республики

**2007  
ГОД**

26 марта она вновь была переименована в Национальную телерадиокорпорацию Кыргызской Республики

**2010  
ГОД**

декретом Временного Правительства государственной телерадиокомпания был дан статус Общественной

**2011  
ГОД**

21 декабря был принят закон «Об Общественной Телерадиовещательной Корпорации Кыргызской Республики», согласно которого, корпорация является государственной телерадиовещательной организацией, имеющей статус общественного вещателя

Становление общественного телерадиовещания процесс долгий. Являясь номинально общественными, СМИ в странах постсоветского пространства продолжают выполнять функцию пропаганды политики действующей власти. Общественное телерадиовещание не должно продвигать интересы определенной группы общества (тех же власть имущих), общественное телевидение должно отражать интересы всех социальных групп. Классическим примером такого СМИ называется, как правило, общественная радиовещательная корпорация Би-Би-Си (Великобритания)



**Би-Би-Си** - классический пример общественного радио и телевидения. Являясь госпредприятием («статутная корпорация» - Statutory corporation), она финансируется за счёт налогоплательщиков - обязательного налога на радиоприемники и телевизоры (Television licence).

За свою многолетнюю историю общественной радиовещательной корпорации Би-Би-Си удалось приобрести репутацию достоверного и надежного средства массовой информации как в Великобритании, так и за ее пределами.

## 1.5. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ

Борьба за аудиторию, за ее мнение и симпатии может выливаться в настоящие информационные войны. Сегодня информацию используют как оружие, пожалуй, чаще, чем применяют оружие силового воздействия (массового уничтожения).

**Информационная война (англ. Information war)** — термин, имеющий два значения:

1. Процесс противоборства человеческих общностей, направленный на достижение политических, экономических, военных или иных целей стратегического уровня, путем воздействия на гражданское население, власти и (или) вооружённые силы противостоящей стороны, посредством распространения специально отобранной и подготовленной информации, информационных материалов, и противодействия таким воздействиям на собственную сторону. Термин «информационно-психологическая война» был заимствован в русский язык из словаря военных кругов США. Перевод этого термина («information and psychological warfare») с английского языка может звучать и как «информационное противоборство», и как «информационная, психологическая война», в зависимости от контекста конкретного официального документа или научной публикации. В этом смысле также используется термин «психологическая война» — психологическое воздействие на гражданское население и (или) военнослужащих другого государства с целью достижения политических или чисто военных целей.

2. Целенаправленные действия, предпринятые для достижения информационного превосходства, путём нанесения ущерба информации, информационным процессам и информационным системам противника при одновременной защите собственной информации, информационных процессов и информационных систем.

Анализ материалов в глобальном информационном пространстве позволяет специалистам говорить, что страны запада и Россия ведут друг против друга информационную войну. Государства увеличивают финансирование государственных медиа и информационных проектов. Так, телеканал RussiaToday, который освещает позицию Кремля для зарубежной аудитории, полностью финансируется за счет госбюджета по статье «Участие России в международном информационном обмене». В 2015 году на эти цели было заложено 15 млрд. рублей. В официальных источниках говорилось, что финансирование медиа проектов за счет государства обусловлено защитой национальных интересов Российской Федерации в информационной сфере, формирование объективного образа России.

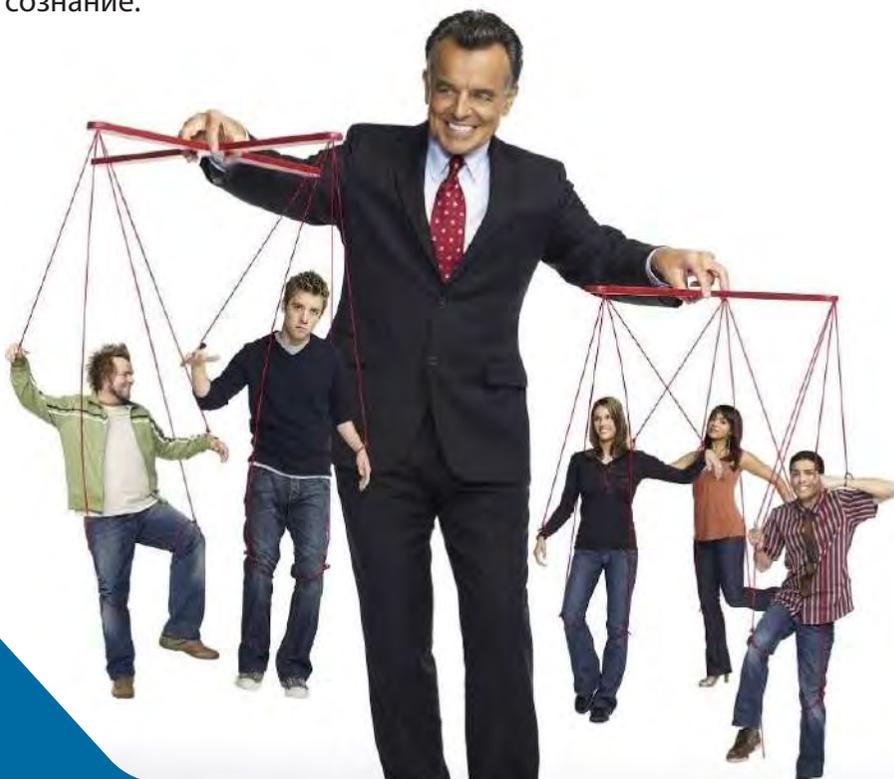
В свою очередь, США увеличили финансирование русскоязычных программ радиостанций «Свободная Европа» и «Голос Америки». В 2015 году на это было заложено \$22,6 млн, что на 104% больше чем в 2014 году.

Информационные войны в той или иной степени касаются и Кыргызстана. Влияние информации сказывается на формировании взгляда на мировые процессы и события. В некоторых случаях информационные войны, в которых Кыргызстан не участвует, могут нести угрозу, как национальной безопасности страны, так и частной безопасности. Например, в интервью радио «Азаттык» кыргызстанец, который поехал воевать в Украине рассказал, что принял решение после просмотра новостей о ситуации в Украине.

## 1.6. МАНИПУЛИРОВАНИЕ ПОСРЕДСТВОМ МЕДИА

Не меньшую опасность для граждан и демократического госустройства представляет использование медиа для политического манипулирования. Политическое манипулирование — это скрытое управление политическим сознанием и поведением людей с целью принудить их действовать или бездействовать в интересах манипуляторов, навязывание воли манипулятора манипулируемому в форме скрытого воздействия. Как правило, понятие манипуляции несет негативный оттенок. Однако, в той или иной степени манипулирование присутствовало и присутствует в любом обществе во все времена.

Далее мы рассмотрим приемы манипуляции, когда медиа используются в чьих-то частных политических интересах. В некоторых случаях манипулирование общественным сознанием может стать главной функцией того или иного СМИ. Манипулирование, как способ управления обществом, имеет для его субъектов ряд преимуществ по сравнению с силовыми и экономическими методами. Манипулирование осуществляется незаметно для управляемых, не влечет за собой прямых жертв и крови и не требует больших материальных затрат, которые необходимы для подкупа или успокоения многочисленных политических противников. СМИ могут стать основным инструментом политического манипулирования, поскольку обладают богатыми и фактически неограниченными ресурсными возможностями воздействия на массовое сознание.



Основой политического манипулирования является создаваемая СМИ художественная реальность. К примеру, во времена СССР, СМИ фактически были инструментом пропаганды партии власти, воссоздавая на своих страницах или на ТВ-экранах, в эфире радио “реальность”, которая значительно отличалась от истинной ситуации. В современном мире создание “альтернативной реальности” в медиа образах может привести к изменению подлинной реальности. К примеру, заказанные конкурентами материалы могут привести к реальным проблемам или даже прекращению деятельности субъекта предпринимательства. Несмотря на то, что информация становится все более доступной, СМИ отбирают информацию, которую необходимо донести до своей аудитории. Обсуждение в средствах массовой информации задают приоритеты тех или иных событий. Например, провластные СМИ, как правило, либо вовсе игнорируют протестные акции, которые направлены против действующей власти, либо освещают их, интерпретируя факты так, чтобы создать у аудитории негативное отношение к оппозиции.

Использование лишь одного или двух СМИ в качестве главного, а порой единственного источника информации, приводит к тому, что аудитория видит картину мира через отбор, который проводит СМИ. Происходит миллион событий, но в сферу внимания читателя/зрителя вводят лишь те события и их интерпретацию в той форме, которые СМИ выбрало для трансляции.

Наряду с фактором отбора информации, существует не менее важный источник манипулятивной силы СМИ - слово. Возможность выражать мысль с помощью различных словосочетаний позволяет одному человеку воздействовать на восприятие окружающей действительности другим человеком. Если, например, западная пресса писала о том, «что в начале апреля 2017 года Асад применил химическое оружие в Хан-Шейхуне», то российские СМИ писали, что «ударами авиации сил Асада были разрушены склады оппозиции, где находилось химоружие».

Интерпретация фактов может выражаться в том, как назвать то или иное событие или процесс: одни могут говорить о «безработице», другие - о «неполной занятости». Поэтому важно умение видеть факт, то есть свершившееся событие, и отличать его от мнения, уметь распознавать интерпретацию факта.



**Факт** (лат. Factum — свершившееся) — знание, в форме утверждения, достоверность которого строго установлена.



**Мнение** — суждение, точка зрения или заявление на тему, в которой невозможно достичь полной объективности, основанное на интерпретации фактов и эмоционального отношения к ним.

Факт, это то, истинность чего доказывать нет необходимости, это то, что является всем известной истиной, либо можно легко проверить. Таким образом, сталкиваясь с фактом, наше сознание не напрягается, чтобы понять, верить этому или нет, а воспринимает его без особой критики, как данность. Установлено, что, если среди определенного количества фактов, вдруг примешиваются мнения, то они воспринимаются с меньшей критичностью.

**Например:** Сейчас утро, вы изучаете новый материал, материал - ресурсная книга по медиа и информационной грамотности. Без этих знаний Вы не сможете верно принимать решения.

После трех высказываний, которые не вызывают сомнений, четвертое легче воспринимается как данность, нежели, если бы оно было озвучено отдельно или в ряду подобных мнений. Но в действительности четвертое высказывание не является неоспоримой истиной.

Манипулятивные возможности СМИ заключены также и в необходимости интерпретировать факты, комментировать их. Здесь все определяет уровень социальной ответственности журналиста: в какой контекст он включит факты, какими словами опишет их, что подчеркнет, о чем умолчит, как оценит. Здесь инструментом манипуляции также может выступать язык ненависти или вражды. То, какими словами будет описано событие, какая будет дана ему оценка, вызовет у читателя/зрителя определенные эмоции (подробнее о «языке вражды» в текстах для чтения к Уроку 4; «Влияние информации на человека”).

### Приемы политического манипулирования, используемые СМИ

Для укоренения социальных мифов технология манипулирования предполагает использование богатейшего арсенала конкретных методов воздействия на сознание людей. Основным методом, с помощью которого СМИ осуществляют манипулирование, является информация, а точнее, управление ею.

#### ИНФОРМАЦИЮ МОЖНО

- сфабриковать, выдавая ее за подлинную;

- исказить путем неполной, односторонней подачи;

- отредактировать, добавив собственные домыслы и комментарии;

- интерпретировать в выгодном для манипулятора свете;

- утаить, скрыв какие-либо существенные детали.

#### КРОМЕ ТОГО, СМИ МОГУТ:

- проявлять избирательное внимание к фактам в соответствии со своей позицией;

- сопроводить материал заголовком, не соответствующим содержанию;

- приписать кому-либо заявления, которых он никогда не делал;

- опубликовать правдивую информацию, когда она потеряла свою актуальность;

- предоставить неточную цитату, приведя часть фразы или выступления, которая в отрыве от контекста приобретает другой, подчас противоположный, смысл.

Как видно, манипулятивный арсенал СМИ достаточно широк: преднамеренное искажение реального положения вещей путем замалчивания одних фактов и выпячивания других, публикация ложных сообщений, пробуждение у аудитории негативных эмоций с помощью визуальных средств или словесных образов и т.д. Все эти приемы различаются по силе воздействия и содержанию, но их объединяет одно: все они направлены на создание определенного эмоционального настроения и психологических установок у аудитории. О действии некоторых из них речь пойдет ниже.

В книге **Дж. Брауна «Техники воздействия: от пропаганды до промывания мозгов»** отмечается, что фундаментальным механизмом манипулирования является **суггестия**, т.е. попытка убедить других в конкретных суждениях без предоставления на то самоочевидных логических оснований, и при этом неважно, существуют на самом деле такие основания или нет. Автор выделяет также несколько специфических приемов суггестии:

**А) ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТЕРЕОТИПОВ.** Под стереотипом понимается восприятие людьми какого-либо социального объекта в упрощенном схематизированном виде (термин введен в социальную психологию американским публицистом У. Липпманом). Представляется вполне естественным относить людей к определенным «социальным типам». Со временем эта картинка становится в сознании человека фиксированной и не поддается проверке опытом. Поэтому когда СМИ апеллируют к таким понятиям, как «негр», «еврей», «коммунист», «капиталист» «новый русский», они имеют в виду не конкретного человека, а тот образ, который сложился в связи с этим понятием в сознании масс, и на который у людей уже выработалась определенная реакция.

**Б) ЗАМЕНА ИМЕН, ИЛИ НАКЛЕИВАНИЕ ЯРЛЫКОВ.** Одним из наиболее действенных орудий политического языка являются манипулятивные термины или «ярлыки», которые «навешиваются» политическим оппонентам. Они создаются и вводятся в употребление с вполне определенной целью. Опасность их в том, что, входя в широкий обиход благодаря, прежде всего, СМИ, они приживаются надолго, становятся привычными, повседневными словами, порой замещая, вытесняя другие - смежные, но менее агрессивные понятия. Можно рассмотреть ряд примеров.

- **"Красно-коричневые"**. Этот термин возник в период ожесточения борьбы "демократов" и КПСС. Цель, которую преследовали создатели термина, очевидна: поставив знак равенства между коммунизмом и фашизмом, опорочить КПСС. Для того времени это звучало довольно кощунственно, но частое и широкое употребление этого термина сделало свое дело: люди свыклись с мыслью, что "красные" и "коричневые" - одного поля ягоды.

- **"Лица кавказской национальности"** - термин, придуманный журналистами. В отличие от более распространенного "кавказцы" это термин имеет в виду некоторую видимость официальности по аналогии с терминами "юридические лица", "физические лица" и т.д. Однако это лишь видимость, т.к. официальный термин не может быть откровенно безграмотным. Нет такой национальности - кавказской, также как нет, к примеру, славянской национальности. Термин этот носит уничижительный и оскорбительный характер, но псевдоофициальная форма служит ему своего рода фиговым листком.

- **"Империя зла"**. Этот термин ввел в широкий обиход Р. Рейган в разгар "холодной войны". Запугивая американцев образом СССР как страны, населенной медведями и "кровожадными коммунистами", Р. Рейган весьма преуспел в этом. И хотя СССР уже давно перестал существовать, термин продолжает жить. И теперь уже отечественные антикоммунисты время от времени употребляют его.

- **"Семья"**. Этот термин вошел в обращение с легкой руки журналистов относительно недавно. Под ним подразумевается узкая группа приближенных "к телу" президента лиц. Закрепление этого понятия в массовом сознании не оставляет никакого шанса тем, кого СМИ относят к "семье". Как известно, "семьями" называют мафиозные кланы в Италии. Благодаря многочисленным "боевикам" про мафию о значении этого термина публика знает достаточно давно. Называя президентское окружение "семьей", журналисты подспудно отождествляют его с мафиозным кланом, который правит всей страной в своих узких групповых интересах. Надо отдать должное изобретателям и пропагандистам этого термина - он обладает мощной идеологической силой. Манипулятивные термины, или "ярлыки", представляют собой один из видов психологического программирования массового сознания. Они являются одним из способов насаждения массовых стереотипов, противостоять которому очень сложно. Прием простой, но очень эффективный, и в этом его опасность.

**В) ПОВТОР ИНФОРМАЦИИ.** Считается, что через 30 минут аудитория помнит только 60% содержания. В конце дня в памяти остается уже только 40%, а в конце недели - 10%. В результате проблема исчезает сама собой в течение 10 дней, если, конечно, она не будет «подогреваться» новыми фактами или периодическим повтором. Если повторять сообщение с достаточной частотой, оно в свое время будет принято аудиторией и укрепится в массовом сознании. Вариантом техники «повтора» является употребление лозунгов и ключевых слов типа «Равные права для всех», «Народ и партия едины» и т.п. Такие фразы, часто бессмысленные, играют большую роль в политике и рекламе. Особенно часто СМИ используют повторы в новостных сообщениях, где в каждом последующем выпуске наиболее значимая информация - будь то репортаж (телевидение) или текстовое сообщение (радио) - повторяется без каких-либо корректировок или изменений.

**Г) УТВЕРЖДЕНИЕ.** Особенность данного приема заключается в том, что СМИ часто предпочитают споры голые утверждения в поддержку своего тезиса, ограничивая тем самым плюрализм мнений и представляя только одну, наиболее выгодную для них самих, сторону медали.

**Д) ПОСТАНОВКА РИТОРИЧЕСКИХ ВОПРОСОВ, ИЛИ РАСПУСКАНИЕ СЛУХОВ.** Являясь основным проводником общественного мнения, СМИ, как никакой другой субъект политического процесса, ощущают потребность общества в той или иной информации и значимость данной темы для конкретного сегмента аудитории. Поэтому не случайно именно СМИ называют официальным источником распространения слухов. При этом, казалось бы, не происходит ничего противоестественного. СМИ всего лишь ставят перед аудиторией вопрос, оставляя его без ответа, но наделяя определенным контекстом, заставляющим зрителя/слушателя/читателя невольно мыслить и развивать «подброшенную идею» в нужном для пропагандиста направлении. Таким образом слухи вносят ощутимый вклад в формирование общественного мнения, решая вполне конкретные задачи. Часто именно на этом уровне запускается негативная информация об оппоненте во время предвыборной кампании.

«А не является ли Яковлев криминальным авторитетом?» или «Неужели Кириенко и в самом деле член секты сайентологов?» и т.п. Результатом подобных риторических вопросов может стать укоренившееся в массовом сознании негативное мнение и, как следствие, окончательно «подмоченная» репутация политика.

**Е) ПОЛУПРАВДА** - способ, используемый СМИ для обеспечения доверия аудитории, заключается в объективном и подробном освещении конкретных, малозначительных деталей и умалчивании более важных фактов или же общей ложной интерпретации событий (в зависимости от настроения масс).

**Ж)** Все шире и квалифицированнее СМИ используют технику создания так называемого «**ПОСЛЕОБРАЗА**». Если представить большой белый лист, на котором написано «Только Иванов», то сразу же возникает вопрос: «Что - «только Иванов»? С какой стати?» Озадаченный мозг не может найти ответа на эти вопросы, но «послеобраз» Иванова надолго задерживается в голове и начинает воздействовать на поведение индивида. Человек начинает «додумывать», теряться в догадках, выстраивая цепочку возможных событий или действий, связанных, как он считает, с этим Ивановым. В телевизионных роликах этот эффект создается с помощью подрыва пленки или пролонгированной паузы, которая может длиться либо несколько секунд, либо (что бывает чаще) несколько недель, и в результате окончательно измученному догадками индивиду «открывается истина»: оказывается Иванов и только Иванов достоин стать Президентом России.

**З) ОСМЕЯНИЕ** представляется наиболее интересным для изучения и часто используемым в СМИ методом информационно-психологического воздействия на массовое сознание. Суть этого метода заключается в высмеивании как конкретных лиц, так и взглядов, идей, программ различных организаций и объединений. Эффект действия данного приема основывается на том, что при осмеянии отдельных высказываний и элементов поведения человека к нему иницируется шутовское и несерьезное отношение, которое в дальнейшем распространяется и на другие его высказывания и взгляды. Это в итоге приводит к закреплению за данной личностью имиджа «несерьезного и некомпетентного человека», чьи предложения и идеи не заслуживают внимания.

Высокая эффективность метода "осмеяния" связана с его влиянием на сферу слабо осознаваемых психических явлений, что снижает действенность психологической защиты личности. Там, где прямая критика и негативное воздействие блокируется психологическими барьерами, воздействие в юмористической форме резко снижает защитные реакции личности. Также необходимо отметить эффективность влияния данного метода на молодежную аудиторию. В период избирательной кампании интерес молодежи к политической ситуации в стране значительно возрастает. Но из-за необходимости совмещать учебу, работу и активный отдых у молодого поколения практически не остается времени для серьезного и планомерного изучения политической обстановки. Поэтому в большинстве случаев эта проблема решается путем совмещения приятного с полезным. Это в значительной мере повышает эффективность восприятия политической информации молодежной аудиторией, если она подается в шутовском тоне или в форме скандалов.

## 1.7. ФЕЙКИ



Возвращаясь к вопросу традиционных и новых медиа, стоит отметить, что возможность быть каналом информирования, которые сейчас дают новые медиа практически любому, приводит к появлению большого количества фейков.

**Фэйк** (от англ. "fake - «поддельный, фальшивый») в широком смысле - "подделка"

*Кого и что сегодня называют «фейками»:*



Фотографии, подделанные в фотошопе, видеоролики, специально смонтированные с целью введения в заблуждение, либо иллюстрирующие другое событие. Например, когда иллюстрирующее видео было снято несколько лет назад при проведении одной военной операции, а его публикуют, указывая, что это видео-свидетельство событий последних дней.



Фальшивые новости, которые не все способны отличить от правды (то, что раньше называлось «газетными утками», а сегодня иногда именуется «вбросами»).



Страницы в социальных сетях, созданные от имени других (как правило, известных) людей.

*Цели создания фейков:*

а) одна из главных целей - мошенничество. Оно может касаться как сбора денежных средств, например, рассматриваемые в уроках по МИГ примеры "розыгрыша" айфонов. Также фейки могут создаваться с целью увеличить продажи определенного товара, в таком случае публикуются фальшивые отзывы.

б) цель фейков, к которой стоит относиться с не меньшей серьезностью - введение в заблуждение с целью дезориентации в информационном пространстве. Приведенный выше пример с использованием видео одной военной кампании к иллюстрации совершенно другого события.

в) фейки могут создаваться с целью генерации трафика - большого числа просмотров, к таким относятся рекламные ссылки на веб-сайтах с заголовками: "Сенсация: Путин мертв!", "Она похудела на 50 кг за 2 недели, и ты сможешь!" и пр.

## 1.8. КРИТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ПОТРЕБЛЕНИЮ ИНФОРМАЦИИ

*Существует несколько этапов проверки достоверности информации.*

К **первому** относится анализ самого медиа. Изучите, насколько источник вашей информации заслуживает доверие, почитайте другие публикации на этом ресурсе, посмотрите другие программы. Задайте себе вопросы: характерно ли для данного ресурса отсутствие сбалансированности?

Часто ли используется язык ненависти и другие приемы манипуляции информацией? Исходя из всего этого можно ли назвать данный ресурс инструментом пропаганды? Наконец вспомните, кто является учредителем данного медиа, подумайте о том, в его ли интересах рассказать лишь часть правды, а как мы выяснили полуправда не лучше откровенной лжи в СМИ.

На **втором этапе** поищите информацию, возможно альтернативную на других информационных ресурсах. Помните, что есть ряд СМИ, которым можно доверять, которые не будут публиковать непроверенную информацию. Сейчас новые медиа, и личные аккаунты пользователей в социальных сетях становятся одним из источников информации для журналистов. Узнав какую-то информацию из новых медиа, журналисты, как правило, проверяют достоверность. Однако, в последнее время нередко случаи, когда журналисты традиционных СМИ, публикуя что-то, ссылаются на личные аккаунты пользователей социальных сетей.



**Третий этап:** проанализируйте само сообщение, для чего ответьте на следующие вопросы:

а) Оперативно ли представлена информация о событии? Отвечая на данный вопрос, помните, что излишняя оперативность без проверки фактов может сыграть с автором материала злую шутку, например, информация может быть не достоверной. С другой стороны, отсутствие оперативности может говорить о том, что возможно необходимо было время на то, чтобы “сочинить легенду”, подбить факты и пр. Но при этом необходимо знать, что журналистские расследования занимают очень много времени, в некоторых случаях месяцы.

б) Отделены ли факты от мнений? Есть ли оценочные суждения журналиста? Обратите внимание, на что ссылаются авторы информации, есть ли факты, доказывающие событие, о котором вы читаете, либо это мнения, интерпретации и домыслы определенных людей. Помните, что факты должны быть отделены от мнения. Интерпретации не должны быть представлены как свершившийся факт.

в) Полная ли информация о событии? Отвечает ли сюжет на вопросы «Что? Где? Когда? Кто? Почему?» Обратите внимание на то, есть ли логические нестыковки в материале, дает ли публикация или сюжет полную картину произошедшего.

г) Кто действующие лица сюжета? Чьи интервью были использованы при подготовке сюжета? Являются ли они непосредственными участниками события, о котором сюжет? Все ли участники события имели возможность высказать свою позицию или мнение? Кто еще для полноты картины мог бы выступить с интервью для данного сюжета? Какую еще информацию необходимо добавить для полноты картины? Ответы на данные вопросы помогут вам понять, насколько может быть достоверной информация, является ли сказанное словами участников события, либо это интерпретация “экспертов”.

е) Присутствует ли от журналиста в данном сюжете язык вражды или эмоционально окрашенная лексика? Изучив лексику автора, вы поймете, какие чувства он хотел вызвать у вас при прочтении данного материала. Эмоционально окрашенная лексика как инструмент художественных текстов, с целью вызвать определенное отношение к тому, или иному герою, широко используется и в журналистике, и даже в комментариях к постам.

Итак, СМИ остаются ключевым источником информации для большинства людей. Это хороший инструмент проверки на достоверность публикаций новых медиа. Они несут и выполняют все свои прежние функции от информирования до социализации.

Быть медиа грамотным - это не просто не доверять СМИ, но уметь плыть в этом информационном потоке, уметь мыслить критически, не принимать все сказанное на веру и уметь отличать фейки от реальности.

**ГЛАВА II.**  
**«ИНФОРМАЦИОННЫЕ СТАНДАРТЫ  
И ЭТИКА В ЭПОХУ НОВЫХ МЕДИА»**

*Что такое информационные стандарты? Зачем обычным пользователям информации знать о профессиональных стандартах журналистики? Каковы основные стандарты информационной журналистики? Зачем и кто придумал Этический кодекс журналиста? Какой механизм саморегулирования в медийном сообществе?*



Стремительное развитие новых медиа, основанных на интернет-технологиях ставит перед обществом каждой страны (и мира в целом) серьезные вопросы. Причем скорость развития и распространения новых технологий такова, что иногда вопросы накапливаются, но остаются без ответов. Например, телевидению для охвата аудитории в 50 миллионов зрителей понадобилось 13 лет, а социальной сети Telegram – полтора года. Как искать ответы с такой скоростью? А вопросы различные. Но большинство из этих вопросов – этического характера, связанные с возросшим влиянием информации на человека.

Действительно, никогда раньше информация не была так близка к человеку и так сильно его не вовлекала. Интернет позволяет нам добывать информацию всюду, всегда и в любом формате/количестве. Феномен социальных сетей, симулирующих межличностное общение, состоит именно в том, что у нас складывается иллюзия общения с другом/подругой. При этом нередко отключается критическое восприятие передаваемой информации или значительно снижается порог такого восприятия. Одно дело –

получить информацию из телевизора, намеренно просматривая программу новостей, другое – получить дружескую ссылку на эту же новость в соцсети, при этом пребывая в атмосфере, не способствующей критическому анализу и осмыслению (например, на вечеринке или в полудреме). Т.е. информация как была, так и осталась, со своими атрибутами, особенностями создания и распространения. Информация, как и раньше, может быть ложной, может – правдивой, может быть уместной и полезной, может – нет. И человек остался тот же и такой же. Но вот что существенно изменилось – так это близость реципиента (получателя) к самому источнику информации, возможность человеку, воспринимающему информацию, самому стать как распространителем ее, так и создателем.

Вот на этом моменте и концентрируются многие вопросы этического характера. Ранее такие вопросы можно было задавать только журналистам и редакторам. Именно они в своей профессиональной среде вели упорные дискуссии об этике создания и распространения новости. При этом предполагалось, что этическому регулированию, в первую очередь, поддаются новостные материалы информационного характера, любителям «творческого самовыражения» оставались публицистические жанры, такие как авторские колонки (блоги), фельетоны, очерки и т.д.

## ИНСТРУКЦИЯ ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

В западной традиции прессы предполагалась четкая дифференциация новостей, фактов (news, информационная журналистика) и мнений (opinions, публицистика). Хотя и сами эти «мнения» не были уж очень фривольными, а практически всегда опирались на факты и логическую аргументацию, правда, автор имел привилегию высказать свое личное мнение, упомянуть свое авторское «я». Новости (занимающие первые полосы газет) были практически всегда беспристрастны и сухи, мнения (занимающие другие страницы) восполняли недостаток эмоционального чтения. В деловом мире это было оправдано – ведь информацию о реальных котировках на биржах было важно отделять от прогнозов различных экспертов. Так, наверное, и сформировался один из основных стандартов информационной журналистики – стандарт отделения информации (фактов) от мнений (комментариев).

Безусловно, прессу и сто лет назад преследовали знакомые и нам «грехи» - поспешность и, иногда, небрежность в подготовке информации в погоне за сенсационностью, иногда – откровенные «газетные утки» (сейчас мы называем неправдивую информацию «фейками»). Но и тогда, как и сейчас, журналистское сообщество понимало, что основной капитал прессы – это доверие аудитории. Не разовые тиражи, не быстрая прибыль, а именно доверие, которое позволило таким серьезным изданиям как Times (основана в 1785 году в Великобритании), LeSoire (1887, Бельгия), TheWallStreetJournal (1889, США) пройти сквозь столетия и удерживать лидирующие позиции на информационном рынке не только своих стран, но и в мире.

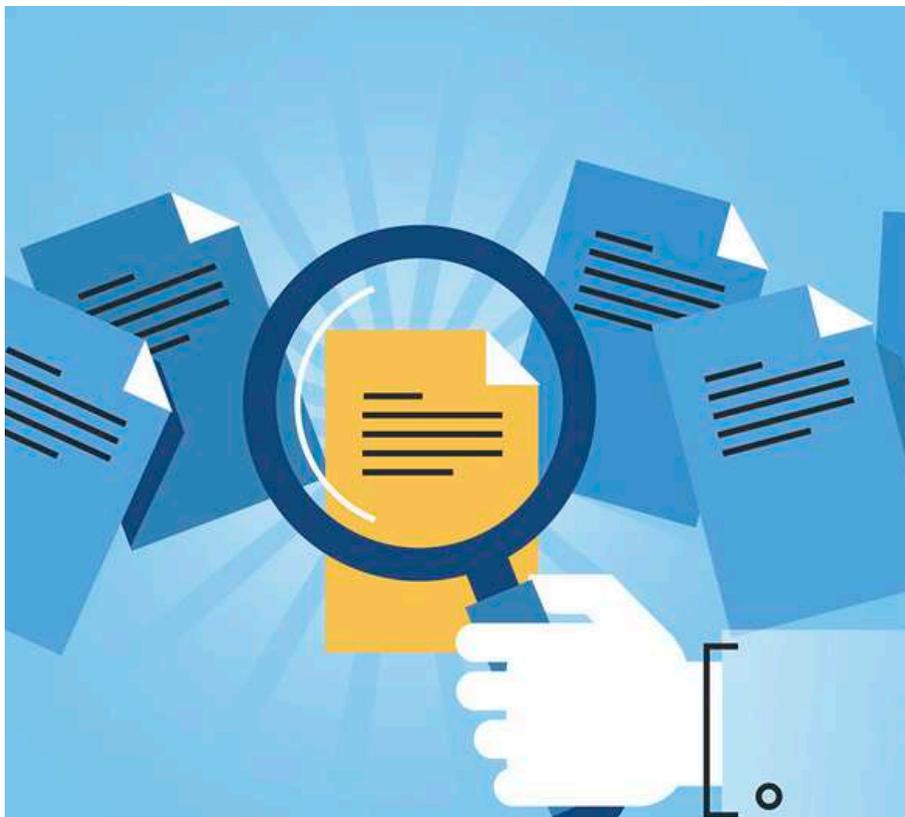
Именно желание «призвать всех, кто занимается журналистикой, взять на себя ответственность за распространяемую ими информацию, независимо от вида медиа» (современное выражение Общества профессиональных журналистов, США) подвигло в 1922 году Американское общество редакторов газет создать Декларацию принципов как внутренний документ, который позже получил распространение. На сегодня основой национальных Кодексов журналистской этики является Декларация принципов поведения журналиста (Международная федерация журналистов) и Международные принципы журналистской этики (ЮНЕСКО). К слову, первый пункт этих кодексов - право людей на получение правдивой информации. Можем сравнить эти международные нормы с п.8 **Этического кодекса журналиста Кыргызстана (ЭКЖК)**: «Журналист, ни при каких условиях не должен публиковать заведомо ложную информацию...»

Вот почему знания об этических стандартах так важны не только профессионалам, которые непосредственно создают информационный продукт, но и их конечным потребителям. И аналогии с другими продуктами здесь абсолютно уместны. Ведь если вам предложат некачественный продукт на рынке под видом хорошего товара, то вы можете потерять свое здоровье. Если же обществу предлагается некачественная и/или неправдивая информация, то общество может «заболеть», вовремя не заметив опасной тенденции, или, например, как не раз бывало - не имея возможности сделать правильный выбор на основании полной и объективной информации о кандидатах. Страну после такой «болезни» может «лихорадить», во всяком случае, потери и серьезные последствия неизбежны.

Кроме того, в эпоху, когда каждый из нас волей-неволей становится не только потребителем, но и производителем и распространителем информации, некоторое представление о профессиональных стандартах нужно иметь. Покупая телевизор, мы просматриваем инструкцию по его применению как бытового прибора. Но инструкции по восприятию информации и выбору телевизионных программ к нему не прилагается. Хотя, согласитесь, нам бы хотелось потреблять продукцию (в т.ч. и информационную) только высокого качества, только произведенную с соблюдением стандартов.

## 2.1. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СТАНДАРТЫ

Итак, на основании международных Деклараций, национальных кодексов и других подобных документов медиа-экспертами разработаны стандарты журналистики, основными из которых являются: баланс мнений и точек зрения, оперативность (для интернет-изданий этот стандарт немного модифицирован), достоверность (ссылки на источники), отделение фактов от комментариев, точность, полнота. Иногда отдельным стандартом определяется доступность (простота) медиа-текста, полагая, что даже очень правдивую информацию можно «спрятать» от общественности, используя, например, аббревиатуры и сложную лексику.



Рассмотрим эти стандарты подробнее:

**Баланс мнений и точек зрения** - подача в материале мнений всех сторон конфликта со своими аргументами. Согласно п. 17 ЭКЖК «точки зрения оппонентов, в том числе тех, кто стал объектом критики журналиста, должны быть представлены сбалансированно». Также должны быть представлены по возможности и оценки независимых экспертов.

**Оперативность** - это скорость публикации новости на сайте или выхода сюжета в эфир. Этот стандарт непосредственно связан с правом граждан на получение объективной информации, ведь информация, не доставленная вовремя, с задержкой или «порционно», не может дать полной и объективной картины происходящего. Поэтому стоит вспомнить Международные принципы журналистской этики (ЮНЕСКО): «народ в целом и отдельные граждане имеют право видеть объективное отражение действительности путем получения достоверной и точной информации, а также выражать свою точку зрения через СМИ как средства связи и культурного обмена» (принцип 1). Для интернет-изданий, естественно, оперативность – это появление новости в ту же минуту и секунду, что и произошло событие. Но не всегда возможно соблюсти стандарт оперативности с другими стандартами – точностью, полнотой. Для сбора комментариев, экспертных оценок нужно время. Поэтому медиа-эксперты определяют нарушение стандарта оперативности для интернет-изданий в случае, если о событии не сообщается 24 часа (или, при необходимости дополнения/исправления быстро опубликованной информации, такого дополнения/исправления не происходит за то же время).

**Достоверность** - каждая новость должна иметь достоверный источник. Пункт 8 ЭЖЖ определяет: «Журналист ни при каких условиях не должен публиковать заведомо ложную информацию», пункт 19: «Журналист должен прилагать все усилия **для получения информации**, документов, фотографий, аудио- и видеоматериалов **в соответствии с законами Кыргызстана**». Декларация принципов поведения Международной федерации журналистов закрепляет, что журналист обязан подавать информацию, ссылаясь на факты, происхождение которых он/она знает (принцип 3). Журналист так же не должен пренебрегать важной информацией или фальсифицировать документы. В соответствии с Кодексом этических норм (Общество профессиональных журналистов, 1996) журналист обязан «указывать, по мере возможности, источники поступающей информации. Общество имеет право на максимум информации о надежности источника».

**Отделение фактов от комментариев.** Пункт 10 Кодекса определяет: «Факты, суждения и предположения должны быть четко отделены друг от друга». Поэтому принято, что в классическом новостном сюжете или статье не должно быть слов или предложений, которые бы отображали мнение или оценку автора, а чье-то мнение и оценка выдавались бы за факты.



**Точность.** Декларация принципов поведения Международной федерации журналистов закрепляет, что уважение к истине и право общественности на правду - первая обязанность журналиста (принцип 1). Точность предполагает тщательное, без искажений воспроизведение фактов или цитирования человека, правильное написание должности, имен, географических названий и т.п.

**Полнота представления фактов и информации по проблеме** - стандарт, который подразумевает в целостном материале ответы не только на вопросы «Кто? Что? Где? Когда?», но и «Как?» и «Почему?». Любая тема требует максимально полного набора фактов и мнений. Поэтому задача журналиста - все это найти в компетентных источниках. Международные принципы журналистской этики (ЮНЕСКО) провозглашают: «Первоочередная задача журналиста — обеспечить право граждан на достоверную и объективную информацию через правдивое освещение происходящих событий, когда факты освещаются в их собственном контексте, с указанием связей различных явлений и без искажений, будучи творчески обработаны журналистом» (принцип 2).



## 2.2. МЕХАНИЗМЫ САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ

Но вот, собственно, главный вопрос, - а как действуют эти кодексы и стандарты? Какова ответственность за их несоблюдение?

Как мы видим, не все стандарты и не все требования этических кодексов прямо предусмотрены законодательством – как национальным, так и международным. Формально (кроме, например, открытой клеветы, вопиющих случаев разглашения персональных данных несовершеннолетних жертв преступления и т.д.) почти всегда можно найти юридическое оправдание своим действиям. Но на то и нужны этические нормы, которые регулируют отношения в обществе, не поддающиеся регулированию законодательством. Да и предмет регулирования уж очень хрупкий. Немного передавишь – и нет свободы слова, а страна скатывается в авторитарную пропасть; немного отпустишь –фейки, клевета и вседозволенность дезориентируют общество.



Единственный способ регулирования, апробированный демократическим обществом – это **саморегулирование журналистского сообщества**. Для этого журналисты договариваются о правилах профессионального поведения, формализуют эти правила в Этическом кодексе. Как, например, Этический кодекс журналиста Кыргызстана, который принят на Республиканском Съезде журналистов 8 декабря 2007 года (поправки внесены на Республиканской конференции журналистов 16 апреля 2009г. и 8 декабря 2012г.). ЭКЖК состоит из 23 статей и принят для того, «чтобы сформировать этические и профессиональные стандарты работы сотрудников СМИ Кыргызстана независимо от их специализации, повысить профессиональный уровень журналистики Кыргызстана, а также для сохранения доверия и уважения к СМИ со стороны общества».

Наблюдать за соблюдением Кодекса, а также давать оценку деятельности СМИ журналистское сообщество уполномочивает специальную Комиссию, в состав которой входят, как правило, наиболее авторитетные представители медиа. В разных странах – разный опыт деятельности, формирования, финансирования данных Комиссий. В Кыргызстане это – **Комиссия по рассмотрению жалоб на СМИ**. В соответствии со своим Положением, «Комиссия рассматривает конфликтные ситуации этического характера, как по обращению физических и юридических лиц, заинтересованных в этической оценке профессиональной деятельности конкретного журналиста, главного редактора, учредителя или владельца»



Основой для вынесения решения являются статья 19 Декларации прав человека, статья 19 Международного пакта о гражданских и политических правах человека, статья 14 Конституции Кыргызской Республики, нормы законодательства Кыргызстана в сфере информации и Этический кодекс журналиста Кыргызстана, Положение о Комиссии.

Комиссия состоит из 9 членов (не менее 4 членов – журналисты, не менее 5 – представители НПО, государственных, политических, образовательных, научных и иных организаций). Члены Комиссии избираются сроком на три года на Съезде журналистов Кыргызстана или путем письменного анкетного голосования из кандидатов, выдвинутых делегатами Съезда или редакциями и общественными организациями, которые признают Этический кодекс.

Теперь о санкциях, которые применяются к нарушителям этики. Комиссия может дать предупреждение (если речь идет о непредумышленной ошибке), заявление (рассылается журналистам, СМИ обнародуют или не обнародуют Заявление на свое усмотрение), заявление в форме общественного порицания (когда имеем дело с серьезным нарушением, Комиссия в таком случае просит максимально распространить это Заявление).

Как мы видим, санкции как бы и не «тяжелые» – «всего-то» о недостойном поведении узнают коллеги и напишут СМИ. Но в этом и состоит суть саморегулирования, предполагается, что сообщество рано или поздно выработает правила поведения. Это процесс долгий, но, как показывает опыт развитых стран, очень эффективный. Действуя по убеждению, а не по принуждению, журналист способен на гораздо большее самосовершенствование и профессиональное развитие, на более глубокое восприятие своей социальной роли. А поскольку в эпоху новых медиа мы все становимся немного собирателями, производителями и распространителями информации, то такую важную социальную роль (вместе с этическими ограничениями) должен примерять и каждый из нас.

## **ГЛАВА III.**

# **«СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА И ИНТЕРНЕТ»**

### 3.1. ЧТО ТАКОЕ ИНТЕРНЕТ?



Интернет (internetworking (англ.) - Обмен между сетями) — всемирная система объединённых компьютерных сетей для хранения и передачи информации. Часто упоминается как Всемирная сеть и Глобальная сеть, а также просто Сеть.

Интернет это сеть, которая при помощи компьютера соединяет людей по всему миру. Она делает это при помощи специального компьютерного «языка», который называется 'TCP / IP'. Вот откуда пришел термин 'IPадрес' - это адрес, куда присылается информация, к которой вы хотите получить доступ. Посредством этого общего языка информация и данные распадаются на небольшие части (называемые пакетами), они отправляются через линии и собираются для человека, который пытается получить к ним доступ.

Интернет на сегодняшний день становится одной из необходимых вещей для человека. Многие люди уже не могут представить свой день без интернета, хотя интернет появился несколько десятков лет назад, на рубеже 60-70 года прошлого века. Треть населения Земли использовали Всемирную Паутину хотя бы раз, причем некоторые делают это регулярно, а молодые активные пользователи все время находятся в Сети. Одно из главных преимуществ Интернета - это молниеносный обмен информацией. За считанные секунды можно найти в Сети нужную книгу, связаться с человеком, находящимся на другом конце света, отыскать ответ на интересующий вопрос. Это изменило представление людей о знаниях, информации, бизнесе, отношениях. Даже границы между государствами в реальности Интернета стерлись.

Интернет это средство и массовой, и межличностной коммуникации, это - всемирное видео и аудио хранилище, гигантский архив различной информации, мегабиблиотека. Интернет - универсальный вид визуального, аудиовизуального медиасредства, который охватил собой все медиа, добавил новые визуальные форматы (видеоролики, видеосюжеты, видеоклипы, картинки), новые возможности общения (почту, чаты, социальные сети), начал новые виды творчества (создание и совершенствование компьютерных программ, создание онлайн-овых совместных проектов).

## 3.2. НЕМНОГО ОБ ИСТОРИИ ИНТЕРНЕТА.

### Основные этапы развития интернета

1958

По указанию президента США **Д. Эйзенхауэра** создано Агентство передовых исследовательских проектов (**ARPA**)

1961

Принцип передачи данных в виде небольших порций — «**пакетов**». В дальнейшем упростил прохождение информации по компьютерной сети

1965

Первая нелокальная компьютерная сеть: **Л. Робертс** и **Т. Меррил** связали по телефонной линии два компьютера, находившиеся в Массачусетсе и Калифорнии

1974

**internet**

Первое употребление слова «**интернет**» (сокращения от **Internetworking** — «межсетевые соединения»)

1971

Разработка системы **электронной почты**

1969

Пуск разработанной агентством **ARPA** компьютерной сети **ARPANET**

1976

Создание **Ethernet** — первой локальной сети



1982

**TCP/IP**

Создан единый сетевой язык **TCP/IP**



1991

Разработка технологии гипертекстовых документов — **World Wide Web**. Появление первых компьютерных вирусов, распространяемых через интернет

1999

**mp3**

Первые попытки цензуры интернета в ряде стран. Появление формата **mp3**



1994

Появление первых **интернет-магазинов**, **виртуальных банков**, рекламных **баннеров**



1993

Создание первого **интернет-браузера**, первой **поисковой системы**. Первые радиотрансляции по интернету



2010

Прямой доступ в интернет получил экипаж Международной космической станции

2011

Общее число сайтов — **более 357 миллионов** (по данным компании Netcraft на июль 2011)



Первым этапом развития было использование интернета для чтения информации онлайн. Причиной тому была низкая скорость и другие технические ограничения интернета - было довольно сложно им пользоваться без знания специального языка форматирования Интернет-страниц. Это было не только сложно, но и отнимало много времени. Сейчас мы находимся на следующем этапе развития Интернета, его называют Web 2.0. Сейчас стало возможно пользователям загружать собственную информацию (истории, комментарии, фотографии, видео) лишь только нажав на клавишу. Теперь мы не только читаем информацию в интернете, но и сами создаем и распространяем ее. Тот, кто использует интернет, чтобы загрузить информацию, например, выставив фотографию в Facebook или создавая блог, использует возможности Web 2.0, то есть таким образом новый этап разрушил границы между потребителями и создателями контента.

Интернет постоянно меняется и модернизируется. Это позволяет пользователям получить бесконечный выбор в поиске информации. Они могут иметь постоянный доступ к огромной базе данных, которая все время только совершенствуется. Возникает вопрос о том, кто же владеет Интернетом в настоящее время. Нет официального владельца интернета или того, кто бы его контролировал, что означает, что отдельные лица и организации являются сами ответственными за то, что они распространяют онлайн. С одной стороны это означает, что интернет поддерживает свободу слова, а с другой стороны, он не может защитить пользователей.

Так как в интернете нет редакторского контроля, может возникать очень много слухов и лживой информации, которая на первый взгляд кажется правдивой. Много враждебных высказываний, порнографии, подстрекательства к насилию. Но интернет также позволяет людям, меньшинствам и особым группам получить возможность высказаться. Он может объединять по всему миру людей с общими интересами или опытом. Вся информация Интернета хранится на специальных серверах, к которым подключаются пользователи, а это означает, что почти невозможно удалить информацию из интернета, но можно сделать ее чуть более труднодоступной.

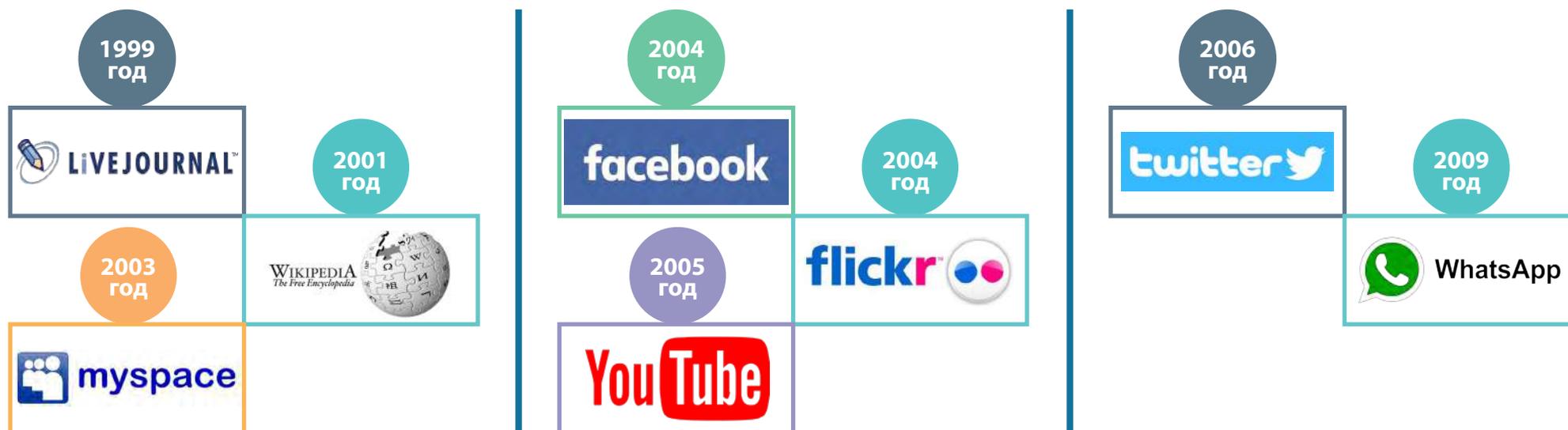
Хотя не существует одного человека или организации, которая контролирует весь интернет, есть все же несколько организаций, которых можно назвать влиятельными в мире интернета. Это такие компании, как Microsoft, Apple, Facebook и Google. Каждая из них имеет собственные задачи и мотивы (например, заработать деньги, собирать данные о пользователях и т.д.).

Существуют несколько разных аспектов интернета, например, веб-безопасность, веб-коммерция, веб-коммуникации, интернет-провайдеры, программисты и производители аппаратного и программного обеспечения, и в каждом из этих аспектов есть ведущие компании.

## 3.3. СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА: ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ

**Социальные медиа** — это вебсайты и приложения, которые позволяют пользователям создавать и делиться контентом с другими пользователями или виртуальными сообществами. Пользователи создают личную страничку, которая называется профайл, и затем взаимодействуют с другими людьми разными способами, например, делаясь с ними фотографиями и видео, общаясь посредством чата, создавая группы по общим интересам.

Начиналось все с электронных досок объявлений в конце 70-х годов. Электронные доски объявлений были первым типом сайтов, которые позволяли пользователям входить в систему и общаться друг с другом, хотя и весьма медленно по сравнению с тем, что мы делаем сегодня. Сайты знакомств считаются первыми социальными сетями. Они впервые начали появляться почти сразу же как люди начали пользоваться Интернетом. Они позволяли пользователям создавать учетные записи (обычно с фотографиями) и связываться с другими пользователями.



**Социальные медиа** прошли долгий путь от электронных досок объявлений до крупных социальных сетей. И они продолжают развиваться ежедневно. С большими социальными сетями и сайтами, которые изменяются почти каждый день, эта ниша будет развиваться дальше и все следующие годы.

### Семь разновидностей Социальных медиа

- Интернет-сообщества;
- Блоги;
- Виртуальные игры;
- Социальные сети;
- Сообщества по производству совместного контента;
- Совместные проекты;
- Геосоциальные сервисы.

### Особенности Социальных медиа

- Доступность информации;
- Минимизация личного пространства;
- Отсутствие пространственных ограничений;
- Оперативность (реагирование в реальном времени).

Социальные сети так же могут быть чрезвычайно важны для людей, которые производят традиционные медиа, например газеты, радио и ТВ, так как пользователи все больше стремятся получить информацию через социальные сети, чем обратиться напрямую в медиа-издание. Если им нравится контент, они могут поделиться им с друзьями онлайн. Таким образом, социальные медиа стали важным каналом распространения для традиционных медиа.

Социальные медиа запрограммированы так, чтобы ими можно было легко и быстро пользоваться, более того, они бесплатны. Пользователям не нужны специальные умения, чтобы создать свой профиль или начать загружать контент и взаимодействовать с другими пользователями. Социальные медиа упрощают поиск людей с общими интересами, так как эти сайты мотивируют вступать в контакт, делиться интересами и ресурсами. Каждый день люди, которые не являются профессиональными журналистами, могут иметь канал для того, чтобы рассказывать истории, обсуждать интересующие вопросы. Социальные медиа также помогают обычным людям быть более вовлеченными в то, что происходит в обществе, так как они все могут комментировать или присылать ссылки на ту информацию, которую мы видим онлайн.



**Риски.** Люди делятся своей личной информацией в пространстве, доступном для общества, и эта информация может быть также получена и другими пользователями. Таким образом, пользователи должны думать о том, какую информацию они делают публичной. Риски могут быть небольшими - например, если вы не хотите, чтобы кто-то нашел информацию, которую вы загрузили, вы можете воспользоваться настройками приватности. Некоторые работодатели проверяют профили своих потенциальных работников, чтобы понять, например, какой имидж о себе они формируют онлайн. Также может быть опасно, например, сделать пост о том, что вы собираетесь в отпуск, так как эта информация может быть получена вором, который хочет пробраться к вам в дом.

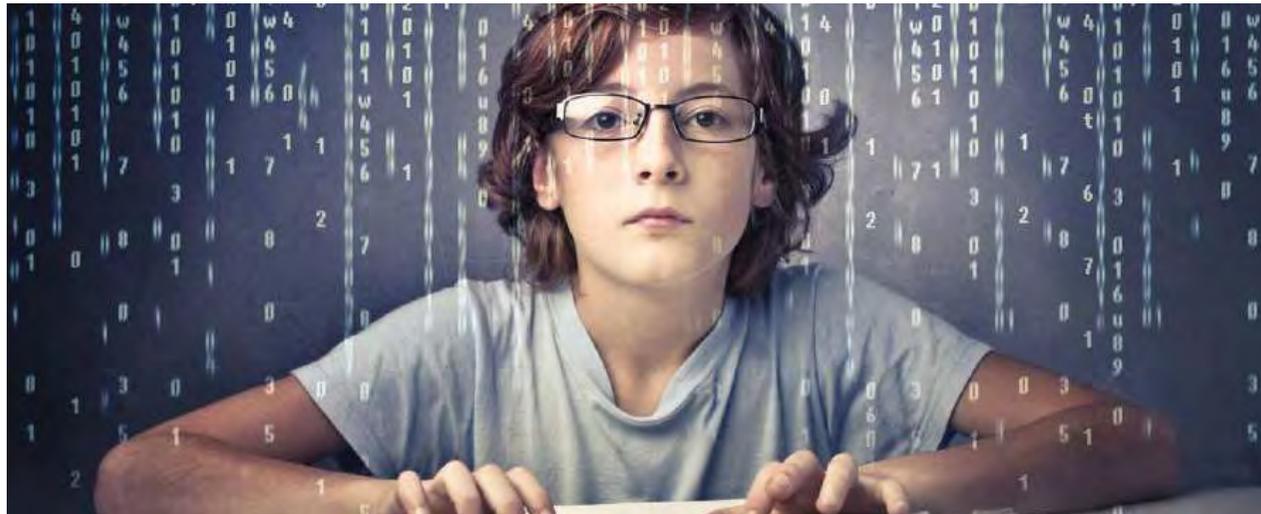
Анонимно опубликовать информацию тоже очень легко, поэтому также новые возможности появляются для онлайн преследований, хакеров или фейковых

аккаунтов. Размещая информацию о себе онлайн, вы можете оказаться под угрозой хакерства - когда другие получают доступ к вашим данным без вашего разрешения. Это может также значить, что информация, которую вы бы хотели скрыть от общественности, может стать открытой.

Всегда думайте о том, что вы размещаете в Интернете. Многие социальные сети позволяют использовать настройки безопасности, чтобы сократить количество людей, которые имеют доступ к тому, что вы размещаете. Есть также несколько блокирующих функций, которые помогают блокировать отдельных пользователей. Убедитесь, что у вас надежный пароль - по меньшей мере, восемь знаков, где есть как буквы, так и цифры и пунктуация - и всегда храните эту информацию в секрете. Иначе есть риск, что ваши данные будут украдены.

## 3.4. ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ОБЩЕСТВО

В последнее время появилось еще одно понятие, связанное с Интернетом и новыми условиями для жизни и работы людей - понятие Digital. Все более востребованными становятся умение работать с лавинообразным потоком информации, способность мыслить и принимать решения в условиях неопределенности, выстраивать сетевую коммуникацию за рамками или сквозь возрастные, культурные или географические границы. Все эти способности можно назвать digital-интеллектом. Существует мнение, что именно этот вид интеллекта в очень большой степени определяет эффективность человека в современном мире.



**«Digital-интеллект включает три составляющие:**

- **digital-мышление.** Информация стала более доступной, но при этом она избыточна, даже «токсична». Раньше ключевой навык был в том, чтобы информацию получить, сейчас - чтобы в ней разобраться, вычленив ее из потока и оценить адекватность источника. Определить по верхушке, тот это айсберг, который нужен в данный момент, или не тот, - важное умение, определяющее digital-мышление.

- **digital-коммуникация** - умение выстраивать сети социальных контактов и получать одобрение людей через взаимодействие в новом формате. Иногда люди совершенно отличаются своим поведением в сети от того, что было естественно от них ожидать в реальности, они по-другому раскрываются, могут быть более яркими, харизматичными, эффективнее решать в digital-формате стоящие перед ними задачи.

- **digital-развитие** - умение постоянно обучаться, подпитываться в онлайн-среде. Современные самообучающиеся информационные системы постоянно получают обратную связь от пользователей, от других систем, тем самым совершенствуясь. Так же и человек, живя в этом мире, должен постоянно совершенствоваться с точки зрения все большего использования новых технологий».

Социальные сети и Интернет в целом ругают за то, что из-за них была потеряна приватность. Люди часто рассказывают о себе в интернете больше, чем они позволили бы себе это сделать оффлайн. Некоторые люди озабочены тем, что общение также переместилось в онлайн сферу, что негативно повлияло на живое общение. Тем не менее, социальные медиа способствуют более быстрому обмену информацией и помогают оставаться на связи друг с другом людям, которые бы иначе не смогли общаться. Тот факт, что любой человек может получить доступ и создать онлайн контент позволяет говорить о демократическом пространстве, которое благоприятствует свободе слова.

Социальные сети так же превратились в удобное пространство для политической активности. Эти сайты позволяют напрямую общаться политикам с избирателями или позволяют избирателям более точно отслеживать деятельность политических деятелей. Современные программы позволяют достаточно быстро обрабатывать дебаты. Социальные медиа могут быть использованы очень большой группой людей за очень короткий отрезок времени, таким образом, они могут быть использованы, чтобы быстро проинформировать или организовать людей. Это означает, что они могут быть использованы, например, чтобы организовать протесты или демонстрации. Тем не менее, этот вид интернет сайтов позволяет и государству более тщательно следить за деятельностью своих граждан. Социальные медиа и Интернет позволяют группам распространять свои сообщения очень быстро, но также быстро позволяют распространить и пропаганду.

Интернет растет и меняется ежедневно и каждую минуту, и нет никаких признаков того, что этот процесс скоро закончится. Необъятное информационное поле доступно каждому. В этом большие преимущества такого ресурса, но и большие предостережения относительно неограниченного использования и влияния на человека. Появилась современная техногенная болезнь «интернет-зависимость», которой страдают люди всех возрастов. Люди слишком доверяют интернету, у них не возникает даже сомнения в достоверности информации и честности авторов. Для того чтобы интернет служил человеку, все пользователи должны уметь искать нужную информацию, а найдя, обрабатывать и оценивать найденное.



**ГЛАВА IV.  
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ  
СОВРЕМЕННОГО ПОДРОСТКА**

В данной главе 4 части. В первой части – «Особенности взросления подростка» – описываются биологические изменения, происходящие в организме подростка и влияющие на его психику, рассматриваются основные противоречия в личности подростка, описаны его потребности, специфика общения со сверстниками и взрослыми. Во второй части - «Трудности взросления» анализируется проблема подростковых депрессий и суицидального поведения. В третьей части – «Медиа мир и подросток» рассматривается специфика активного использования современных медиа средств подростками и описываются некоторые риски в этой сфере. Четвертая часть раскрывает причины, по которым подростки так любят общение в социальных сетях, и признаки, свидетельствующие о формирующейся зависимости от Сети.



В данной главе так же представлены результаты опроса учеников старших классов г. Бишкек и Чуйской области. Возраст учеников школ – от 14 до 17 лет. В рамках проекта МИГ в семи школах Бишкека и трех школах Чуйской области был проведен опрос. Целью данного опроса было выявление уровня потребления медиа ресурсов учениками старших классов. В опросе участвовали 353 школьника из 9-х, 10-х и 11-х классов. Половина опрошенных – девочки, половина мальчики. Опрос школьников проводился в форме анкетирования. Школы были подобраны из разных районов города Бишкек и Чуйской области. В каждой школе были опрошены примерно одинаковое количество участников. Опросы были проведены с 4 по 29 апреля 2017 года.

Современный глобальный кризис охватил все страны мира и коснулся практически всех областей человеческой жизни. Мощный поток новой информации, применение компьютерных технологий, распространение компьютерных игр оказывает большое влияние на воспитательное пространство современных детей и подростков. Создание воспитательного пространства - это необходимое условие становления личности ребенка не только в стенах образовательного учреждения, но и за его пределами. Существенно изменяется и структура досуга детей и подростков, т.к. компьютер сочетает в себе возможности телевизора, DVD приставки, музыкального центра, книги и др.

Школьник-подросток в условиях современной школы к тому же в значительной мере перегружен образовательными программами, что требует от него дополнительных психических и умственных затрат, что часто приводит к значительному ухудшению общего состояния здоровья детей на протяжении их школьной жизни. Гармоничное развитие личности ребенка возможно только при наличии здоровья, определяемого Всемирной организацией здравоохранения как состояние физического, психического и социального благополучия человека. Ключевым для педагогов и психологов, работающих в системе образования, является понятие психического здоровья, включающее благополучие в эмоциональной и познавательной сфере, развитии характера и формировании личности, нервно-психическом состоянии детей и подростков. К этой ситуации добавляются современные медиа технологии, которые прочно вошли в жизнь подростка.

Современные дети, кажется, «уже рождаются с умением пользоваться компьютером». Кроме того, с введением новых образовательных стандартов, современная школа отходит от привычных моделей обучения, ребенок теперь сам должен научиться добывать информацию. И в

данном случае Интернет становится просто незаменимым орудием для образования. Интернет является прекрасным источником для новых знаний, помогает в учебе, занимает досуг. Но, в то же время, надо научить ребенка критично относиться к той информации, которую они потребляют через средства медиа.

У современного подростка есть много возможностей приятно провести время, но интернет в этом ряду занимает свое особое место. Сеть не вызывает физиологической зависимости, но вызывает психологическую, особенно у детей и подростков. Для того, чтобы понимать, почему подростки так подвержены воздействию сети, нужно рассмотреть особенности этого непростого возраста.



## 4.1. ОСОБЕННОСТИ ВЗРОСЛЕНИЯ ПОДРОСТКОВ

Обычно подростковым обозначают возраст от 11 до 16 лет (хотя есть и другие мнения). В это время происходит переход от ребенка к взрослому во всех сферах – физической (конституциональной), физиологической, личностной (нравственной, умственной, социальной). Изменения касаются созревания всех структур мозга, и, как следствие, развитие и формирование личности претерпевает большие изменения. Состояние нервной системы находится под усиленным влиянием желез внутренней секреции. Для подростков характерна повышенная раздражительность, быстрая утомляемость, расстройство сна. Очень чутки подростки к несправедливым решениям, действиям. Внешние реакции по силе и характеру неадекватны вызывающим их раздражителям. Подростки очень чувствительны к оценкам взрослых, остро реагируют на какие-либо ущемления их достоинства, не терпят поучений, особенно длительных. Эмоциональная нестабильность и максимализм, упрямство и грубость, часто переходящая в хамство – это тоже возрастная особенность, которая вызвана гормональными бурями в организме подростка.

Центральным психологическим новообразованием в этом возрасте становится формирование своеобразного чувства взрослости. Физическое возмужание дает школьнику ощущение взрослости, но социальный статус его в школе и семье не меняется. И тогда начинается борьба за признание своих прав, самостоятельности, что непременно приводит к конфликту между взрослыми и подростками. Столкновение с реалиями жизни подчас приводит подростка к нервным срывам, необдуманным поступкам. Возраст от 11 до 16 лет не без основания называют критическим. «Критичность» его возникает из-за быстрых изменений не только в физиологии, но, прежде всего, существенные сдвиги в психологии подростка, которые приводят порой к коренному изменению поведения, прежних интересов, отношений. В подростковом возрасте имеют место внутренние конфликты, чему сопутствуют смена настроений, потребность в друзьях и увлечениях, проявления агрессии.

### «Проблемные точки» подросткового возраста

**Отцы и дети.** Проблема взаимопонимания родителей и подростка. В ответ на непонимание родителей подростки ведут себя дерзко, считая взгляды папы и мамы устаревшими.

**Половые проблемы.** Половое созревание проходит по-разному: одни уже готовы вступить в отношения с противоположным полом, других еще не воспринимают всерьёз. Другая грань проблемы — ранние половые отношения. Родителям нужно иметь доверие ребёнка и с тактом подходить к столь деликатным вопросам, чтобы обезопасить его от негативных последствий раннего секса.

**Неудовлетворённость внешностью.** Подросток критически относится к тому, как он выглядит. Физическое состояние и внешний вид — основные причины общего недовольства собой, которые провоцируют неуверенность в себе, агрессию и недоверие к окружающему миру.

**Пройти через всё.** Подростку хочется всё ощутить, попробовать. В связи с этим желанием могут возникнуть проблемы с запрещёнными и пагубными веществами (сигаретами, алкоголем, наркотиками), половыми отношениями, другими отклонениями.

**Проблема духовности.** Подростковый возраст сопровождается первым глубоким взглядом внутрь себя. Подросток хочет понять свою личность, сильные и слабые стороны. Неудовлетворённость качествами своего характера может быть весьма сильна и быть причиной страхов, навязчивых состояний и даже суицидальных наклонностей.



Рисунок 4.1. Особенности подросткового возраста

## ЭМОЦИИ ПОДРОСТКОВ

Эмоции подростков в значительной мере связаны с общением. Для эмоциональной сферы подростков характерны:

1. большая эмоциональная возбудимость, что приводит подростка в состояние бурного проявления своих чувств. Подростки в этом возрасте отличаются вспыльчивостью, горячностью: они страстно берутся за интересное дело, отстаивают свои взгляды, готовы защищать себя и своих товарищей при малейшем несправедливом отношении со стороны взрослых;
2. большая устойчивость эмоциональных переживаний по сравнению с младшими школьниками; в частности, подростки долго не забывают обиды;
3. чувства, которые волновали душу в детстве, теперь в это время не всегда могут овладеть ею; если прежде, бывало, горе близкого или незнакомого человека вызывало в детском сердце глубокие переживания, то подросток иногда может оставаться глухим к человеческой беде.
4. повышенная готовность к ожиданию страха, проявляющаяся в тревожности; установлено, что самая высокая тревожность наблюдается в подростковом возрасте; она связана с появлением интимно-личностных отношений с людьми, в том числе в связи со страхом показаться смешным.
5. противоречивость чувств: часто подростки с жаром защищают своего товарища, хотя понимают, что тот достоин осуждения; обладая высокоразвитым чувством собственного достоинства, они могут заплакать от обиды, хотя и понимают, что плакать стыдно;
6. возникновение переживания не только по поводу оценки подростков другими, но и по поводу самооценки, которая появляется у них в результате роста их самосознания;
7. сильно развитое чувство принадлежности к группе, поэтому они острее и болезненнее переживают неодобрение товарищей, чем неодобрение взрослых или учителя; часто появляется страх быть отверженным группой; подростки готовы следовать моде во всем: в музыке, одежде, спорте, пристрастиях и увлечениях. Часто противоречие состоит в том, что они, желая быть модными и выделиться из толпы, с этой же самой толпой и сливаются. Если два-три ребенка из класса обладают какой-то вещью, например планшетным компьютером, то и остальные начинают подтягиваться, чтобы «быть не хуже». Если же какому-то подростку родители что-то не купили, то он старается сделать вид, что ему это неважно. Часто именно такой подросток и отличается оригинальностью.
8. предъявление высоких требований к дружбе; дружба у подростков более избирательна и интимна, чем у детей, более длительна; под влиянием дружбы подростки могут меняться; распространена групповая дружба.
9. в этом возрасте обостряется противоречие между богатством желаний, с одной стороны, и ограниченностью сил и жизненного опыта с другой. Отсюда – множество увлечений, и как результат – непостоянство интересов. Вчера подросток увлекался теннисом, а сегодня – игрой на гитаре. Непостоянство увлечений – это поиск себя.



*Итак, давайте подведем итоги некоторым нюансам поведения подростков:*

- они пререкаются с родителями по любому поводу
- стремятся настаивать на своём
- у них стремительно меняется настроение
- они часто чувствуют недомогания
- не всегда ведут себя адекватно
- у них бывает странное чувство юмора
- их поведение может быть девиантным — отклоняющимся от нормы (увлечение алкоголем, драки, воровство, беспорядочные связи, субкультуры)
- они могут грубо и шокирующе высказываться
- их поступки могут быть эпатажными
- их внешний вид может быть вызывающим
- они равнодушны к теме секса, но пытаются это скрыть
- они пытаются философствовать
- они обидчивы и самолюбивы.

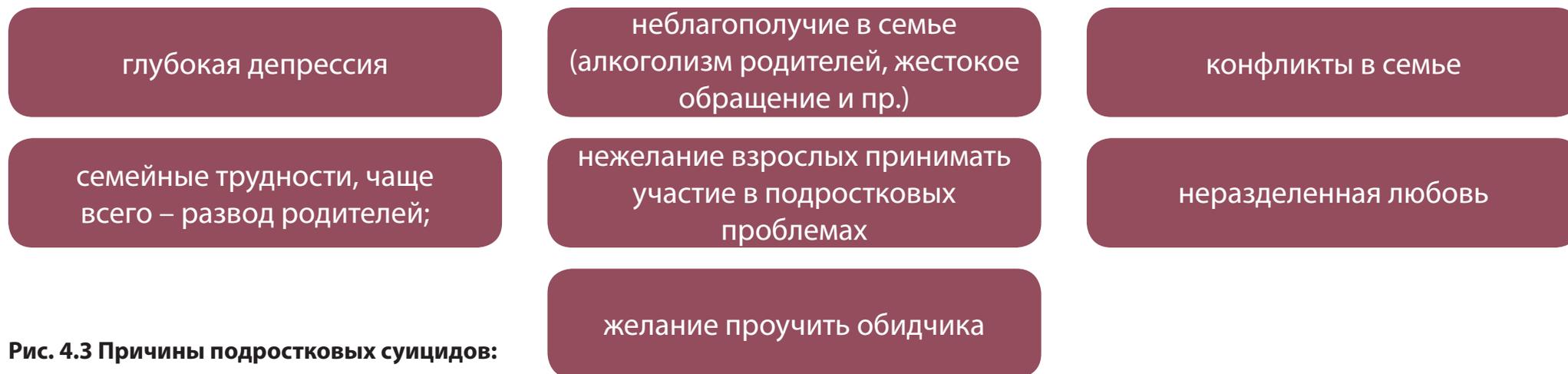
*Что требуется от взрослых?*

Терпение, терпение и еще раз терпение. Общение с ребенком должно проходить в рамках «я уважаю тебя, и ты уважай меня». Подростку необходимо давать свободу выбора, но при разумной автономии следует вносить коррективы, определять четкие границы дозволенного. Часто в подростковом возрасте ребенок может конфликтовать с учителями. Отношение с учителем ребенок переносит на его предмет, и иногда на весь процесс обучения в целом. Важно понимать, что у подростков черно-белое мышление, поэтому важно открывать им полутона. Через ваши объяснения к нему придет осмысление и личный рост, он станет лучше понимать устройство мира. В общении с подростками очень пригодится здоровое чувство юмора. Если вы способны посмеяться над собой и не оскорбительно посмеяться над подростком, это станет хорошим ключиком к вашему контакту. Изучайте молодежный сленг. Редкое и уместное использование «их» слов не сделает вас подростком, но так вы сможете быть услышанным. Держите глаза и уши открытыми. Запах от ребенка, его зрачки, контакты в социальных сетях, телефонные разговоры — все это «краем уха» должно отслеживаться. Так вы сможете вовремя что-то подсказать и объяснить или помочь избежать ошибок.

Рисунок 4.2. Ценности, важные в подростковом возрасте.

## 4.2. ТРУДНОСТИ ВЗРОСЛЕНИЯ

Все знают, что с подростками очень трудно. Психология переходного возраста характеризуется преобладанием трагических взглядов, с частым ощущением отчаяния. По данным социологов, каждый десятый подросток задумывается о самоубийстве. Каждый год примерно четыре из ста подростков переживают серьезные депрессии. И если такую депрессию не лечить, то ситуация может ухудшиться, ведь клиническая депрессия – это тяжёлое заболевание. В настоящее время подростковое самоубийство стало второй после несчастных случаев причиной смерти.



**Рис. 4.3 Причины подростковых суицидов:**

Подросток вообще склонен уходить от трудных ситуаций, а суицид – это в первую очередь уход. Ребенок решается на самоубийство, когда чувствует себя действительно несчастным. Имеет значение и то, что не все дети осознают ценности жизни – ни своей, ни чужой. По мнению подростка, его жизнь – небольшая цена за то, чтобы насолить родителям, отомстить обидчику, проучить кого-то. Считается, что суицидом ребенок, впрочем, как и взрослый, пытается изменить свои обстоятельства: избавиться от переживаний, вызвать жалость и сострадание, добиться помощи и участия, привлечь внимание к своим проблемам, настоять на своем, отомстить, избежать ответственности.

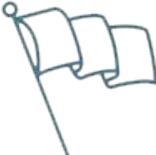
Очень часто попытки суицида оказываются неудачными, но, если девочки в основном после первой неудачной попытки останавливаются, то мальчики пытаются повторить свои попытки по несколько раз. Основной упор в предотвращении суицида среди подростков должен быть сделан на профилактику кризисов в семье, оказание своевременной социальной, психологической и иной поддержки особо уязвимым подросткам и их семьям. Так же важной частью работы по предотвращению самоубийств среди подростков является профилактика употребления алкоголя и других психоактивных веществ.

## ПРИЗНАКИ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ НАРУШЕНИЙ У ПОДРОСТКА:

-  1. Потеря аппетита или даже обжорство, бессоница
-  2. Частные жалобы на недомогания
-  3. Пренебрежительное отношение к своему внешнему виду
-  4. Постоянное чувство одиночества, вины
-  5. Погруженность в размышления о смерти
-  6. Отсутствие планов на будущее
-  7. Побег из дома
-  8. Разговоры, записки, рисунки с отражением жестокости к себе
-  9. Плач без причины, грубость
-  10. Раздача личных вещей

Если замечена склонность школьника к самоубийству, следующие рекомендации помогут изменить ситуацию:

## РЕКОМЕНДАЦИИ

-  1. Внимательно выслушайте решившегося на самоубийство подростка
-  2. Оцените серьезность, намерений и чувств, глубину эмоционального кризиса ребенка
-  3. Внимательно отнеситесь ко всем даже самым незначительным обидам и жалобам
-  4. Не бойтесь прямо спросить, не думает ли он или она о самоубийстве
-  5. Родителям обратить внимание, какие сайты посещает ребенок
-  6. Обратите внимание, какие СМИ читают, какие передачи смотрят по телевизору



Суицидное поведение сверстников может стать подражательным. В интернете есть сайты, которые пропагандируют уход из жизни. Учителям стоит об этом знать, быть предупрежденными, однако, по мнению психологов, не стоит привлекать внимание учеников к этой теме, специально рассказывать об этом или спрашивать их про знание таких сайтов. Дело в том, что большинство детей из-за естественного любопытства могут проявить интерес после подобных разговоров и зайти на упомянутые сайты. Войти на многие из них легко, не надо даже регистрироваться.

В последнее время общественность некоторых стран была напугана определенными группами общения подростков в социальных сетях, чьим предметом интереса является идея суицида. На наш взгляд, важность этого явления значительно преувеличена, и для этого есть некоторые основания.

Все же стоит понимать механизм, по которому подростки проводят время в различных группах подобного рода в сети. Администраторы таких групп хорошо разбираются в детской психологии. Достигли они этого с профессиональным образованием или интуитивно «чувствуют», для нас не имеет значения. Однако, в своих действиях они активно используют метод игрофикации, то есть использования элементов, типичных для игрового процесса в неигровых целях. Метод хорошо работает в маркетинге, рекламе, обучающих курсах для взрослых. Но эти элементы становятся «крючками», на которые ловят подростков, скучающих в сети. Сначала попробовав, они могут увлечься настолько, что перестают управлять ситуацией, игра «начинает управлять ими». Если у подростка мало сфер, где он получает удовольствие (общение с семьей, друзьями, хобби, спорт и др.), то он будет искать возможности получить его в сети, в том числе участвуя в сомнительного рода «играх».

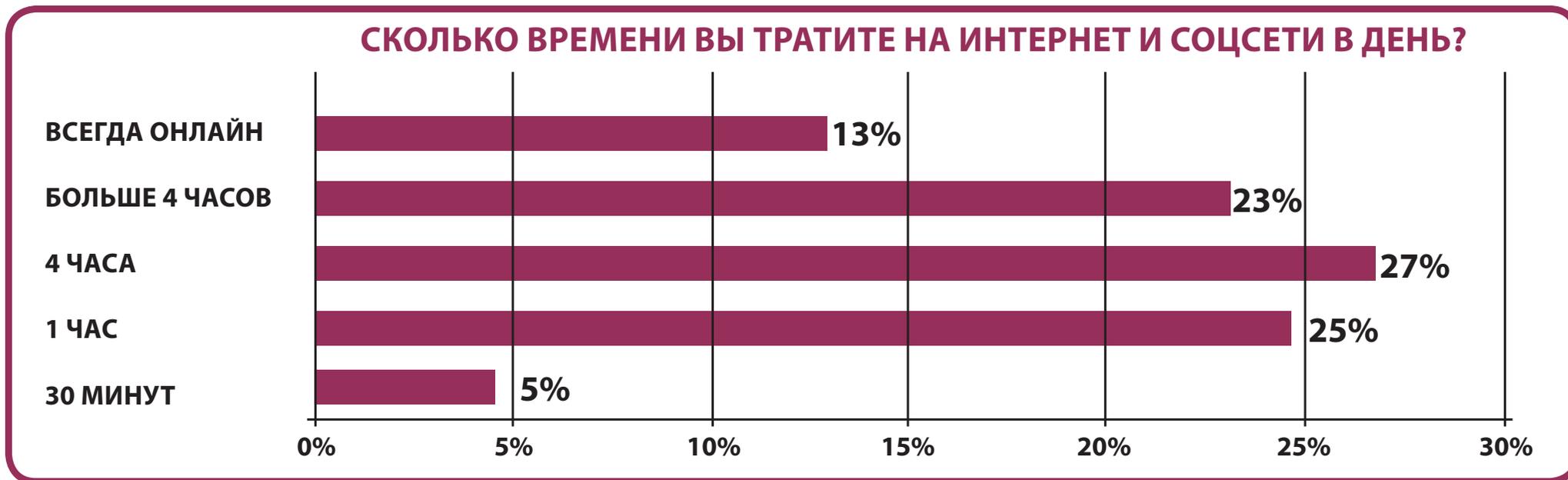
Итак, подчеркнем, что опасность несут не столько «виртуальные группы», сколько низкий уровень жизни, отсутствие интересных занятий, отсутствие перспектив в жизни, общая социальная депрессия, сложное социально-экономическое положение, родительская жестокость, безразличие, или, наоборот, гиперопека, недостаток возможностей самовыражения и самореализации.

## 4.3. МЕДИА МИР И ПОДРОСТОК

### 4.3.1. Подросток и Интернет

Нам, взрослым интернет-пользователям, сеть нужна в первую очередь для работы, но, помимо этого, мы используем Интернет в соответствии со своими интересами, вкусами и пристрастиями. Мы знаем, что при желании можем найти там практически все. А что предпочитают делать и что ищут в сети наши дети? Доступность сети, высокая пользовательская компетентность в сочетании с рисками интернет-среды и отсутствием достаточного жизненного опыта превращают подростков в группу риска при использовании Глобальной сети.

Диаграмма 1. Количество времени, проводимое школьниками в интернете



По данным нашего опроса старшеклассников, 25 % опрошенных учеников указали, что тратят на интернет около часа в день, около 50% ответили, что проводят четыре и более часов в интернете и социальных сетях. Ежедневно 50 % учеников используют интернет свободно без ограничений со стороны родителей. И только 25 % указали, что у них есть временное ограничение. Как видно из диаграммы более половины целевой аудитории проводят существенное время в интернете.

Как известно, любая деятельность направлена на удовлетворение потребностей. Спектр базовых потребностей современного подростка достаточно широк. Помимо жизненно необходимых (физиологических и безопасности), среди них важное место занимают социальные потребности (общения, любви, признания) и потребности, связанные с развитием личности (познания, понимания, самореализации).

Используя широкие возможности интернета, подростки могут удовлетворять большую часть своих запросов. Причем с помощью сети это иногда можно сделать гораздо быстрее, чем в реальной жизни. Кроме того, в интернете подросток может действовать независимо от родителей или кого-либо другого. Здесь в полной мере реализуется одна из ведущих социальных потребностей этого возраста - в самостоятельности и автономии.

*Какие нужды подростки удовлетворяют с помощью интернета? Психологи выделили 7 типов подростков - пользователей интернета:*

### **ЛЮБОЗНАТЕЛЬНЫЕ**

Для любознательных детей Интернет - это средство для поиска информации.

Интернет – по их словам, это: «справочное бюро», «информационная яма», «неограниченные возможности поиска информации», «свободное личное пространство, где можно найти много информации», «очень удобное и увлекательное средство для поиска информации», «это большой архив, в котором находится информация о необходимых, интересных тебе вещах».

Интернет как неисчерпаемая сокровищница информации в современном обществе является основным инструментом для удовлетворения познавательной активности подростков. Любознательные характеризуются разносторонними интересами. В сети они узнают новости, ищут информацию по различным интересующим их темам, смотрят фильмы и видеоролики, слушают музыку. Поисковые возможности сети помогают расширить кругозор и представляют любознательным все разнообразие мира. Для подростков этой категории главное - не знать, а уметь найти необходимую информацию. Таким образом, познавательная активность превращается в поисковую : вместо стремления «думать» и «учить» такой подросток предпочитает «искать». Кроме того, именно эта категория подростков-пользователей в наибольшей степени страдает информационной перегрузкой, которая приводит к серьезным стрессам.

Любопытство и поисковая активность пересиливают чувство осторожности, снижается способность критически оценивать достоверность информации. Именно любознательные бродяги по интернету больше всех недооценивают угрозы и опасности сети. Поэтому любознательные чаще других сталкиваются с нежелательной информацией и являются наиболее вероятными получателями всевозможных вирусов и спама.

## БУНТАРИ

Интернет для бунтарей - это: «место, где можно сделать все, что хочется», «свободное и вольное пространство», «интернет - это просто свобода!!!» Деятельность бунтарей в большой степени направлена на удовлетворение потребности в автономии и самостоятельности. В процессе социализации эта потребность предполагает, в первую очередь, стремление к независимости от родителей. Как правило, дети и подростки остаются один на один с монитором, по ту сторону которого - манящий виртуальный мир. Большинство родителей (70%) не препятствуют этому процессу и не ограничивают детей в использовании сети. Мы вместе с интернетом воспитываем в наших детях индивидуализм и свободу. И бунтари первыми усваивают эти уроки.



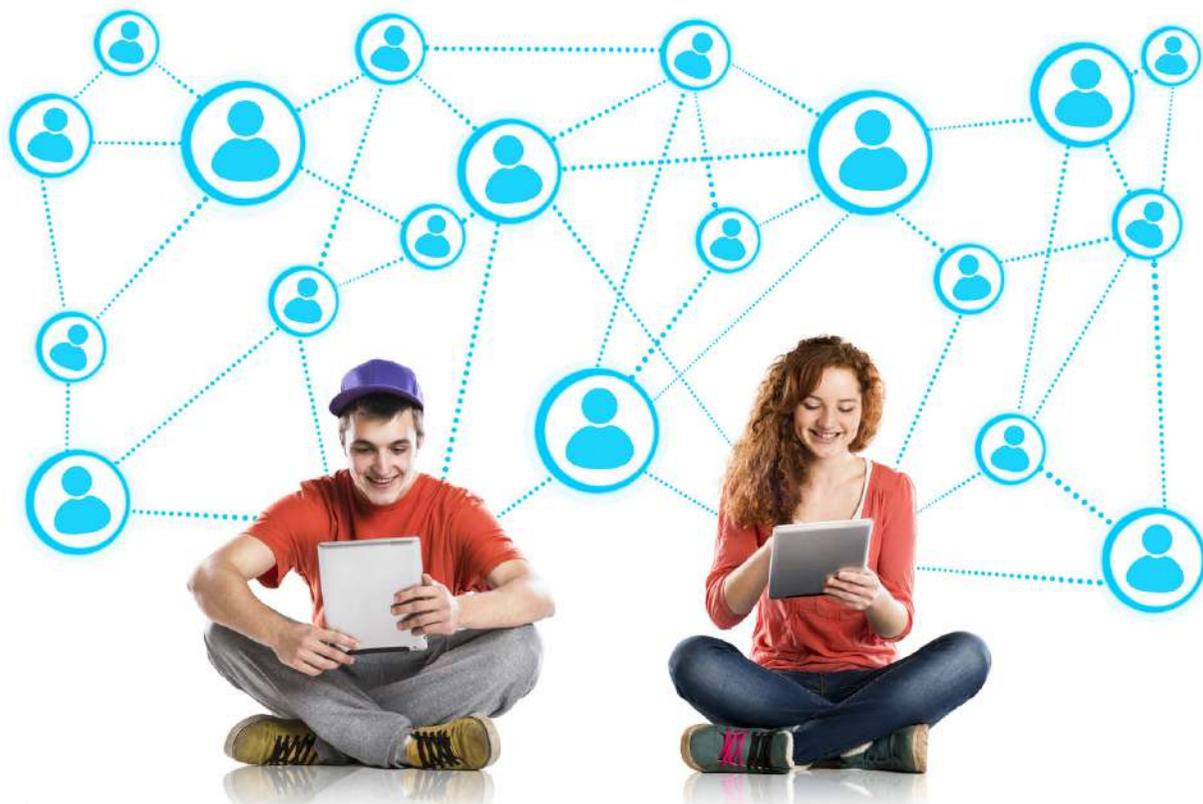
Бунтари открыто признают, что очень часто посещают запрещенные родителями сайты. На этих манящих и неизведанных территориях сети их могут ждать не только неожиданные открытия и интересные новости, но и ненужные, обременяющие подростка сведения, а иногда и просто вредная информация. Бунтари не стесняются признаваться, что нередко используют интернет для неблагоприятных целей: например, скачивают порнографию, вступают в конфликты с другими пользователями, взламывают закрытые сайты.

Подобная деятельность позволяет подростку ощутить свою самостоятельность, почувствовать себя ведущим во взаимодействии. При этом у них возникает иллюзия вседозволенности и безнаказанности.

Бунтари больше, чем другие типы интернет-пользователей, представляют свои персональные данные в интернете, а также чаще встречаются с незнакомцами из сети в реальной жизни, подвергая себя опасности. Кроме того, перед ними стоит риск непонимания того, что нет разницы между преступлениями в сети и в реальности.

## ТУСОВЩИКИ

Для тусовщиков интернет - это место поиска друзей и средство общения. Интернет – по их словам, это- «место, где можно пообщаться с друзьями», «средство связи, ...свободное общение», «глобальная сеть, где ищут друзей», «возможность общения с людьми из разных уголков планеты».



информацию, пытаются выразить себя через различные мультимедийные функции: аватары, стену, граффити, фото, видео. Большинство тусовщиков (80%) ведут блоги на том или ином социальном сервисе. Среди блогеров гораздо больше девушек, особенно из старших классов.

Кроме того, подростки, вошедшие в эту группу, чаще, чем другие, в силу высокой интенсивности общения сталкиваются с различными угрозами, особенно с вымогательством, агрессией и сексуальными домогательствами. Они подвержены риску случайных знакомств и чаще делятся своей личной информацией, таким образом становясь потенциальными жертвами различного рода мошенников и преступников.

Тусовщики используют интернет для удовлетворения социальной потребности в общении, в принадлежности к группе по интересам, в любви и признании. С этой целью они ведут блоги, общаются с друзьями в мессенджерах, через Skype, в социальных сетях, в чатах и на форумах. С помощью всего этого они строят отношения, обсуждают планы и встречи, получают признание и самореализуются. Через форумы и чаты у подростков появляется возможность высказать свое мнение о наблевшем или просто принять участие в обсуждении какого-либо вопроса. Главная цель, с которой тусовщики приходят в сеть, - это найти друзей и поддерживать с ними контакты. Поэтому их основное местонахождение в интернете - социальные сети, где они создают свои сообщества по интересам и имеют возможность общаться с определенным кругом людей. Подростки, имеющие трудности в общении, в сети гораздо легче находят себе друзей и единомышленников. В социальных сетях тусовщики часто не просто ведут активный образ жизни - они производят контент: создают свои странички или собственные профили, загружают разнообразную

## ПОТРЕБИТЕЛИ

Современная сеть - одна из школ подготовки будущих граждан общества потребления. Для потребителей интернет - это большой магазин. Они описывают интернет как: «место, где можно найти нужное для себя», «где можно много скачать», «средство обмена информацией и файлами», «большая дыра, где можно найти все - от картинки до схемы ядерной бомбы».

Обычно подростки этого типа скачивают картинки, музыку, клипы, фильмы через интернет. А так же пользуются услугами интернет-магазинов. Интернет удовлетворяет их потребность в обладании, а значит, в признании, познании и принадлежности. Для подростка важно обладать информацией и множеством знаковых вещей и продуктов, которые объединяют его со сверстниками: слушать одну музыку, смотреть одно и то же видео, иметь те или иные вещи, использовать какую-нибудь программу, знать, что и где можно найти. Подростки-потребители учатся ориентироваться в большом потоке информации и в условиях большого выбора. Они привыкают сравнивать, выбирать. Интернет-потребители более информированы и искушены, более рациональны и приземлены в постановке своих целей. Одна из основных проблем, с которой могут столкнуться потребители, - мошенничество. Такие пользователи привыкают к тому, что многое (программы, книги, музыку, фильмы) можно достать бесплатно. В поисках более выгодных условий приобретения чего-либо они могут клюнуть на удочку преступников: скачать бесплатный файл и получить вирус или заплатить гораздо больше, чем обговаривалось, а получить совсем не то, на что рассчитывали. Но, как раз потребители чаще представителей других типов наиболее полно осознают всевозможные угрозы сети, а значит, имеют по сравнению с другими более высокий уровень психологической защищенности.

## БОТАНИКИ

Для ботаников интернет - это прежде всего источник учебной информации. Интернет - это: «это добыча знаний», «хороший источник знаний», «учебный центр», «источник информации для школы».

Как правило, ботаники - это дети, которые хорошо учатся и меньше разделяют бунтарские интересы сверстников. Сами подростки говорят, что ботаники - это «образ жизни», они зануды, скучные и несовременные, слишком правильные и послушные. Зато они могут быть интересными собеседниками и очень полезны на контрольных или когда не выполнил домашнее задание.

Ботаники удовлетворяют в интернете познавательную потребность, с его помощью они пишут рефераты и доклады, учат уроки, готовятся к экзаменам. Используя интернет для учебы, подростки не только удовлетворяют свою потребность в новых знаниях и расширяют кругозор - найденная информация способствует достижению признания со стороны сверстников и самореализации.

Дети из этой группы меньше, чем другие типы, встречаются с опасностями в сети, гораздо реже дают интернет-знакомым персональные данные и встречаются с ними в реальной жизни. Главный риск для них состоит в возможном некритичном отношении к той информации, которую они находят в сети. Часто в поисках материала для учебы они могут сталкиваться с непроверенным, недостоверным или нежелательным контентом.

## ДЕЛОВЫЕ

К этой самой малочисленной группе относятся подростки, для которых интернет является средством поиска работы или какой-либо деятельности и местом, где это можно найти. Интернет для них это: «место работы», «заработок», «место, где можно найти все для работы». Деловые ищут в интернете работу, пишут программы и игры, создают и редактируют сайты, интересуются бизнес-новостями.

Эти подростки уже начинают искать различные пути для своего развития и карьеры. Пока их сверстники только начинают определяться с будущей профессией, они пробуют создавать что-то свое, реализовываться в какой-либо деятельности. Пользователи этого типа относятся к интернету серьезнее, чем их ровесники, они видят, помимо развлечений, самые разнообразные его возможности.

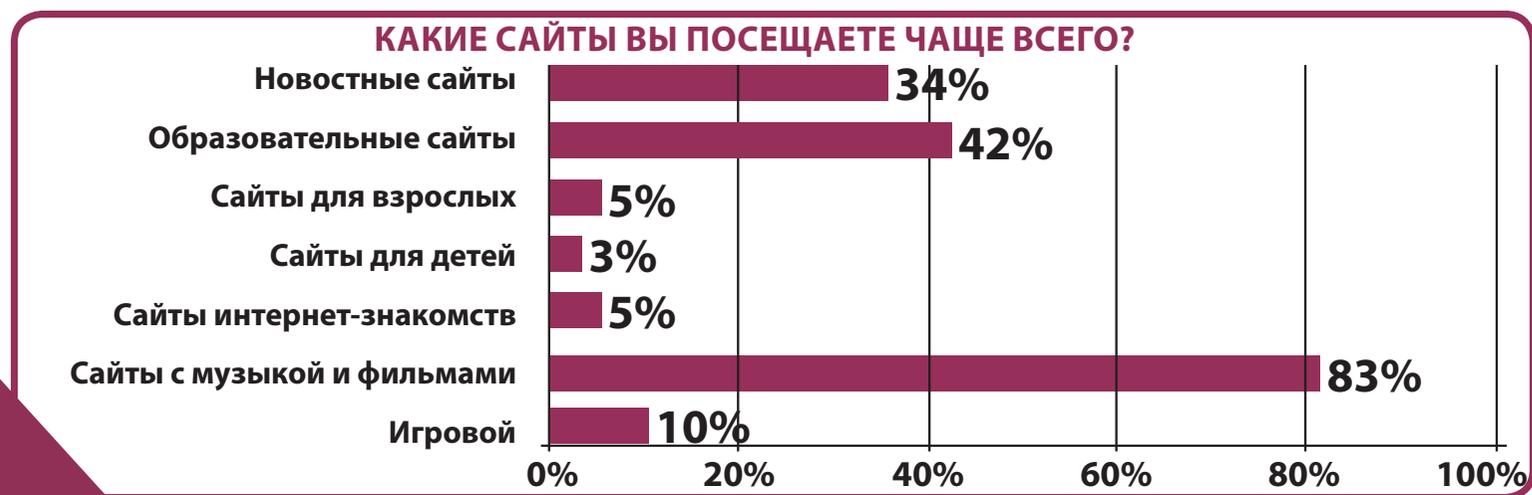
При этом возникает угроза некоторого дисбаланса ценностей и целей: зачем учиться, если зарабатывать на жизнь можно и без школьного аттестата. Кроме того, пытаясь найти работу через интернет, можно натолкнуться на аферистов. Порой юные бизнесмены могут не учитывать некоторые важные факторы, например, правовые.

## ИГРОКИ

Для этой категории пользователей интернет, в первую очередь, - средство для игры или, как говорят сами подростки, «место, где можно играть». О них подробно описано в разделе 4.3.2.

По данным нашего опроса среди старшеклассников Бишкека и Чуйской области преобладают «любопытные» и «тусовщики».

Диаграмма 2. Содержание сайтов, которые посещают школьники



На первом месте по посещаемости ученики старших классов указали развлекательные сайты для просмотра фильмов и прослушивания музыки - 83% и на втором образовательные сайты - 42%. И только 34% от общего числа опрошенных указали, что посещают новостные сайты.

Анализируя все типы пользователей по оценке степени опасности интернет-среды, получена закономерность: чем интенсивнее подростки пользуются Интернетом, тем менее чувствительны они к угрозам, исходящим из сети. С одной стороны, чем привычнее, понятнее и доступнее Интернет, тем менее значимы факторы новизны и неизвестности, которые определяют чувство страха и опасности. Подросток уверен, что всегда может сам выбрать, чем, где и как заниматься, с кем общаться, что искать и что делать, а когда что-то не нравится - просто сменить деятельность или выключить компьютер. В результате возникает ощущение полного контроля и владения ситуацией, что удовлетворяет потребность в безопасности - одну из базовых в системе потребностей человека. В то же время в онлайн все меняется гораздо стремительнее, чем в реальной жизни. Полный контроль и владение ситуацией в сети - всего лишь иллюзия. Самоуверенность, неосторожность и беспечность подростков повышают риск их попадания в неприятные ситуации. Поэтому все типы школьников-пользователей находятся в одной группе риска. Особенно те из них, кто путешествует по всемирной паутине чаще других.



Итак, построение в КР высокоэффективного информационного общества невозможно без создания безопасной и этичной Интернет-среды, в первую очередь, для такого массового контингента пользователей Интернета, как дети и подростки. Для этого необходимо провести разносторонний анализ ситуации системы «дети – Интернет» с точки зрения существующих и потенциально возможных рисков и опасностей глобальной сети для подрастающих поколений.



### 4.3.2. КОМПЬЮТЕРНЫЕ И ОНЛАЙН-ИГРЫ

Игра сопровождает развитие человека с раннего детства до вершин его самореализации. Игровая потребность напрямую связана с потребностями в признании и познании. Желание играть не уходит с детством. Игра востребована в любом возрасте. А в Интернете можно поиграть во что угодно. Диапазон игр очень широк. Электронные игры за последние 10–12 лет прошли эволюцию от примитивных, как в технологическом, так и в психологическом плане до высококачественных продуктов, с многомиллионными бюджетами, реалистичной графикой, звуком и видео. В настоящее время, кроме того, появилось огромное количество всевозможных периферийных устройств (рули, педали, вибро-кресла, шлемы и костюмы виртуальной реальности), обеспечивающих обратную связь созданного в игре мира с игроком. Средствами сети Интернет осуществляется связь между игроками по всей планете.

В Интернете также есть игры, приложения, которые получили широкое распространение, где вроде бы нет ничего особенного: ни мутантов, ни крови, ни насилия, но затягивает она

почти как наркотик. Например, компьютерная игра «Моя любимая ферма». Дети, прибегая домой, буквально бросаются за компьютер, чтобы полить огород или поухаживать за животными, зачастую забыв про обед, уроки или помощь по дому. Такие игры привлекают своей массовостью, одновременно в игре может находиться несколько сотен участников, знакомых и незнакомых. Наибольший урон учебе, карьере, дружеским и семейным отношениям наносит увеличение времени, проведенного в онлайн, и, как следствие, оттеснение реальной жизни на второй план.

Можно смело говорить, что современная компьютерная игра способна создать интерактивный воображаемый мир со своими законами, нормами и ценностями. Причем, чем более «привлекателен» созданный мир для игрока, тем большее влияние на процесс социализации игрока имеет данный продукт.

Наиболее популярны сейчас многопользовательские ролевые онлайн-игры, в которых большое количество игроков может играть в режиме реального времени. Особое внимание здесь уделяется развитию героя, росту его умений и способностей. Действие в таких играх происходит в фантастических мирах с участием большого количества интересных персонажей, сюжетные линии могут развиваться в различных направлениях в зависимости от действий игрока. Эти игры могут объединять в себе элементы разных жанров, чем привлекают еще большее количество игроков. И одними из первых в них начинают играть подростки.

Традиционно считается, что компьютерная игра увлекает человека тогда, когда ему необходимо реализовать свои сиюминутные потребности и выплеснуть эмоции. Но на самом деле все значительно сложнее. Многие геймеры согласны с утверждением, что в виртуальном мире компьютерной игры вполне можно жить – в психологическом смысле. Особенно это верно для масштабных интернет-миров, моделирующих общественные отношения. Но что такого особенного в компьютерных играх и в самореализации, которую они дают? Отличительной особенностью компьютерной игры (в сравнении с обычной игрой) является существенно большая сила виртуализации «Я», которую обеспечивают технические средства. Игровое пространство в обычной ролевой игре задано правилами, и играющие вынуждены держать эти правила в голове, чтобы не нарушить их, иначе игра потеряет смысл, поэтому человек вынужден постоянно напоминать себе о том, что он в игре. А тому, кто играет в компьютерную игру, не нужно сознательно очерчивать игровое пространство и держать в голове правила игры – в компьютерной игре нарушить правила просто невозможно, поскольку границы допустимого строго очерчены игровой программой. В результате человек гораздо глубже погружается в игровой мир.

## ПОЗИТИВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ВИДЕОИГР

Онлайн-игры требуют усидчивости, внимания и ловкости, способствуют развитию пространственного и стратегического мышления;

Возможность и необходимость общения с другими игроками в многопользовательских онлайн-играх развивает коммуникативные навыки и удовлетворяет потребность в общении.

Игры способствуют достижению признания сверстниками: важно, во что ты играешь, на чем играешь и какого уровня достиг твой персонаж. Геймеры используют своих персонажей и для самореализации: ведь онлайн-игры позволяют не только выбирать, за кого играть, но также давать имя, изменять какие-то настройки, менять статус, совершенствоваться в экипировке, вооружении и повышать разные показатели (уровень, достижения, популярность), можно даже влиять на сюжет.

Любители игр следят за техническими новинками, хорошо разбираются в компьютерах и Интернете. У них формируется определенный круг общения - с другими игроками, партнерами по игре, участниками специальных форумов.

Компьютерная игра может помочь более мягко переживать возрастные кризисы, связанные с несоответствием потенциала развития и средств его реализации. Подросткам свойственно ставить перед собой высокие жизненные цели, но недостаток жизненного опыта создает психическое напряжение, которое мешает их реализовать. В игре ребенок находит способ понизить это напряжение, в итоге его жизнь и деятельность в чем-то налаживаются.

## РИСКИ ИГРЫ

- # В ролевых компьютерных играх игрок постепенно принимает на себя роль своего игрового персонажа, что может привести к проблеме идентичности: живя жизнью своего героя, игроки могут настолько включаться в виртуальную жизнь, что забывают о реальной. Уход от реальности и принятие роли считаются основными причинами привязанности к игре. Это может вызвать зависимость или выразиться в психологических нарушениях.
- # Игроки проводят перед экраном монитора много часов в день. Это сказывается на их здоровье и психическом состоянии: появляются бессонница, раздражительность, невнимательность, повышенная утомляемость.
- # Общаясь от лица своего персонажа с другими, игроки начинают хуже распознавать реальные человеческие эмоции.
- # Увлечение онлайн-играми может наносить и материальный ущерб: многие из них требуют финансовых вложений, которые в итоге могут вылиться в большую сумму.
- # Увлеченный компьютерными играми человек попадает под влияние эффекта иллюзорной самореализации: не осознавая или даже отрицая это, он начинает «жить» в виртуальных мирах, реализуя там свои ведущие мотивы и жизненные цели. Ловушка заключается в том, что человек при этом вполне доволен своими достижениями и зачастую не осознает, что на самом деле не самореализуется.

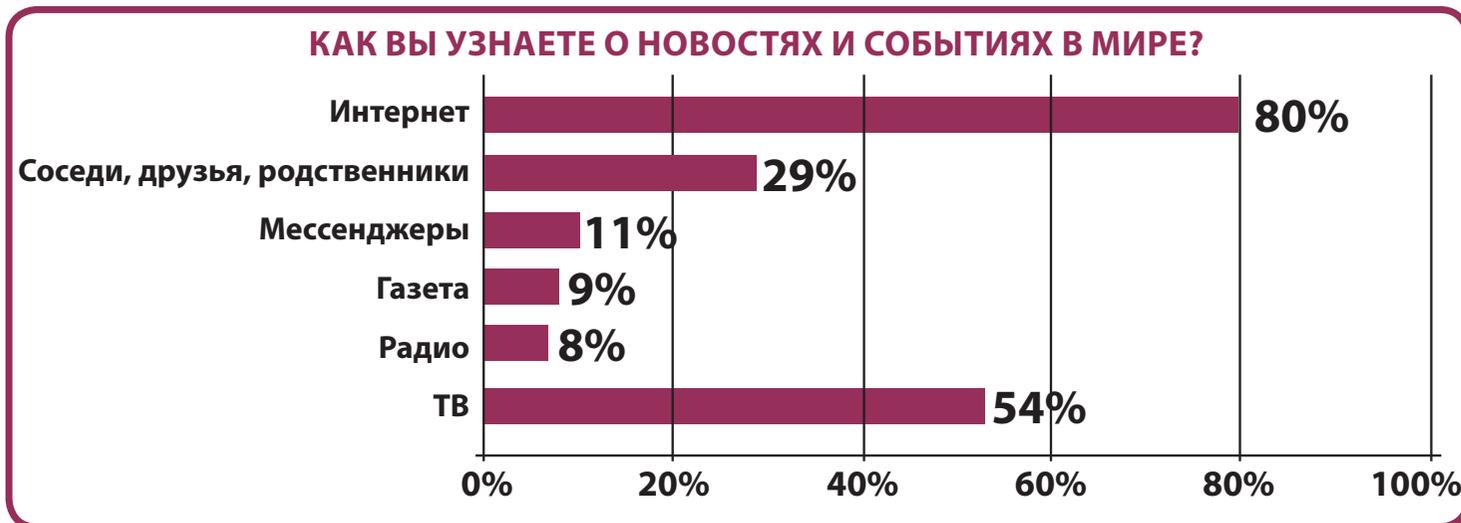
Кстати, исследования показывают, что компьютерными играми больше увлечены дети, характеризующиеся высокой школьной успеваемостью и нормальным развитием. Дети с затруднениями адаптации, наоборот, реже увлекаются компьютерными играми. Увлечение играми приводит к затруднениям самореализации лишь в том случае, когда игровая самореализация подменяет собой самореализацию в продуктивной деятельности (трудовой, учебной, спортивной). Вместе с тем эффект самореализации в игре может быть и полезен для коррекции некоторых видов затруднений самореализации в реальной жизни. Иногда подростку нужно почувствовать вкус успеха, пусть виртуального, повысить свою удовлетворенность жизнью, пусть временно – для того, чтобы поверить в себя и начать жить в реальности.



## 4.3.3. ПОДРОСТОК И СМИ

Современные средства массовой информации несут исключительно многообразную, многоплановую информацию без учета особенностей аудитории.

**Диаграмма 3. Источники информации для школьников**



Проведенный нами опрос показал, что ученики используют интернет как основной источник информации о событиях в мире. 80 % опрошенных указали, что получают информацию о событиях в мире посредством интернета, 8% из радио и 54 % через телевидение.

Опрос показал, что ученики старших классов получают новости из разных новостных сайтов. Все основные новостные сайты имеют одинаковое количество посещаемости со стороны учеников старших классов.

В воспитательном плане исследователи выделяют как значимые следующие функции средств массовой информации:

## ФУНКЦИИ СМИ



- # **Рекреативная** - определяет досуговое времяпрепровождение как групповое, так и индивидуальное).
- # **Релаксационная** - снимает ощущение одиночества, служит средством отвлечения при осложнениях в общении.
- # **Информационно-познавательная** - Печать, телевидение, радио, кино ориентируются на потребность людей в получении разнообразных фактов и данных об интересных явлениях и общественных событиях.
- # **Нормативная** - С помощью средств массовой информации пропагандируются нормы и образцы поведения в обществе, утверждается система ценностей, в связи с этим средства массовой информации выступают важным общественным регулятором жизнедеятельности людей.
- # **Интегративная** - Средства массовой информации объединяют массы вокруг идей, способствуют формированию у людей общих взглядов, позиций, оценок тех или иных событий и создают психологический тонус в обществе.
- # **Развлекательно-компенсаторная** - Отдых перед телеэкраном, в кино, с журналом в руках позволяет расслабиться после трудового или учебного дня, сменить эмоциональный фон и одновременно получить заряд недостающих в реальной жизни ярких ощущений, впечатлений. Эта функция средств массовой информации особо значима для подросткового и юношеского возраста.
- # **Фоновая** - Радио, телевидение, звукозапись позволяют многим людям избежать одиночества.



Результаты многочисленных исследований позволяют сделать вывод, что влияние информационных технологий на человека изучено не до конца. В последние десятилетия интерес многих ученых обращен на проблему воздействия телевидения на подростков, которые много времени уделяют просмотру телепередач, кино и рекламы. Данные теле- и видео-продукты изобилуют различными эффектными приемами для убеждения и навязывания определенного мнения - звуком, музыкой, ярким изображением, имиджем кумиров, актеров, слоганами, лексикой современной молодежи, демонстрацией модной жизни и другим. В отличие от взрослого человека, подросток не всегда может

распределить поступающую информацию на «хорошую» и «плохую». Сцены насилия, изобилующие на многих телевизионных каналах, постепенно приводят к тому, что человеческая жизнь в глазах неокрепшего психически подростка обесценивается.

Психика подростка в этот период очень нестабильна, поэтому он не всегда может объективно оценить ситуацию, предлагаемую данными передачами. Молодой человек копирует действия экранных героев, переносит их в свою жизнь, формируя и развивая тем самым интересы, идеалы, отношения с окружающими, отношение к миру, его ценностям, основанные на действиях героев с экрана.

## 4.3.4. ПОДРОСТОК И ГАДЖЕТЫ

Сегодняшние дети и подростки являются самыми большими сторонниками мобильных телефонов, смартфонов, планшетов. За несколько прошедших лет с приходом нового поколения мобильных телефонов, оснащенных такими возможностями, как Bluetooth, высокого качества фото- и видекамеры и возможность подсоединения к Интернет, возрастная категория пользователей мобильных телефонов охватила самый низкий возрастной уровень и многие дети и подростки обладают этими новыми технологиями.



В подтверждении этого факта: в нашем исследовании 95 % учеников указали телефон как основное средство подключения к интернету, с этой целью компьютер используется 40 % школьниками. Данные показатели являются индикаторами высокого уровня распространения интернета среди молодежи.

**Диаграмма 4. Средства подключения к Интернету**

Вкратце оценим плюсы и минусы использования мобильных телефонов подростками.

### ПОЗИТИВНЫЕ СТОРОНЫ:

- Смартфоны с функцией выхода в Интернет, дают ученикам возможность доступа к обучающим сайтам, системе электронной почты школ и отправку электронных файлов между домом и школой.
- Текстовые сообщения могут также использоваться в качестве подходящего вспомогательного обучающего средства.
- Некоторые производители мобильных телефонов предоставляют пользователям обучающие программы для изучения английского языка в виде уроков или семинаров. С помощью этой услуги ученики могут достичь успехов в изучении английского языка.
- В некоторых школах мобильные телефоны используются как вспомогательные обучающие средства, которые позволяют проводить различные тесты среди учеников с помощью различных программ, и даже посредством мобильных телефонов проводятся некоторые экзамены.

### НЕГАТИВНЫЕ СТОРОНЫ:

- Много детей вместо детских подвижных игр сидят дома и заняты играми на мобильном телефоне, что в итоге вызывает у детей вялость, лень и появление ожирения.
- Мобильный телефон охватил часть жизни детей и подростков, и они вместо чтения книг проводят большинство своего времени с мобильным телефоном.
- Дети и подростки, принимая во внимание особенности периода их роста, сталкиваясь с мнимым волнением, уединяются и тратят много времени на прослушивание музыки и использование мобильного телефона. В результате у них нет настроения на учебу, и эта рассеянность влечет за собой снижения уровня успеваемости.
- Подростки не учатся правилам установления реальных общественных отношений и укрепляют свои социальные отношения в виртуальном мире. В итоге, в будущем для молодого человека может быть затруднительным выстраивать продуктивные и эмоциональные отношения с реальными людьми.

Некоторые семьи называют причиной покупки мобильного телефона ребенку возможность быть всегда на связи с ним и не переживать о нем. Естественно, что семьи переживают за своих детей и предпочитают посредством мобильной связи постоянно иметь доступ и держать их под контролем. В любом случае использование мобильных телефонов и других технологий становится одной из жизненных потребностей человека нынешнего столетия. Однако необходимо использовать современные технологии согласно специальным правилам. Поэтому весьма необходимым является привитие правильной культуры использования этих технологий в учебных и воспитательных заведениях.

Таким образом, происходящее в настоящий момент соединение средств массовой информации и новейших компьютерных технологий позволяют активизировать воспитательное воздействие на подростков. Конечно, здесь особое значение приобретает качество материала, предлагаемого подросткам подобными системами средств массовой информации.

#### **4.4. ПОДРОСТОК И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ**

Подростки выходят в Сеть с разной целью. Самую многочисленную группу юных пользователей Интернета составляют коммуникаторы или Интернет-тусовщики. Для них Интернет в первую очередь место поиска друзей и средство общения. С помощью скайпа, социальных сетей, мессенджеров, чатов и форумов дети строят новые отношения и развивают старые. В социальных сетях подростки стремительно заводят друзей, которые, попадая в соответствующий список, официально получают громкий статус «друга», хотя на самом деле нередко это совсем незнакомые люди и, по сути, мимолетные контакты. Число друзей у подростков с возрастом стремительно увеличивается: по данным исследований Фонда Развития Интернет, почти 70% детей в возрасте 9–10 лет уже имеют больше 10 друзей в социальных сетях, а к 15–16 годам у каждого четвертого – уже больше 100 друзей в онлайн.

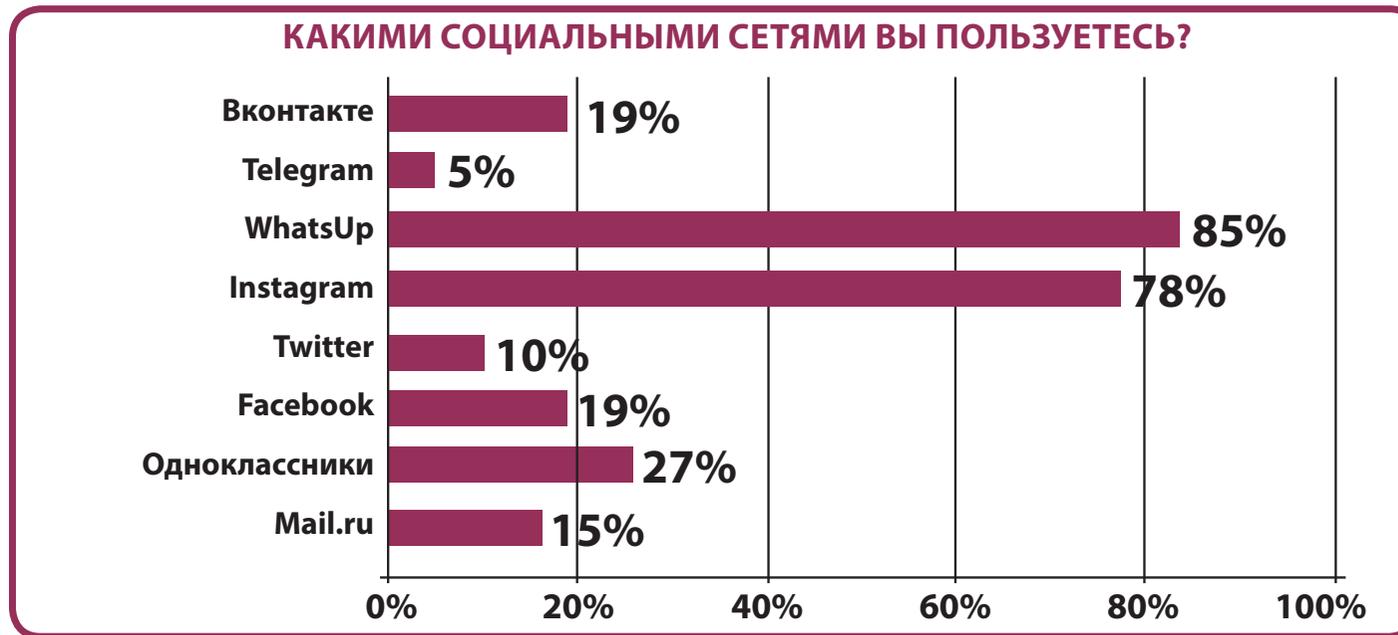
Общаясь в таких сетях, подросток создаёт свой собственный виртуальный мир. Довольно быстро у него может возникнуть зависимость от него.

Существует несколько причин, по которым социальные сети так притягательны для подростка:

1. В Интернете все проще, чем в реальной жизни. Общение в соцсетях не накладывает никакой ответственности и обязательств на человека.
2. Возможность создавать ту жизнь, которую хотелось бы иметь в реальности.
3. Подросток может скрыть любые данные о себе.

В проведенном нами исследовании 98 % опрошенных школьников указали, что используют социальные сети.

Диаграмма 5. Популярность разных социальных сетей среди подростков



Стоит также отметить повальное увлечение подростками **фотографированием себя («селфи»)**. Психологи выяснили, что существует две группы людей, особенно зависимые от «саморекламирования». Во-первых, это люди с завышенной самооценкой, которые раньше удовлетворялись самолюбованием в зеркале часами. Вторая группа — наоборот, люди с заниженной самооценкой, комплексом неполноценности. И для нарциссов, и для комплексующих равно важно получать «лайки», то есть отметки о том, что их снимок понравился.

В психологии есть понятие «поглаживание». Поглаживание — действие, при котором человек направляет свое внимание на партнера, и, обращаясь к нему, сигнализирует о том, что признает его присутствие или его самого как личность. Партнер при этом испытывает те или иные эмоции и чувства. Поглаживание — это не обязательно физическое прикосновение. Поглаживание — это и улыбка, и комплимент, и поддержка, и активное слушание, подчеркивающие значимость человека. Есть мнение, что потребность в поглаживаниях так же важна для человека, как и потребность в пище, воде, воздухе, тепле. Недостаток в поглаживаниях делает людей эмоционально уязвимыми и подверженными манипуляциям.

Для подростка, как мы уже описывали выше, очень остро стоит вопрос о признании его взрослым, самостоятельным, не имея на это достаточных личностных ресурсов. Поглаживания подростки получают самыми разными способами. Одни становятся усердными и ответственными учениками в школе. Другие заслуживают поглаживания в драках. Третьи привлекают к себе внимание, эпатажируя своей внешностью. Но самым низким по энергозатратам способом становится размещение своих фото в интернете и получение «лайков».



По большому счету **«лайк»** - это форма поощрения, которая вызывает удовольствие и положительные эмоции. Именно с этой целью подросток и выкладывает очередное фото в интернет. А если не получает «лайков», то может становится вспыльчивым, конфликтным, раздражительным, даже впадать в депрессию.

*Немного мировой статистики. Сравнительно недавно британские исследователи опросили группу пользователей социальных сетей, и оказалось, что 53% людей считают, что социальные медиа влияют на их поведение, а 51% пользователей признались, что их настроение ухудшалось из-за сравнений с жизнью других пользователей.*

Безусловно, социальные сети в достаточной степени влияют на самооощение подростков, чья самооценка в этом возрасте нестабильна и сильно подвержена колебаниям из-за сравнения с другими.

Кроме того, социальные сети способствуют идеализированию того, что на самом деле не стоит особого внимания: так, виртуальная жизнь искажает понятие настоящих ценностей. Пользователей это заставляет постоянно сравнивать себя с другими людьми и меньше думать о своей собственной жизни, развивать собственный вкус и индивидуальность.

Чрезмерная увлеченность общением через интернет приводит к возникновению многих проблем. Во-первых, у заядлых интернет-тусовщиков может недостаточно развиваться навыки взаимодействия и способность выстраивать межличностные связи в реальной жизни. Без привычных смайликов распознавать эмоции реальных собеседников для них гораздо сложнее. Происходит вытеснение и ограничение традиционных форм общения. Во-вторых, они стремительно заводят друзей, которые попадают в соответствующий список, хотя на самом деле это всего лишь мимолетные контакты. Когда подросток имеет несколько сотен друзей, он без особого трепета будет относиться к размолвке с другом и вряд ли станет сопереживать ему. Вообще, слово "друг" в социальных сетях не вполне соотносится с привычным для нас понятием. Дружба, которая всегда связана с доверием и требует ежедневных усилий и испытаний, теряет свою глубокую человеческую суть.

Особенности общения в сети ведут и к сложностям в формировании идентичности. Прикрываясь никами и аватарками, общаясь одновременно с большим количеством людей, подросток рискует не справиться с поиском своего собственного "я". Появляется неопределенное, смутное, неустойчивое представление о самом себе. Это может удлинить время самоопределения подростка, растянуть так называемый **мораторий идентичности** - кризисный период между юностью и взрослостью, когда происходят сложные процессы обретения взрослой индивидуальности.

**Как определить, что подросток становится зависим от Интернета? Есть несколько признаков:**

1. Время нахождения в соцсетях начинает увеличиваться.
2. Появляется недовольство реальной жизнью. Реальность начинает казаться серой и безрадостной.
3. Расстройство сна, изменение режима дня.
4. Подросток начинает вести себя агрессивно, если у него нет возможности зайти в соцсети.
5. Начинаются проблемы с учебной работой.

Чтобы предотвратить появление такой зависимости у подростка, нужно показать ему, что реальная жизнь гораздо интереснее и ярче, чем виртуальная, что общение вживую интереснее общения в Интернете. Нужно показать подростку развлечения, не связанные с Интернетом, заинтересовать его полезными и интересными вещами, ведь в реальной жизни все намного лучше, чем в виртуальной.

Справедливости ради нужно отметить, что у использования подростками социальных сетей есть и **положительные стороны**.

Исследования, представленные на 119-й ежегодной американской психологической ассоциации, показали, что замкнутые и неконтактные подростки-интроверты могут получить социальные навыки с помощью социальных сетей (умение поддерживать беседу, высказывать аргументы, принимать критические оценки и т.д.) Это происходит, потому что застенчивые люди могут чувствовать себя в безопасности за экраном монитора (или смартфона, планшета, вообще любого гаджета с Интернет-соединением).

Психологи утверждают, что подростки становятся психически уравновешенными, выражая сочувствие к другим с помощью социальных сетей, в чем также проявляется польза Интернет-ресурсов.

Есть немало людей с дефицитом возможностей коммуникации, которые страдают расстройствами аутистического спектра. Эти расстройства могут быть проявлены в разной степени. На одном полюсе – ранний детский аутизм, который останавливает развитие, а на другом – расстройства, в рамках которых возможности коммуникации ограничены, что совершенно не делает дефектным интеллект. Для людей с такими особенностями возможность онлайн-общения – это, безусловно, спасение, потому что оно не требует напряжения всех душевных сил для того, чтобы вступить в коммуникацию с другими живыми людьми. Благодаря Интернету можно выстроить себе нишу, свой кокон, в котором удобно и не мучительно пребывать – и при этом быть востребованным, реализовывать свои интеллектуальные возможности, жить интересно и полноценно. Для таких людей общение в Сети дает возможность социализации.

В итоге можно сделать следующий вывод: использование социальных сетей подростками имеет свои опасности, но при этом это отличная возможность саморазвития и общения.

Подростковый возраст – один из самых сложных периодов в становлении человека. Нередко и родители, и подростки задаются вопросом – как ускорить переходный возраст, чтобы не застревать в нём на несколько лет? Есть ли какое – то средство, которое помогло бы избежать всех этих сложностей? Единственное, что можно было бы посоветовать для сохранения здоровья физического – это занятие спортом или любым другим увлечением, которое требует применения физических усилий. А для того чтобы осталось как можно меньше душевных травм, необходима чуткость и мудрость взрослых, которая поможет подростку узнать обо всех тайнах переходного возраста с наименьшими потерями. Но вот ускорить переходной возраст невозможно – как невозможно ускорить приход весны после надоевшей зимы!

# МЕДИА И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ

**УРОКИ**

# УРОК № 1



**ТЕМА:**

# ИНФОРМАЦИЯ И МЕДИА

**ЦЕЛЬ УРОКА:** способствовать формированию критического оценивания информации и общего понимания работы средств массовой информации.

**ЗАДАЧИ:**

- Подвести к пониманию учащихся возрастающей роли СМИ в формировании нравственной культуры человека и всего общества в целом, а также роли свободы слова в процессах демократизации.
- Развивать умения учащихся работать в группах, навыки устной речи и выступлений перед аудиторией.
- Воспитывать самостоятельность мышления и ответственность за свои убеждения.
- Осуществлять межпредметные связи: человек и общество, граждановедение.

**ОБОРУДОВАНИЕ УРОКА:**

- Видеоматериалы
- Мультимедиа проектор

**ТИП УРОКА:** изучение нового материала.

**ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ:** информация, СМИ, медиаобразование, медиаграмотность и критическое мышление.

**ХОД УРОКА:**

1. Организационный момент. Приветствие. Проверка готовности учащихся к уроку. Создание в классе атмосферы сотрудничества.
2. Изучение нового материала.

**ПЛАН УРОКА:**

- Информация и ее виды
- Место медиа и информации в современном мире
- Свобода СМИ как важный показатель демократичности общества

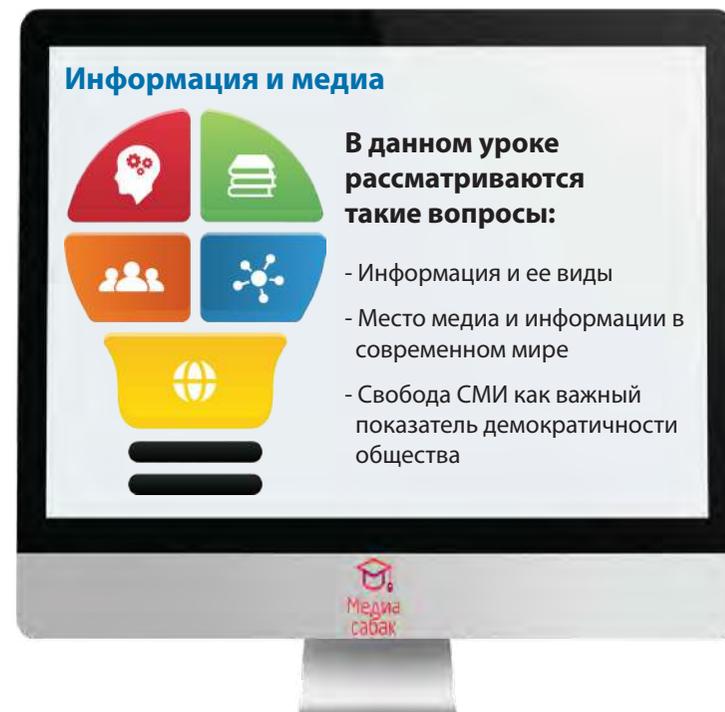


## Просмотр видеоролика «Что такое информация»

(видеоролик был создан телеканалом «Карусель» и доступен в открытых источниках)



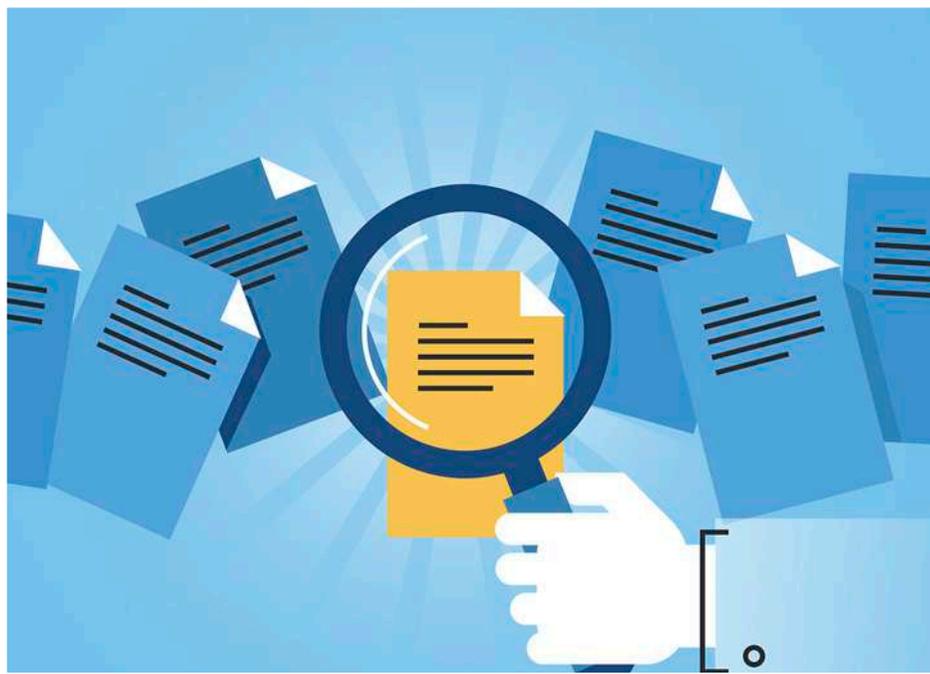
## СЛАЙД № 2



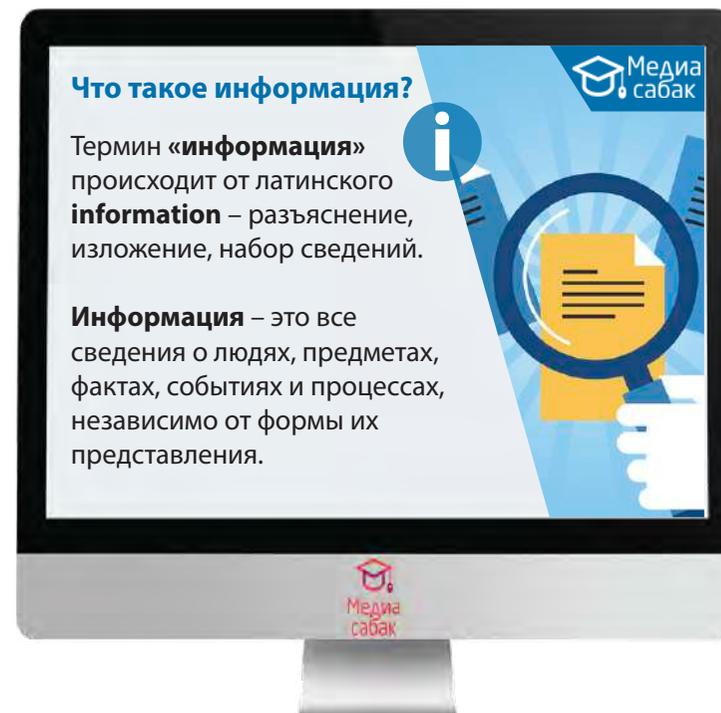
Современное общество характеризуется увеличением роли информации и знаний; созданием глобального информационного пространства, обеспечивающего эффективное взаимодействие людей, их доступ к мировым информационным ресурсам и удовлетворение потребностей в информационных продуктах и услугах.

Информация - это знания, которые приобретает потребитель в результате восприятия и обработки определенных сведений. Информация существует в виде документов, чертежей, рисунков, текстов, звуковых или световых сигналов, электрических и нервных импульсов. То есть носителем информации может быть любой материальный объект. Любая информация передается с помощью сообщений. Познавая окружающий мир, каждый из нас формирует свое представление о нем.

Ежедневно мы узнаем что-то новое — получаем информацию. В литературе можно найти достаточно много определений данного термина, отражающих различные подходы к толкованию этого понятия.



## СЛАЙД № 3



## Виды информации по способу представления



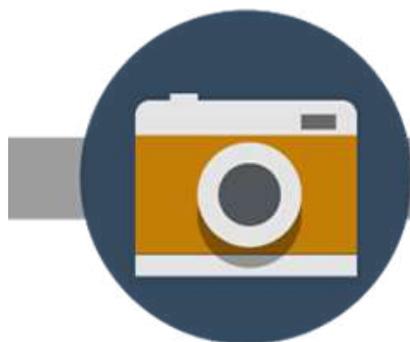
ТЕКСТОВАЯ



ЗВУКОВАЯ



ВИДЕОИНФОРМАЦИЯ



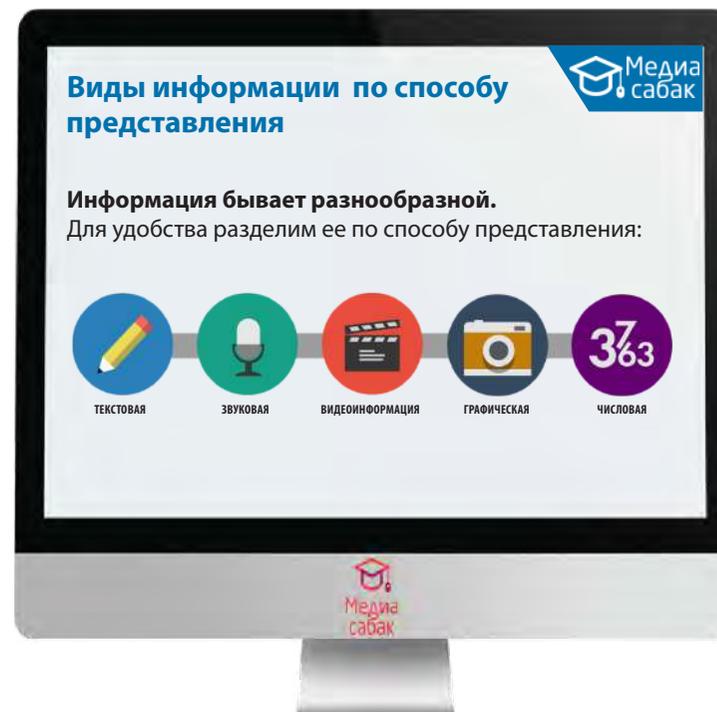
ГРАФИЧЕСКАЯ



ЧИСЛОВАЯ



## СЛАЙД № 4





## УПРАЖНЕНИЕ 1. ИНФОРМАЦИЯ. РАБОТА В МАЛЫХ ГРУППАХ



15 минут

**ШАГ 1.** Разделите учащихся на 3 группы.

**ШАГ 2.** Раздайте задания каждой группе (можете заранее подготовить карточки с заданиями или написать их на доске).

**ШАГ 3.** Презентация групп. Выслушать примерные ответы учащихся.

**ШАГ 4.** Дополнения учителя:

На этом и следующем уроке мы с вами более детально изучим, что же такое средства массовой информации, какие есть функции у СМИ. Узнаем, какая информация из постоянного потока сведений может заинтересовать журналиста. В каком виде СМИ должны доносить эту информацию до своей аудитории: читателей, зрителей или слушателей. И узнаем, почему так важна свобода слова, какие законы обеспечивают право каждого из нас на свободу слова и свободу выражения.



## Что такое СМИ?

**Средства массовой информации (СМИ)** – это учреждения, созданные для открытой публичной передачи информации в общество или отдельные его группы с помощью технических средств.

СМИ собирают, обрабатывают (анализируют) информацию и затем передают (транслируют) ее своей аудитории.



## СЛАЙД № 5

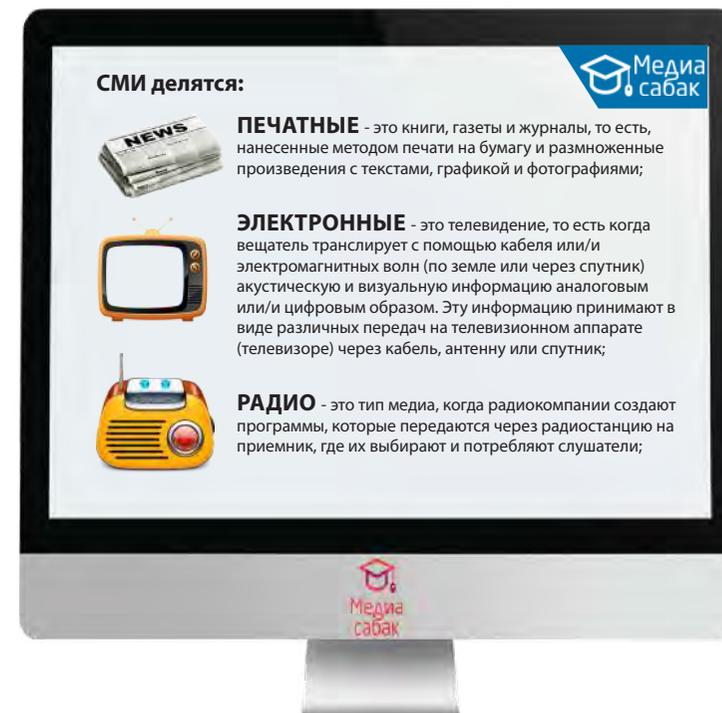


## СМИ делятся на следующие виды:

- **Печатные** - это книги, газеты и журналы, то есть, нанесенные методом печати на бумагу и размноженные произведения с текстами, графикой и фотографиями;
- **Электронные** - это телевидение, то есть когда вещатель транслирует с помощью кабеля или/и электромагнитных волн (по земле или через спутник) акустическую и визуальную информацию аналоговым или/и цифровым образом. Эту информацию принимают в виде различных передач на телевизионном аппарате (телевизоре) через кабель, антенну или спутник;
- **Радио** - это тип медиа, когда радиокomпании создают программы, которые передаются через радиостанцию на приемник, где их выбирают и потребляют слушатели;
- **Новые медиа** – это новый формат существования средств массовой информации, которые постоянно доступны на цифровых устройствах и подразумевают активное участие пользователей в создании и распространении контента.



## СЛАЙД № 6



### СМИ делятся:



**ПЕЧАТНЫЕ** - это книги, газеты и журналы, то есть, нанесенные методом печати на бумагу и размноженные произведения с текстами, графикой и фотографиями;



**ЭЛЕКТРОННЫЕ** - это телевидение, то есть когда вещатель транслирует с помощью кабеля или/и электромагнитных волн (по земле или через спутник) акустическую и визуальную информацию аналоговым или/и цифровым образом. Эту информацию принимают в виде различных передач на телевизионном аппарате (телевизоре) через кабель, антенну или спутник;



**РАДИО** - это тип медиа, когда радиокomпании создают программы, которые передаются через радиостанцию на приемник, где их выбирают и потребляют слушатели;



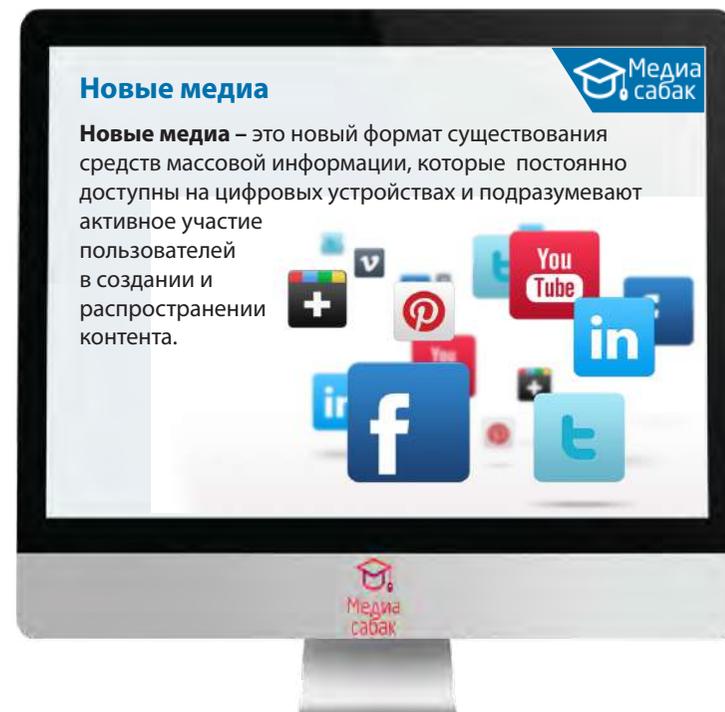
# ZANOZA

Интернет и сетевые издания, такие как информационные агентства «24.kg», «Zanoza», интернет-газеты по закону «О СМИ» к СМИ в Кыргызстане не относятся. Но некоторые юридические субъекты, которые владеют информационно-новостным веб-сайтом или интернет-изданием, регистрируют в качестве СМИ другие продукты, которые производят: журналы, газеты, вестники, бюллетени.

До сих пор в мире ведутся споры, можно ли считать Интернет средством массовой информации. Однако стоит помнить, что с каждым днём глобальная сеть становится главным источником информации для всё большего числа людей.



## СЛАЙД № 7

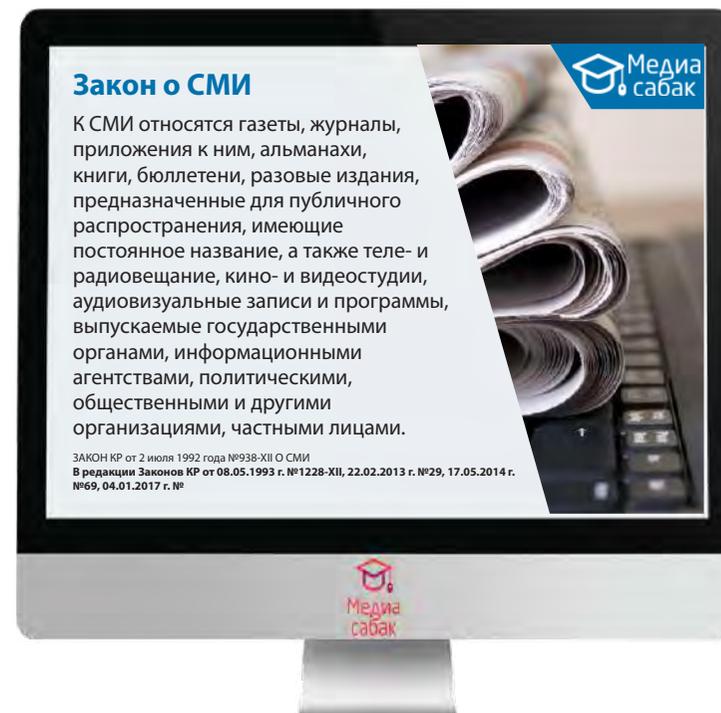


К СМИ относятся газеты, журналы, приложения к ним, альманахи, книги, бюллетени, разовые издания, предназначенные для публичного распространения, имеющие постоянное название, а также теле- и радиовещание, кино- и видеостудии, аудиовизуальные записи и программы, выпускаемые государственными органами, информационными агентствами, политическими, общественными и другими организациями, частными лицами.

*ЗАКОН КР от 2 июля 1992 года №938-XII О СМИ (В редакции Законов КР от 08.05.1993 г. №1228-XII, 22.02.2013 г. №29, 17.05.2014 г. №69, 04.01.2017 г. №1)*



## СЛАЙД № 8



### Закон о СМИ

К СМИ относятся газеты, журналы, приложения к ним, альманахи, книги, бюллетени, разовые издания, предназначенные для публичного распространения, имеющие постоянное название, а также теле- и радиовещание, кино- и видеостудии, аудиовизуальные записи и программы, выпускаемые государственными органами, информационными агентствами, политическими, общественными и другими организациями, частными лицами.

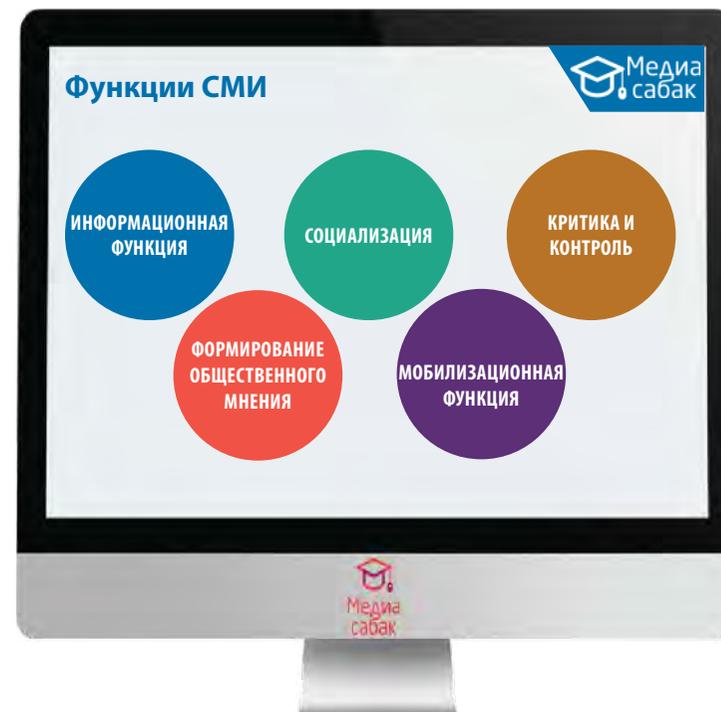
ЗАКОН КР от 2 июля 1992 года №938-XII О СМИ  
В редакции Законов КР от 08.05.1993 г. №1228-XII, 22.02.2013 г. №29, 17.05.2014 г. №69, 04.01.2017 г. №1

- **Информационная функция** – представление различных общественных интересов, мнений, взглядов на политику.
- **Социализация** – приобщение людей к политическим ценностям, нормам, образцам поведения.
- **Критика и контроль** – анализ и оценка деятельности органов власти.
- **Формирование общественного мнения** – влияние на массовое сознание.
- **Мобилизационная функция** - информирование людей в целях объединения общества (групп) для решения конкретной задачи.

### ФУНКЦИИ СМИ



## СЛАЙД № 9



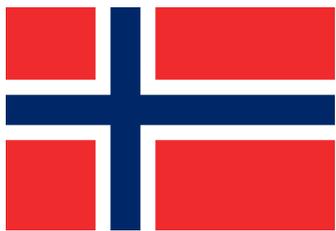
Свобода **СМИ как важный показатель демократичности общества**. Чем свободнее пресса, чем больше свободы слова, тем выше уровень демократии в стране. Мы можем это изучить на примере сравнения двух рейтингов.

Первый рейтинг показывает нам глобальный индекс по уровню демократии. Положение каждой страны в нем рассчитывается по методике британского исследовательского центра The Economist Intelligence Unit.

Второй рейтинг - это индекс свободы слова, который составляет международная организация "Репортеры без границ".

В рейтинге индекса по уровню демократии в первой пятерке, то есть наиболее демократичные страны, находятся:

1. Норвегия



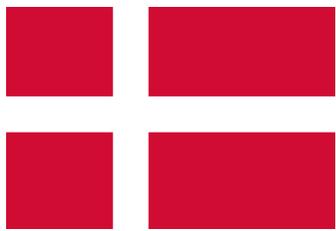
2. Швеция



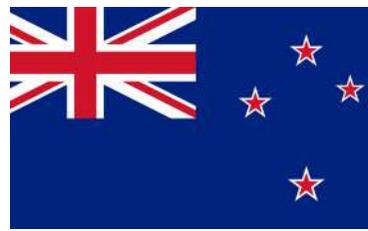
3. Исландия



4. Дания



5. Новая Зеландия



## СЛАЙД № 10



## Свобода прессы и уровень демократизации общества.

В индексе свободы слова три страны из этого списка также входят в число пяти стран мира, где наибольшая свобода слова. Например, это **Норвегия**, которая и в индексе демократии, и по свободе слова стоит на первом месте. Далее следует **Швеция**, которая так же занимает второе место в рейтинге демократии. На третьем месте **Финляндия**, четвертое место занимает **Дания**, и такое же место у этой страны в демократическом рейтинге. Пятая строчка в рейтинге свободы слова осталась за **Нидерландами**.



## СЛАЙД № 11



Давайте посмотрим далее: **Исландия**, которая находится на третьем месте по уровню демократии, в индексе свободы слова стоит на десятом месте. **Новая Зеландия**, которая замыкала пятерку наиболее демократичных стран в рейтинге свободы слова оказалась на 13-м месте. **Финляндия**, которая была на третьем месте в рейтинге свободы слова, по уровню демократии находится на девятом месте, **Нидерланды** на десятом. Итак, мы наблюдаем закономерность: чем выше рейтинг у страны по свободе слова, тем выше её показатели и по уровню демократии. Это данные за 2017 год.

## ИНДЕКС ПО УРОВНЮ ДЕМОКРАТИИ

3 МЕСТО



Исландия

5 МЕСТО



Новая Зеландия

9 МЕСТО



Финляндия

10 МЕСТО



Нидерланды

## ИНДЕКС СВОБОДЫ СЛОВА

10 МЕСТО

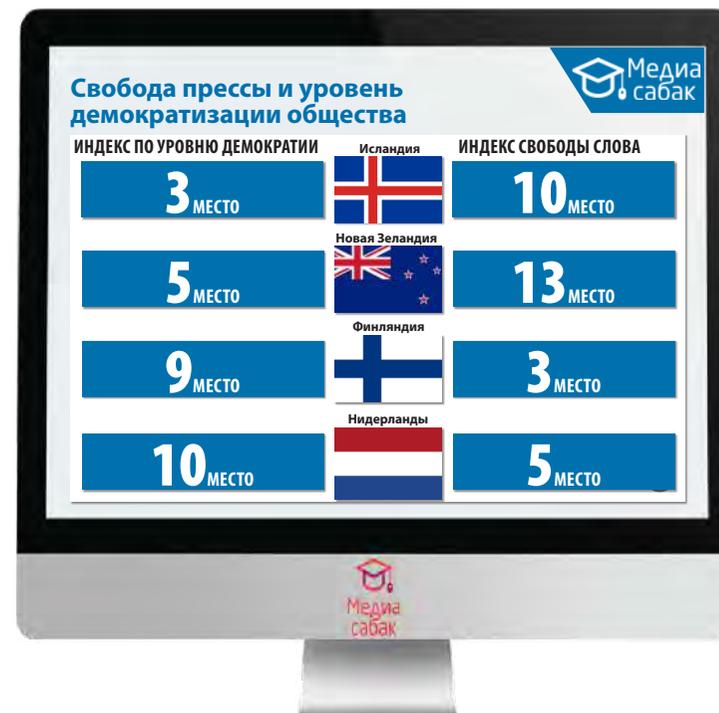
13 МЕСТО

3 МЕСТО

5 МЕСТО



## СЛАЙД № 12



Посмотрим, у каких стран самый низкий рейтинг в этих индексах.

По уровню демократии в последней пятерке: **Саудовская Аравия, Сирия, Чад, Гвинея Бисау** и на последнем месте **Северная Корея**.

**Северная Корея** на последнем месте и по свободе слова, перед ней идут **Китай, Сирия, Туркменистан и Эритрея** (государство в Восточной Африке).

### ГЛОБАЛЬНЫЙ ИНДЕКС ПО УРОВНЮ ДЕМОКРАТИИ

Саудовская Аравия



Гвинея-Бисау



Сирия



Чад



Северная Корея



### ВСЕМИРНЫЙ ИНДЕКС СВОБОДЫ СЛОВА

Китай



Сирия



Туркменистан



Эритрея



Северная Корея



## СЛАЙД № 13



**Сравним два рейтинга:** вновь те страны, которые оказались в конце списка в рейтинге демократии, не далеко ушли друг от друга и в рейтинге по свободе слова. Исключением является **Гвинея Бисау**, которая, имея очень плохие показатели по уровню демократии, в индексе уровня свободы слова занимает неплохое место.

## ГЛОБАЛЬНЫЙ ИНДЕКС ПО УРОВНЮ ДЕМОКРАТИИ

 <b>142</b> МЕСТО	 <b>153</b> МЕСТО
 <b>161</b> МЕСТО	 <b>163</b> МЕСТО
 <b>164</b> МЕСТО	 <b>165</b> МЕСТО
 <b>166</b> МЕСТО	 <b>167</b> МЕСТО

## ВСЕМИРНЫЙ ИНДЕКС СВОБОДЫ СЛОВА

 <b>77</b> МЕСТО	 <b>121</b> МЕСТО
 <b>168</b> МЕСТО	 <b>176</b> МЕСТО
 <b>177</b> МЕСТО	 <b>178</b> МЕСТО
 <b>179</b> МЕСТО	 <b>180</b> МЕСТО



## СЛАЙД № 14



Сравним страны нашего региона. Со свободой слова у **Кыргызстана** ситуация лучше, чем у соседей и у **России** - 89 место в рейтинге. **Россия** - на 148 месте, у **Таджикистана** 149-е место в рейтинге, у **Казахстана** - 157-е, уже упомянутый **Туркменистан** на 168-й строчке, **Узбекистан** на 169-й.

По уровню демократии **Кыргызстан** также показывает лучшие результаты среди соседей, а именно 106 место, гибридный режим, в то время как в других странах региона и в **России** – режим указан как авторитарный. Места распределились следующим образом: **Россия** – 122, **Казахстан** – 143, **Таджикистан** – 151, **Узбекистан** – 161, и это место наш южный сосед делит с **Туркменистаном**.

### ГЛОБАЛЬНЫЙ ИНДЕКС ПО УРОВНЮ ДЕМОКРАТИИ

	Кыргызстан <b>106</b> МЕСТО
	Россия <b>122</b> МЕСТО
	Казахстан <b>143</b> МЕСТО
	Таджикистан <b>151</b> МЕСТО
	Узбекистан <b>161</b> МЕСТО
	Туркменистан <b>161</b> МЕСТО

### ВСЕМИРНЫЙ ИНДЕКС СВОБОДЫ СЛОВА

	Кыргызстан <b>89</b> МЕСТО
	Россия <b>148</b> МЕСТО
	Таджикистан <b>149</b> МЕСТО
	Казахстан <b>157</b> МЕСТО
	Туркменистан <b>168</b> МЕСТО
	Узбекистан <b>169</b> МЕСТО



## СЛАЙД № 15





## УПРАЖНЕНИЕ №2 «ЗАКОНЫ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ»



15 минут

### **Отмена уголовного преследования за клевету.**

Степень наказания за клевету влияет на уровень свободы слова и печати. Юристы медиасферы уверены, что, в результате этого, демократический режим страны находится под угрозой. Свобода печати неосуществима, если журналистов заключают в тюрьмы, или в их адрес поступают угрозы уголовного наказания за профессиональную деятельность. До 2010 года в Кыргызстане любой журналист мог быть подвергнут уголовному наказанию, то есть сесть в тюрьму за клевету. Несколько журналистов еще в 90-е годы получили тюремные сроки за свои материалы.

**Для учителя:** (читать ученикам необязательно): Статьи были связаны с публикациями об имуществе президента Акаева– речь шла о вилле в Швейцарии. Было четыре попытки отменить уголовное наказание за клевету: в 1997 году, в 2001, 2003 и 2007. И лишь в 2010 году при написании новой Конституции в текст основного закона включили статью, согласно которой запрещено уголовное преследование за распространение информации. Но при этом никто не снимает с журналистов ответственности за их публикации. Однако, такие дела рассматриваются в рамках гражданского права.



**ШАГ 1.** Поделить учащихся на малые группы. Дать задание группам презентовать (можно нарисовать или поставить сценку) ситуации, в которых могут помочь следующие статьи законов:

**1 ГРУППА:** Никто не может быть подвергнут уголовному преследованию за распространение информации, порочащей или унижающей честь и достоинство личности (ст.33 Конституция КР)

То есть, если вдруг кто-то кого-то оскорбил или оклеветал, виновника не должны уголовно преследовать за это.

**2 ГРУППА:** Журналист обязан: проверять достоверность своих сообщений. (ст.20 Закона КР «О СМИ»)

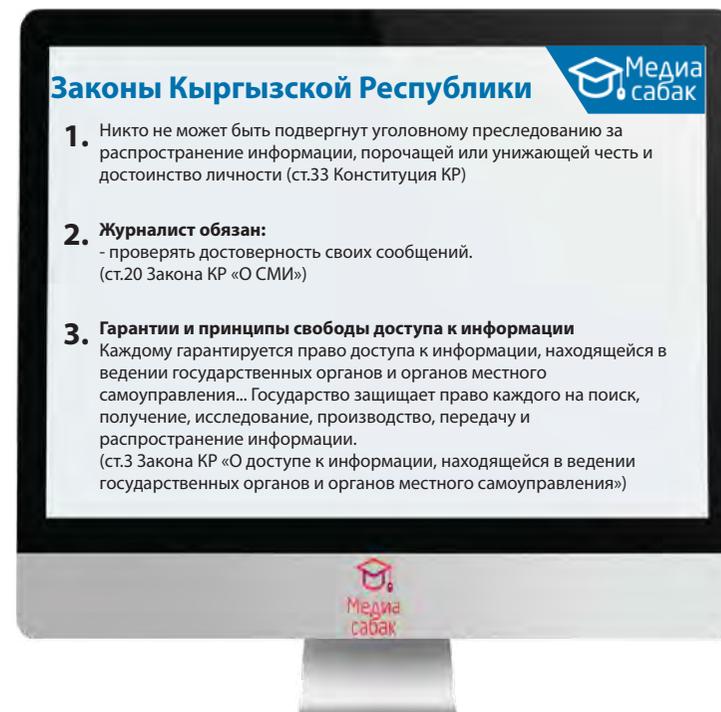
**СДЕЛАТЬ ПОЯСНЕНИЕ:** Никто не снимает ответственности с журналиста за предоставление достоверной информации. Такие дела рассматриваются в гражданском порядке (по Гражданскому кодексу).

**3 ГРУППА:** Гарантии и принципы свободы доступа к информации.

Каждому гарантируется право доступа к информации, находящейся в ведении государственных органов и органов местного самоуправления... Государство защищает право каждого на поиск, получение, исследование, производство, передачу и распространение информации. (ст.3 Закона КР «О доступе к информации, находящейся в ведении государственных органов и органов местного самоуправления»)



## СЛАЙД № 17



## ДОПОЛНЕНИЕ УЧИТЕЛЯ:

Юристы медиаправа говорят, что оскорбление или клевета - это не такое серьезное преступление, как убийство или грабеж, избиение, и поэтому нельзя уголовно преследовать "за слово". Но закон обязывает журналистов нести ответственность за свои материалы, проверять информацию, искать подтверждения достоверности. При этом закон также дает право на доступ к информации о государственных органах. Вы должны знать, что такое право есть у каждого гражданина. Вы имеете право потребовать информацию о работе и услугах госорганов, если эти сведения не являются государственным секретом или конфиденциальной информацией.

**ДЛЯ УЧИТЕЛЯ:** (в случае, если ученики спросят, что является госсекретом).

**Государственные секреты** - информация, хранящаяся и перемещаемая любыми видами носителей, затрагивающая обороноспособность, безопасность, экономические и политические интересы Кыргызской Республики, подконтрольная государству и ограничиваемая специальными перечнями и правилами, разработанными на основе и во исполнение Конституции Кыргызской Республики.

*Из закона Кыргызской Республики "О защите государственных секретов Кыргызской Республики"*



## СЛАЙД № 17

**Законы Кыргызской Республики** 

- 1.** Никто не может быть подвергнут уголовному преследованию за распространение информации, порочащей или унижающей честь и достоинство личности (ст.33 Конституция КР)
- 2. Журналист обязан:**  
- проверять достоверность своих сообщений.  
(ст.20 Закона КР «О СМИ»)
- 3. Гарантии и принципы свободы доступа к информации**  
Каждому гарантируется право доступа к информации, находящейся в ведении государственных органов и органов местного самоуправления... Государство защищает право каждого на поиск, получение, исследование, производство, передачу и распространение информации.  
(ст.3 Закона КР «О доступе к информации, находящейся в ведении государственных органов и органов местного самоуправления»)



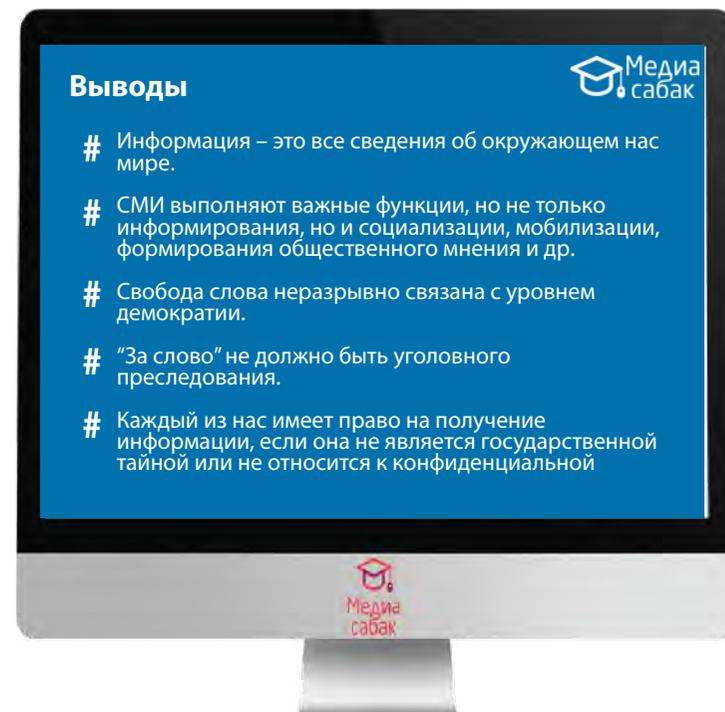


## Подведение итогов урока. Выводы:

- Информация – это все сведения об окружающем нас мире.
- СМИ выполняют важные функции, но не только информирования, но и социализации, мобилизации, формирования общественного мнения и др.
- Свобода слова неразрывно связана с уровнем демократии.
- “За слово” не должно быть уголовного преследования.
- Каждый из нас имеет право на получение информации, если она не является государственной тайной или не относится к конфиденциальной.



## СЛАЙД № 18



# УРОК № 2



**ТЕМА:**

# **ЖУРНАЛИСТИКА И МЕДИАГРАМОТНОСТЬ**

**ЦЕЛЬ УРОКА:** способствовать формированию критического оценивания информации, общего понимания работы средств массовой информации.

**ЗАДАЧИ:**

- Определить, какой должна быть качественная журналистская информация.
- Подвести учащихся к пониманию проблемы информационного воздействия на общество.
- Развивать умения учащихся работать в группах, высказывать собственное мнение, прививать навыки публичной речи.
- Воспитывать самостоятельность мышления и ответственность за свои убеждения.

**МЕЖПРЕДМЕТНЫЕ СВЯЗИ:** человек и общество, граждановедение.

**ОБОРУДОВАНИЕ УРОКА:**

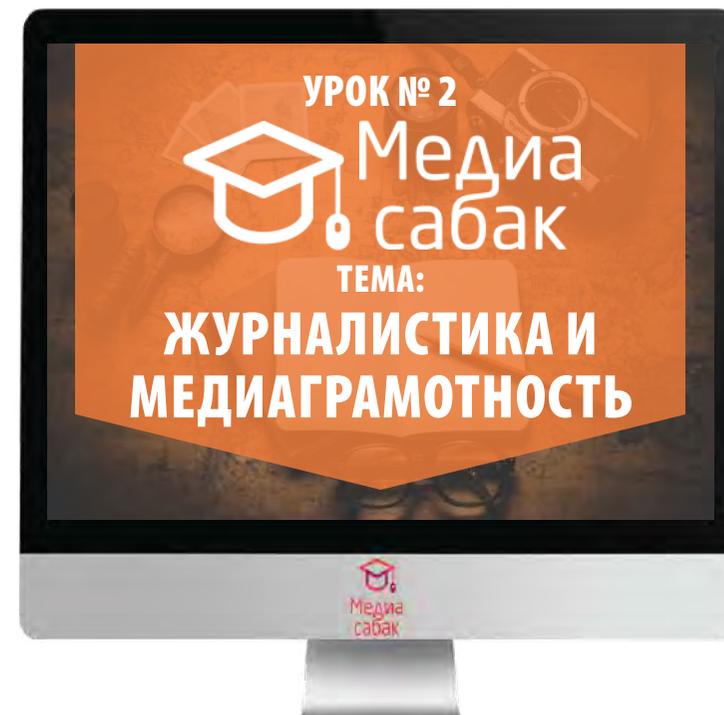
- Мультимедиапроектор
- предмет для игры «Слепые и слон»,
- 5-6 платков-шарфов, чтобы завязать глаза участникам для упражнения «Слепые и слон»



На прошлом уроке мы с вами изучили что такое информация, что относится к средствам массовой информации. Узнали, какую роль СМИ играют в современной жизни, и как тесно взаимосвязаны свобода слова и демократия. Мы узнали также, что каждый из нас имеет право запрашивать и получать информацию, если она не является государственной тайной или не относится к конфиденциальной информации.



## СЛАЙД № 1

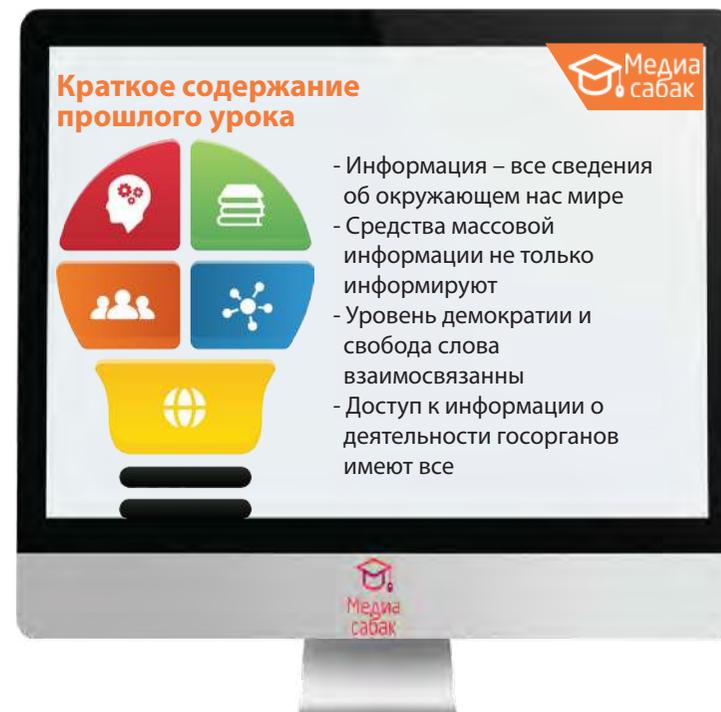


Сегодня, продолжая изучать курс медиа и информационной грамотности, мы с вами поговорим о работе журналистов, о том, какую информацию мы имеем право получать, а журналисты должны ее нам предоставлять.

Рассмотрим, какой должна быть журналистская информация, каким критериям должна отвечать, чтобы мы понимали, что перед нами качественный журналистский продукт. И в конце урока обсудим, что же представляет собой медиа и информационная грамотность, что включают в себя эти понятия.



## СЛАЙД № 2



## КТО ТАКОЙ ЖУРНАЛИСТ

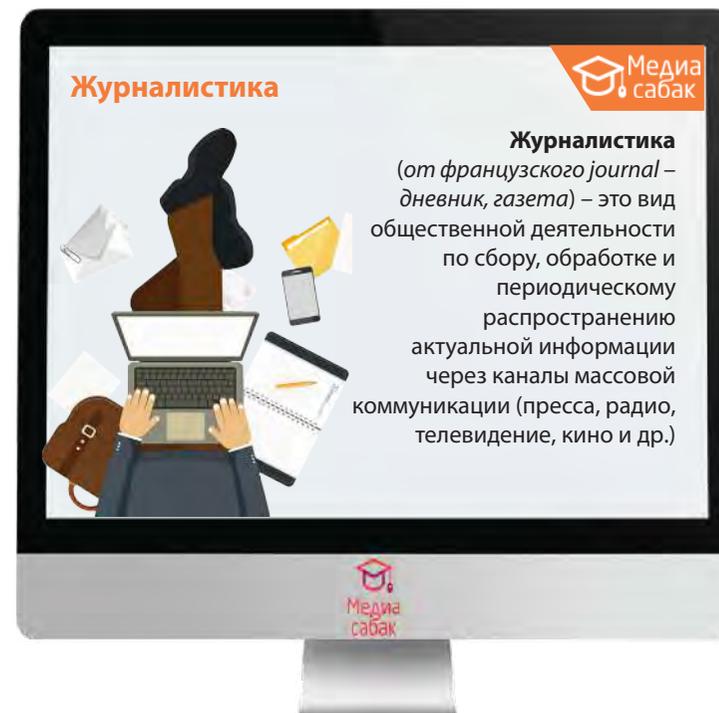
Свою историю журналистика ведет со Средних веков, когда политическую информацию доставляли глашатаи, герольды, курьеры и вестники, которые зачитывали указы. Отчасти поэтому в современной журналистике названия газет и журналов напоминают об этих гонцах: например, форум, трибуна, вестник, курьер и т.д.



**Журналистика**  
(от французского *journal* – *дневник, газета*) – это вид общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной информации через каналы массовой коммуникации (пресса, радио, телевидение, кино и др.). Следовательно, журналист - это человек, работающий в системе средств массовой информации (СМИ).



## СЛАЙД № 3



### Журналистика



**Журналистика**  
(от французского *journal* – *дневник, газета*) – это вид общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной информации через каналы массовой коммуникации (пресса, радио, телевидение, кино и др.)

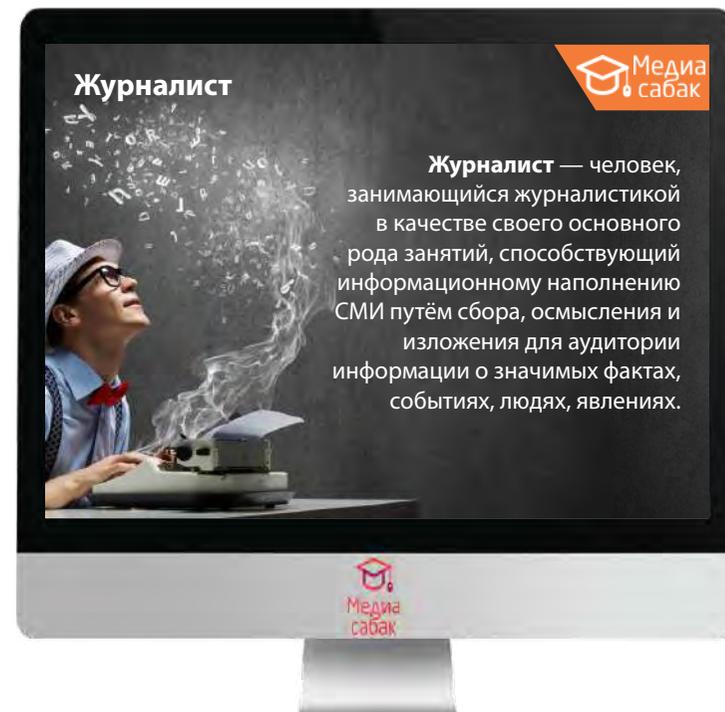


**Основная задача журналиста** – информирование людей новыми достоверными фактами. В обязанности журналиста входит поиск и написание статей, новостей, рекламных текстов, репортажей, обзоров, очерков и т.д.

**Журналист** — человек, занимающийся журналистикой в качестве своего основного рода занятий, способствующий информационному наполнению СМИ путём сбора, осмысления и изложения для аудитории информации о значимых фактах, событиях, людях, явлениях. Журналисты наиболее престижной специализации ориентированы на публицистическую работу, как правило, имеющую своей целью формирование определённого общественного мнения. Государство не уполномочено вмешиваться в работу СМИ. В своей работе журналисты руководствуются этическим кодексом. Этические нормы журналистов - важный элемент системы саморегулирования профессионального сообщества. Беспристрастность и непредвзятость - этические принципы журналиста, они закреплены практически во всех этических кодексах. Они обязывают журналистов проверять и уточнять информацию в нескольких источниках, подавать несколько точек зрения по любому вопросу.



## СЛАЙД № 4





## УПРАЖНЕНИЕ №1. КАКОЙ ДОЛЖНА БЫТЬ ЖУРНАЛИСТСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ?



10 минут

**ШАГ 1.** Вопросы ученикам. Какой должна быть информация?

**ШАГ 2.** Выслушать ответы учащихся.

Информация должна быть (примерные ответы учащихся)

1. Достоверная.
2. Актуальная
3. Оперативная
5. Понятная.
6. Полная.
- 7.Своевременная
8. Точная
9. ...
10. ...

**ИНФОРМАЦИЯ**

## Информация должна быть

**1** Достоверная

**2** Актуальная

**3** Оперативная

**4** Понятная

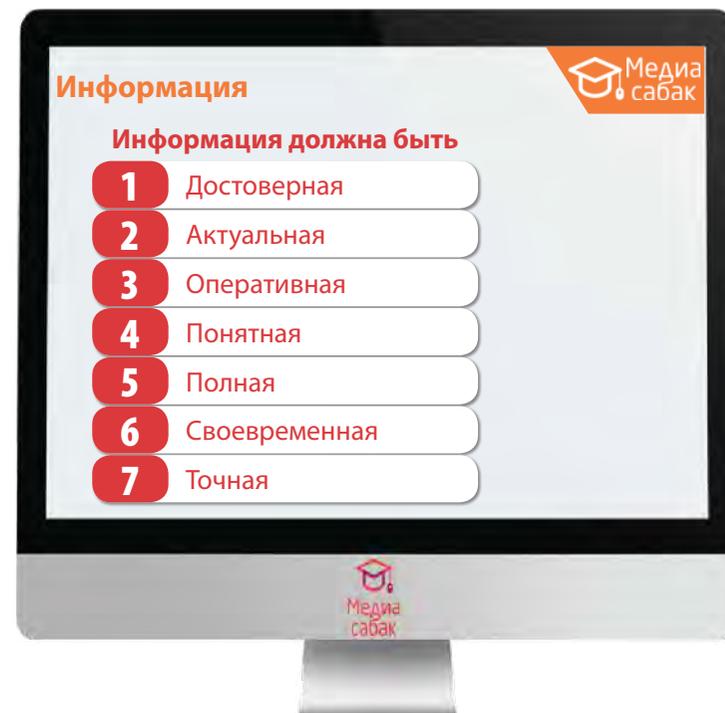
**5** Полная

**6** Своевременная

**7** Точная



## СЛАЙД № 5



## ОБЪЕКТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Информация объективна, если она не зависит от чьего-либо мнения, суждения.

### Пример:

Сообщение «На улице тепло» несет субъективную (мнение) информацию, а сообщение «На улице 22°C» – объективную – это факт, если термометр исправлен.

Объективную информацию можно получить с помощью исправных датчиков, измерительных приборов. Отражаясь в сознании конкретного человека, информация перестает быть объективной, так как преобразовывается (в большей или меньшей степени) в зависимости от мнения, суждения, опыта, знаний конкретного субъекта.



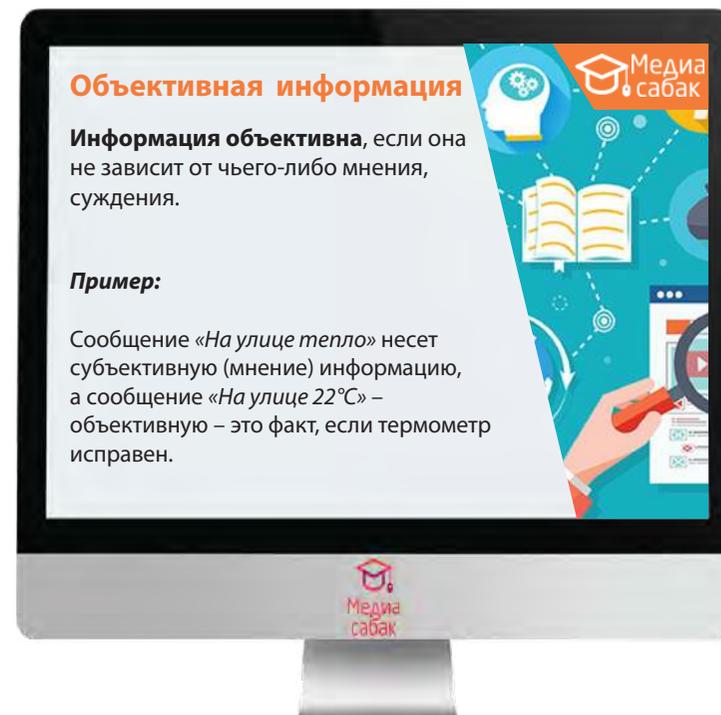
## СЛАЙД № 6

### Объективная информация

Информация объективна, если она не зависит от чьего-либо мнения, суждения.

### Пример:

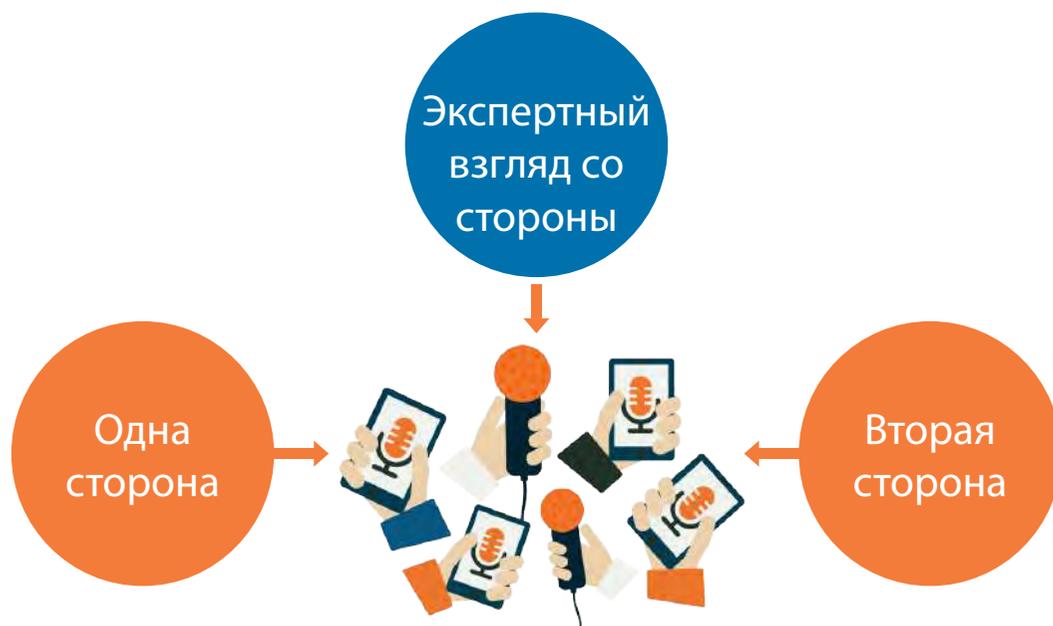
Сообщение «На улице тепло» несет субъективную (мнение) информацию, а сообщение «На улице 22°C» – объективную – это факт, если термометр исправлен.



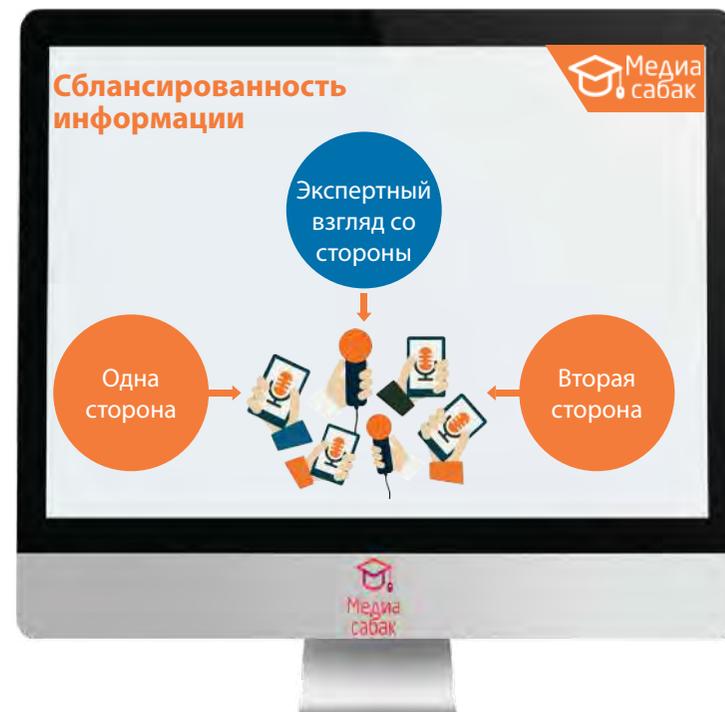
**Информация становится объективной**, если журналист не проявляет в подготовке материала предвзятость, если он ищет истину, а не подтверждения своего мнения по изучаемой им теме. Это не значит, что журналист не имеет своего мнения, но значит, что в своих материалах он не может искать подтверждения лишь своему суждению.

Например, к журналисту обратились пациенты осветить проблему плохого положения дел с получением услуг здравоохранения в районной больнице. Помимо позиции пациентов, журналист должен дать возможность высказаться руководству больницы, а, в случае необходимости, и представителям министерства здравоохранения либо его подведомственных компетентных структур (районное управление, департамент и пр.) – и это называется сбалансированность.

**Баланс в материал СМИ** – это ситуация, когда всем сторонам события, процесса, конфликта дали возможность высказаться. Это золотое правило! Помимо двух спорящих сторон может быть и зачастую должно быть третье мнение: нейтральное, экспертное, мнение аналитика, который видит ситуацию со стороны.



## СЛАЙД № 7



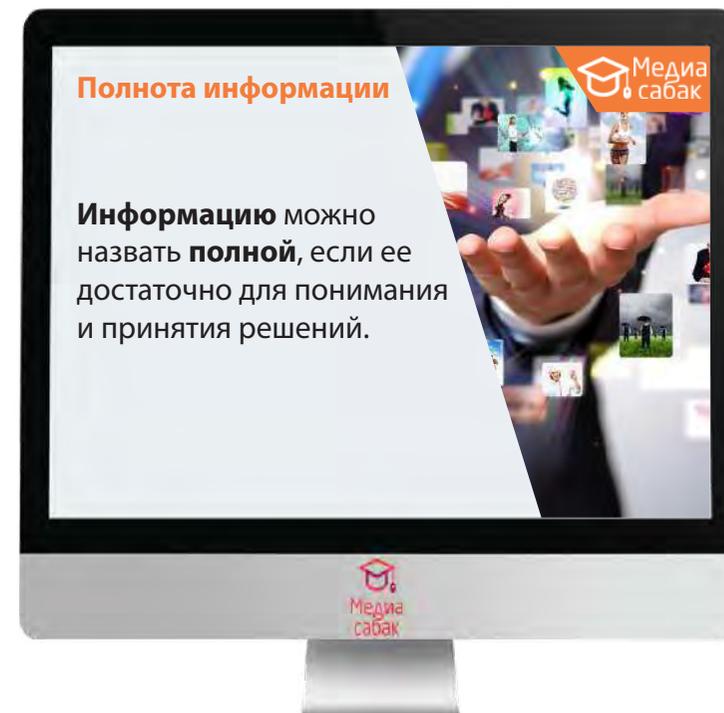
## ПОЛНОТА ИНФОРМАЦИИ

Информацию можно назвать полной, если ее достаточно для понимания и принятия решений.

**Пример:** Мечта историка – иметь полную информацию о минувших эпохах. Но историческая информация никогда не бывает полной, и полнота информации уменьшается по мере удаленности от нас исторической эпохи. Даже события, происходившие на наших глазах, не полностью документируются, многое забывается, и воспоминания подвергаются искажению. Неполная информация может привести к ошибочному выводу или решению.



## СЛАЙД № 8





## УПРАЖНЕНИЕ 2.«СЛЕПЫЕ И СЛОН»



15 минут

**ШАГ 1.** Выбрать 3-4 участников из числа учеников, завязать им глаза платками.

**ШАГ 2.** Дать учащимся предмет, части которого отличаются друг от друга (это может быть большая мягкая игрушка, какие-то предметы из кабинетов химии (колба с газоотводной трубкой и пр.), сказать каждому, что они могут ощупать лишь эту часть предмета (как вариант это может быть разборный предмет, части которого сильно отличаются друг от друга, дать каждому участнику упражнения часть предмета). Каждый участник должен объяснить, что у него в руках. Учитель, заранее подумайте, какой это может быть предмет.

**ШАГ 3.** Прочитать притчу о слепых и слоне. *Есть такая древнеиндийская притча. В одной деревне когда-то жили шестеро слепых. Как-то они услышали: «Эй, к нам пришёл слон!» Слепые не имели ни малейшего представления о том, что такое слон, и как он может выглядеть. Они решили: «Раз мы не можем его увидеть, мы пойдём и хотя бы потрогаем его».*

*«Слон – это колонна», – сказал первый слепой, потрогавший слоновью ногу. «Слон – это веревка», – сказал второй, схвативший его за хвост. «Да нет же! Это толстый сук дерева», – сказал третий, рука которого провела по хоботу. «Он похож на большое опахало», – сказал четвёртый слепой, который взял животное за ухо. «Слон – это большая бочка», – сказал пятый слепой, пощупав живот. «Он больше похож на курительную трубку», – заключил слепой, проведя по бивню.*

*Они начали горячо спорить, и каждый настаивал на своем. Неизвестно, чем бы все закончилось, если бы причиной их жаркого спора не заинтересовался проходивший мимо мудрый человек. На вопрос: «В чем же дело?» слепые ответили: «Мы не можем разобраться в том, на что похож слон». И каждый из них сказал то, что думал о слоне.*

*Тогда мудрый человек спокойно объяснил им: «Правы вы все. Причина того, почему вы судите по-разному, заключена в том, что каждый из вас трогал разные части слона. На самом деле слон имеет все то, о чем вы говорите».*

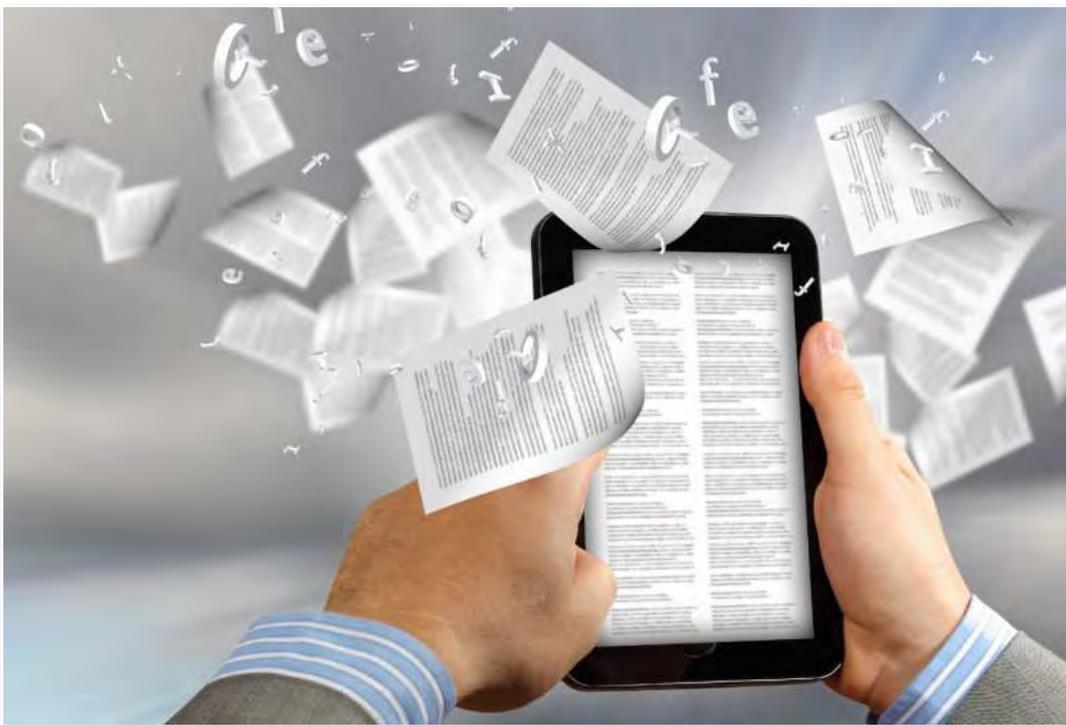
### **ВОПРОС КЛАССУ: КАК ЭТА ПРИТЧА СВЯЗАНА С ПОЛУЧЕНИЕМ ПОЛНОЙ ИНФОРМАЦИИ?**

Если возникнут сложности, текст для учителя: мораль притчи заключена в том, что в суждениях разных людей об одной и той же вещи чаще всего есть только доля истины. Мы можем переложить идею притчи на ситуацию, когда у нас нет полной информации о том или ином предмете, событии или явлении. Ощупывая лишь какую-то часть слона, мы так и не поймем, как он выглядит на самом деле.

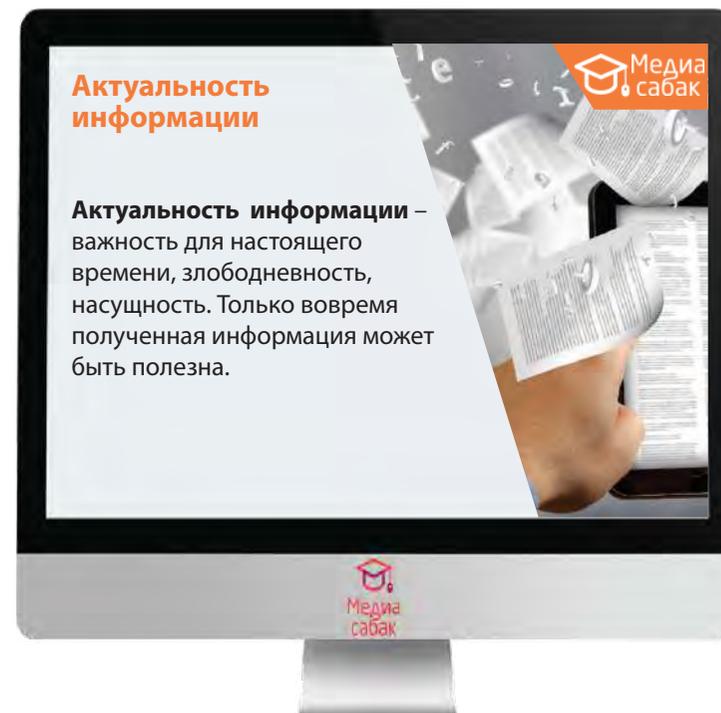
## АКТУАЛЬНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ

**Актуальность информации** – важность для настоящего времени, злободневность, насущность. Только вовремя полученная информация может быть полезна. Неактуальной информация может быть по двум причинам: Она может быть устаревшей (прошлогодняя газета) либо незначительной, ненужной (например, сообщение о том, что в Италии снижены цены на все товары на 5%).

Старение информации заключается в уменьшении ее ценности с течением времени. Старит информацию не само время, а появление новой информации, которая уточняет, дополняет или отвергает полностью или частично более раннюю. Научно-техническая информация стареет быстрее, эстетическая (произведения искусства) – медленнее. Логичность, компактность, удобная форма представления облегчает понимание и усвоение информации.



## СЛАЙД № 9



Информация должна быть понятной аудитории. Журналисты в первую очередь оказывают сервис каждому, кто является их читателем или зрителем. И в этом мастерство журналистики – рассказывать о самых сложных вещах доступным языком.

Итак, мы с вами узнали, что такое информация, виды информации, что относится к СМИ, функции СМИ, кто такой журналист. СМИ могут способствовать развитию демократии, сознательному участию граждан в экономической, политической жизни, но могут быть использованы и для манипуляции. О манипуляции поговорим на следующих занятиях.



## СЛАЙД № 10

### Понятность информации

Информация должна быть понятной аудитории. Логичность, компактность, удобная форма представления облегчает понимание и усвоение информации.

Медиа сабак

Медиа сабак



## УПРАЖНЕНИЕ 3. МОЕ ВРЕМЯ



10 минут

№	Занятие	Сутки (24 часа)	Недели *7=	Месяцы *4=
1	Еда (завтрак, обед, ужин)			
2	Сон			
3	Просмотр новостей и фильмов			
4	Выполнение домашнего задания			
5	Общение в социальных сетях (WhatsApp, Одноклассники, Facebook, ВК, и тд)			
6	Общение с друзьями вне Интернета			
7	Общение в семье (с родителями, сестрами, братьями)			
8	Помощь в семье (хозяйство и т.д.)			
9	Отдых, хобби (удовольствие для себя)			
10	Спорт			
11	Другое			
	ВСЕГО (в часах)	24 часа	168 часов	672 часа

### ШАГ 5. Дополнение учителя.

Ученые установили: подросткам в возрасте от 14 до 18 лет необходимо спать 8 – 9 часов. Во время сна у детей отдыхает тело, мозг и восстанавливаются силы после физических и умственных нагрузок. Если подросток недосыпает, то в скором времени он станет вялым, раздражительным и невнимательным. Его работоспособность уменьшится на 30 %.

Подростки могут проводить время за компьютером: для подростков (10-12 лет) – 0,5 – 1 часа, 13-16 лет - не более 1,5 - 2,0 часов в сутки)

**ВНИМАНИЕ! Если показатели выше или ниже нормы рекомендуется корректировать свой режим дня!**



## УПРАЖНЕНИЕ: МЕДИА ГРАМОТНОСТЬ. МЕДИА ОБРАЗОВАНИЕ.



10 минут

Важная роль в формировании мировоззрения человека принадлежит средствам массовой информации. СМИ могут как приносить пользу, так и наносить вред. Отказаться от информации, получаемой через СМИ, сложно и практически невозможно. Как же держаться на плаву в потоке информации? Критически осмысливать любую поступающую информацию.

**ШАГ 1.** Вопросы учащимся: Как вы понимаете значение слов «медиаграмотность» и «медиаобразование» (устно, фронтально, быстро)

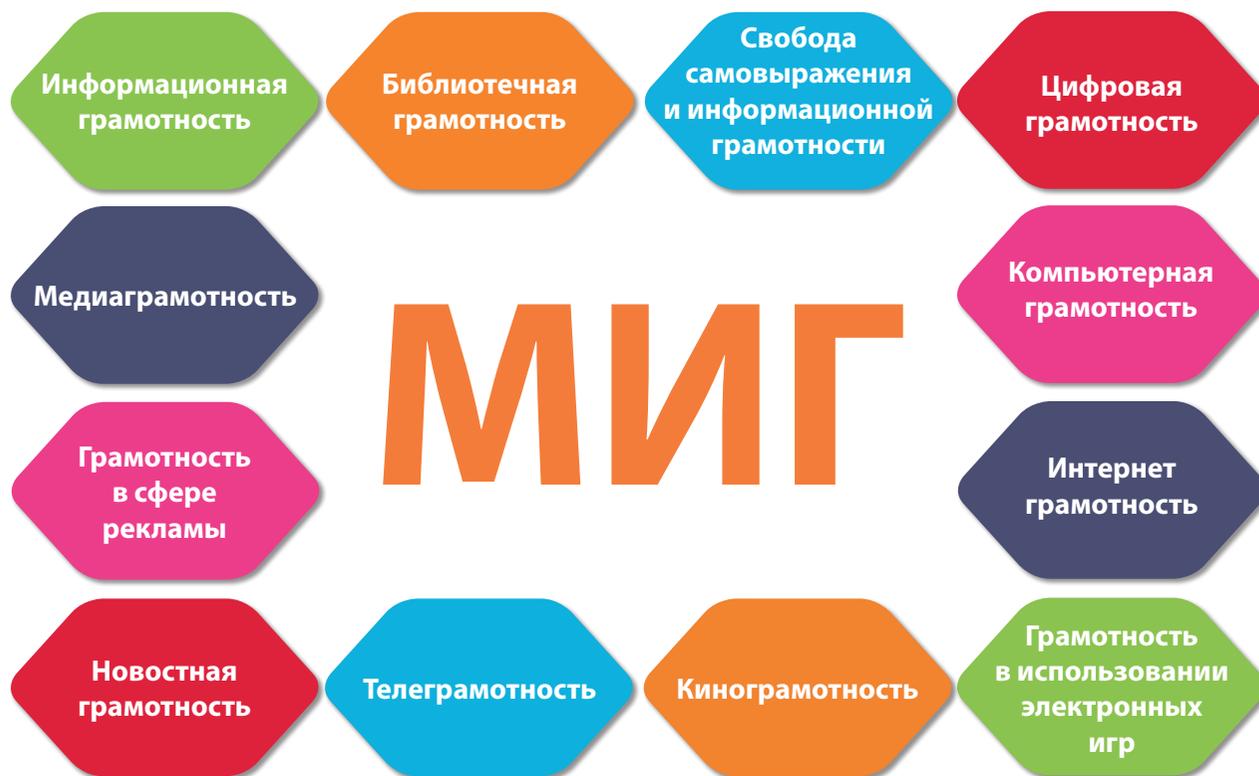
**ШАГ 2.** Выслушать примерные ответы учащихся.



В первую очередь, следует разобраться с терминологией. Если грамотность в широком понимании термина – не только умение читать и писать на предложенном языке, но еще и способность писать согласно установленным нормам грамматики и правописания, то медиаграмотность – это умение как понимать и анализировать медиатексты, так и создавать их.

Что включает в себя медиа- и информационная грамотность:

**ШАГ 4.** Обсуждение и дискуссия, как ученики понимают каждый пункт



## СЛАЙД № 11



**Медиаграмотность** – это способность человека:

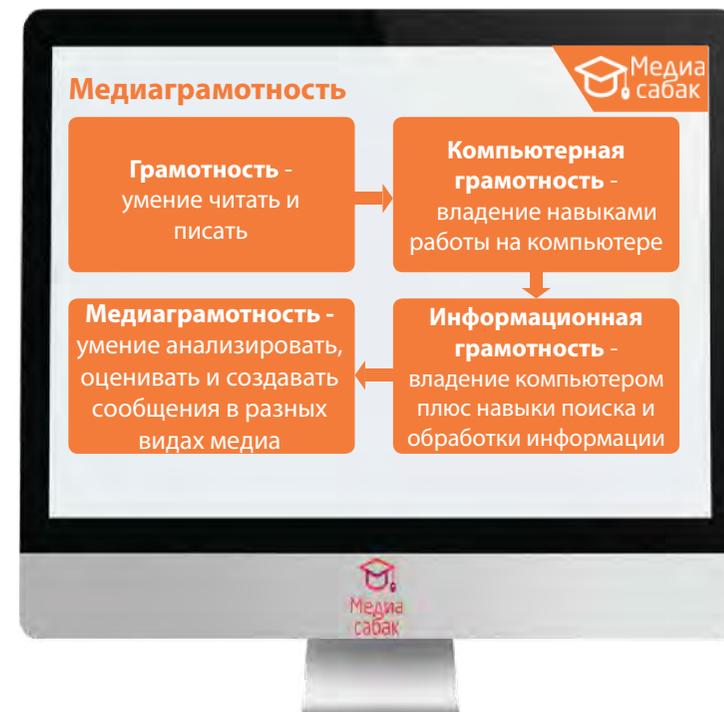
- Понимать роль и функции СМИ;
- Критически анализировать и оценить медиа-контент;
- Использовать СМИ для демократического участия, межкультурного диалога и обучения;
- Производить собственный медиа-контент самостоятельно создавать медиапродукты)

**Для учителя:** объяснить учащимся, что сейчас соцсети, которые, по сути, являются новыми медиа, дают каждому возможность создавать свой контент: пост в фейсбук, фотографии в инстаграм, видео в ютуб и пр.);

- Владеть информационно- коммуникационными технологиями и другими медиа- умениями. (Грюнвальдская декларация по медиаобразованию, 1982 г)



## СЛАЙД № 12





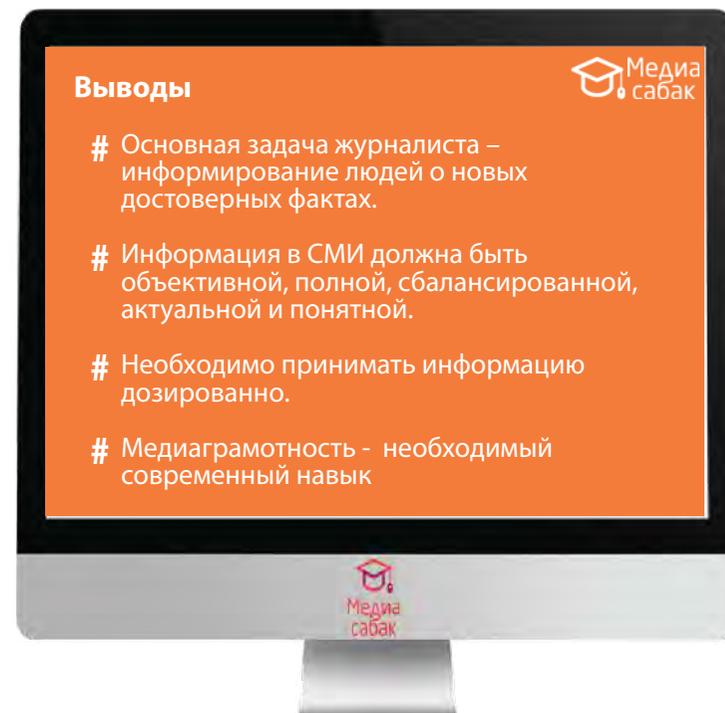


## Подведение итогов урока. Выводы:

- Основная задача журналиста – информирование людей о новых достоверных фактах.
- Информация в СМИ должна быть объективной, полной, сбалансированной, актуальной и понятной.
- Необходимо принимать информацию дозированно.
- Медиаграмотность - необходимый современный навык.



## СЛАЙД № 14



# УРОК № 3



**ТЕМА:**

# ИНФОРМАЦИЯ КАК ЕДА

**Цель урока:** овладение навыками осознанного потребления информации, умением определять виды информации для того, чтобы не становиться объектом информационного манипулирования.

**Задачи:**

- Объяснить ученикам, какие виды информации используются для формирования у аудитории определенного мнения и призыва аудитории к определенному образу поведения.
- Обучить учащихся разделять виды информации, различать факты и мнения.
- Провести практические упражнения для усвоения нового материала.

**Тип урока:** комбинированный: изучение нового материала, проверка применения полученных знаний на практике.

**Форма урока:** интерактивная: лекция с активным участием учащихся и практической работой в группах.

**Новые понятия:** Информационный «фастфуд», критическое мышление, виды информации, интернет-мем, лол.

**Межпредметные связи:** человек и общество, граждановедение.

**Оборудование урока:** Мультимедиа проектор

**Ход урока.**

1. Организационный момент. Вступительное слово учителя. Сообщение темы, целей урока. (2 минуты)
2. Изучение нового материала.

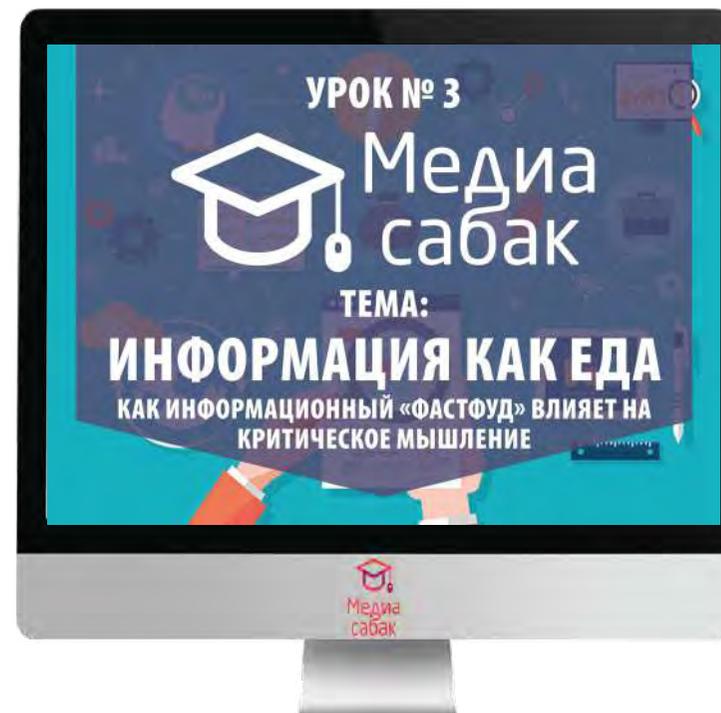
**План урока**

- Информационный «фастфуд» или почему потреблять информацию надо осознанно.
- Фэйки, зачем их распространяют, и как отличить, достоверна ли информация.

На предыдущем уроке мы говорили о том, что такое информация, какое серьезное влияние сегодня информационные потоки оказывают практически на все сферы жизни. Сегодня поговорим о том, с какого рода информацией вы можете столкнуться. При полном и абсолютном доступе к разной информации посредством интернета, вы можете позволить информационной волне полностью захлестнуть вас. Возможно, вы станете просто потребителем информации, постоянно просматривая разные фотографии, читая очередные интересные факты, или просматривая вирусные видео. Вы можете позволить информации манипулировать вами, например, когда поддаетесь всеобщей истерии, и я приведу примеры чуть позже. Но можете и управлять своей жизнью, развивать навыки, если будете правильно пользоваться тем доступом к информации, что открывают современные технологии и осознанно потреблять те информационные массивы, что сейчас предлагают различные инструменты коммуникаций, в том числе, интернет, газеты, радио и телевидение.



## СЛАЙД № 1





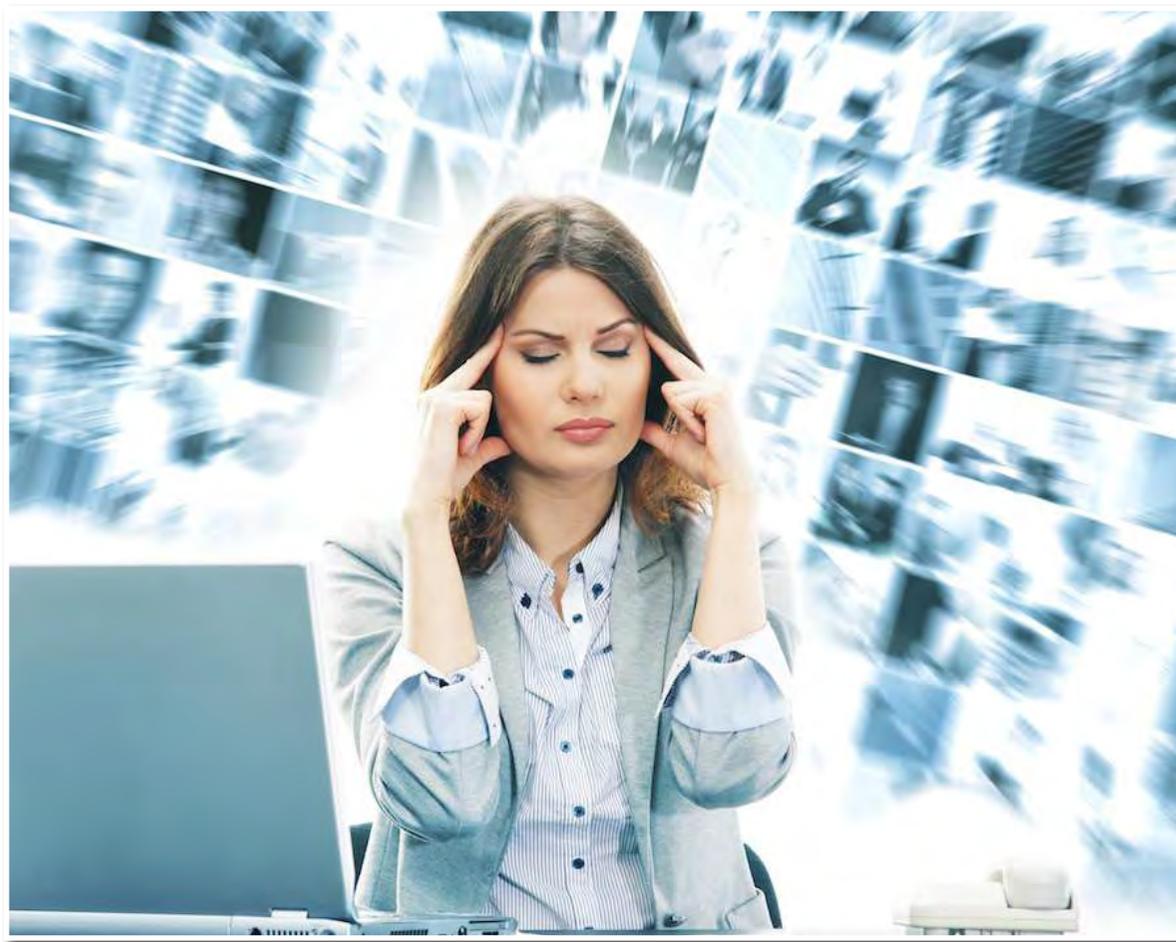
## УПРАЖНЕНИЕ 1. ИНФОРМАЦИОННЫЙ «ФАСТФУД»



5 минут

**Шаг 1. Дискуссия.** Сегодня мы поговорим с вами об информации как о еде.

Информация, как и еда, может быть полезной, может быть вредной, а может быть и информационным «фастфудом». Как вы думаете, что такое информационный «фастфуд»? (Если у слушателей нет вариантов, предложить порассуждать о том, что такое «фастфуд» как еда, затем путем совместных обсуждений прийти к выводу, что как в еде у фастфуда – пустые калории, так и информация может быть пустой, не несущей для ее читателя иной функции, как развлекательной)



21 век уже назвали веком потребления, и касается это не только каких-то предметов быта, обихода, еды, одежды, гаджетов, но и информации. И сейчас это время избыточного информационного потребления. Вот данные, которые это доказывают:

## Каждую минуту

- В интернет отправляется 204 000 000 электронных писем
- Просматривается 6 000 000 страниц на Facebook, 20 млн. фотографий и публикуется 2 460 000 постов.
- На Youtube проигрывается 1 300 000 роликов. И на этот же портал «заливается» видеосообщений хронометражем в сумме 72 часа. То есть, чтобы посмотреть то видео, которое в течение минуты залили на Youtube, вам понадобится 3 суток без перерыва на еду и сон.
- Поисковая система гугл в минуту обрабатывает 4 000 000 запросов.
- В вотсап-мессенджере в эту же минуту отправляется 347 222 фотографии.
- В твиттере публикуются 277 000 постов,
- В инстаграме 216 000 постов

Это данные (инфографика) технологичной компании domo (занимается разработкой программного обеспечения, технологичного оборудования, консалтингом). И эти данные показывают, как огромны потоки информации, как много генерируется контента.



## СЛАЙД № 2





## УПРАЖНЕНИЕ 2. «ЛИШНЯЯ ИНФОРМАЦИЯ»



10 минут

(Материалы: картинки с названиями мессенджеров; любой цветной журнал, лист с примерами и ручка для добровольца, карточки с заданиями для ребят)

**Шаг 1.** Выбрать шесть учащихся (желательно активных, разговорчивых). Один из них (доброволец) выходит за дверь, пока другие получают задания на карточках. Дать им 1 минуту прочитать карточку и подготовиться.

**Шаг 2.** Доброволец в классе получает листок с примерами, и его задача в течение 1 минуты выполнить все примеры письменно. В это время другие ребята с карточками будут выполнять свои действия по отношению в нему.

Карточки для ребят, которые будут играть «Каналы информации». (Можно надеть на голову или приколоть к рубашке изображение значка соответствующего канала)

Название канала	Задание для исполнителя
Канал «Youtube» 2 человека	Вы должны изображать какое-то действие вместе и разговаривать при этом по смыслу. Например, сцена в магазине (подружки меряют одежду), или два парня боксируют, или любое другое действие вдвоем.
Facebook	Тебе нужно будет взять какой-нибудь журнал или газету и листая его, показывать картинки однокласснику и громко читать ему тексты под картинкой, стараясь привлечь его внимание своими рассказами. Можно сочинять, что угодно, рассуждать о погоде, политике, о чем хочешь, НО главное, не молчать!
WhatsUpp	Ты обращаешься к однокласснику(це), перед каждым предложением издавая какой-нибудь звук. Например: «динь-динь, доброе утро! Динь-динь, давай общаться! Динь-динь, когда ты сегодня придешь из школы? И так далее»
Instagram (девочка)	Ты должна говорить постоянно, обращаясь к ученику, который вышел за дверь о том, что ты ела на завтрак, что сегодня видела по дороге в школу, какое платье ты купила и начинать, каждое предложение со слов «Ты посмотри, что я...» (сегодня купила, утром ела, вчера нашла и т.п.)



## УПРАЖНЕНИЕ 2. «ЛИШНЯЯ ИНФОРМАЦИЯ»



10 минут

**Шаг 3.** Через минуту остановить процесс и узнать, сколько примеров смог решить доброволец.

**Вопросы добровольцу:** Было ли трудно решать примеры? Если да, то что мешало? Запомнил ли он что-то из той информации, которую услышал и увидел от одноклассников? Если нет, то почему? Если да, то что именно? От кого шла информация? Мешала ли она решать примеры? Было ли полезно что-то узнать от этих людей?

Дискуссия с классом о том, что показывает это упражнение.

**Вывод:** много «мусорной» информации мешают делать дело, отвлекают, а в результате ничего толком не остается в голове, совершается много ошибок даже в простых заданиях (если есть ошибки в примерах). **Карточка для добровольца:**

61 - 47 =	16 + 35 =
51 - 24 =	88 + 6 =
65 - 28 =	11 - 7 =
16 + 84 =	43 + 38 =
57 - 19 =	7 + 19 =
59 + 42 =	48 + 37 =
29 + 32 =	54 - 28 =
35 + 47 =	60 - 15 =
23 + 29 =	28 + 4 =
35 + 28 =	62 + 18 =
48 - 39 =	27 + 48 =
19 + 14 =	15 + 18 =
86 + 7 =	90 - 24 =
350 - 1 =	41 - 25 =
32 - 25 =	800 - 70 =
18 + 73 =	81 + 19 =

26 + 47 =	37 + 18 =
94 - 64 =	38 + 26 =
56 - 29 =	75 - 6 =
50 - 47 =	17 + 49 =
52 - 17 =	29 + 41 =
90 - 16 =	74 + 8 =
27 + 47 =	60 - 13 =
25 + 37 =	73 - 18 =
94 - 65 =	350 - 1 =
63 - 28 =	14 + 7 =
56 + 8 =	31 - 15 =
64 + 18 =	39 + 45 =
40 - 38 =	39 + 9 = 30

**Шаг 4.** Вопрос к учащимся. Как вы понимаете выражение «информационный «фастфуд», и как это связано с упражнением?



Главное в потреблении информации не ее количество, а актуальность и качество. Для людей важнее знать больше и опередить всех в этом знании или его распространении, но зачастую знание это поверхностно. К чему это приводит? К тому, что, не раздумывая, читая все, что предлагает интернет, или мгновенно делаясь в социальных сетях новостями, картинками или сообщениями, люди не успевают осмыслить информацию, а лишь накапливают эти сведения, как тело копит жир, потребляя пустые калории фастфуда. Чтобы качественно проанализировать информацию нужно время, надо сесть и осмыслить ее, при необходимости задать себе некоторые вопросы, постараться найти на них ответы. Но времени на это нет, потому что все время занято сбором информации.



## СЛАЙД № 4





## УПРАЖНЕНИЕ 3 «LOL»



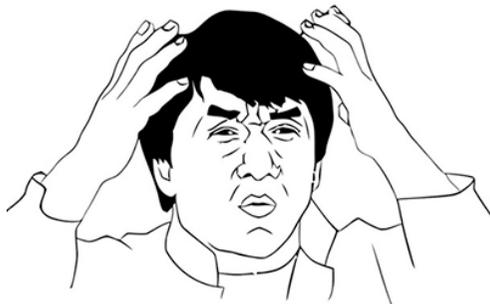
5 минут

**Шаг 1.** Учитель показывает слайды с мемами.  
Как вы знаете, такие картинки называются «мемы»

ПОРАЗИТЕЛЬНО



Так вот что такое МЕМ



## СЛАЙД № 5



**Мем** (англ. meme) — единица культурной информации. Мемом может считаться любая идея, символ, манера или образ действия, осознанно или неосознанно передаваемые от человека к человеку посредством речи, письма, видео, ритуалов, жестов и т. д.

**Мем** – способ выражения собственных чувств с помощью популярной фразы или персонажа. Мемы прочно вошли в нашу жизнь. При общении с друзьями и коллегами многие используют «вирусные» фразы из популярных комиксов, пытаются хоть как-то изобразить персонажей.



## СЛАЙД № 6



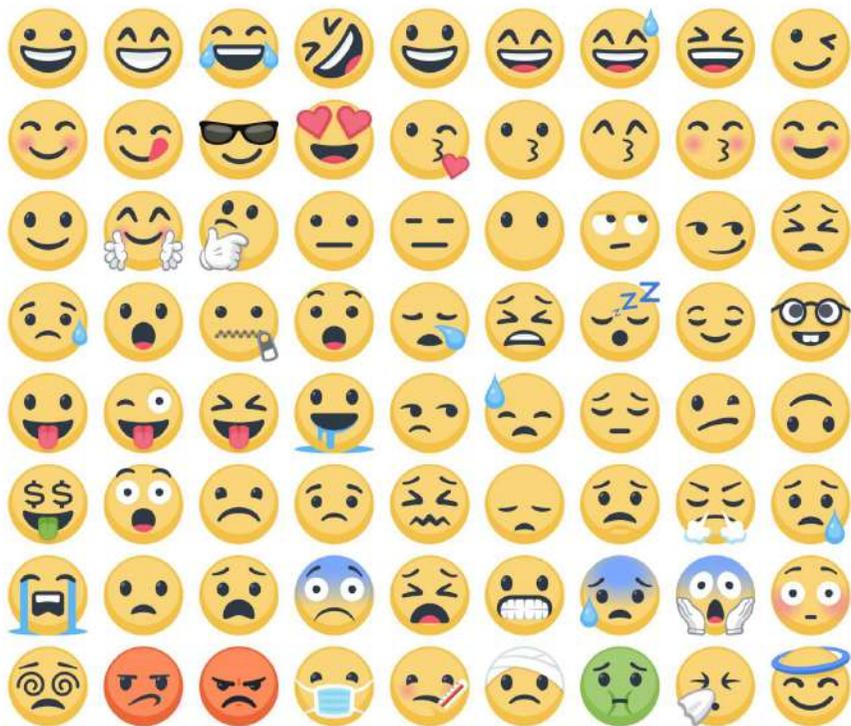
В последнее время стало популярно использование картинок разного рода для выражения своего отношения или эмоций в процессе виртуального общения.

Почему люди стали использовать меньше слов, придуманных самими, а используют заранее заготовленные стандартные, но «чужие» фразы и картинки? (дискуссия 2-3 минуты). Как часто вы это используете?

**Для информации учителю:**

Направляйте дискуссию к обсуждению тенденции к упрощению всего, в том числе языка общения.

Многие говорят сейчас, что эмодзи (смайлы и значки в мессенджерах) - это новый язык международного общения, понятный всем.



## СЛАЙД № 7



Вот пример излишнего потребления информации, когда человек привыкает пользоваться ограниченным числом фраз для коммуникации.

Эта картинка или как их называют «мем»- точно показывает современного человека-потребителя информации, вместо того, чтобы задуматься, у него всегда готов ответ: лол.

Что такое лол?

**LOL** читается как лол или эл-о-эл (от англ. **laughingoutloud** — громко, вслух смеясь; или **laughoutloud** — громко, вслух смеяться; или **lotsoflaughs** — много смеха) — англоязычный акроним, интернет-мем.

Термин используется в сетевом общении главным образом для выражения смеха в письменной форме.



## СЛАЙД № 8



## Шаг 2. Дискуссия и презентация учителя.

*Почему мы становимся такими? (выслушать ответы учащихся).*

Потому что мы потребляем информационный «фастфуд». Людям становится лень придумывать самим фразы, выражать свои мысли точно, они просто берут уже придуманные «заготовки» и используют их в своем общении. Либо создают много похожей информации про то, что их беспокоит.

**Вопрос классу:** Чем опасно излишнее информационное потребление? Обсудить примеры, предлагаемые школьниками.

Притуплением критического мышления. Критическое мышление - это способность, которая поможет вам ориентироваться, принимать верные решения и отказываться от того, что может нанести вам вред. При притуплении критического мышления снижается способность анализировать. В результате мы верим всему, что читаем. Не всему написанному можно верить, об этом я расскажу позже.

Итак, критическое мышление - это способность увидеть тему или событие с разных сторон, а не только с той, с которой вам показали.

Как же надо потреблять информацию? Необязательно читать всё, что попадает. Изучая очередную информацию, спросите у себя, как можно найти применение этой информации? Пригодятся ли получаемые вами новые сведения для качественного улучшения вашей жизни? Когда вы закончите школу, может затем ВУЗ, и будете искать работу, вашим преимуществом как сотрудника станет не информация, потому что ее обладателем может стать любой, а умение проанализировать информацию, выделить важное и применить на практике. Не засоряйте свои головы.

## Шаг 3. Вопрос к учащимся:

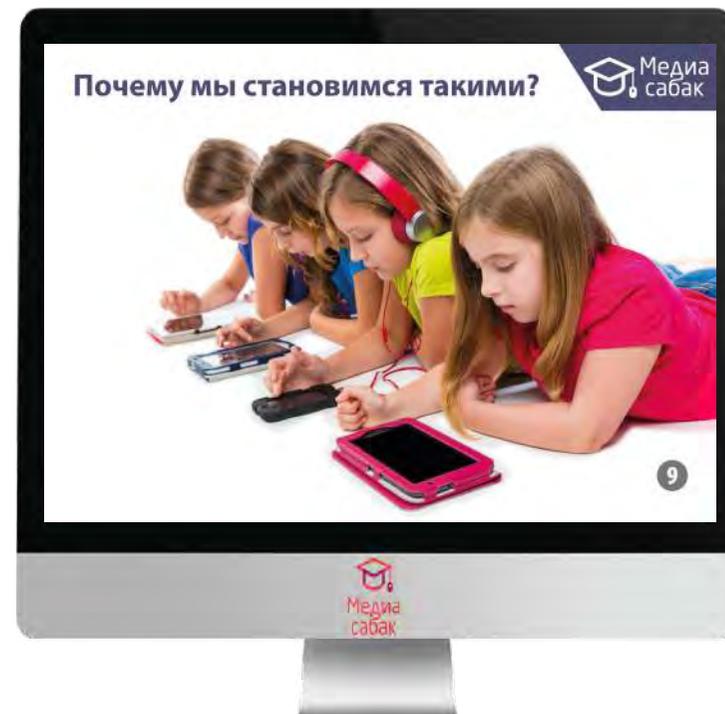
Как вы думаете, надо ли вообще отказаться от информационного «фастуда»?

(Устно. Быстро.)

Выслушать ответы учащихся.



## СЛАЙД № 9



Информационный «фастфуд» или легкая информация расслабляет мозги, это было всегда. В газетах, например, последняя страница отводилась под анекдоты, гороскопы и интересные факты. Чем больше вы потребляете такой легкой информации, тем больше хочется. Вот вы начинаете просматривать подборку фотографий смешных котиков, потом перешли на собачек, потом на яхты мировых звезд шоу-бизнеса, и вас уже не остановить. Я не могу вам советовать не потреблять легкую информацию вообще. Но помните об умеренном и осознанном ее потреблении. Иначе можно стать жертвой манипуляций.



## СЛАЙД № 10

### Чем опасно излишнее информационное потребление?

Притуплением критического мышления. Критическое мышление - это способность, которая поможет вам ориентироваться, принимать верные решения и отказываться от того, что может нанести вам вред. При притуплении критического мышления снижается способность анализировать. В результате мы верим всему, что читаем. А не всему написанному можно верить.

#### Задайте себе вопросы:

- Как можно найти применение этой информации?
- Пригодятся ли получаемые вами новые сведения для улучшения вашей жизни?





## УПРАЖНЕНИЕ 4.ФЕЙКИ



8 минут

**Шаг 1.** На прошлом уроке мы с вами говорили об объективности и достоверности информации. А что вы думаете по поводу этой картинки?

**Шаг 2.** Вопрос: Знаете ли вы историю этой картинки? Расскажите.

**Шаг 3.** Если никто не знает, попросите кого-нибудь прочитать текст объявления.

**Шаг 4.** Вопросы классу:

1. Как много тех, кто прочитал бы это объявление и захотел бы бесплатно взять себе породистого щенка?
2. Как много людей захотят распространить эту информацию у себя на страничке в социальных сетях (вконтакте, одноклассники, мой мир, фейсбук, инстаграм и пр.), чтобы просто помочь?
3. Как думаете, зачем было создано это объявление?

**Шаг 5.** Рассказать историю фейка: Эта фотография с текстом гуляет в социальных сетях уже несколько лет. Подумайте, какие дополнительные вопросы может вызвать у вас этот пост? Включите свое критическое мышление и отметьте те моменты этого объявления, которые могут вызвать у вас сомнения.

**Шаг 6.** Выслушать учащихся.

**Шаг 7.** Дополнения учителя.

- Почему не указан населенный пункт, город или даже страна, где хозяева хотят утопить щенков?
- Почему нет деталей, сколько девочек, сколько мальчиков среди щенков, к кому обращаться по указанному номеру телефона?
- Почему владельцы хотят утопить щенков, которые стоят очень дорого?  
В среднем в России щенок далматинца стоит 300 долларов. В корзине их 15, кто утопит 4500 долларов?
  - Зачем распространять информацию, если вы живете в другом городе или даже в другой стране?



## СЛАЙД № 11



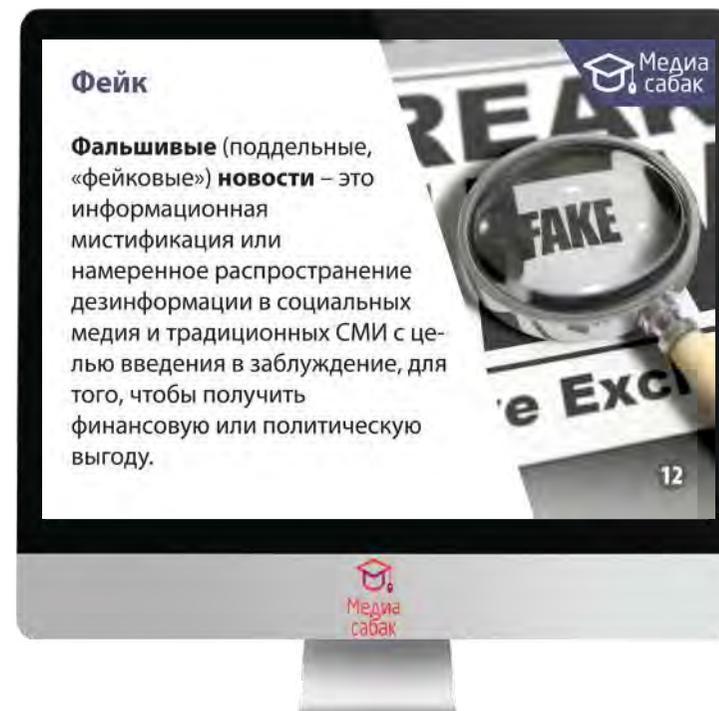
Указанный номер телефона - это специальный номер, при звонке на который, со счета вашего номера снимаются деньги, в некоторых случаях весьма значительные суммы.

Такого рода информация называется фейк, от английского fake – подделка. Вот какое определение слова дает википедия. Фальшивые (поддельные, «фейковые») новости – это информационная мистификация или намеренное распространение дезинформации в социальных медиа и традиционных СМИ с целью введения в заблуждение, для того чтобы получить финансовую или политическую выгоду.

Какие виды фейков вы знаете?



## СЛАЙД № 12

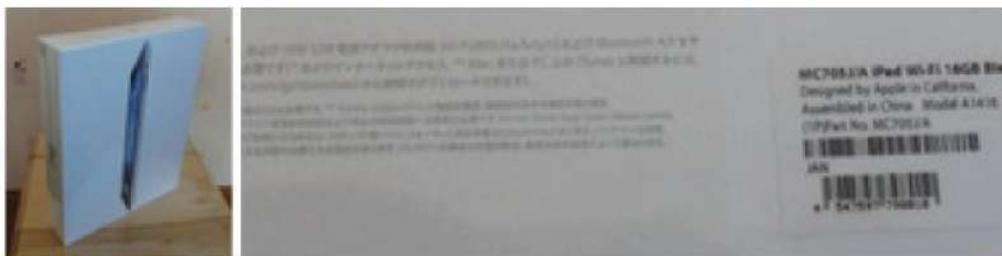


Скажите, что так же «разыгрывают» айфоны, айпады и другую технику. Предложите слушателям еще раз задуматься над вопросами, которые вызывают подобные объявления.



**Дмитрий Бурмистров**

В общем возникла у меня такая ситуация: заказал я себе iPad, но пришло мне их два, а второй мне как бы не нужен(не любят у меня в семье сенсорные телефоны и т.п.). Я бы мог его продать, но так как я с презрением отношусь к современной кредитно-денежной системе и вообще не люблю наш помешанный на деньгах мир - я отдам его случайному человеку, сделавшему репост этого сообщения. И не надо мне писать, что я дебил, я знаю. А, ну и спасибо почте России за подарок :)



**Рок-н-ролл бенд им.Святого ... – Почта России** 3:03

24 фев в 15:11 | Ответить

2706 Мне нравится 5497



## СЛАЙД № 13



Бесплатно, без выгоды для себя никто не будет раздавать технику, и тем более машины и квартиру случайным людям. У таких фейковых объявлений есть несколько похожих особенностей. Не указан спонсор розыгрыша, на которого надо подписаться.

Не указаны контакты лица или компании, которые проводят розыгрыши. Авторы таких постов как правило новички, проверьте их активность, что они пишут, можно ли идентифицировать его страницу как страницу реального человека или компании. Обычно крупные розыгрыши проводят крупные и известные компании.



**ВНИМАНИЕ!!!**

Так уж вышло, что я уезжаю жить в другую страну, открою свой бизнес, заживу, как нормальный человек. У меня есть 2 квартиры, одна в Ростове-на-Дону, другая в Москве. Они мне уже не нужны, продавать мне их лень, не хочу заморачиваться. Я решил просто ПОДАРИТЬ 2 квартиры двум СЛУЧАЙНЫМ людям, которые сделают репост этой записи. Победителя определю ровно через месяц генератором СЛУЧАЙНЫХ чисел.

PS: я в своём уме. Более чем) Это НЕ спам.

Поехали!



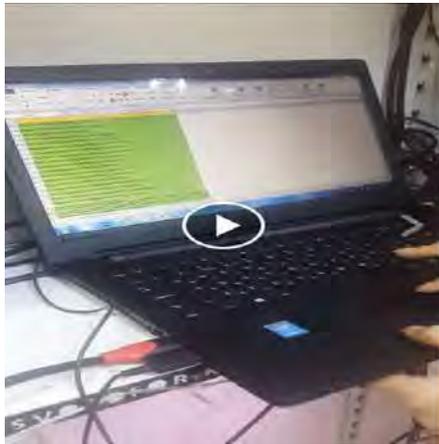
вчера в 13:04 | Ответить

Мне нравится 10



## СЛАЙД № 14





**Шаг 1.** Показать 2 картинки:

**Шаг 2.** Спросить какая из этих картинок фейк, а какая реальный розыгрыш айфона?

**Шаг 3.** Вызвать к доске добровольца. Попросить его написать по каким признакам он определяет, что фейк, а что реальность? Попросить остальных учеников помочь дополнить принципы.

**В помощь учителю:**

- Реальная 1 картинка (от интернет-магазина «Светофор») на ней указано, кто проводит розыгрыш; инициатора конкурса можно найти и офф-лайн (по телефону, указан адрес и пр.) и уточнить про конкурс. По описанию конкурса понятны цели розыгрыша: увеличить число подписчиков страницы магазина «Светофора» на Фейсбук.
- 2 картинка – фейк: ничем не объясняемая щедрость. В тексте встречаются предложения, которые уже были в показанных ранее фейках, например: «не люблю помешанный на деньгах мир», не указаны телефоны, не ясен автор сообщения.

Объяснить далее, что реальные розыгрыши имеют продолжение, так как для инициаторов это маркетинговый ход и защита имиджа. Например, на странице фейсбук было размещено видео, где системой рэндом (выбора случайных чисел) был определен победитель конкурса.

*Объяснить учащимся, что на странице магазина «Светофор» в фейсбуке было опубликовано видео выбора победителя, а позже и фотография победителя.*

*Цели у фейков могут быть разные. Во-первых, это, конечно же, мошенничество. В случае с розыгрышем айфона вас могут попросить выслать деньги на доставку, и таких людей как вы будет несколько тысяч. В случае с квартирами, это может быть вирусная реклама компании, которая строит квартиру: люди заинтересуются, а розыгрыш всегда можно списать на мошенников. Либо это просто специальный контент, чтобы увеличить число посетителей того или иного ресурса.*

Кто знает об этой фотографии?

Несколько лет назад эта фотография облетела весь мир с печальной историей о том, как сирота из Сирии спит между могилами родителей. Все активно делились.



## СЛАЙД № 15



А вот продолжение истории: на самом деле фотография была постановочной, и сделал ее фотограф из Саудовской Аравии. Идея этого проекта была показать любовь к родителям. Сам автор фотографии потом был удивлен тому, как распространялась его работа. Он сам писал и рассказывал везде, что его фотография не имеет отношения к Сирии.

Однако бывает, что фейки проходят и по телевидению.



## СЛАЙД № 16





## УПРАЖНЕНИЕ 4 «ФЕЙКИ НА ТВ»

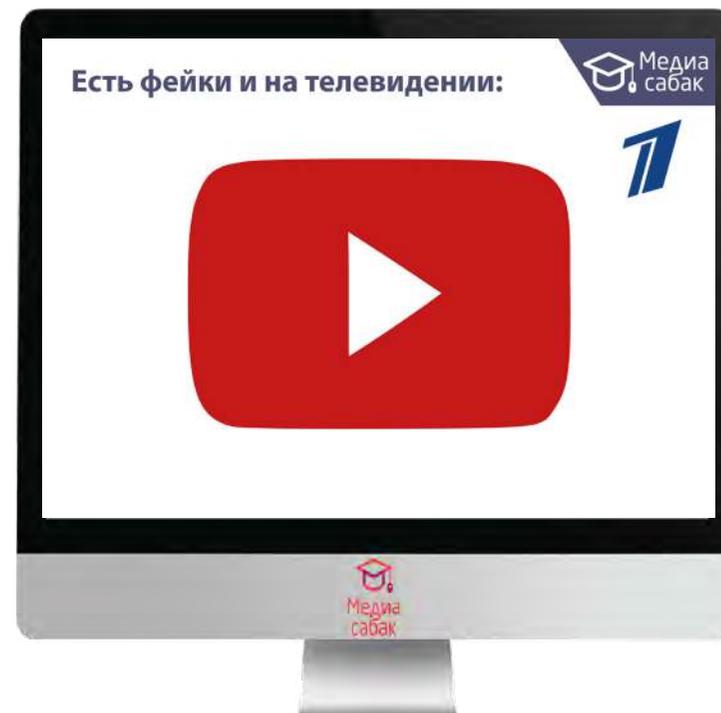


5 минут

Показать видео о журналистской ошибке  
Видео доступно в открытых источниках



## СЛАЙД № 17



## Справка:

В 1971 году возле деревни Дарваза в Туркменистане советские геологи обнаружили скопление подземного газа. В результате раскопок и бурения разведочной скважины геологи наткнулись на подземную каверну (пустоту), из-за чего земля провалилась и образовалась большая дыра, наполненная газом. Буровая вышка со всем оборудованием и транспортом провалилась в образовавшуюся дыру, люди при этом инциденте не пострадали. Чтобы вредные для людей и скота газы не выходили наружу, их решили поджечь. Геологи предполагали, что пожар через несколько дней потухнет, но ошиблись. С 1971 года природный газ, выходящий из кратера, непрерывно горит днём и ночью.

Это пример журналисткой ошибки, когда редакторы просто не проверили достоверность видео. Но бывают и примеры намеренной дезинформации, чтобы сформировать у аудитории определенное мнение. Информация сейчас становится очень серьезным орудием. Один из главных инструментов его распространения или, можно сказать, поражения остается телевидение, особенно в странах СНГ, в том числе России, Кыргызстане, Казахстане и других постсоветских странах. Телевидение - главный источник получения информации для населения этих стран. Вот почему так много заинтересованных лиц, которые хотят решать, что должны показывать телеканалы.

**Вывод:** Необходимо помнить, что каждый из нас, зрителей, является потребителем информации, в том числе телевизионного контента. И, если телеканалы создают такие фейки, то создаются они, в частности, и потому, что зрители позволяют это. Зрители проглатывают эту информацию и верят ей.



## СЛАЙД № 18



Но журналисты в некоторых странах, в том числе и в нашей, любят пошутить на 1 апреля и создают фейковые новости, которым, кстати, люди иногда верят.

Поставить видео «Форель в Ала-Арче»  
Видео доступно в открытых источниках



Пояснение учителя: Рассказать учащимся, что это был шуточный сюжет на 1 апреля интернет-канала ТВ1 кг. Вывод: Что может быть фейком? Все что угодно: не только объявление в социальной сети, но даже профайл, от имени которого размещено объявление, картинки, фотофакты и др.



## СЛАЙД № 19





## УПРАЖНЕНИЕ № 6 СОЛДАТЫ



7 минут

**Шаг 1.** Разделить учащихся на 2 группы.

**Шаг 2.** Карточки подготовить заранее.

(Для первой группы карточка № 1, для 2-ой группы карточка № 2)

**Шаг 3.** Задание группам: Придумайте мини-рассказ о событии, которое изображено на картинке.

**Шаг 4.** Презентация групп. Выслушайте примерные ответы учащихся.

**Шаг 5.** Дополнения учителя. После обсуждения показать картинку, которая включает в себя обе части фотографии.

Вопрос: Как теперь изменилось ваше мнение о событии на картинке?



**Шаг 6.** Выслушать примерные ответы учащихся.

Первая часть картинки рассказывает нам о жестоком обращении с пленным, вторая часть картинки может ввести в заблуждение, что солдат дружелюбной армии дает напиток воды, или может сказать нам о том, что с пленными обращаются очень хорошо. Но истина такова, что нет абсолютно белого - очень доброго отношения к пленным – и черного – жестокого обращения. Да, это пленник, но над ним не издеваются, и скорее всего как мы можем предположить, ему не доверяют, раз приставили к его голове дуло автомата.

По этой фотографии появился новый «мем», который отражает, как мы можем получать информацию от разных заинтересованных источников.

Средства массовой информации соблюдают стандарты профессиональной этики, которая диктует освещать событие полностью. Журналисты, в большинстве случаев, расскажут вам всю полную историю, как в первом источнике. Но существуют и такие СМИ, которые могут показать вам лишь одну часть этой картинки: либо пленного с дулом автомата у виска, либо солдата, которому дают напиток.

Данное упражнение делается для того, чтоб показать, что чем больше знаешь об истории, о событии или тенденции, тем более полную картину можешь представить. Если знаешь историю лишь с одной стороны, ты не увидишь ее полностью.

Когда нет возможности получить полную информацию в силу различных обстоятельств, в том числе умышленного умалчивания части истории, помогает критическое мышление, неудовлетворенное ответом, который дан. Благодаря ему, мы задаем дополнительные вопросы, ответы на которые можно и нужно искать.

*В случае, если ученики интересуются реальной историей этой фотографии можно пояснить:*

Американские морские пехотинцы из 15-го Экспедиционного подразделения отпаивают иракского солдата водой из фляги. Около 200 иракских солдат сдались в плен этому подразделению всего через час после того, как оно вступило на территорию Ирака со стороны северного Кувейта. Юг Ирака, 21 марта 2003 года. Фотография была сделана в 2003 году.

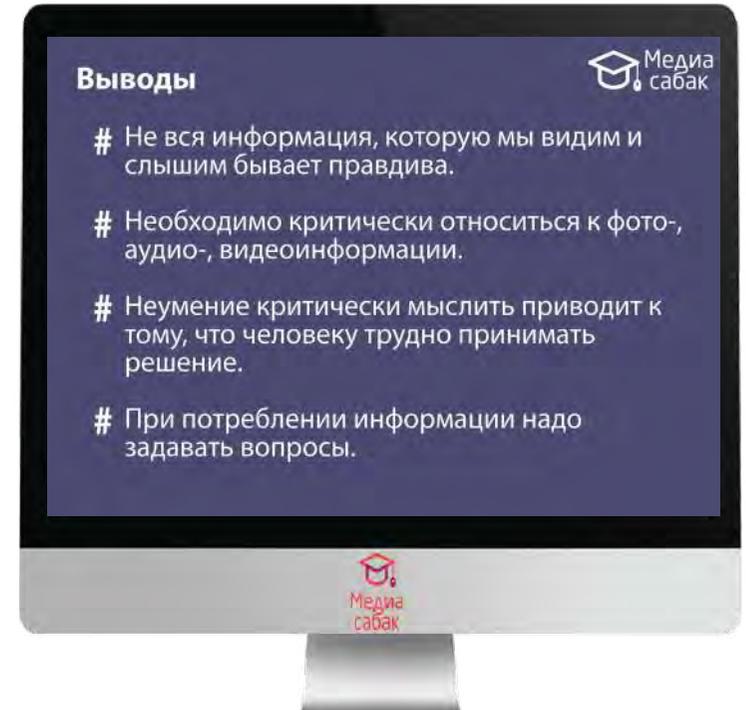


## Подведение итогов урока. Выводы:

- Не вся информация, которую мы видим и слышим бывает правдива.
- Необходимо критически относиться к фото-, аудио-, видеоинформации.
- Неумение критически мыслить приводит к тому, что человеку трудно принимать решение.
- При потреблении информации надо задавать вопросы: «Для чего автор дает нам информацию?», «Что он хочет донести до нас?», «Что я извлек для себя полезного из этой информации?»



## СЛАЙД № 20



# УРОК № 4



**ТЕМА:**

**ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИИ  
НА ЧЕЛОВЕКА**

**ЦЕЛЬ УРОКА:** Способствовать развитию самостоятельного критического мышления.

**ЗАДАЧИ:**

- рассмотреть проблемы влияния информации на сознание человека;
- выделить отрицательное и положительное влияние информации;
- развивать умения учащихся работать в группе;
- воспитывать коммуникативные качества учащихся и умение высказывать собственное мнение.

**ФОРМА УРОКА:** работа в группах.

**НОВЫЕ ПОНЯТИЯ :** манипулирование, пропаганда

**МЕЖПРЕДМЕТНЫЕ СВЯЗИ:** экономика, история

**ОБОРУДОВАНИЕ УРОКА:** Мультимедиа проектор, рекламные брошюры, распечатки текста «Сказка» (3 экз.)

**ПЛАН УРОКА**

- Подсознательное влияние информации на человека. Психологические манипуляции в рекламных образах.
- Манипулирование и пропаганда в СМИ.

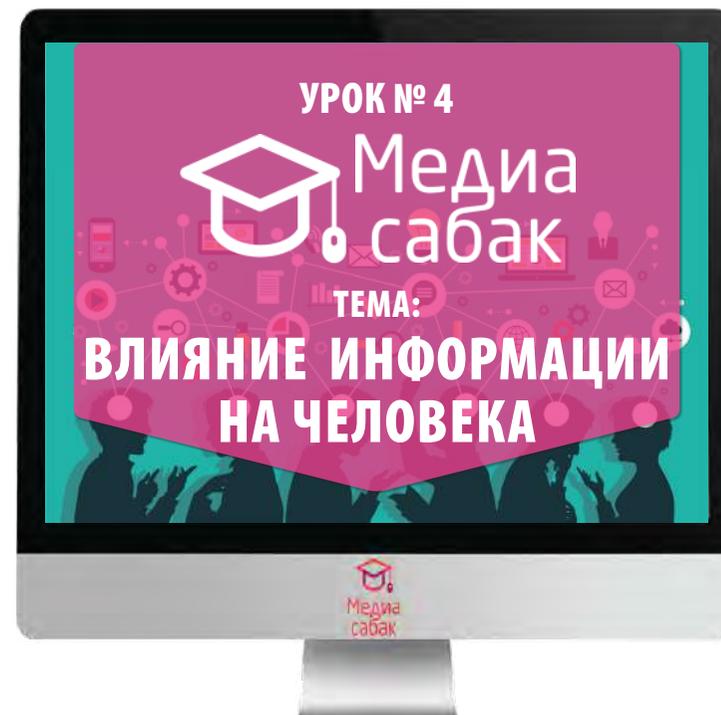
На прошлом уроке мы изучили с вами то, какой может быть информация. Узнали, что не всегда надо верить всему, что опубликовано и написано в сети интернет, сказано по телевизору.

Сегодня поговорим о том, как информация становится весомым орудием в руках тех, кто преследует те или иные интересы. Как используют в своих целях информацию «рекламщики», политики, лица принимающие решения.

Почему важно знать, кто владеет тем или иным СМИ?



## СЛАЙД № 1





## УПРАЖНЕНИЕ 1. ВИДЫ ВИЗУАЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

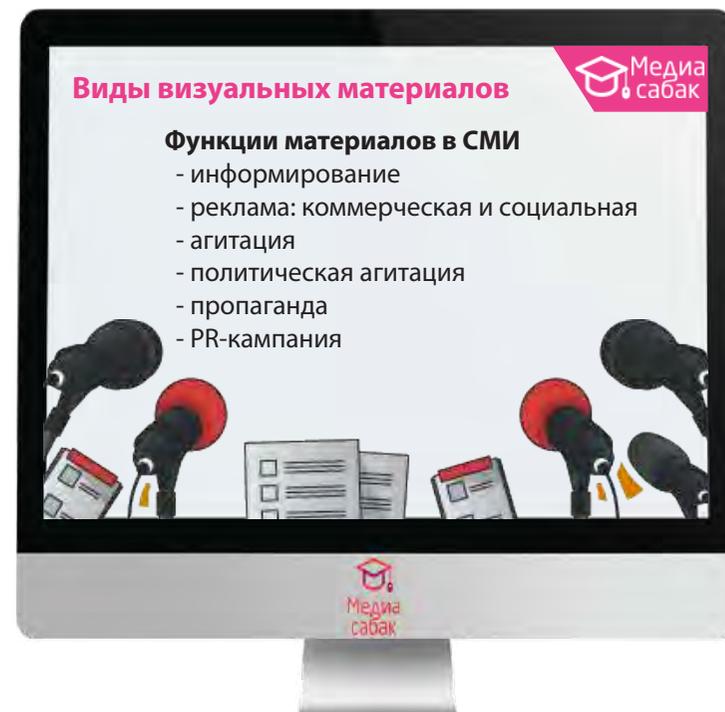


12 минут

Информация бывает разной, она может быть просто сообщением, пропагандой, а может быть рекламой.



## СЛАЙД № 2



**ИНФОРМИРОВАНИЕ** - объявление о том, что что-то происходит или произойдет. То есть когда информация сообщается для того, чтобы тот, кто ее прочитал, просто знал.



## СЛАЙД № 3

### Информирование



**Информирование** - объявление о том, что что-то происходит или произойдет. То есть когда информация сообщается для того, чтобы тот, кто ее прочитал, просто знал.



Рекламу называют **КОММЕРЧЕСКОЙ**, если она рекламирует товар или услугу



**КОГДА ХОЧЕТСЯ МЯСА,  
НЕВОЗМОЖНО  
НЕ ДУМАТЬ О НЕМ**

**ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА  
100% ГОВЯДИНА  
ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА**

**ВАШ ЛЮБИМЫЙ РОЯЛ ЧИЗБУРГЕР  
В МАКДОНАЛДС®**

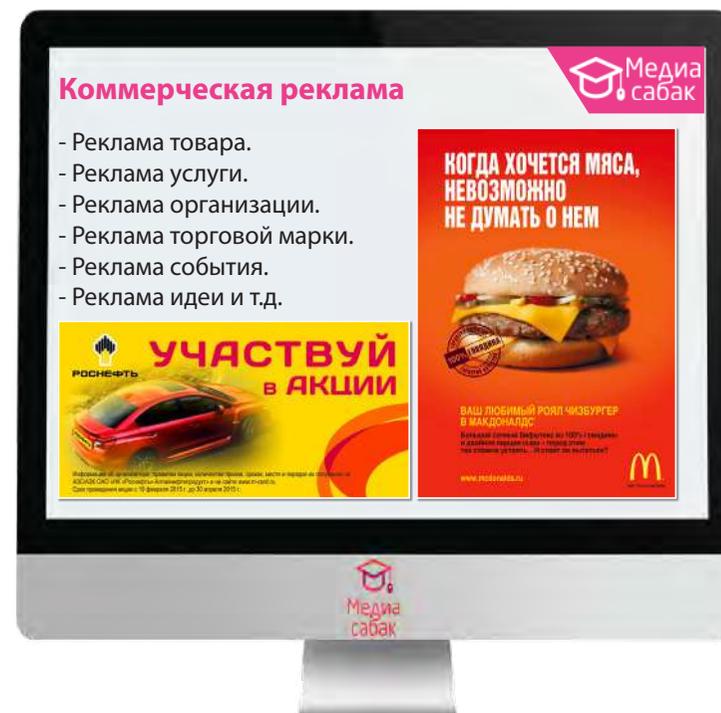
Большой сочный бифштекс из 100% говядины  
и двойная порция сыра – перед этим  
так сложно устоять... И стоит ли пытаться?

[www.mcdonalds.ru](http://www.mcdonalds.ru)

  
Вот что я люблю.



## СЛАЙД № 4



**Коммерческая реклама**

- Реклама товара.
- Реклама услуги.
- Реклама организации.
- Реклама торговой марки.
- Реклама события.
- Реклама идеи и т.д.

**УЧАСТВУЙ  
в АКЦИИ**

**КОГДА ХОЧЕТСЯ МЯСА,  
НЕВОЗМОЖНО  
НЕ ДУМАТЬ О НЕМ**

**ВАШ ЛЮБИМЫЙ РОЯЛ ЧИЗБУРГЕР  
В МАКДОНАЛДС®**

Большой сочный бифштекс из 100% говядины  
и двойная порция сыра – перед этим  
так сложно устоять... И стоит ли пытаться?

[www.mcdonalds.ru](http://www.mcdonalds.ru)

Media  
sabak

Рекламу называют **СОЦИАЛЬНОЙ**, когда посредством рекламы обществу хотят объяснить какие-то проблемные моменты общественного устройства. Например, вред ранних браков для здоровья граждан, равные возможности для детей с особенностями (например, больных аутизмом), для лиц с ограниченными возможностями здоровья (инвалидов). Необходимость создания им условий для того, чтобы они не сидели дома, а имели возможность выходить на улицу, посещать развлекательные центры, кинотеатры и пр.



## СЛАЙД № 5

### Социальная реклама



**Социальная реклама** - вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума.



**АГИТАЦИЯ** - устная и печатная деятельность среди широких масс, имеющая целью распространение каких-нибудь идей для политического воспитания масс и привлечения их к активной общественно-политической жизни. К ним относятся встречи с избирателями, митинги, шествия; наглядная агитация включает плакаты и листовки, наружная агитация это - баннеры, уличные щиты, уличные мониторы.



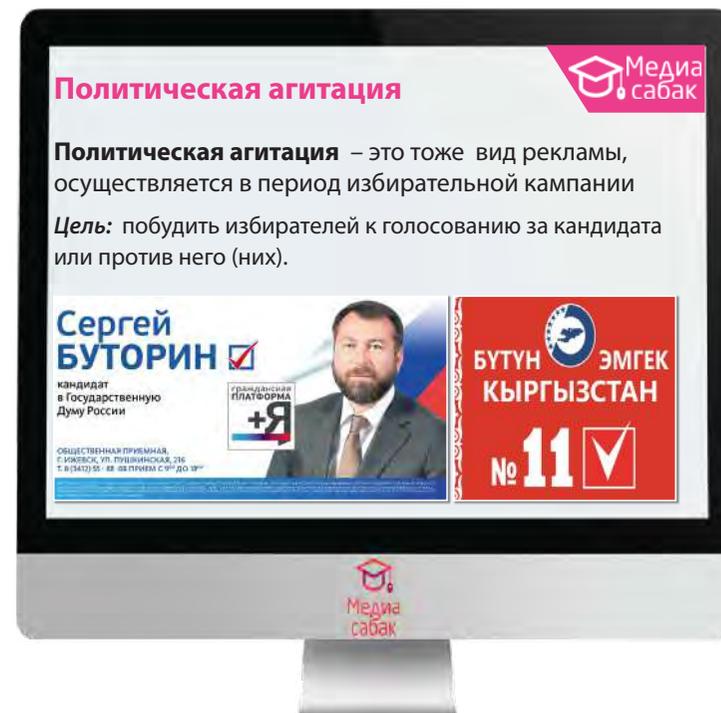
## СЛАЙД № 6



**ПОЛИТИЧЕСКАЯ АГИТАЦИЯ** – это тоже вид рекламы. Ее мы с вами видим во время выборных процессов, когда сообщение на плакате призывает голосовать за того или иного кандидата, отдать свой голос определенной партии или выбрать какого-то человека в айылный совет (кенеш).



## СЛАЙД № 7



**ПРОПАГАНДА** – это вид агитации, когда информация навязывает нам определенное мнение. Пропаганда является эффективным инструментом воздействия при тоталитарных и авторитарных режимах. Широко использовалась в Советском союзе, нацистской Германии, в Северной Корее (в наши дни).



## СЛАЙД № 8

### Пропаганда



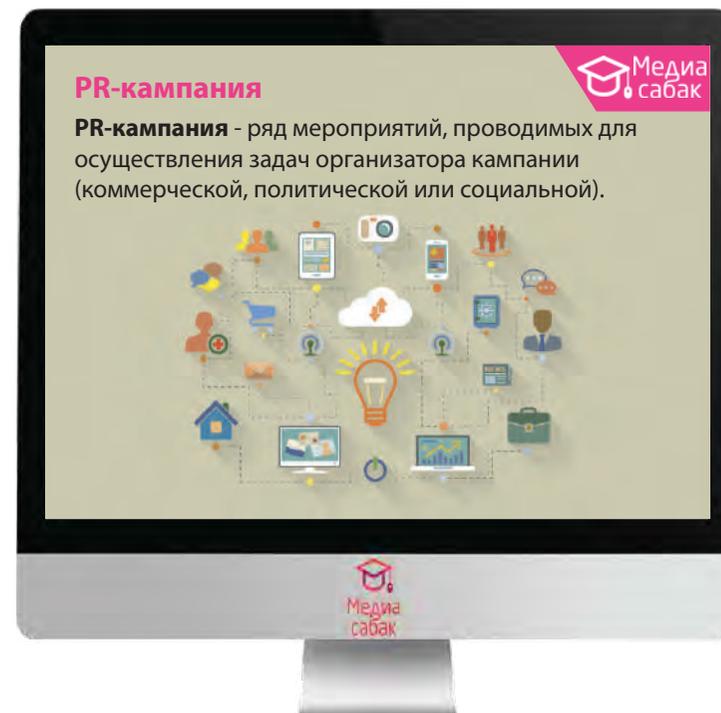
**Пропаганда** в современном мире понимается как открытое распространение взглядов, фактов, аргументов и других сведений, в том числе намеренно искажённых и вводящих в заблуждение, для формирования общественного мнения или иных целей, преследуемых пропагандистами.



**PR-КАМПАНИЯ** - ряд мероприятий, проводимых для осуществления задач организатора кампании (коммерческой, политической или социальной). Например, розыгрыш лотереи среди покупателей определенного магазина – это PR-кампания.



## СЛАЙД № 9





## УПРАЖНЕНИЕ №2. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОСТЕРОВ



5 минут

**ШАГ 1.** Поделите учащихся на 3 группы .

**ШАГ 2.** Раздайте каждой группе заранее подготовленные постеры (рекламные брошюры) и стикеры.

<b>Социальная реклама:</b> Постер времен СССР. Социальная реклама против употребления алкоголя.	<b>Реклама:</b> Постер рекламирует всемирно-известный напиток.	<b>Пропаганда:</b> Советская пропаганда Второй Мировой Войны, которая изображает «дружественную встречу» русского и английского пилотов. Перевод: встреча над Берлином
<b>Реклама:</b> Постер рекламирует батончик «Kit-Kat» Перевод: Сделай перерыв – съешь Кит-Кат.	<b>Информирование</b> Информирование о предстоящей Масленице	<b>Социальная реклама</b>  Социальная реклама о правах женщин.
<b>Социальная реклама</b> Социальная реклама о чистоте.	<b>PR-кампания</b> Пример рекламирования сотового оператора	<b>Агитация</b> Предвыборная агитация
<b>Информирование</b> Сообщение МЧС о спуске лавин и предостережение от поездок на опасных участках дороги	<b>Пропаганда</b>	<b>PR-кампания</b> Рекламная кампания торгового центра «Технодом»

**ШАГ 3.** Вопрос к классу: Определите, к какому сообщению относится каждый постер.



## УПРАЖНЕНИЕ №3. РЕКЛАМА



5 минут

**ШАГ 1.** Показать учащимся картинку

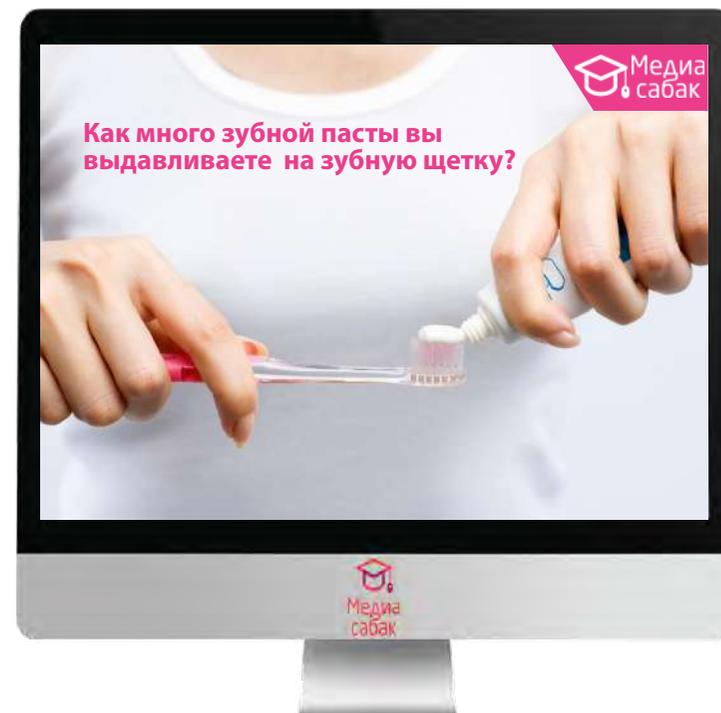
**ШАГ 2.** Вопрос классу: Как много зубной пасты вы выдавливаете на зубную щетку?

**ШАГ 3.** Выслушать ответы учащихся. Если кто-то из учеников ответит, что выдавливает зубной пасты количеством менее половины головки, спросить почему.

**ШАГ 4.** Вопрос учащимся: «А знаете ли вы, сколько пасты рекомендуют использовать для чистки зубов?»



## СЛАЙД № 10

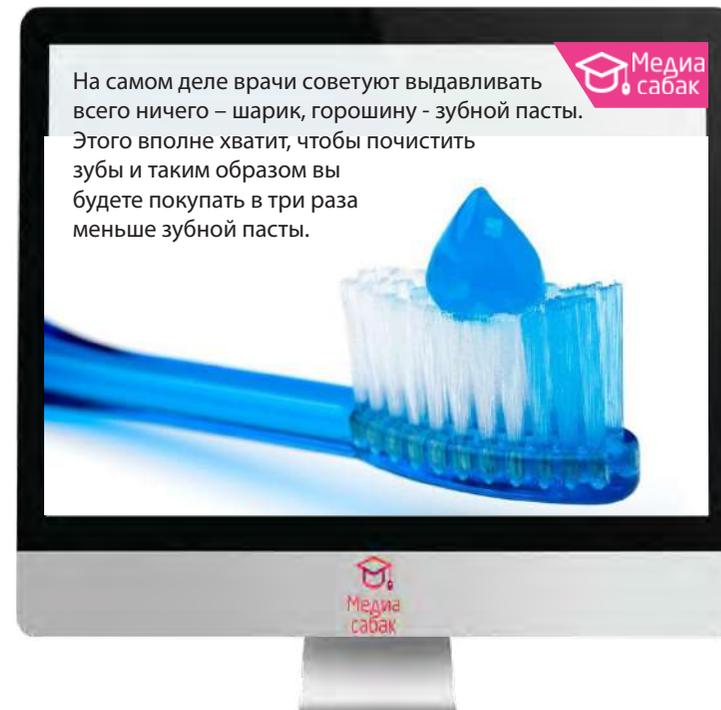


На самом деле врачи советуют выдавливать всего ничего – шарик, горошину зубной пасты. Этого вполне хватит, чтобы почистить зубы, и таким образом вы будете покупать в три раза меньше зубной пасты.

Объяснить, что использовать так много зубной пасты нас запрограммировала реклама, так как в каждом рекламном ролике мы видим, что паста должна покрывать всю щетину зубной щетки. Это маркетинговый ход, который позволяет увеличить продажи зубной пасты.



## СЛАЙД № 11



**Дополнение учителя:** Манипулирование и пропаганда в СМИ.

Практически любая информация влияет на человека. Вспомните, когда вы в последний раз плакали во время просмотра фильма, как вдохновила вас история успеха, например, Кайрата Примбердиева, который выступал на шоу «Голос», или когда вы сопереживали ребенку, больному раком, про которого показывали по новостям 5 канала. А может, вы злились на мошенников, которые обманывали пенсионеров. Мы так устроены, что сознание отреагирует на информацию практически сразу, но подсознание заложит память об этой информации и реакцию на нее на длительное время. Самый простой пример влияния информации на человека это реклама. Есть и другие примеры воздействия рекламы на подсознание.

- Сейчас весьма распространено убеждение, что на праздничном столе обязательно должна быть бутылка кока-колы.
- Или, что надо сразу брать 2 подушечки жевательной резинки. Это два примера того, как реклама формирует некоторые наши убеждения.

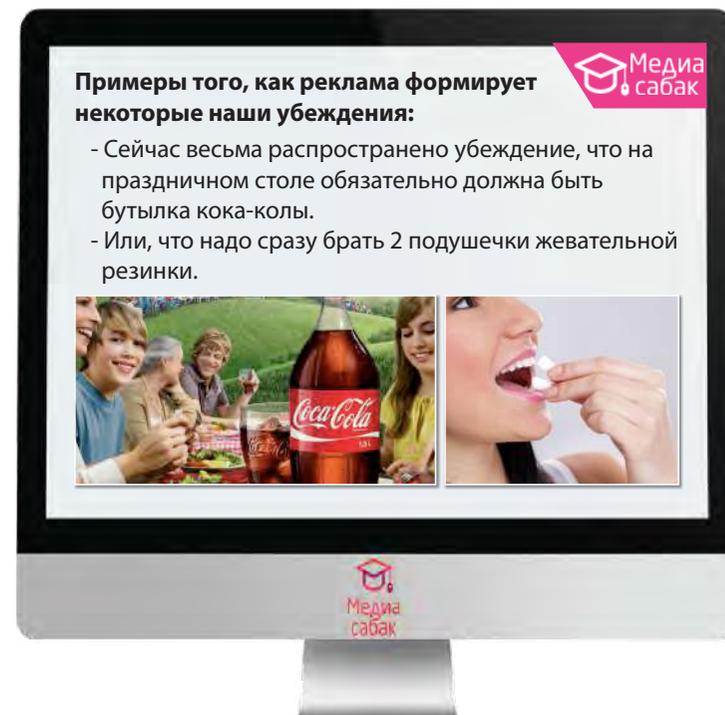
**Вопрос классу:** Как вы думаете, с какой целью это делается?

Путем общих рассуждений прояснить, что таким образом рекламодатели (заказчики рекламы) способствуют увеличению потребления людей, а следовательно продаж своих товаров. Глядя на рекламу, где герой сразу берет 2 подушечки, зритель может решить, что одной будет недостаточно.

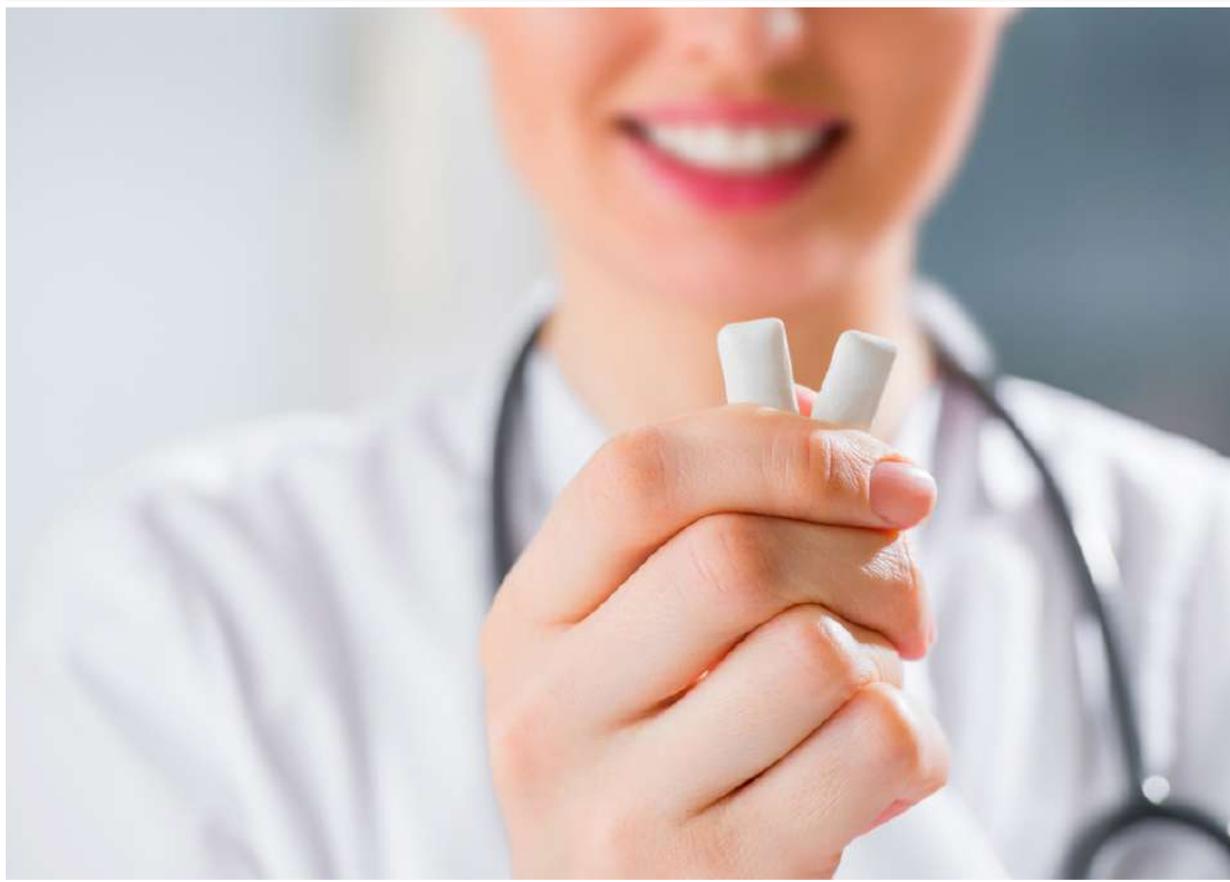
По сути, это манипулирование. Существуют различные способы манипулирования в рекламе. Например, когда сравнивают какой-то товар с рекламируемым, например стиральный порошок или сок. Иногда пытаются навязать образ успешности, приглашая звезд в рекламу, где утверждается, что тот или иной певец или актер ни дня не обходится без рекламируемого товара. На этом принципе строится и заработок «звезд» социальных сетей. Известные вайнеры (пользователи социальных сетей, снимающие короткие видео – вайны) часто рекламируют какой-то товар, и таким образом зарабатывают деньги.



## СЛАЙД № 12



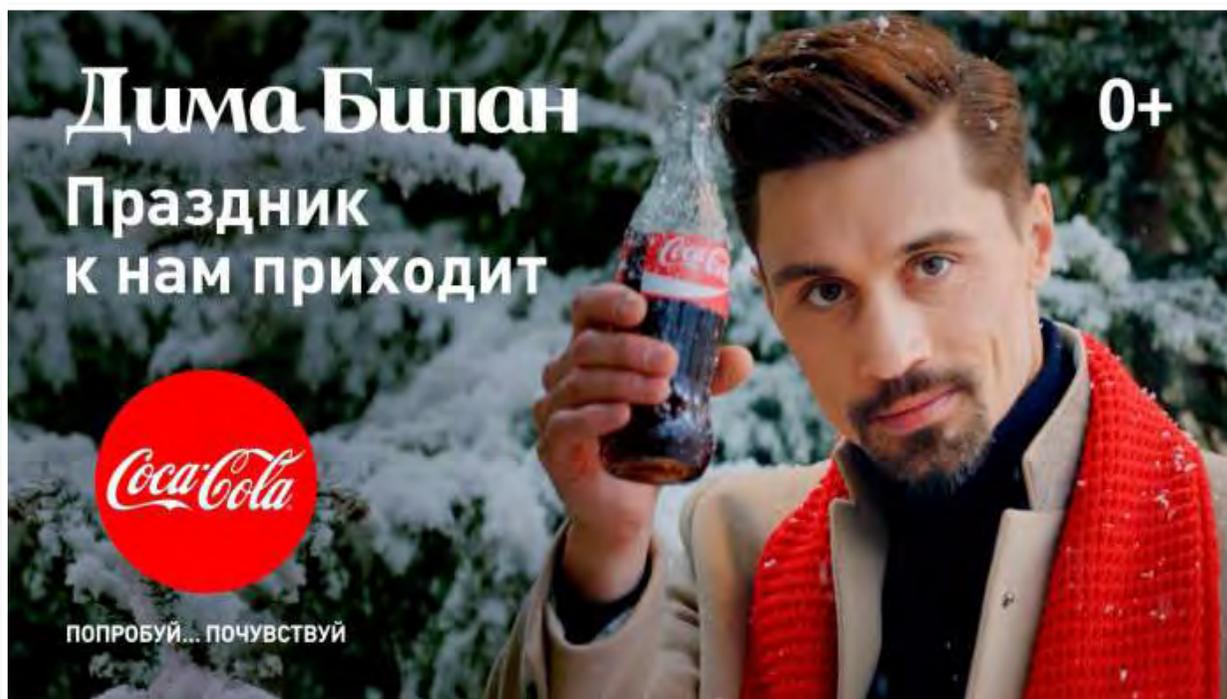
Путем общих рассуждений прояснить, что таким образом рекламодатели (заказчики рекламы) способствуют увеличению потребления людей, а следовательно продаж своих товаров. Глядя на рекламу, где герой сразу берет 2 подушечки, зритель может решить, что одной будет недостаточно.



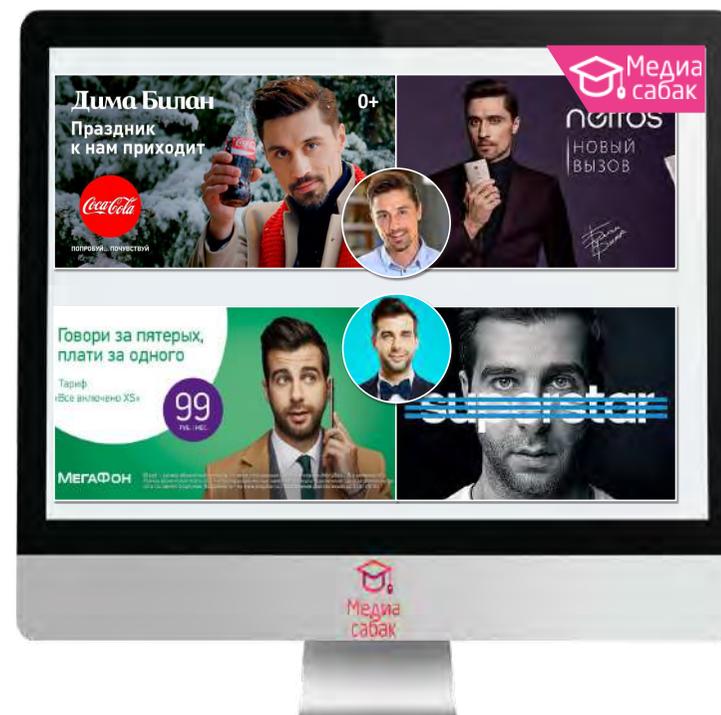
## СЛАЙД № 13



По сути, это манипулирование. Существуют различные способы манипулирования в рекламе. Например, когда сравнивают какой-то товар с рекламируемым, например стиральный порошок или сок. Иногда пытаются навязать образ успешности, приглашая звезд в рекламу, где утверждается, что тот или иной певец или актер ни дня не обходится без рекламируемого товара.



## СЛАЙД № 14



На этом принципе строится и заработок «звезд» социальных сетей. Известные вайнеры (пользователи социальных сетей, снимающие короткие видео – вайны) часто рекламируют какой-то товар, и таким образом зарабатывают деньги.



## СЛАЙД № 15

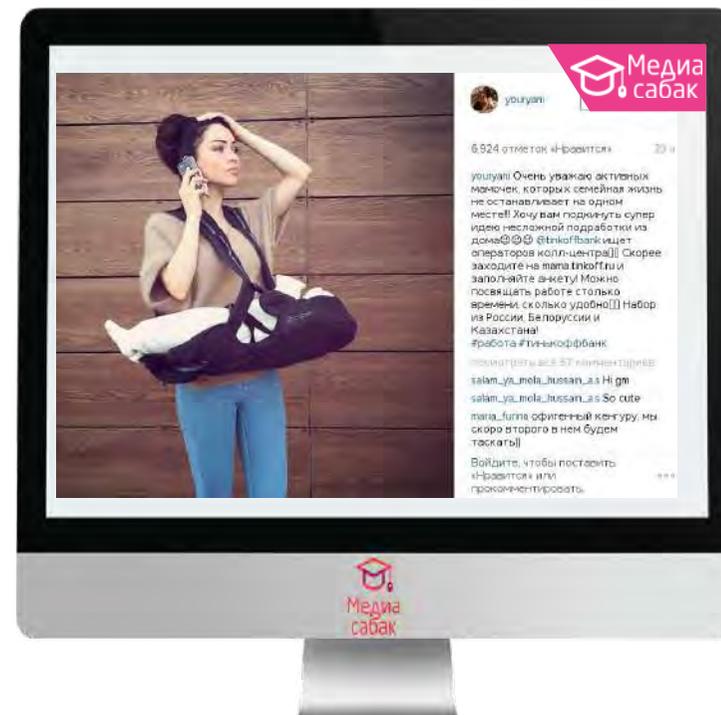


В среднем в Кыргызстане рекламодатели платят 500 долларов за один пост (размещение картинки или текста). Например, если человек, на которого в инстаграмме подписано несколько сотен тысяч человек пишет, что ни дня не проводит, не выпивая напиток определенной марки, то это, скорее всего, реклама.

Многие подростки хотят быть похожими на своих кумиров, вот на этом и играют рекламодатели. Это манипулирование на подростковой психологии.



## СЛАЙД № 16



**Прием манипуляции** используется не только в рекламе. Информация становится инструментом манипулирования общественным сознанием. Когда целью является сформировать то или иное представление о каком-то событии или явлении, в этом хорошо помогает информация. Средства массовой информации могут быть инструментом пропаганды. Да таким мощным, что даже могут заставить представителей одной нации зверски уничтожать другую.

Например, Йозеф Геббельс, министр пропаганды Германии времен Гитлера, внес значительный вклад в рост популярности национал-социалистов. Он активно использовал радио и кинематограф, так как телевидение тогда было не так распространено, для продвижения идей фашизма, и фактически стал одним из организаторов холокоста. Он идеологически подготовил целую страну к принятию идеи депортации и уничтожения евреев.



## СЛАЙД № 17





## УПРАЖНЕНИЕ №4. АССОЦИАЦИИ



10 минут

**ШАГ 1.** Поделите учащихся на 2 группы.

**ШАГ 2.** Раздать каждой группе карточки, в каждой из которых написаны слова:

- оценочный (оценивать)
- изменять мнение
- знание (узнавать)
- внушение (внушать)
- призыв (призывать)
- просвещение (просвещать, объяснять)
- описание происходящего (описывать)
- общение (общаться)
- влияние (влиять)
- агитация (агитировать)
- объективность
- реклама (рекламировать)
- сообщение (сообщать)

**ШАГ 3.** Поделить доску на 2 части (либо дать каждой группе флипчат и маркер) и написать два слова: «Информирование» и «Пропаганда». Каждая группа должна распределить слова из карточек в соответствующую группу согласно ассоциациям. Желательно привести примеры значений слов.

**Информирование** – информирует, разъясняет, НО: не даёт готовых решений.

**Пропаганда** – информирует, разъясняет, убеждает, НО: компрометирует, манипулирует.

В целом пропаганда – это и есть манипулирование нашим сознанием, т.е. «внушение» - это наше слово, так как ассоциируется с навязыванием определенного мнения. Например, когда реклама нам внушает, что надо брать 2 подушечки жевательной резинки, а не одну.



## УПРАЖНЕНИЕ 5. СКАЗКА «МАЛЕНЬКАЯ СТРАНА - АЛЬФА»



10 минут

**ШАГ 1.** Подготовить сказку, распечатать заранее.

**ШАГ 2.** Учащихся разделить на 3 группы (можно больше)

**ШАГ 3.** Раздать всем группам в классе сказку для обсуждения, дать задание продолжить сказку.

**ШАГ 4.** Дискуссия: Какую роль сыграли СМИ трех стран в судьбе маленькой страны?  
Выслушать ответы учащихся.



**Текст. Национальная информационная безопасность.**

**Сказка « Маленькая страна – Альфа»**

Жила-была Маленькая Страна-Альфа. Маленькая и счастливая, потому что было у нее все, чтобы жители ее жили тоже счастливо. Свои минеральные ресурсы, красивая природа, трудолюбивое население. И были у маленькой счастливой страны три больших соседа: Бетта, Омега и Зет. С большими соседями Альфа жила в мире.

Но однажды Бетта поняла, что ее население с каждым днем становится все больше и больше. И может скоро ресурсов у нее на все ее население не хватит. И стала заглядываться Бетта на территорию Альфы. При этом рассуждая, что Альфа маленькая, ее будет легче покорить, чем ее других больших соседей. Но так как открытая агрессия не приветствовалась и могла обернуться полной изоляцией от других стран. Она решила действовать хитро, и настроить жителей Альфы так, чтобы они сами захотели, стать частью Бетты.

И решила Бетта открыть в Альфе свою Собственную Газету. Чтобы завоевать читателей страны. Газета Бетты начала писать о том, какие же замечательные жители Альфы, какие у них хорошие традиции. Про власти страны Собственная Газета ничего не писала или писала нейтрально. А когда газету стали читать почти половина жителей Альфы, она начала писать о том, как слабы правители страны, и что только Бетта с ее ресурсами и достижениями, может спасти жителей Альфы.

Население Альфы постепенно делилось на два лагеря, в Интернете началось настоящее противостояние между теми, кто хотел быть частью государства Бетты и теми, кто считал, что Альфа должна оставаться независимой страной.

Глядя на все это Омега, которая считала себя самой сильной страной, а, значит, и имеющей больше прав, чем все остальные страны, решила, что ни за что не позволит Бетте забрать Альфу, а лучше заберет ее территорию себе, решила открыть в маленькой стране Собственное Интернет-Издание. В своих публикациях «Собственное Интернет-Издание», ругала Бетту, за вмешательство во внутренние дела, чем сразу снискало популярность среди тех жителей Альфы, кто был против присоединения страны к Бетте. Ругая и власти Альфы и Бетты, Собственное Интернет-Издание завуалировано призывало граждан маленькой страны стать частью Омеги. И создавало еще больше предпосылок для разделения граждан Альфы. Противостояние с социальных сетей переходило постепенно на улицы. То там, то здесь происходили массовые драки сторонников Бетты и Омеги, а также тех, кто еще хотел независимости Альфы.

В этой ситуации страна Зет, которая считала себя самой доброй, решила, что только она может помочь Альфе противостоять информационному влиянию больших соседских стран. Поэтому быстро открыла в Альфе собственное телевидение. На этом канале постоянно говорили о том, как важно оставаться независимыми, и ругали, не переставая, правительства Бетты и Омеги. Доставалось и руководству Альфы, так как Зет считала, что руководство, допустившее такое разделение в обществе не имеет права руководить страной. Так в Альфе появилась еще одна группа граждан, которые были против нынешнего руководства. И однажды из-за высокого накала страстей в обществе Альфы началась гражданская война. Три больших соседа решили, что надо решать проблемы Альфы. Сели за стол переговоров...

### **ПРОДОЛЖИТЬ РАССКАЗ...**

Сели за стол переговоров и просто разделили территорию Альфы между собой. Бетта была рада новым ресурсам, Омега была рада увеличению своих территорий. Зет радовалась тому, какая она добрая. Так как планировала на своих новых территориях создать своего рода заповедную для коренного населения зону, чтоб сохранить традиции обычаи и культурные особенности жителей бывшей маленькой страны- Альфы. И лишь Альфа ничему не радовалась, ее просто больше не существовало.



## ШАГ 5. Дополнение учителя.

Посредством информации может быть сформировано ваше мнение о чем угодно, не только о человеке или кандидате, но практически о любом событии или явлении. Не все СМИ и журналисты продажные. Но сегодня СМИ это серьезный инструмент распространения информации, а информация становится орудием. Сейчас многие войны ведутся уже не на полях сражений, а в информационном пространстве: в интернете, на газетных полосах, в телевизионном и радио эфире. Их называют информационными войнами. Поэтому многие, у кого есть определенные цели, создают собственные СМИ.

Существуют стандарты этики для средств массовой информации, основной принцип которой – объективность. Журналист не может занимать ту или иную сторону конфликта или события. Так, в основном, работают СМИ. Примеры: всемирная служба Би-Би-Си, СМИ Германии, Франции.



## СЛАЙД № 18



**СМИ и информация** - это очень мощный инструмент. Журналисты вскрывают болевые точки общества, стараются обратить внимание общества и властей на проблему для ее решения. Многие журналисты стараются проводить журналистские расследования и давать точную информацию.



## СЛАЙД № 19





## УПРАЖНЕНИЕ № 6. ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ СТОРОНЫ СМИ

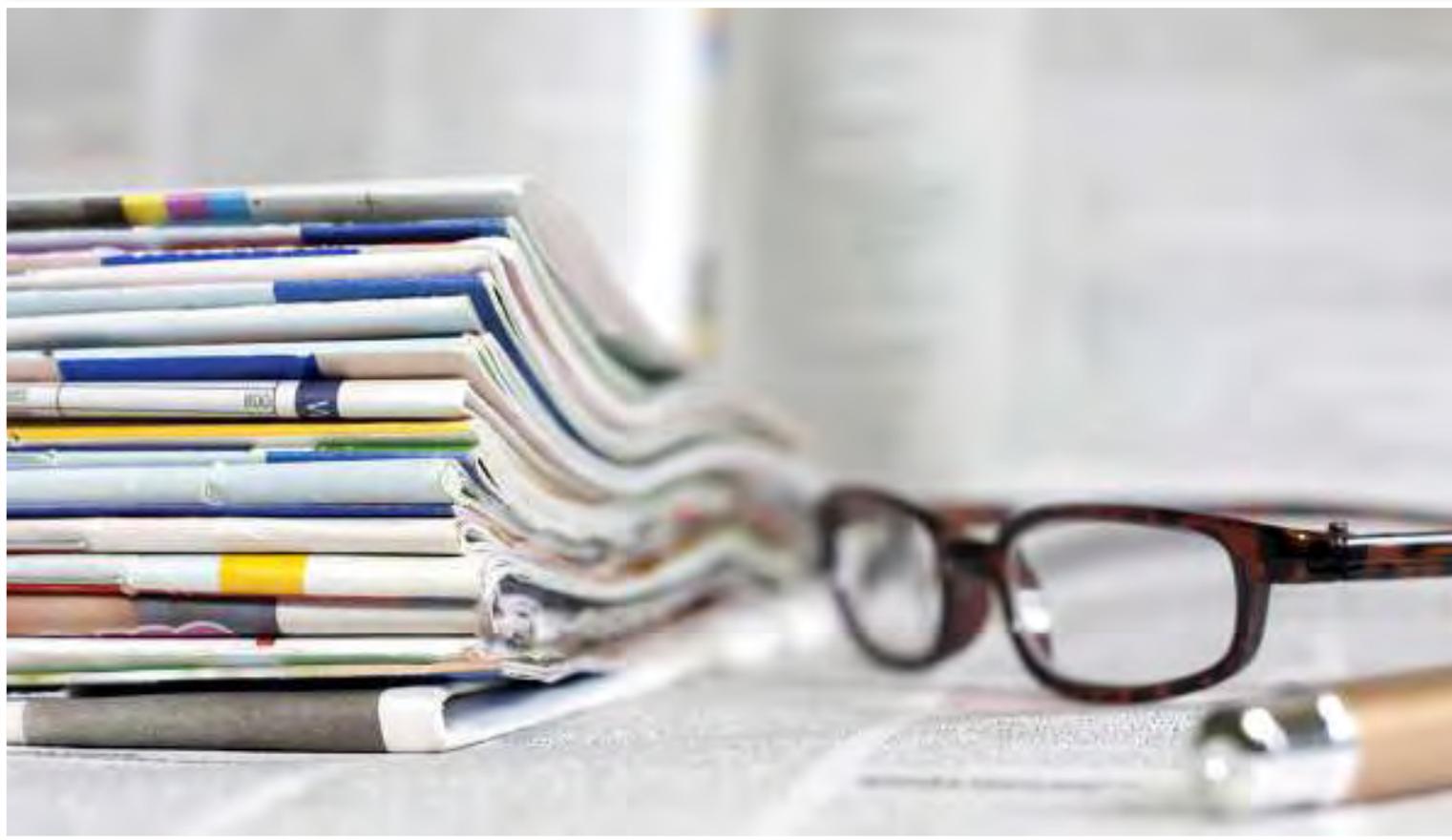


2 минут

**ШАГ 1.** Приведите примеры положительного влияния СМИ на общество.

**ШАГ 2.** Выслушать ответы учащихся.

**ШАГ 3.** Дополнение учителя. Презентация.



13-летняя Айчурек, которая кормила всю семью, У нее мама - инвалид, есть младший братишка. С 11 лет она кормит семью, собирая пластиковые пакеты на Ошском рынке города Бишкек. После того, как журналисты рассказали ее историю, ее семье сняли хорошую квартиру и стали собирать средства на дом.



## СЛАЙД № 20



Нургазы - мальчик, который хотел квадроцикл, чтобы ездить в школу и иметь возможность учиться, так как его инвалидная коляска постоянно ломалась. Его историю рассказал журналист Бишкекского бюро радио Азаттык Улан Эгизбаев. Привлечение внимания общественности к его проблеме помогло исполнить его мечту, и ему подарили квадроцикл. Этот сюжет стал победителем в номинации «Зрительские симпатии» в конкурсе Webbyawards, его называют интернет-Оскаром. Он победил среди 12 тысяч роликов из 65 стран мира. Нургазы вместе с автором ездили в Соединенные Штаты на вручение.



## СЛАЙД № 21



Когда в январе 2017 года самолет упал на поселок близ аэропорта Манас, благодаря активности интернет-пользователей и СМИ, освещавших трагедию, удалось оперативно оказать помощь пострадавшим. Помимо помощи пострадавшим, во время разбора завалов через интернет были объявления о помощи в виде горячего питания спасателям, разбиравшим завалы, милиционерам, охранявшим зону трагедии, медикам, работавшим на месте трагедии.



## СЛАЙД № 22



Средства массовой информации в большинстве своем не лгут. Они - основной источник информации для большинства населения. Эти четыре урока мы изучали некоторые ситуации, которые связаны с передачей информации посредством СМИ. Эти четыре урока учили нас критически относиться к информации. Это не значит, что вы теперь должны перестать читать газеты и смотреть телевизор, уверяя всех вокруг, что все журналисты лживые и продажные. Без информации сейчас оставаться нельзя.

Цель этих уроков показать, что к информации надо относиться критически. Надо задавать себе вопросы и размышлять, надо искать дополнительную информацию, и не позволять манипулировать собой посредством информации. Более того нужно требовать качественный продукт. Вот вы же хотите есть свежий хлеб, а не старые заплесневелые сухари? Если один магазин продает только такие сухари, а в другом всегда свежая выпечка, к кому вы пойдете? Так же должно быть и с информацией. Вы - ее потребитель, и ваше право выбирать себе поставщика информации. Все же в большинстве своем СМИ пишут правду.



## СЛАЙД № 23



На этих уроках мы с вами разобрали инструменты и способы манипулирования аудиторией, которые используют некоторые СМИ.

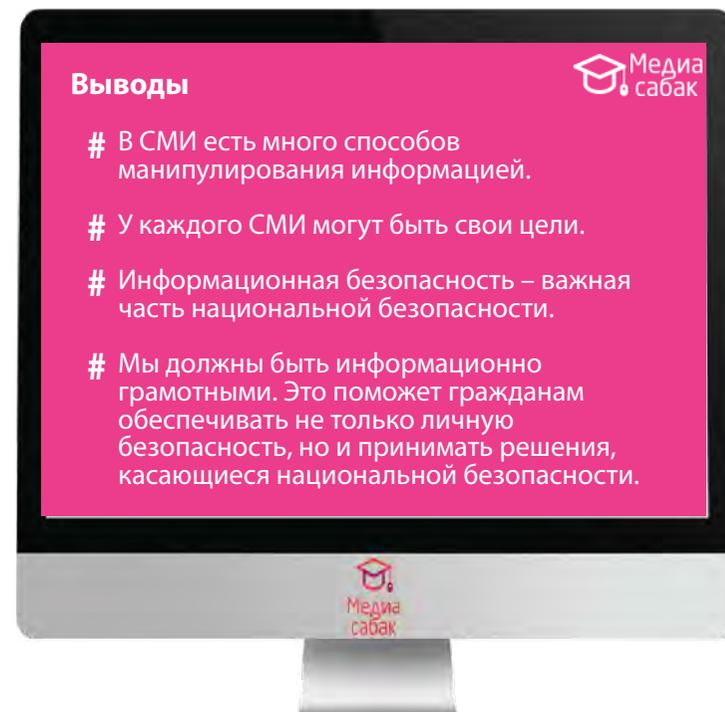


## Подведение итогов урока. Выводы:

- В СМИ есть много способов манипулирования информацией.
- У каждого СМИ могут быть свои цели.
- Информационная безопасность – важная часть национальной безопасности.
- Мы должны быть информационно грамотными. Это поможет гражданам обеспечивать не только личную безопасность, но и принимать решения, касающиеся национальной безопасности.



## СЛАЙД № 24



# УРОК № 5



**ТЕМА:**

# КРИТИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ

**ЦЕЛЬ УРОКА:** Способствовать развитию самостоятельного критического мышления.

**ЗАДАЧИ:**

- рассмотреть проблемы влияния информации на сознание человека;
- выделить отрицательное и положительное влияние информации;
- развивать умения учащихся работать в группе;
- воспитывать коммуникативные качества учащихся и умения высказывать собственное мнение.

**НОВЫЕ ПОНЯТИЯ:** манипулирование, пропаганда

**МЕЖПРЕДМЕТНЫЕ СВЯЗИ:** граждановедение, история

**ОБОРУДОВАНИЕ УРОКА:** Мультимедиа проектор

**ХОД УРОКА.**

1. Организационный момент. (Приветствие. Создание атмосферы сотрудничества в классе). Вступительное слово учителя. Сообщение темы, целей урока. (рекомендуемое время 2 минуты)
2. Изучение нового материала.

**ПЛАН УРОКА**

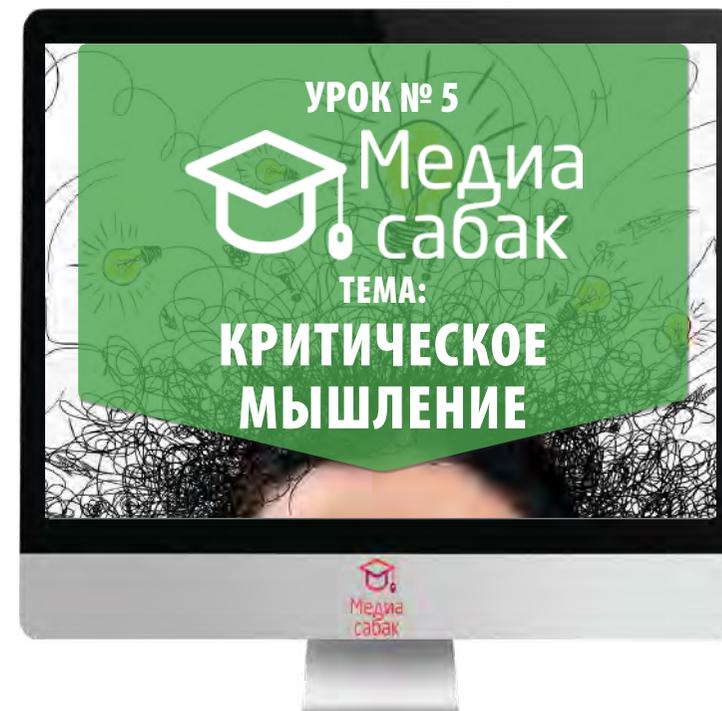
- Критическое мышление,
- Факты и мнения.

На прошлом уроке мы изучили с вами, как информация воздействует на поведение человека. Узнали, что не всегда надо верить всему, что опубликовано и написано в сети интернет, сказано по телевизору. Сегодня мы обсудим такие понятия, как факты и мнения, как они выглядят в материалах СМИ, как и для чего их различать.

Мы поразмышляем над тем, что такое критическое мышление, и какие умения необходимы при работе со СМИ.



## СЛАЙД № 1





## УПРАЖНЕНИЕ №1 «КРИТИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ»



15 минут

**ШАГ 1.** Задать вопрос классу, как они понимают термин «Критическое мышление». Выслушать ответы учащихся, оценить уровень подготовки учащихся к теме.

**ШАГ 2.** Предложить задачу:



5 минут

### ЗАДАЧА:

Работая в одиночку, Нурбек может подстричь газон за 2 часа, тогда как у его брата Каныбека уходит на это 4 часа. Сколько времени понадобится им на стрижку газона, если они будут работать вместе? (дать ученикам 2-3 минуты высказать свои мнения, идеи, не раскрывая правильного ответа и не подталкивая их к верному решению).

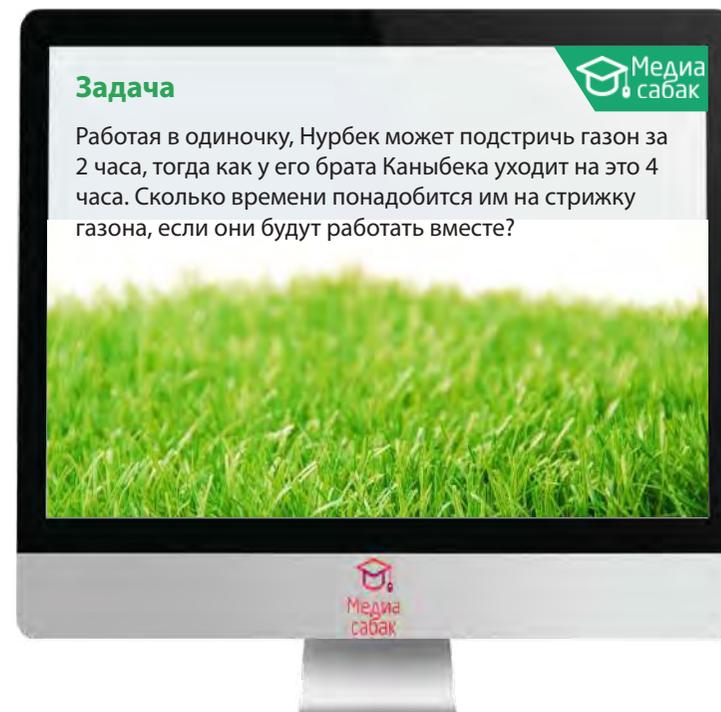
Дать ученикам 2-3 минуты высказать свои мнения, идеи, не раскрывая правильного ответа и не подталкивая их к верному решению). После этого учителю стоит обратить внимание на возможный ложный путь рассуждений учащихся.

### ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ УЧИТЕЛЯ:

Многие учащиеся не задумываясь применяют хорошо известную формулу для расчета среднего арифметического. Они складывают 2 и 4 и делят полученную сумму на 2, заключая, что если братья будут работать вместе, им понадобится 3 часа. Лишь немногие обращают внимание на то, что этот ответ лишен смысла, поскольку получается, что если братья будут работать вместе, то у них уйдет на работу больше времени, чем у одного!



## СЛАЙД № 2



Почему же учащиеся делают такую ошибку? Причина в том, что их приучили механически пользоваться формулами. Их не научили, что стоит не торопиться и прикинуть, каким должен быть ожидаемый ответ (в данном случае, меньше чем 2). Не овладели они и приемами последовательного решения задачи. Их не научили тому, насколько важно быть внимательными. (В том случае, если учащиеся хотят узнать решение этой задачи и проверить себя, то правильный ответ — 1 час 20 минут.)

## ДОПОЛНЕНИЕ УЧИТЕЛЯ:

Очень часто мы встречаемся с утверждениями, в которых чувствуется какой-то недостаток. «Здесь что-то не так» — думаем мы и решаем, что лучше держаться от этих утверждений подальше. Понять, что именно не так с сомнительными рассуждениями, обосновать свою критику и выдвинуть собственные аргументы помогают навыки критического мышления.



## СЛАЙД № 2

**Задача**

Работая в одиночку, Нурбек может подстричь газон за 2 часа, тогда как у его брата Каныбека уходит на это 4 часа. Сколько времени понадобится им на стрижку газона, если они будут работать вместе?

Медиа сабак

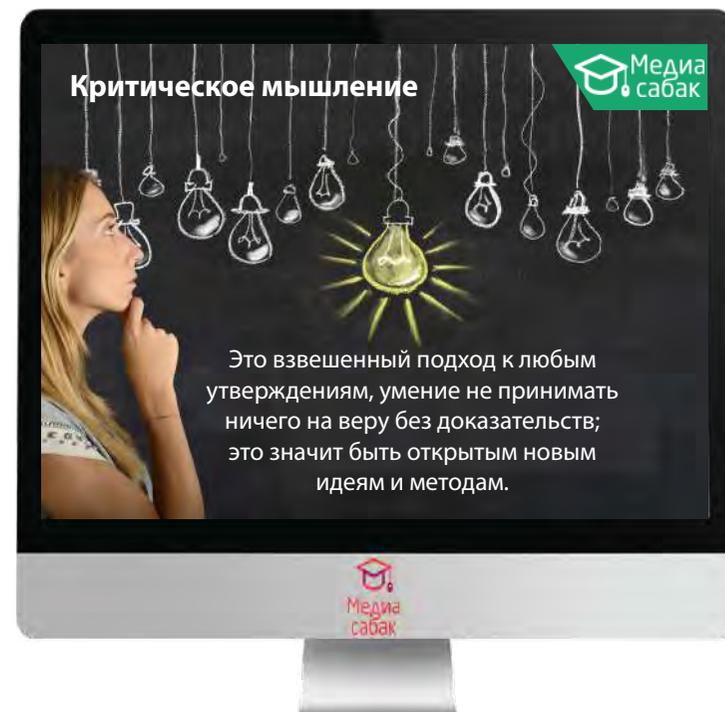
**ШАГ 3.** Учитель знакомит класс с новым понятием «Критическое мышление».  
(рекомендуемое время 5 минут)



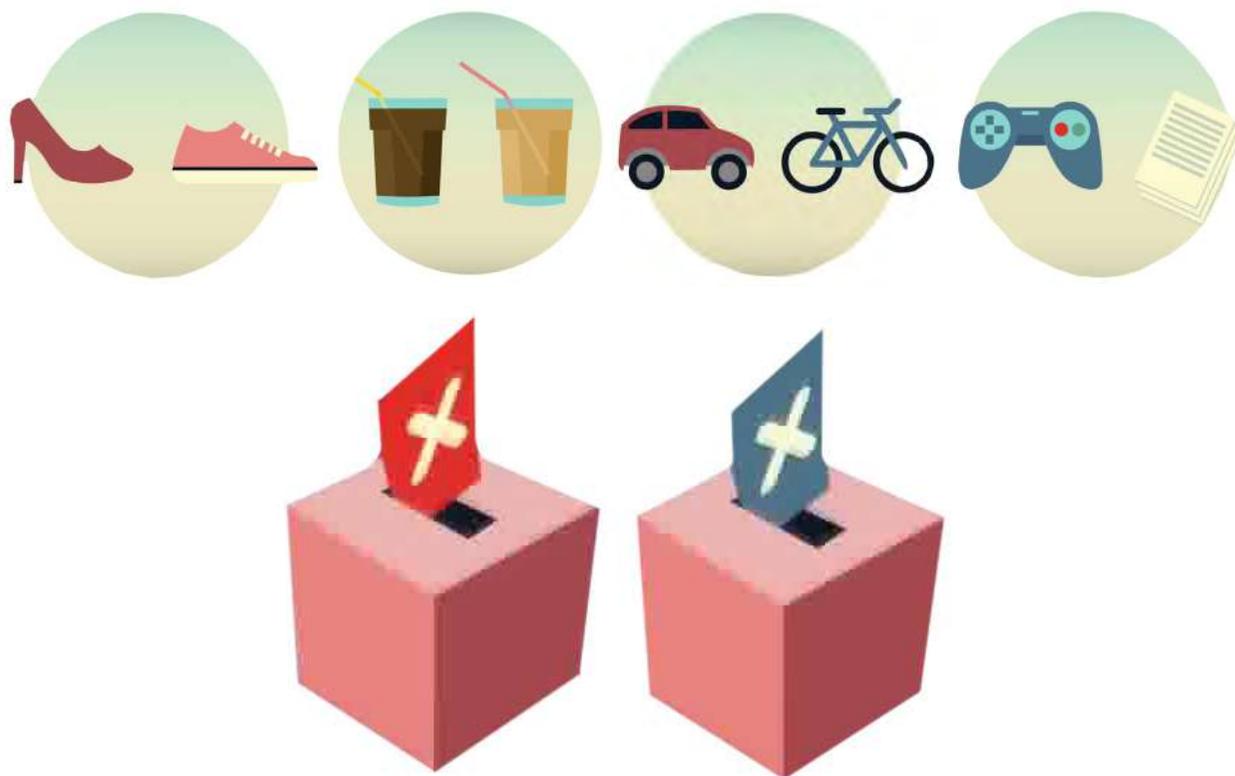
**Критическое мышление** — это поиск здравого смысла: как рассудить и поступить логично, с учетом, как своей точки зрения, так и других мнений, это умение отказаться от собственных предубеждений. Критическое мышление, способное выдвинуть новые идеи и увидеть новые возможности, весьма существенно при решении проблем.



## СЛАЙД № 3



ШАГ 4. Просмотр видео-ролика «Критическое мышление 1» (1 минута):



## СЛАЙД № 4



**ШАГ 5.** Учитель рассказывает о 5 ступенях критического мышления при принятии решения.

**1** Сформулируйте вашу проблему  
(Чего именно вы хотите достичь?)

**2** Соберите информацию  
(это поможет оценить различные варианты решения)

**3** Используйте информацию  
(Какие идеи работают?)

**4** Подумайте о последствиях  
(Что будет, если я приму такое решение)

**5** Изучите другие точки зрения



## СЛАЙД № 5

### 5 ступеней принятия решения



**1** Сформулируйте вашу проблему  
(Чего именно вы хотите достичь?)

**2** Соберите информацию  
(это поможет оценить различные)

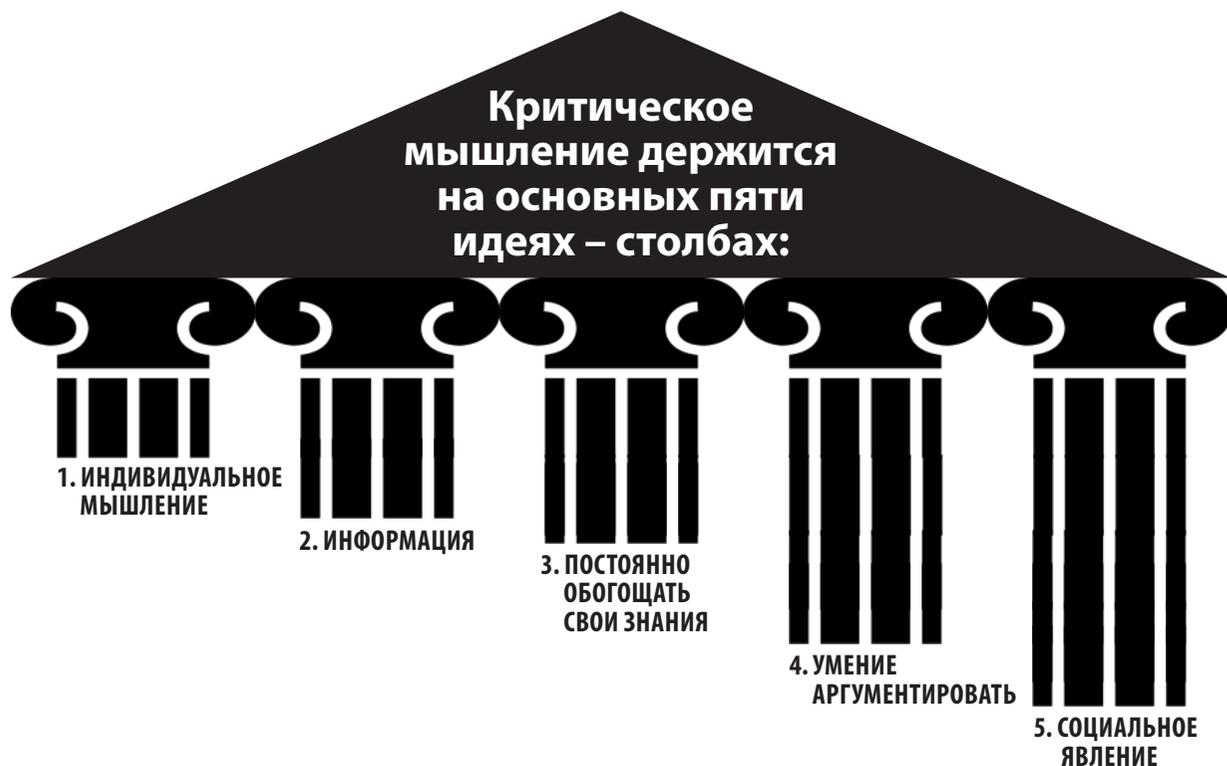
**3** Используйте информацию  
(Какие идеи работают?)

**4** Подумайте о последствиях  
(Что будет, если я приму такое решение)

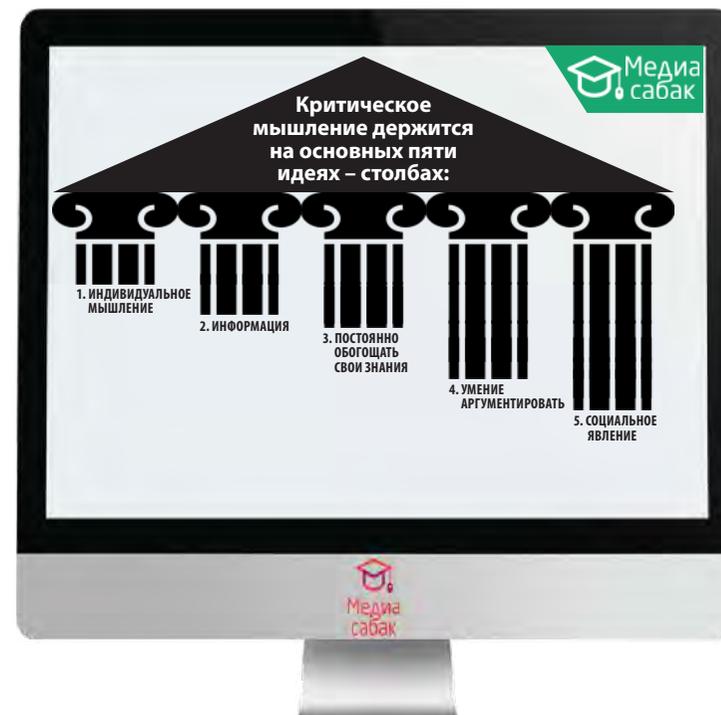
**5** Изучите другие точки зрения



ШАГ 6. Просмотр видео-ролика «Критическое мышление 2»:



## СЛАЙД № 6

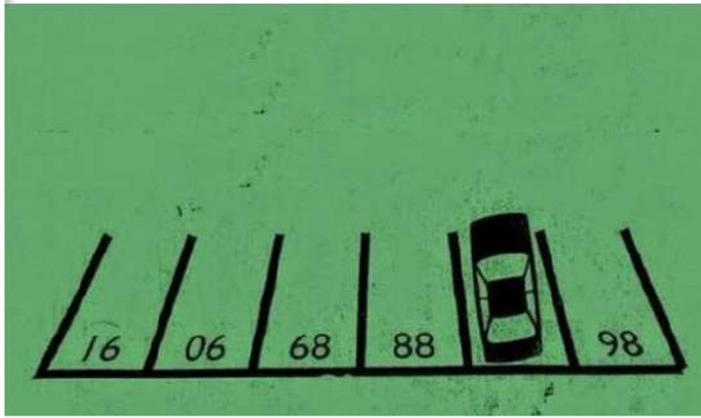




## УПРАЖНЕНИЕ №2 НА РАЗВИТИЕ МЫШЛЕНИЯ

ШАГ 7. Учитель предлагает решить несколько задач, используя критическое мышление

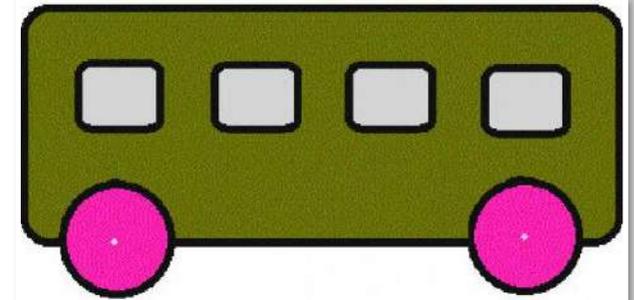
1. Какое число скрыто под автомобилем?



2. Найти лишнюю фигуру.  
Только 15% людей могут справиться с этой задачей.



3. Куда едет автобус?



Ответы к заданиям:

1. 87, просто переверните фото.
2. Ответ -1, потому что она является эталоном, ибо остальные фигуры ее модификации, изменена либо форма, либо цвет, либо рамка.
3. При том, что автобус едет вперед и движется по правой стороне, как принято, он движется влево. Потому что двери не видно.



## УПРАЖНЕНИЕ № 3. ФАКТЫ И МНЕНИЯ



10 минут

**ШАГ 1.** Вопросы к классу.

1. Что такое факт?
2. Что такое мнение?

**ШАГ 2.** Выслушать ответы учащихся

**ШАГ 3.** Объяснить что такое факт и мнение. Привести примеры.

*Факт с латинского языка factum — свершившееся. В широком понимании выступает синонимом истины; это то, что свершилось: событие или результат, истинность которого непреложна, реальна, не вымыслена. Мы сейчас с вами находимся в школе, это факт. «Имя ученика» сидит передо мной – это тоже факт. «Мы изучаем основы медиаграмотности, так как это может в будущем нам пригодиться».*

**Вопрос: Это факт или мнение?**

Мы изучаем основы медиаграмотности, это факт. А утверждение, что это может нам в будущем пригодится, уже не факт, так как это еще не свершилось, это мнение.

**Мнение** – это суждение, точка зрения или заявление на определенную тему.

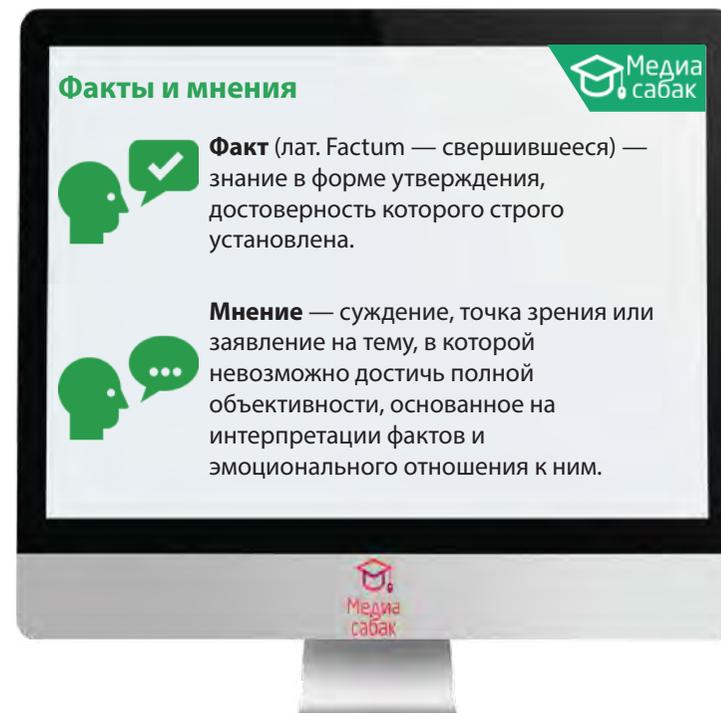
Например, Айбек собирается поступать на медика, поэтому он усиленно учит биологию и химию. Это факт. Он учит, сидит над учебниками, дополнительно занимается. А я говорю: «Мне кажется, из тебя получится отличный врач». Это - мнение, ведь, на самом деле, нет еще свершившегося события, что Айбек стал хорошим врачом.

**ШАГ 4.** Раздать карточки на каждую парту по одной, в которых написаны два практически одинаковых утверждения. Одно из них является фактом, другое мнением.

**ЗАДАНИЕ:** определить, какое из двух предложений в каждой строке является фактом, а какое мнением.



## СЛАЙД № 7



### ШАГ 5. Работа в парах, после неё - фронтальный опрос.

1	а) Министерство образования продлило каникулы в школах Кыргызстана, так как зима выдалась холодной	б) Зима выдалась холодной, поэтому министерство образования должно продлить каникулы в школах
2	а) Наверное она улыбается, потому что нам объявили о том, что каникулы продлены.	б) Когда она услышала, что каникулы продлят, сразу заулыбалась.
3	а) Очевидно, что тебе было бы полезно заниматься спортом.	б) Занятия спортом помогли моему другу поправить здоровье.
4	а) Много миллионов лет назад на Земле жили динозавры.	б) Возможно, климат Земли начал резко меняться, и поэтому динозавры вымерли.
5	а) В 2016 году в Кыргызстане впервые была зарегистрирована дефляция.	б) Дефляция может привести к снижению прибыли компаний.
6	а) Если марсоход CURIOSITY обнаружит признаки жизни на Марсе, охотники за пришельцами будут ликовать.	б) Марсход CURIOSITY признаков жизни на Марсе не обнаружил.
7	а) После снижения налогового бремени, улучшились экономические показатели страны.	б) Скорее всего, снижение налогового бремени помогло улучшить экономические показатели страны.
8	а) Чтобы найти хорошо оплачиваемую работу, тебе надо выучить английский язык.	б) Мой брат выучил английский язык, и потом ему предложили хорошую работу.
9	а) Для будущего медика она, на мой взгляд, слишком мало внимания уделяла биологии	б) Она много и упорно занималась биологией, поэтому легко сдала вступительные экзамены.
10	а) Завтра мы проведем время в горах.	б) Завтра мы хорошо проведем время в горах.

### ШАГ 6. Выслушать примерные ответы учащихся.

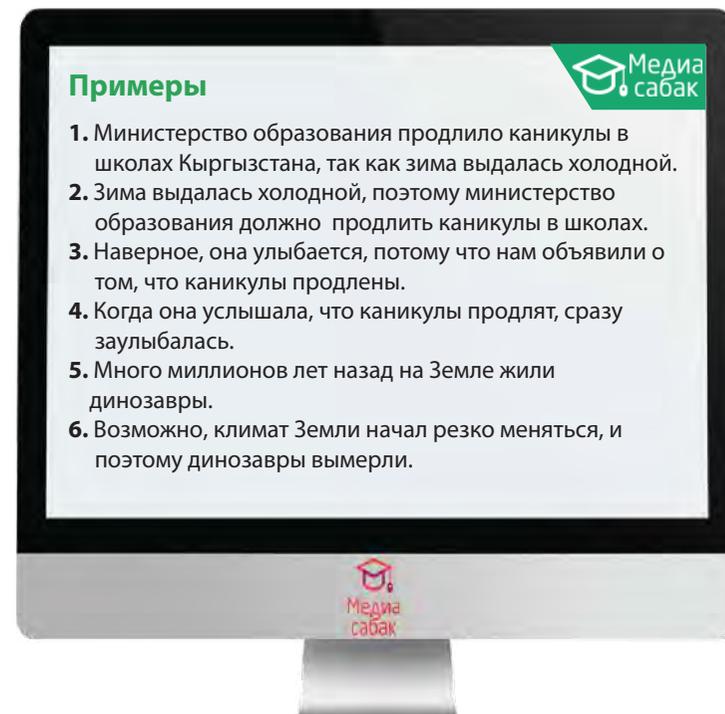
**Правильный ответ: факты:** 1а, 2б, 3б, 4а, 5а, 6б, 7а, 8б, 9б, 10а  
**мнение:** 1б, 2а, 3а, 4б, 5б, 6а, 7б, 8а, 9а, 10б

### ШАГ 7. ДОПОЛНЕНИЕ УЧИТЕЛЯ:

По этому упражнению видно, как бывает сложно понять, где факт, а где мнение. Просто помните, что факты это что-то непреложное и свершившееся, либо то, что свершится скорее всего. Например, мы с Вами запланировали на завтра поездку на природу. Это факт, мы же действительно запланировали. Но, Аида, например, говорит: мы завтра едем на природу, но это будет скучная поездка. Это мнение. Потому что, как проведем мы там время, весело или наоборот скучно, еще неизвестно.



## СЛАЙД № 8





## УПРАЖНЕНИЕ №4. ИГРА «МЫ КАРИКАТУРИСТЫ»



15 минут

**ШАГ 1.** Разделить класс на две группы.

**ШАГ 2.** Рассказать им ситуацию.

**СИТУАЦИЯ:** Асан снимал квартиру, в которой произошел пожар. Квартира полностью не сгорела, но теперь требует значительных средств на ремонт. Специалисты не могут установить причину пожара. Асан уверяет, что его не было в квартире сутки, когда произошел пожар. Поэтому, скорее всего, дело в неисправной электросети и плохой пожарной безопасности квартиры. Арендодатель (владелец квартиры), Айнура эже, говорит, что квартиросъемщик часто курил в квартире, свидетельство тому окурки в мусорном ведре, которое уцелело во время пожара. Айнура эже уверена, что пожар произошел по неосторожности квартиросъемщика, т.е. Асана.

**ШАГ 3.** Дать группам задание. Первая группа рисует карикатуру на арендатора, вторая на арендодателя.

*Первая группа,* вы группа поддержки Айнуры эже, которая сдавала квартиру.

*Вторая группа,* вы группа поддержки Асана, который снимал квартиру.

*Все группы* с учетом позиции, которую вы занимаете в конфликте, нарисуйте карикатуру на ситуацию. При презентации команды могут по желанию разыграть сценку, нарисованную в карикатуре.

**ШАГ 5.** Презентации групп.



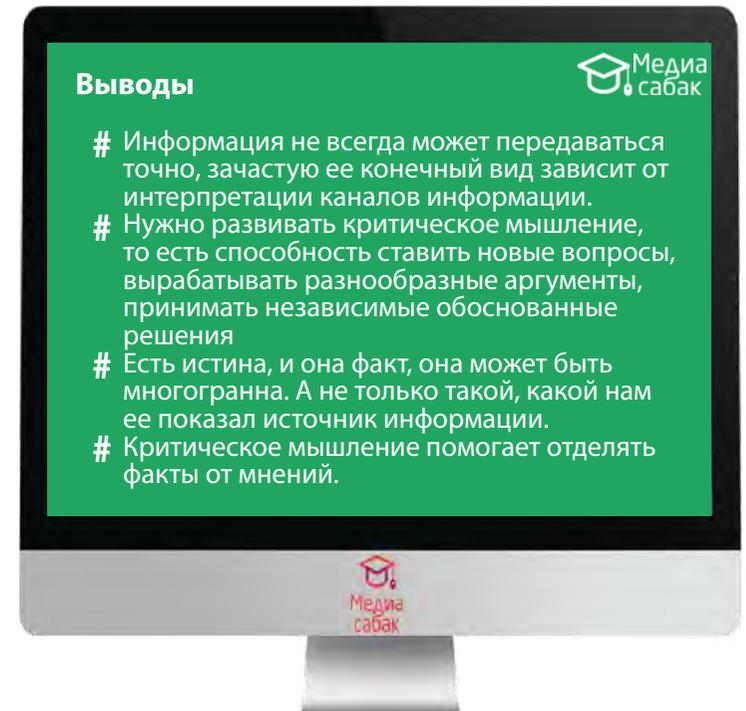
## Подведение итогов урока. Выводы:

- Информация не всегда может передаваться точно, зачастую ее конечный вид зависит от интерпретации каналов информации.
- Правда может быть у каждого своя: так как в конфликте всегда минимум 2 стороны, и каждая уверена в своей правоте, а значит у каждого своя правда.
- Есть истина, и она факт, она может быть многогранна. А не только такой, какой нам ее показал источник информации.

**Домашнее задание:** если у учеников есть возможность выхода в интернет, то они должны найти текст «Что такое язык вражды в СМИ», если нет, то учитель сам дает этот текст для домашнего чтения.



## СЛАЙД № 10



# УРОК № 6



**ТЕМА:**  
**КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**  
**МАТЕРИАЛОВ СМИ**

**ЦЕЛЬ УРОКА:** обобщение изучаемого материала по курсу, и введение его в систему ранее усвоенных знаний.

**ЗАДАЧИ:**

- организация восприятия и осмысления новой информации;
- первичная проверка понимания, усвоения материала;
- организация практической части для творческого применения знаний и освоения способов деятельности путем решения проблемных задач;
- провести критический анализ двух телевизионных материалов одного и того же ресурса.

**НОВЫЕ ПОНЯТИЯ:** критический анализ сюжетов СМИ.

**МЕЖПРЕДМЕТНЫЕ СВЯЗИ:** экономика, история.

**ТИП УРОКА:** урок обобщения и систематизации знаний.

**ФОРМА УРОКА:** урок – практикум.

**ОБОРУДОВАНИЕ УРОКА:** Мультимедиа проектор.

**ХОД УРОКА.**

1. Организационный момент. Приветствие. Создание атмосферы сотрудничества в классе.

2. Вступительное слово учителя. Сообщение темы, целей урока.

Мы с вами уже поговорили о различных методах и формах влияния информации на аудиторию. Сегодня мы попробуем применить полученные ранее знания на практике.

**ПЛАН УРОКА**

- Критический анализ материалов СМИ:
  1. Видео сюжет «Подростковая преступность» (эфир ОТРК, итоговый выпуск информационной программы «Ала-Тоо» от 22 ноября 2016 года),
  2. Фоторепортаж «Тьма киргизская» (Lenta.ru, 31 января 2017 года),
  3. Фрагмент статьи «Как хотите, так и выживайте»: Пострадавшие от крушения Боинга два месяца ждут помощи от государства» (Kloop.kg, 15 марта 2017),
  4. Статья «Бишкек: Водитель раздавленного деревом джипа потребует компенсации от мэрии» (Kloop.kg, 30 мая 2017),
  5. Видео сюжет «Запрещенные выпускные вечера» (эфир ОТРК, итоговый выпуск информационной программы «Ала-Тоо» от 23 мая 2016 года),
  6. Видео сюжет: «Ош: выпускные вечера под запретом» (эфир ОТРК, итоговый выпуск информационной программы «Ала-Тоо» от 25 мая 2015 года).



## УПРАЖНЕНИЕ № 1. «ПОДРОСТКОВАЯ ПРЕСТУПНОСТЬ»



15 минут

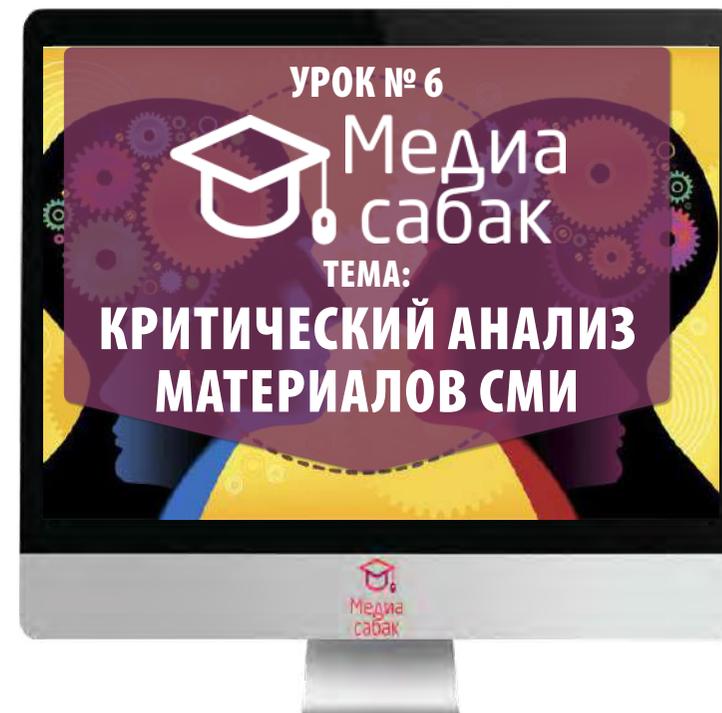
**ШАГ 1.** Разделить учеников на 3 группы.

**ШАГ 2.** Заранее подготовить таблицу «Сравнительный анализ материалов СМИ» для учащихся, чтобы не тратить время на заполнение таблицы и в начале урока раздать им.

**ШАГ 3.** Просмотр видео «Подростковая преступность» (эфир ОТРК, Итоговый выпуск информационной программы «Ала-Тоо» от 22 ноября 2016 года):



## СЛАЙД № 2



**ШАГ 4.** После просмотра видео задать вопросы классу:

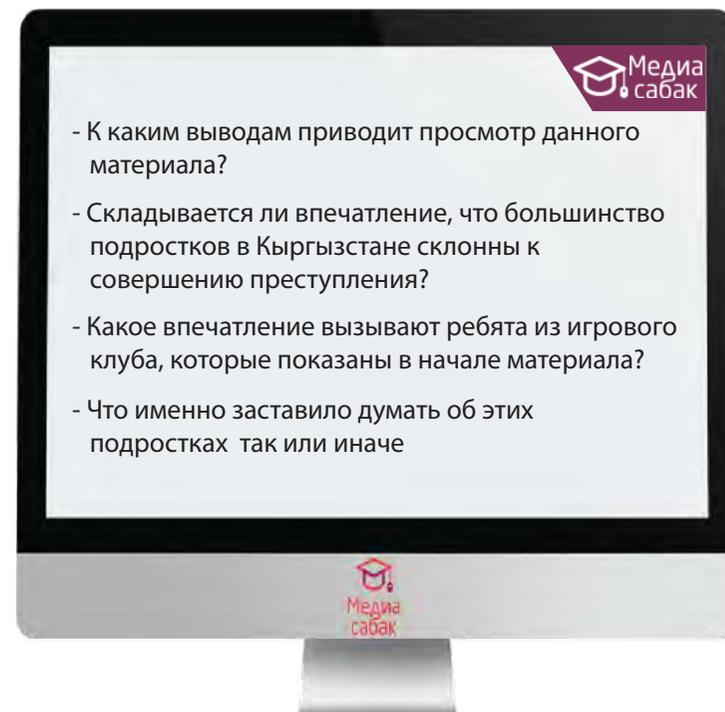
- А. К каким выводам приводит просмотр данного материала?
- Б. Складывается ли впечатление, что большинство подростков в Кыргызстане склонны к совершению преступления?
- В. Какое впечатление вызывают ребята из игрового клуба, которые показаны в начале материала?
- Г. Что именно заставило думать об этих подростках так или иначе?

**Шаг 5.** Выслушать примерные ответы учащихся.

**Шаг 6.** Вместе с классом провести критический анализ первого материала «Подростковая преступность», ОТРК.



## СЛАЙД № 3



- К каким выводам приводит просмотр данного материала?
- Складывается ли впечатление, что большинство подростков в Кыргызстане склонны к совершению преступления?
- Какое впечатление вызывают ребята из игрового клуба, которые показаны в начале материала?
- Что именно заставило думать об этих подростках так или иначе?

## 1. О чем материал?

- О каком событии рассказывается в материале? (какой информационный повод?)
- Есть ли ответы на вопросы “что произошло?”, “где произошло?”, “когда произошло?”, “почему произошло (причины возникновения ситуации)?”, есть ли данные по динамике (официальная статистика)?”

Баткенские школьники избили водителя и положили его в багажник его же машины, которую угнали. Сюжет отвечает не на все вопросы. Слабо раскрыты причины явления подростковой преступности. Нет данных о том, растет ли преступность среди подростков или, наоборот, снижается в определенный период времени. Единственный ответ на вопрос «почему» - увлеченность компьютерными играми. Однако ответ дает не психолог, а педагог, который со слов журналиста винит в этом и родителей. Интернет игры – не единственная причина роста детской преступности. Факторов может быть много, и выбранная журналистом причина не обязательно может быть главной. Также нет данных по статистике, какая ситуация складывается с подростковой преступностью, растет она или снижается.

**Наводящие вопросы для учителя:** Что нового в этом материале хотел сообщить журналист? Информацию или сведения о каком событии? Раскрыты ли причины события или предпосылки для возникновения ситуации? Есть ли какие-то данные, на основании которых, мы можем сами анализировать динамику, которая отражает данную ситуацию?



## СЛАЙД № 4



## 2. Кто действующие лица материала? Чьи интервью были использованы при подготовке материала? Являются ли они непосредственными участниками события, о котором материал?

В материале использовано интервью лишь одного участника событий – представителя милиции, который ведет данное дело или, как минимум, ознакомлен с ним. Но он не является непосредственным участником события. Также приведена небольшая выдержка из допроса задержанного подростка. При этом подросток в выдержке из допроса не объясняет, почему они так поступили, то есть вновь не дает информации о причинах детской преступности. Также нет в его коротком интервью и упоминания об увлеченности компьютерными играми, при том, что журналист выбрал именно этот фактор в качестве основной причины детской преступности.

### Наводящие вопросы для учителя:

Является ли педагог участником события?

Кто может быть участником события?

Является ли задержанный подросток участником события?

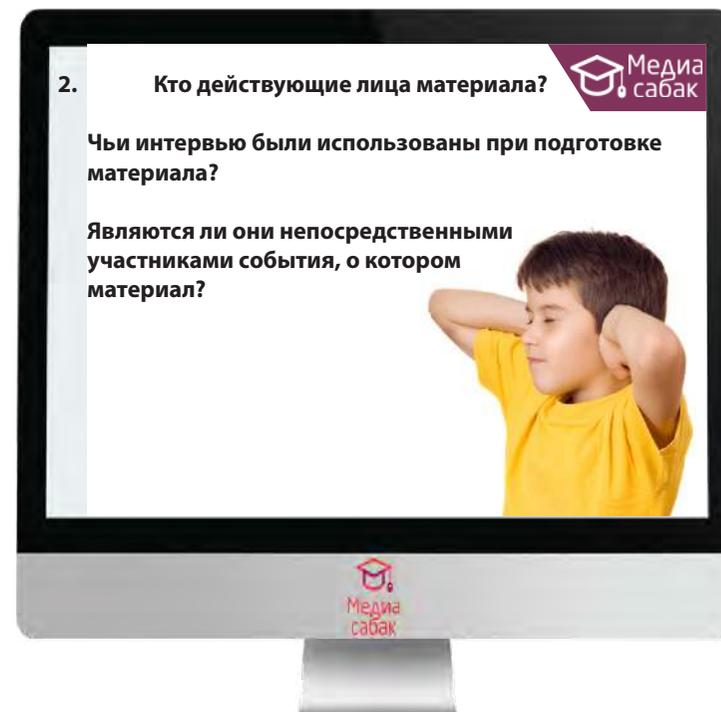
Объясняет ли подросток, почему они так поступили, можно ли сделать из выдержки его интервью или допроса вывод о причинах детской преступности?

Упоминает ли он о своем увлечении компьютерными играми?

Или о таком же увлечении своих друзей?



## СЛАЙД № 5



### 3. Все ли участники события имели возможность высказать свою позицию или мнение?

В данном материале не хватает позиции других сторон. Например, педагог говорит, что вина за детскую преступность, в том числе лежит на семьях, но нет интервью тех, кто мог бы говорить от имени родителей подростков, например, о качестве образования, системе образования и проблемах воспитания. Нет интервью психолога, который рассказал бы о других факторах, которые влекут за собой совершение преступлений со стороны подростков. Информация дана о событии – подростки катали связанного водителя в багажнике его же машины.

#### Наводящие вопросы для учителя:

- Дана ли полная информация о детской преступности?
- Есть ли другие факты о детской преступности кроме указанного события?
- Есть ли факты (может быть исследования или статистика) о том, какова тенденция в ситуации с детской преступностью?
- Полные ли ответы даны на вопрос о том, почему несовершеннолетние совершают преступления?
- Являются ли интернет-игры единственной причиной детской преступности?
- Есть ли информация в сюжете о других причинах детской преступности?



## СЛАЙД № 6



#### 4. Кто еще для полноты картины мог бы выступить с интервью для данного материала? Какую еще информацию необходимо добавить для составления полной картины произошедшего?

В данном материале можно было бы использовать интервью администратора клуба, который мог бы рассказать, как часто одни и те же дети приходят играть в игры; интервью психолога, который рассказал бы о том, каким образом интернет-игры делают подростков агрессивными. Не хватает информации о других факторах, влияющих на подростковую психику и рост преступности среди несовершеннолетних. В материале нет статистической информации или иных фактов, которые бы рассказали о тенденции роста подростковой преступности. Педагог говорит, что это вина родителей.

#### Наводящие вопросы для учителя:

А у самих родителей должна ли быть возможность высказаться по проблеме?

Кто по роду своей профессии, в первую очередь должен говорить о подростковой психике?

Есть ли интервью психолога в сюжете?

Журналист уверяет, что подростки на видео проводят все свободное время за компьютерами. Стоило ли взять интервью у работников клуба, которые могли бы ему рассказать, как часто сюда приходят одни и те же подростки?

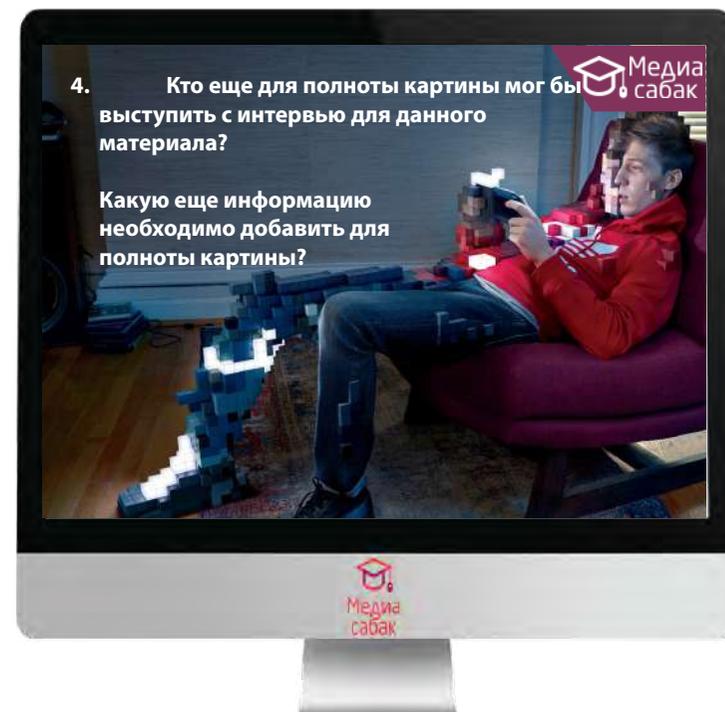
Кто мог бы лучше рассказать о современных проблемах, которые влияют на подростковую психику?

Видите ли вы в этом материале полную картину ситуации с подростковой преступностью?

Узнали ли вы из просмотра материала, что она растет или наоборот снижается, на какие преступления чаще всего идут подростки?



## СЛАЙД № 7



## 5. Отделены ли факты от мнения? Есть ли мнения, представленные как факты? Укажите примеры, если есть

Нет, не отделены. Журналист позволяет себе оценочные суждения, не выделяя личного мнения, он преподносит их как факты. «Эти учащиеся наизусть знают каждое боевое огнестрельное оружие. Вместо книг подростки предпочитают проводить все свободное время за играми в интернете. Малолетки за компьютером мечтают (считают) видеть себя такими крутыми боевиками с оружием в руках». Данная часть материала является только мнением журналиста. Он не может знать, факт ли это, что подростки знают боевое оружие, что участники видео проводят все свободное время за играми, и действительно ли они мечтают видеть себя «крутыми боевиками». Может кто-то из ребят зашел сюда впервые, или ходит раз в неделю, а не проводит целыми днями в клубе, как это утверждает журналист. «Характерной чертой преступления подростков становится насилие и жестокость» - это мнение журналиста, которое преподносится как факт, так как не подкреплено никакими данными: статистикой. Единичный случай, который упоминается в сюжете, не может дать полную картину ситуации в стране с подростковой преступностью. Напомнить ученикам, что факт это то, что произошло, мнение - это интерпретация информации о событии. Можно уточнить, что в материале факт. Факт – подростки катали всю ночь связанного водителя в багажнике его же машины.

### Наводящие вопросы для учителя:

Спросите, может ли быть фактом, что эти подростки знают название всех боевых видов оружия?

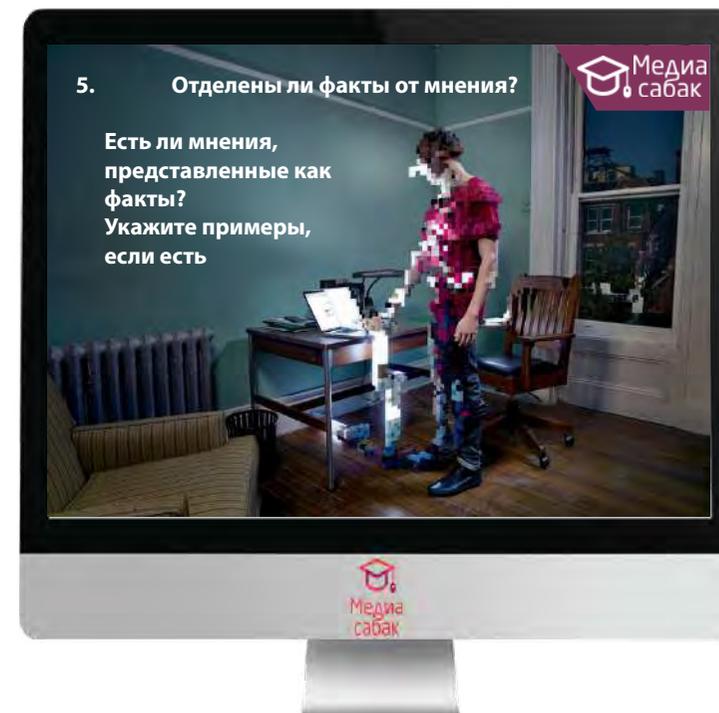
Уточните, как много у вас друзей или знакомых ровесников, которые знают все боевые огнестрельные виды оружия наизусть?

Если вы зайдете впервые в игровой клуб, можете ли вы уверенно сказать, что все, кто сейчас находятся в клубе, проводят здесь все свое свободное время?

Как можно, не поговорив со всеми, уверять, что все они мечтают видеть себя крутыми боевиками?



## СЛАЙД № 8



**6. Присутствует ли у журналиста в данном материале язык вражды или эмоционально окрашенная лексика? Если присутствует, то указать примеры и уточнить, какой является лексика: негативной или комплиментарной?**

Присутствует негативная лексика. «Эти учащиеся наизусть знают каждое боевое огнестрельное оружие. Вместо книг подростки предпочитают проводить все свободное время за играми в интернете. Малолетки за компьютером мечтают видеть себя этакими крутыми боевиками с оружием в руках». Язык вражды – это не только обзывательства. Это еще и слова, которые могут быть уничтожительны для определенной социальной группы людей.

**Наводящие вопросы для учителя:**

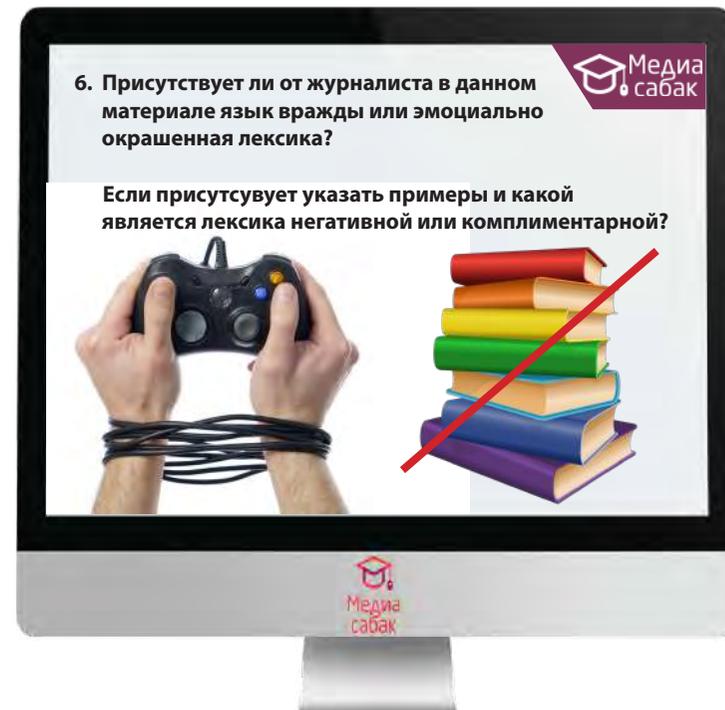
Есть ли в тексте чрезмерное восхваление или, наоборот, излишнее негативное описание какого-то события, человека или группы людей?

Какое самое эмоционально яркое слово в этом материале?

Самое обидное?



## СЛАЙД № 9



**7. Выводы: Полная ли информация представлена? Является ли материал объективным? Является ли материал сбалансированным (у всех сторон была возможность высказаться)?**

Материал существенно нарушает стандарты журналистики. Информация подана необъективно, в основе утверждений журналиста в большинстве лежат не факты, а его мнения и убеждения. Информация представлена не полностью, материал не сбалансирован. В данном случае речь идет не о манипулировании, а о непрофессиональном подходе к подготовке материала.

### **Наводящие вопросы для учителя:**

Подана ли информация объективно?

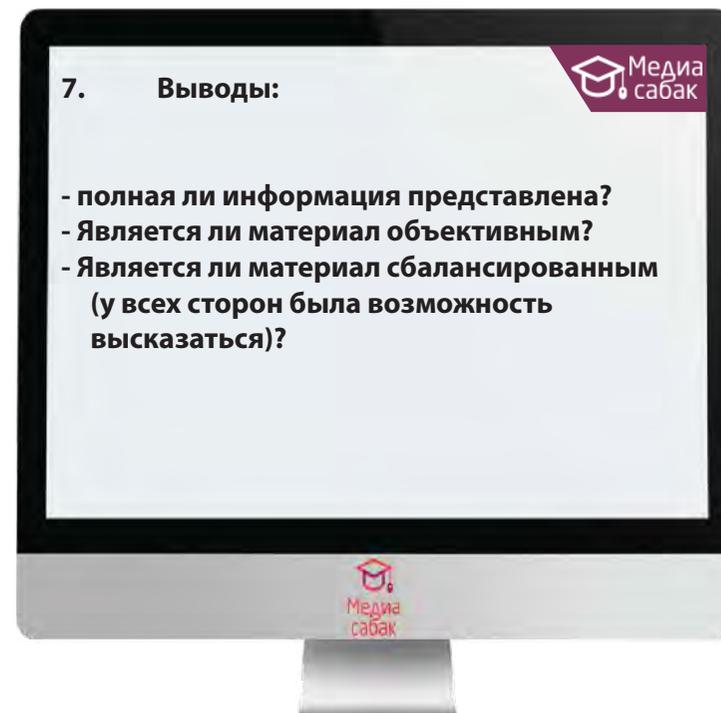
Все ли стороны ситуации или конфликта смогли высказаться для сбалансированности материала?

Привносит ли журналист свое субъективное суждение в текст?

Есть ли в статье попытки манипуляции вами посредством информации?



## СЛАЙД № 10





## УПРАЖНЕНИЕ 2. КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ МАТЕРИАЛОВ СМИ



20 минут

**Шаг 1.** Раздать группам на выбор 3 любых материала СМИ из:

1. Фоторепортаж «Тьма киргизская» (Lenta.ru, 31 января 2017 года),
2. Фрагмент статьи «Как хотите, так и выживайте»: Пострадавшие от крушения Боинга два месяца ждут помощи от государства» (Kloop.kg, 15 марта 2017),
3. Статья «Бишкек: Водитель раздавленного деревом джипа потребует компенсации от мэрии» (Kloop.kg, 30 мая 2017),
4. Видео сюжет «Запрещенные выпускные вечера» (эфир ОТРК, итоговый выпуск информационной программы «Ала-Тоо» от 23 мая 2016 года)



5. Видео сюжет: «Ош: выпускные вечера под запретом» (эфир ОТРК, итоговый выпуск информационной программы «Ала-Тоо» от 25 мая 2015 года).



Все материалы для анализа доступны в приложении к уроку №6.



## СЛАЙД № 11





## УПРАЖНЕНИЕ 2. КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ МАТЕРИАЛОВ СМИ



20 минут

### ШАГ 2. Раздать таблицу «Сравнительный анализ материалов СМИ».

Вопросы	Сюжет 1	Сюжет 2	Сюжет 3
1. О чем материал? О каком событии рассказывается в материале? (какой информационный повод)? Есть ли ответы на вопросы “что произошло?”, “где произошло?”, “когда произошло?”, “почему произошло (причины возникновения ситуации)?”			
2. Отделены ли факты от мнения? Есть ли мнения, представленные как факты? Укажите примеры, если есть			
3. Кто действующие лица материала? Чьи интервью были использованы при подготовке материала? Являются ли они непосредственными участниками события, о котором материал?			
4. Все ли участники события имели возможность высказать свою позицию или мнение?			
5. Кто еще для полноты картины мог бы выступить с интервью для данного материала? Какую еще информацию необходимо добавить для составления полной картины произошедшего?			
6. Присутствует ли у журналиста в данном материале язык вражды или эмоционально окрашенная лексика? Если присутствует, то указать примеры и уточнить, какой является лексика: негативной или комплиментарной.			
7. Выводы: полная ли информация представлена? Является ли материал объективным? Является ли материал сбалансированным (у всех сторон была возможность высказаться)?			



## СЛАЙД № 11



**ШАГ 3.** Учащиеся, разделившись на группы, самостоятельно заполняют таблицу.

**ШАГ 4.** Выслушать ответы учащихся и, в ходе разбора, давать более правильные ответы при необходимости.

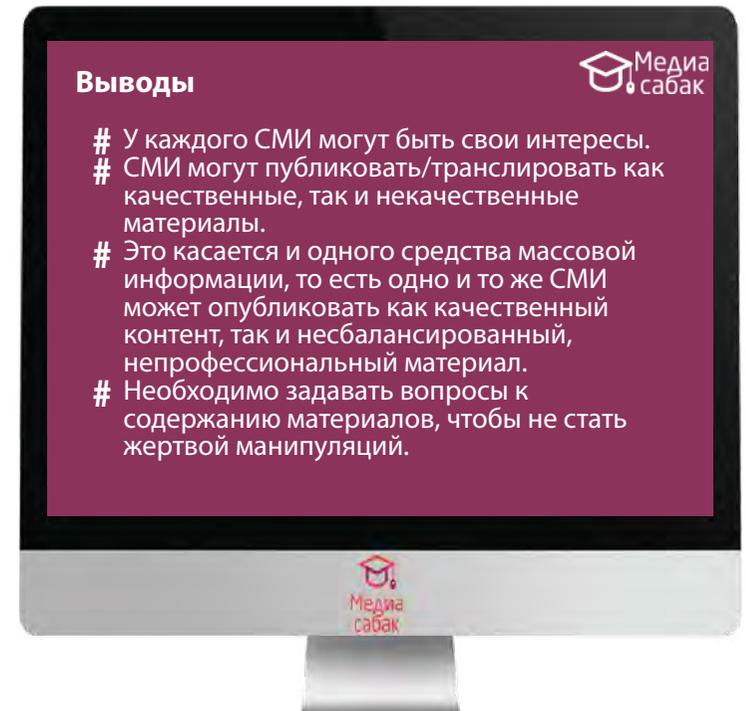


## Подведение итогов урока. Выводы:

- У каждого СМИ могут быть свои интересы.
- СМИ могут публиковать/транслировать как качественные, так и некачественные материалы.
- Это касается и одного средства массовой информации, то есть одно и то же СМИ может опубликовать как качественный контент, так и несбалансированный, непрофессиональный материал.
- Необходимо задавать вопросы к содержанию материалов, чтобы не стать жертвой манипуляций.



## СЛАЙД № 12



## ПОДРОСТКОВАЯ ПРЕСТУПНОСТЬ

**Источник:** КТРК

**Дата выхода:** 22.11.2016

### **Дикторы в студии:**

Растет количество преступлений с участием несовершеннолетних. Специалисты видят причины в увлечении подростков компьютерными играми. В Баткенской области на учете в инспекции по делам несовершеннолетних состоят 212 подростков.

Сюжет:

### **Закадровый текст:**

Эти учащиеся наизусть знают каждое боевое огнестрельное оружие. Вместо книг подростки предпочитают проводить все свободное время за играми в интернете. Малолетки за компьютерами мечтают (считают) видеть себя такими крутыми боевиками с оружием в руках.

### **Интервью Диларам Жолдошбековой, инспектора по делам несовершеннолетних ОВД Баткенской области:**

Много случаев, когда подростки находятся в ночных клубах, играя в компьютерные игры. Во время каждого рейда мы предупреждаем владельцев интернет клубов о том, что летом подростки здесь могут находиться до 11 часов, зимой до 10. За нарушение налагается штраф.



### Закадровый текст:

Вот эти ребята учатся в Баткенской городской школе. Ночью 14 ноября эти подростки, избив водителя, положив его в багажник автомобиля, всю ночь напролет катались по городу, пока не закончилось топливо. К счастью, хозяин авто остался живым.

**Слова задержанного на кыргызском языке, без перевода о том, что он сожалеет.**

### Интервью Айсалкын Эргешбай кызы, инспектора по делам несовершеннолетних ОВД Баткенской области

Это случилось 14 ноября в 11 часов вечера. Происшествие было зарегистрировано утром, пострадавший обратился в это время. Все подозреваемые подростки были задержаны. Идет следствие.

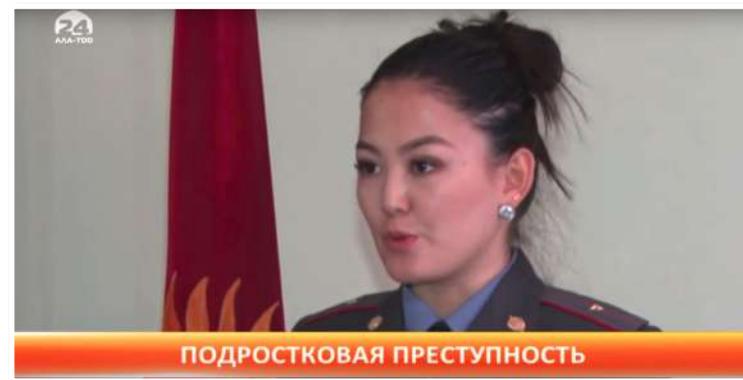
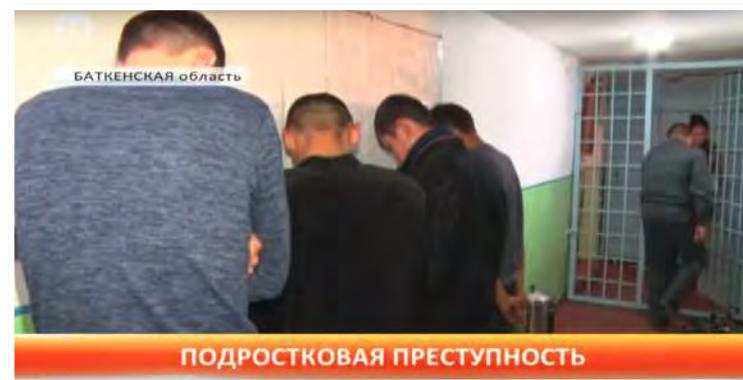
### Закадровый текст.:

По словам заслуженного учителя Авазбека Жамалова, милиция самостоятельно не в силах навести порядок среди подростков, пока родители не возьмут под контроль своих детей.



### Закадровый текст.

Рост преступности несовершеннолетних вызывает обоснованную тревогу в обществе. Характерной чертой преступлений подростков становится насилие и жестокость.



### Интервью Авазбека Жамалова, заслуженного учителя:

Увлекаясь интернет-играми, у подростков нарушается психика, по этой причине они совершают различные правонарушения. Переступают черту дозволенного. Из дома они, якобы, идут в школу, а на самом деле занимаются противоправными делами.



## КАК ВЫЖИВАЮТ В ОДНОЙ ИЗ БЕДНЕЙШИХ СТРАН СРЕДНЕЙ АЗИИ

Источник: lenta.ru

**Дата выхода:** 31 января 2017 года

После развала Советского Союза в независимой Киргизии стремительно деградировала промышленность. Новая страна стала одним из самых бедных государств Средней Азии. Рост безработицы вызвал обнищание населения, многие подались за лучшей долей в другие страны. И для большого количества людей даже жизнь гастарбайтера кажется теперь вполне привлекательной — уехавшие за рубеж хотя бы зарабатывают относительно неплохие по меркам Киргизии деньги. В самой республике размер средней заработной платы не превышает 200 долларов США, а зарплата работника бюджетной сферы и вовсе менее 100 долларов. При этом даже такая работа достается не всем. «Лента.ру» публикует фотографии тех, кому приходится работать ночью. Шахтеры, сотрудники милиции, старьевщики. Общество их как будто не замечает.



Нурлан толкает вагонетку с углем к выходу из шахты в городе Сулюкта. Он родился в 1987 году и работает в шахте уже 6 лет.



Алексей спит на территории мусорного полигона вместе со своим другом Вячеславом. Он не смог устроиться на работу с судимостью и начал работать на свалке. В селе Бердик у него есть свой дом и семья.



Патрульная милиция в Бишкеке ищет прыгнувшего в водный канал мужчину. В последние годы в республике говорят о росте числа самоубийств.



18-летний Бердегул собирает уголь в ведро на золоотвале теплоэлектростанции. Работать он начал сразу после выпуска из детского дома. У него нет родственников, на жизнь он зарабатывает неквалифицированным трудом. Недалеко от жилого массива Бакай-ата находится золоотвал Бишкекской городской теплоэлектростанции. По трубам сюда сливается вода вперемешку с углем, здесь же происходит добыча угля из золошлаковой пульпы. Рабочие трудятся на золоотвале круглые сутки. Они заняты незаконной добычей угля. Время от времени сюда приезжает милиционный патруль, но это не останавливает жителей из Бакай-ата и других районов Бишкека. Добыть уголь здесь можно только в течение зимнего отопительного сезона. У многих работников есть проблемы со здоровьем из-за того, что они вынуждены постоянно находиться в воде.



Арсен моет голову во дворе своего дома, расположенного рядом с золоотвалом теплоэлектростанции. Ближе к золоотвалу Арсен переезжает жить зимой — вместе с родителями и братьями. Здесь он работает с 12 лет. Ему 24 года, у него есть семья и дети. В 2015 году он окончил консерваторию, сейчас играет в своей музыкальной группе «Красный восток».



Патрульные в Бишкеке задерживают женщину за вождение в нетрезвом виде. Каждый экипаж патрульной милиции оснащен фото- и видеорегистраторами. Но из-за небольших зарплат некоторые сотрудники берут взятки, прикрывая регистраторы жезлами.

Мыктыбек отдыхает после смены на золоотвале. За эту работу он взялся после того, как его депортировали из России за нарушение закона.

## «КАК ХОТИТЕ, ТАК И ВЫЖИВАЙТЕ»: ПОСТРАДАВШИЕ ОТ КРУШЕНИЯ БОИНГА ДВА МЕСЯЦА ЖДУТ ПОМОЩИ ОТ ГОСУДАРСТВА»

**Источник:** Kloop

**Дата выхода:** 15.03.2017

С трагического дня, когда «Боинг-747» упал на поселок Дачи-Су и унес жизни 39 людей, прошло уже два месяца. Люди в Кыргызстане и за его пределами собрали для пострадавших более 96 миллионов сомов, но власти до сих пор их не распределили между родственниками погибших и семьями, лишившимися крова. Как сегодня живут люди в полуразрушенном селе и почему хотят поскорее оттуда уехать?

Исаку Анарбаеву 58 лет. Он живет со своей семьей уже около шести лет в поселке Дачи-СУ, в 3 километрах от посадочной полосы бишкекского аэропорта “Манас”. Анарбаев — отец 11 детей, но сейчас с ним живут только две дочери и жена. До катастрофы, чтобы прокормить семью, он пек тандырный хлеб у себя дома, а затем продавал его местным жителям. Как говорит сам Исак, вся улица покупала у него лепешки. Семья Исака еще не закончила строительство дома: верхних этажей пока нет, поэтому семья жила и до сих пор живет в подвале. Скорее всего, это и спасло их во время катастрофы. Утром, выходя из дома на улицу, Исак видит руины вместо домов, где раньше жили его соседи. А ночью, когда над домом пролетают самолеты, он часто просыпается от страха. Он жалуется, что государство со дня трагедии пока не оказало его семье никакой поддержки. Их семья получила только гуманитарную помощь от волонтеров. Печь хлеб он теперь тоже больше не может — упавший самолет снес его тандыр. Другие обломки самолета также разлетелись по участку и снесли деревья, курятник и часть пристройки к дому. Но сам Исак уже не надеется на помощь от властей. Чтобы восстановить печь, он собирается попросить деньги у родственников или брать кредит в банке. Но ни он, ни его семья уже не хотят оставаться в этом доме надолго. «Вот надеемся, что переедем в безопасное место. Это единственная наша надежда, ничего другого нам не надо», — говорят родные Исака. У его дочерей, школьниц Мдины и Айсунуу, после катастрофы начались проблемы со здоровьем. Из-за запаха керосина у них часто болит голова и начинается рвота. И кроме физических последствий, девочки также испытывают психологические трудности. Его дочь Мадина до сих пор не может забыть день трагедии. Она сочиняет стихи про своих погибших соседей. Каждого из своих друзей она описывает по-особенному — Мадина верит, что однажды сможет увидеться с ними в раю.



## «ПЕРЕСЕЛИТЬ НЕ МОЖЕМ»

Сегодня в поселке Дачи-СУ живет 861 человек. Каждая семья хочет покинуть место, которое всегда будет ассоциироваться у них с трагедией. Однако губернатор Чуйской области Бактыбек Кудайбергенов признается, что сегодня у властей нет возможности найти новые дома для жителей поселка. В области есть земли, которые можно было бы раздать пострадавшим. Однако сейчас они предназначены для аграрных целей — на них нельзя строить жилье. Вопрос её трансформации, то есть перевода из сельскохозяйственной категории в жилую, должен решаться Жогорку Кенешем. Кроме того власти отмечают, что даже если трансформация будет возможна, государству потребуется время, чтобы переселить людей и обеспечить вокруг их домов инфраструктуру. По словам Кудайбергенова, государство ведет переговоры с турецкой стороной, чтобы поскорее получить компенсацию для жителей. О результатах переговоров пока ничего не говорят. Кроме этого, 96 миллионов сомов, которые собрали неравнодушные люди и компании для пострадавших, всё так же лежат на счету Министерства чрезвычайных ситуаций. Деньги не спешат распределять. «Средства лежат на счете МЧС. Ни одного сома, собранного населением, не израсходовано», — заявил губернатор. Как говорят местные власти, распределением денег занимается комиссия из жителей, близкие которых погибли в день падения самолета. Глава сельской управы Ново-Павловки (куда территориально относится поселок Дачи-СУ) Улан Сатиев заявил, что до 24 марта комиссия должна определить, какую материальную помощь получают пострадавшие. Однако власти уже не раз отодвигали сроки. До этого аким Сокулукского района (сюда входит Ново-Павловская управа) Болот Саткеев в интервью Kloor.kg говорил, что вопрос распределения средств решится к 13 марта. Пока комиссия планирует, как именно распределить деньги, пользователи интернет-форума «Дизель», которые активно собирали средства для пострадавших, уже раздали собранный миллион сомов. Большую часть они в первую очередь отдали родным погибших, а в дальнейшем собранные средства передали пострадавшим в катастрофе.

## «ЗДЕСЬ НЕТ БУДУЩЕГО»



Жители больше не видят своего будущего в Дачи-СУ. Житель села Мирлан Токоев жалуется, что уже никто из поселка не сможет продать свои дома, потому что жить близ аэропорта стало страшно. «Эти дома мы покупали. А сейчас мы уже не можем их продать. Все теперь знают, что здесь может упасть самолет», — говорит он. Мирлан рассказывает, что его дети до сих пор приходят в себя после катастрофы. Они часто вспоминают умерших друзей, с которыми играли на улице, а по ночам просыпаются и «провожают» каждый самолет, пока его не станет слышно. «От государства никакой помощи не было. Люди привезли шифер, но я его не взял. Здесь я жить больше не планирую. Здесь стало страшно жить. Здесь нет будущего», — считает он. Гульбарчын Момукеева — одна из тех, чья семья ждет переселения. Во время катастрофы её дом полностью снесло, и власти предоставили её семье жилье в квартиру в центре Бишкека. Однако это лишь временная мера — квартира съемная, и Гульбарчын надеется, что им выделят деньги на покупку собственного дома. Рухнувший самолет полностью снес дом их семьи, в котором жили Гульбарчын со своим мужем, матерью и тремя детьми. Начиная рассказ о том дне, она вспоминает своих соседей. Ей сложно сдерживать слезы. (...)

## БИШКЕК: ВОДИТЕЛЬ РАЗДАВЛЕННОГО ДЕРЕВОМ ДЖИПА ПОТРЕБУЕТ КОМПЕНСАЦИИ ОТ МЭРИИ

**Источник:** Kloop

**Дата выхода:** 30 мая 2017 года

Хозяин «Лексуса GX 470», на который упал тополь, собирается потребовать компенсацию у городских властей. В мэрии сообщили, что вопрос выплаты компенсации будет решать суд. Сильный ветер повалил 16 деревьев по всему городу 29 мая. Один из тополей рухнул на «Лексус GX 470», припаркованный возле площади Победы на улице Султана Ибраимова. По словам владельца машины Эльдияра, его семья прогуливалась возле Вечного огня. «Я оставил машину возле Вечного огня и пошел за детьми на пять минут. Тут внезапно начался ветер, и большое дерево упало на крышу моей машины. Теперь она восстановлению не подлежит», — рассказал Эльдияр. Владелец автомобиля сказал, что собирается обратиться в мэрию за компенсацией.

Главный агроном муниципального предприятия «Зеленстрой» Эльнура Джолдошева сказала в интервью Kloop.kg, что вопрос о компенсации может решить только суд. «Мы составляли акт, и по процедуре этот акт передается в суд. И по решению суда будет определяться вопрос с компенсацией. Это не в нашей компетенции», — сказала она. Пресс-секретарь Управления патрульной милиции Таалай Бугубаев сказал Kloop.kg, что парковка в городе регулируется дорожными знаками. «Водитель должен был посмотреть на знак вначале. Если есть знак парковки, то можно парковаться, если нет, то нельзя», — сказал Бугубаев. Однако владелец «Лексуса» оставил машину сразу за остановкой, и знака о том, что можно парковаться в этом месте, на этом участке дороги не установлено.



(ссылка на Google-maps, где каждый может посмотреть установлен ли знак)



# ЗАПРЕЩЕННЫЕ ВЫПУСКНЫЕ ВЕЧЕРА

Источник: КТРК

Дата выхода: 24.05.2016

## Дикторы в студии

В этом году последний звонок прозвонит 27 мая, а это значит, что скоро выпускные вечера. Хотя подобные мероприятия запрещены Министерством образования на протяжении 5 лет.

Сюжет

## Закадровый текст

В ателье шьют вечерние платья, в бутиках примеряют строгие костюмы и смокинги. Дорогие авто и лимузины, рестораны и кафе забронированы чуть ли не полгода назад. Выпускники готовятся отпраздновать долгожданное окончание школы.

## Интервью Сауле Мейрмановой, начальника управления образования г. Бишкек

Да, родители говорят: «Мы уже в сентябре месяце заказали ресторан. И как вы нам можете запрещать проведение?»



## ЗАПРЕЩЕННЫЕ ВЫПУСКНЫЕ ВЕЧЕРА

### Закадровый текст

Однако проводить выпускные вечера в минобразования запретили еще 5 лет назад. Этот запрет игнорируется. И родители, и выпускники не желают оставаться без выпускного вечера. Собирая не без ведома учителей деньги на торжество.

### Интервью Жамили Токомбаевой, начальника инспекции по делам несовершеннолетних ГУВД г. Бишкек

Хотелось бы остановиться на этих фактах. Чтобы родители много уделяли времени и беседовали со своими детьми.

### Закадровый текст.

Кто-то празднует в здании школ, тогда ответственность несет руководство учебного заведения. А кто-то празднует в ресторанах или выезжает в горы, за что никто не в ответе кроме, конечно родителей и, в первую очередь, самих выпускников.

Между тем в управлении патрульной милиции настоятельно просят водителей быть бдительными, а выпускников соблюдать новый закон, по которому запрещается высовываться из люка и окон машин.

### Интервью Эрлана Атантаева заместителя начальника УПМ г.Бишкек

Уже начал действовать закон «Автохулиганство», согласно ему нельзя передвигаться колонной больше 5 машин, высовываться из люков этих машин. Штраф за эти действия от 3 до 5 тысяч сомов.

### Закадровый текст

Независимо от того свадебный или выпускной кортеж, ехать колоннами запрещено. Сотрудники ДПС, а также около 500 милиционеров Бишкека переведены на усиленный режим. Такие посиделки оборачиваются разборками с сотрудниками правоохранительных органов или страшными ДТП. В прошлом году в ДТП в Джалал-Абадской области в ходе празднования окончания школы, 6 выпускников были госпитализированы, 2 подростков и оператор погибли, всего в салоне минивэна находилось 9 человек.



## ОШ: ВЫПУСКНЫЕ ВЕЧЕРА ПОД ЗАПРЕТОМ

**Источник:** КТРК

**Дата выхода:** 26.05.2015

**Диктор в студии**

Совсем скоро во всех школах прозвонит последний звонок. И страшекласники попрощаются со школьной скамьей. Как и было заявлено ранее, в связи с четырехдневными каникулами в январе, последний звонок был передвинут на 29 мая. К этому празднику выпускники готовятся с особым энтузиазмом. Однако, гуляния на автомобилях и празднования в кафе и ресторанах строго запрещены. Какие работы проводят в Оше, чтобы школьники не нарушали правила в материале Динары Мамаковой

**Закадровый текст**

В этом году, как впрочем и раньше, пышные проведения последнего звонка и выпускного бала отменены. 29 мая в школах пройдет торжественная линейка, а выпускной опять же в школе, церемония вручения аттестатов продлится чуть меньше часа. На том и разойдутся. Выпускники восприняли эту новость по-разному.



**Интервью Дастана Нурлан уулу, выпускника**

Мы помним, как совсем недавно выпускники пышно отмечали этот праздник, устраивали гуляния, встречали рассвет. Чтобы осталось у нас в памяти, мы тоже хотим большой праздник. Почему у нас его отнимают?



**Интервью Каныкей Каныбек кызы, выпускницы**

Я считаю, что такие нормы правильны, потому что взрослые думают о нашей же безопасности, да к тому же это не потребует больших затрат.

## ОШ: ВЫПУСКНЫЕ ВЕЧЕРА ПОД ЗАПРЕТОМ

### Закадровый текст

Ошское городское управление образования ведет работу с преподавателями и родительскими комитетами.



### Интервью Абдыкалыка Акжолова специалиста управления образования г. Ош

В каждой школе торжественная линейка начнется в 9 часов и закончится в 10. Если школа не выполнит указания Ошского управления образования, то будет рассмотрен вопрос вплоть до увольнения директора школы.

### Закадровый текст

За безопасностью следят правоохранители. Во избежание проблем в этот день, они провели разъяснительные беседы с владельцами ресторанов и кафе, а также автомобильных кортежей.

### Интервью Жениша Ашырбаева, пресс-секретаря УВД г.Ош и Ошской области

Если они нарушат правила, то мы будем их штрафовать. Если честно, в этом году все строже, чем в прошлом.

### Закадровый текст

Кроме этого, в дни праздников будут дежурить сотрудники правоохранительных органов. Задействуют более 2 тысяч милиционеров и 3 тысяч дружинников. Подключат и совет аксакалов, и комитеты женщин.



### Интервью Айгуль Жунусовой, директора школы-гимназии № 17 им. Гагарина

Мэрия собрала нас всех, в том числе и родителей. Они сами услышали об этом приказе. Поэтому я надеюсь, что нарушений с нашей стороны не будет.



# УРОК № 7



## ТЕМА: МОИ ВОЗМОЖНОСТИ В ИНТЕРНЕТЕ

**Цель:** способствовать формированию критического оценивания информации в новых медиа и освоению полезных навыков использования глобальной сети Интернет.

## **Задачи:**

- Зафиксировать возрастающую роль Интернета в формировании культуры человека и его жизнедеятельности в целом. Выявить положительное и отрицательное влияние Интернета на человека.
- Сформулировать выводы о проблемах информационного воздействия на общество.
- Представить максимальный спектр инструментов для развития, имеющихся во Всемирной глобальной сети Интернет.
- Развивать критическое мышление учащихся в процессе потребления ими информации в Сети.
- Развивать навыки публичных выступлений.
- Воспитывать самостоятельность мышления и ответственность за свои убеждения, прививать желание осваивать полезные технологические новинки.

**Оборудование урока:** Мультимедиа проектор

**Тип урока:** систематизация имеющихся знаний и изучение нового материала.

**Основные понятия:** «Интернет» и «новые медиа», критическое мышление, информация, социальные сети, мессенджеры.

## **Ход урока**

1. Организационный момент. Приветствие. Проверка готовности учащихся к уроку. Создание в классе атмосферы сотрудничества.
2. Изучение нового материала.

## **План урока**

- Место Интернета и информационных технологий в современном мире;
- Роль и функции Интернета в жизни современного человека;
- Понятие «новые медиа» и «гражданская журналистика».





## УПРАЖНЕНИЕ №1 «ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ»



5 минут

**Шаг 1.** Разделить учащихся на три группы.

**Шаг 2.** Каждая группа получает одинаковое задание в карточках.

**Задание:** Отгадайте иконки интернет ресурсов. Как они называются? Затем подберите к иконкам интернет ресурсов соответствующие определения.

1.  \_\_\_\_\_

**А.** Развлекательная социальная сеть – общение с друзьями, фото и видео, фильмы и сериалы, музыка, игры, группы по интересам. Одна из популярных социальных сетей в Кыргызстане. Социальная сеть принадлежит Mail.RuGroup. Посещаемость сайта — более 70 миллионов посетителей в сутки.

2.  \_\_\_\_\_

**Б.** Это приложение позволяет пользователям смартфонов бесплатно обмениваться мгновенными сообщениями (фото и видео в том числе). Название этого ресурса созвучно с фразой, которая переводится как «Что происходит?»

3.  \_\_\_\_\_

**В.** Если бы этот ресурс был голливудской кинокомпанией, у него было бы достаточно материала для выпуска 60 000 новых фильмов каждую неделю. Для просмотра всех роликов, размещенных на этом ресурсе, понадобится более 1700 лет. Этот Интернет-ресурс – популярнейший видеохостинг, то есть ресурс, где можно размещать видеоролики. Это второй сайт в мире по количеству посетителей. Он предоставляет пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео (то есть помогает заработать на просмотрах видео).

4.  \_\_\_\_\_

**Г.** Каждый день пользователи на этом ресурсе оставляют 6 миллиардов «лайков» и комментариев, публикуют 300 миллионов фотографий. В феврале 2011 года региональный менеджер по маркетингу на Ближнем Востоке компании «Google» Ваэль Гоним заявил, что революция в Египте началась в этой социальной сети. Сегодня этот ресурс — крупнейшая в мире социальная сеть.

5.  \_\_\_\_\_

**Д.** Здесь возможен не только квадратный формат, но и альбомный, и портретный. Это сервис быстрого обмена фотографиями и видеозаписями.

6.  \_\_\_\_\_

**Е.** Один из популярных сайтов Кыргызстана, где можно бесплатно смотреть онлайн видео и слушать музыку. В разделе KG есть - музыка, клипы и фильмы на кыргызском языке.

7.  \_\_\_\_\_

**Ж.** Крупнейшая поисковая система интернета. Первая по популярности система (77,05 %), которая обрабатывает 41 млрд 345 млн запросов в месяц. Поддерживает поиск в документах во всех форматах.

8.  \_\_\_\_\_

**З.** Социальная сеть для публичного обмена сообщениями при помощи веб интерфейса, SMS или других программ для пользователей интернета любого возраста. Лого этой сети представляет собой животное, относящееся к классу позвоночных животных.

9.  \_\_\_\_\_

**И.** В 2002 году у этого ресурса появился раздел на кыргызском языке. Но активно он начала заполняться лишь в 2012 году. На этом ресурсе, где практически все пользователи интернета черпают сегодня основную информацию, автором может стать любой. Это общедоступная многоязычная универсальная интернет-энциклопедия со свободным контентом.

### Правильные ответы.

1-В YouTube, 2-Г Facebook, 3-А Одноклассники, 4-Б WhatsApp, 5-Е Namba, 6-Ж Google, 7-Д Instagram, 8-И Википедия, 9-З Twitter.



## УПРАЖНЕНИЕ №2. ПРОСМОТР ВИДЕО – РОЛИКА



5 минут

**Шаг 1.** Показать видеоролик «Революция Социальных медиа сетей»  
(видеоролик доступен в открытых источниках)

**Шаг 2.** Обсуждение видео с учащимися по теме «Как Интернет помогает мне сегодня?»

**Шаг 3.** Дополнение учителя:

Современный человек сегодня уже не мыслит себя без современных технологий:

Интернет, сотовая связь, телефоны, не уступающие по техническим характеристикам настольным компьютерам. А Интернет настолько ярко и быстро ворвался в нашу жизнь, что заменил нам телевизор, радио, магнитофон и прочие средства хранения или передачи данных.

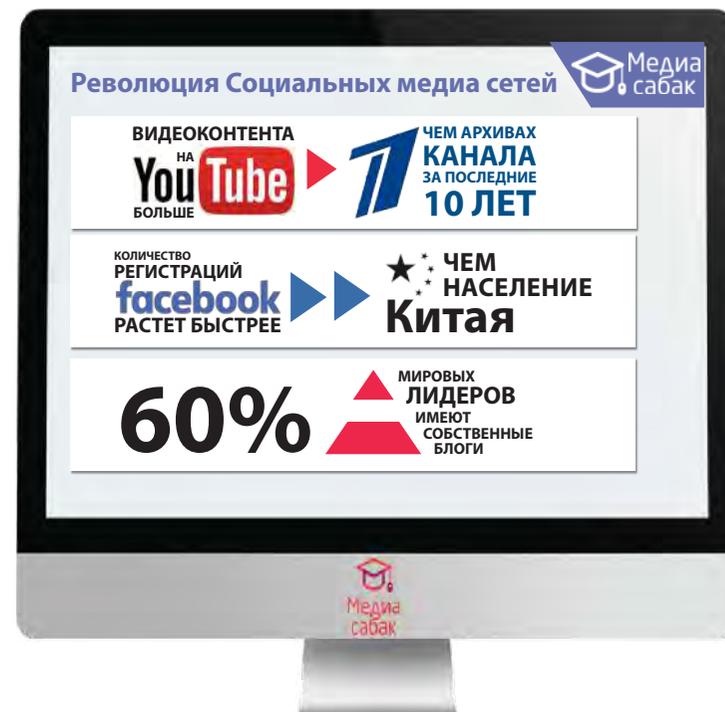
Сегодня с помощью глобальной сети люди получают образование, ведут свои бизнес-дела, находят единомышленников и клубы по интересам, мгновенно обмениваются любой информацией, работают удаленно на компанию в другой стране, но при этом часто становятся объектом внимания для международных аферистов.

Интернет в силу своей технологичности и уникальности стал самым популярным местом хранения и распространения информации. Ему удалось за 4 года собрать аудиторию в 50 000 000 человек, в то время как радио потратило на это 38 лет, а телевидение - 13 лет. Ученые генетики уже всерьез говорят об «электронном гене» в современных детях: цифровая реальность - неотъемлемая часть их жизни, абсолютно естественная виртуализация общения, личной и общественной жизни.

Думать сегодня - это означает уметь и знать, как и где найти информацию.



## СЛАЙД № 2





## УПРАЖНЕНИЕ №3. «ПОВЕДЕНИЕ ЛЮДЕЙ»



5 минут

**Шаг 1.** Разделить учащихся на 3 группы

**Шаг 2.** Каждой группе дать задание.

**Задание:**

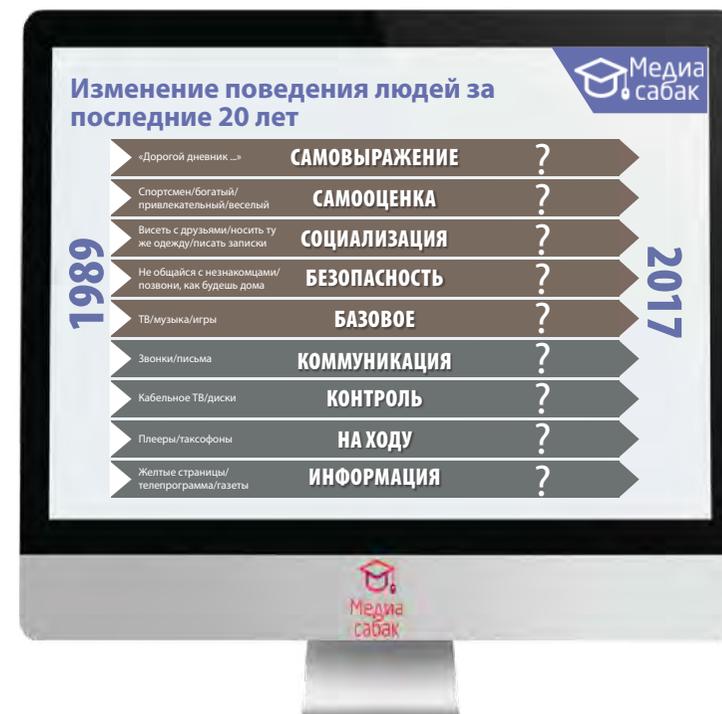
Посмотрите на картинку и напишите на листочке ваши предположения о том, как изменилось поведение людей во многих значимых сферах жизни в связи с использованием Интернета.

## Изменение поведения людей за последние 20 лет

1989	«Дорогой дневник ...»	САМОВЫРАЖЕНИЕ	?	2017
	Спортсмен/богатый/ привлекательный/веселый	САМООЦЕНКА	?	
	Висеть с друзьями/носить ту же одежду/писать записки	СОЦИАЛИЗАЦИЯ	?	
	Не общайся с незнакомцами/ позвони, как будешь дома	БЕЗОПАСНОСТЬ	?	
	ТВ/музыка/игры	БАЗОВОЕ	?	
	Звонки/письма	КОММУНИКАЦИЯ	?	
	Кабельное ТВ/диски	КОНТРОЛЬ	?	
	Плееры/таксофоны	НА ХОДУ	?	
	Желтые страницы/ телепрограмма/газеты	ИНФОРМАЦИЯ	?	



## СЛАЙД № 3



Сравните ваши ответы и результаты исследования.

1989

2017

«Дорогой дневник ...»	<b>САМОВЫРАЖЕНИЕ</b>	Блоги/подкасты
Спортсмен/богатый/ привлекательный/веселый	<b>САМООЦЕНКА</b>	Онлайн-сообщества и игры/ «Друзья»
Висеть с друзьями/носить ту же одежду/писать записки	<b>СОЦИАЛИЗАЦИЯ</b>	Электронная почта/мгновенные сообщения/мобильный
Не общайся с незнакомцами/ позвони, как будешь дома	<b>БЕЗОПАСНОСТЬ</b>	Мобильный телефон
ТВ/музыка/игры	<b>БАЗОВОЕ</b>	HDTV/iPod/видео-игры/ интернет
Звонки/письма	<b>КОММУНИКАЦИЯ</b>	Электронная почта/Твиттер/ социальные сети
Кабельное ТВ/диски	<b>КОНТРОЛЬ</b>	Цифровая видеозапись/ загрузка цифрового контента
Плееры/таксофоны	<b>НА ХОДУ</b>	iPod/мобильный телефон/ смартфон
Желтые страницы/ телепрограмма/газеты	<b>ИНФОРМАЦИЯ</b>	Поиск/цифровое кабельное ТВ/интернет



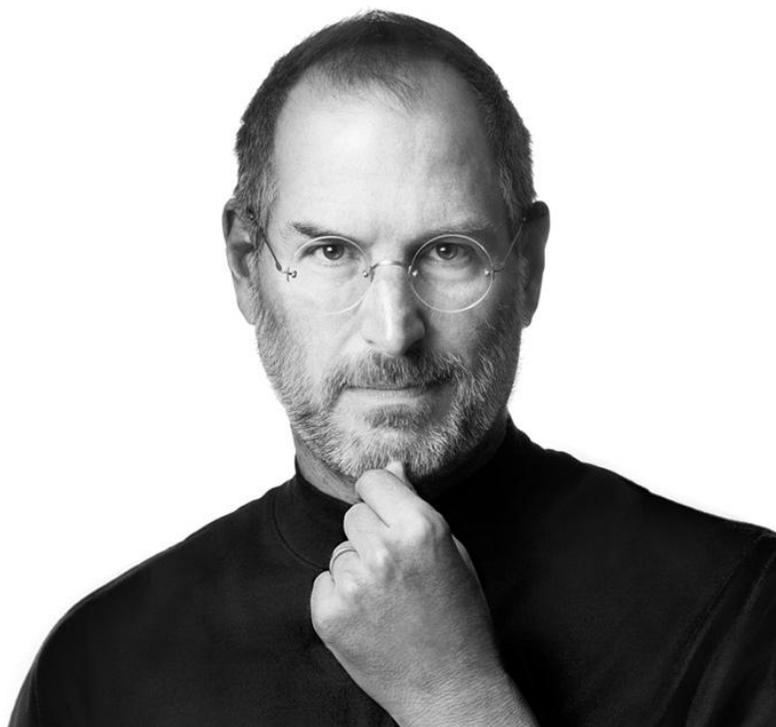
## УПРАЖНЕНИЕ №3. «ИСПОЛНИВШИЕСЯ МЕЧТЫ»

**Шаг 1.** Учитель показывает по очереди слайды, задает вопрос “Кто это?” и “Как Интернет помог ему стать знаменитым?”.

Развитие Интернета так же способствовало большому количеству людей реализовать себя и достичь успеха.

Один из зачинателей эры IT-технологий, основатель компаний Apple, NeXT и Pixar, предприниматель Стив Джобс.

Его мечта позволила каждому иметь дома персональный компьютер. Каждый сегодня хочет иметь у себя технику компании Apple, чьим основателем и идейным вдохновителем которой он является. Он был из приемной семьи, но был одержим своей идеей и достиг цели.

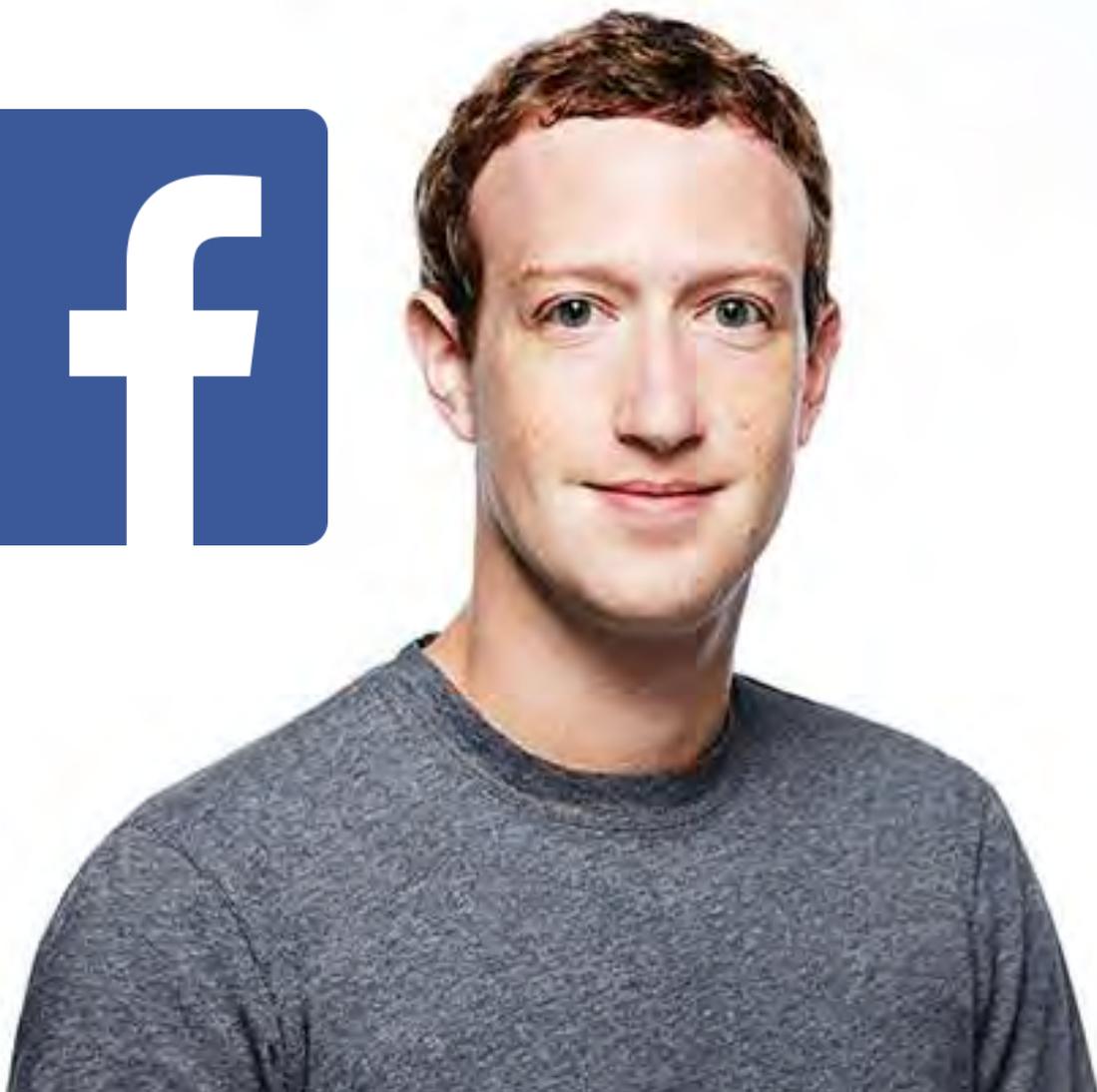


## СЛАЙД № 4



Марк Цукерберг в студенческие годы вместе с товарищами запустил социальную сеть для студентов, которая сегодня объединяет миллионы людей, и делает его одним из богатейших людей планеты.

Facebook входит в пятерку наиболее посещаемых веб-сайтов мира. На июнь 2017 года аудитория Facebook составила 2 миллиарда пользователей.

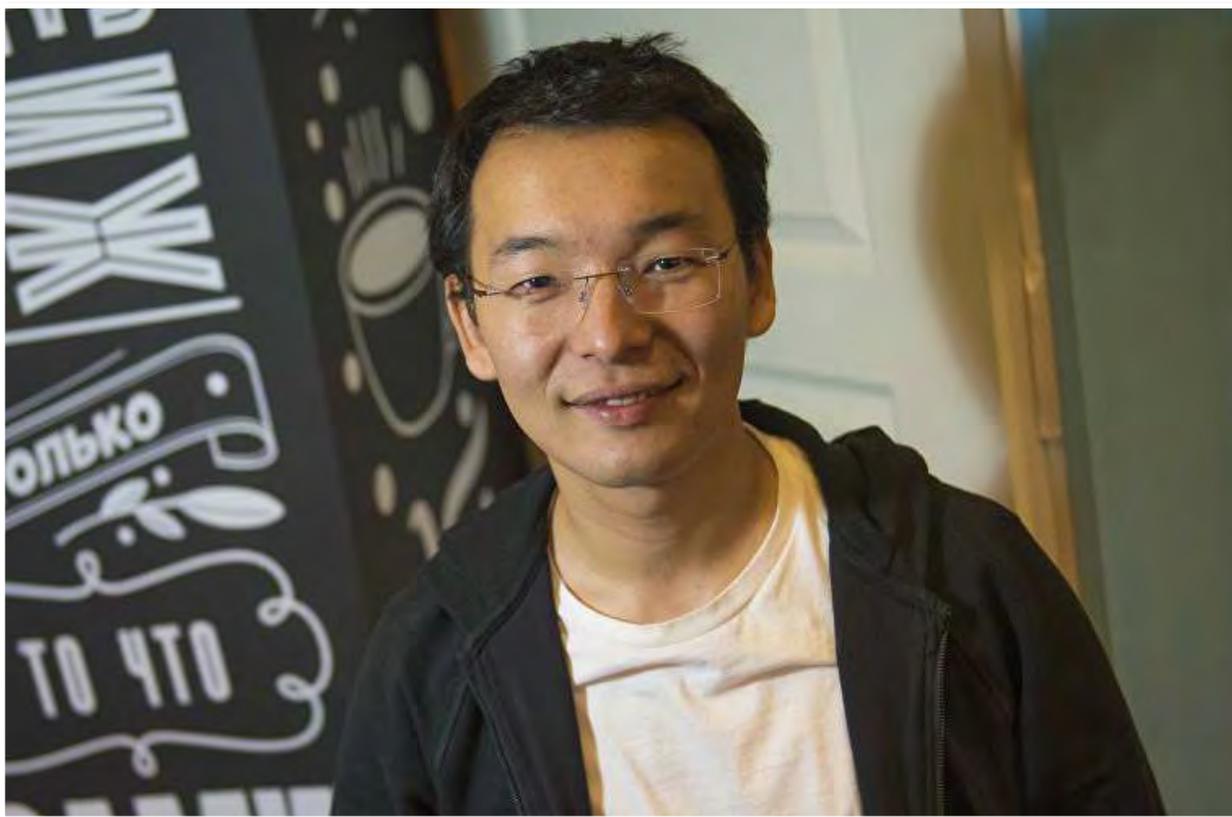


## СЛАЙД № 5

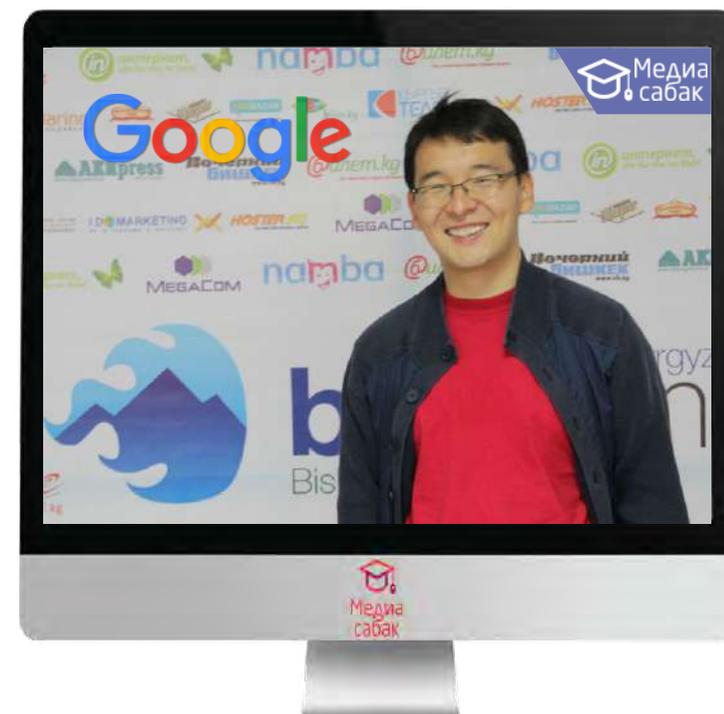


Среди наших соотечественников тоже есть интересные истории успеха. Так, например, Тилек Мамутов мечтал стать сотрудником компании Google. Сегодня он работает в секретной лаборатории X Lab, которая разрабатывает прорывные, секретные проекты для человечества.

# Google



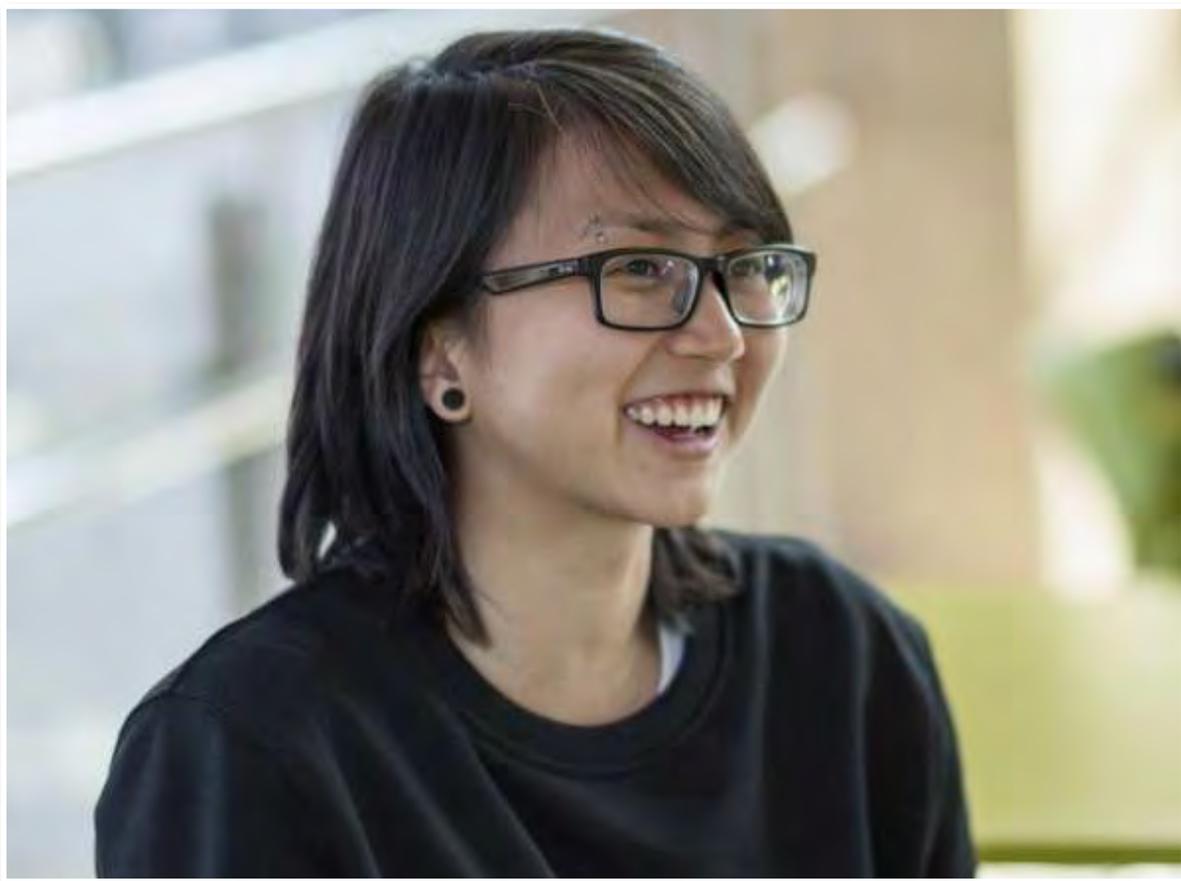
## СЛАЙД № 6



Студентка Эльдана Сатыбалдиева благодаря своим юмористическим роликам собрала в своем Инстаграмме аудиторию размером более полумиллиона подписчиков и стала известна в Казахстане и России.



Instagram



СЛАЙД № 7



В 2016 году весь мир наблюдал за тем, как сбылась мечта простого афганского мальчика. Его фотография в футбольной форме из полиэтиленового пакета с фамилией Месси стала очень популярной в Интернете. И через год всемирно известный футболист встретился с ним.



## СЛАЙД № 8





**Задача:** Связать возможности интернета индивидуально с каждым учеником.

**Шаг 1.** Индивидуальная работа учеников.

Учитель дает задание «Подумайте о своей мечте и сформулируйте ее в одно-два предложения. Запишите это на листочке. Время 1 минута».

**Шаг 2.** Напишите 5 способов использования интернета по пути к реализации своей мечты. (1-2 минуты)

(Информация для учителя: Например: я смогу найти собеседников для того чтобы практиковать иностранный язык с носителем языка через скайп; я найду на сайте вакансии хорошей работы; я буду пользоваться мировыми библиотечными ресурсами и т.п.)

**Шаг 3.** Мозговой штурм. Учитель предлагает озвучить некоторые идеи и записывает ответы учеников на доске, группируя их в пять колонок.

**Шаг 4.** Учитель под каждым столбиком пишет название функции (по смыслу к чему относятся ответы учеников).

Информационная функция	самый массовый и оперативный источник информации
Функция передачи информации	площадка для личных и деловых виртуальных коммуникаций
Социальная функция	огромный клуб по интересам
Образовательная функция	гигантское пространство для получения образования и навыков
Развлекательная функция	место самореализации, развлечения и решения личных проблем

“Вот такие функции сегодня выполняет Интернет в жизни человека”.

**Шаг 5.** Разделить учеников на 5 групп. Каждой группе дать задание по одной функции.

Задание: расшифровать функцию и привести как можно больше примеров на тему использования конкретной функции.

- Интернет - самый массовый и оперативный источник информации (Назовите какие СМИ имеют свой сайт в Интернете).
- Интернет - площадка для личных и деловых виртуальных коммуникаций (email, мессенджеры - Скайп, ВотсАпп, Телеграм, Вайбер, социальные сети).
- Интернет - огромный клуб по интересам (сообщества в социальных сетях, тематические форумы и порталы).
- Интернет - гигантское пространство для получения образования и навыков (онлайн-университеты, курсы, обучающее видео, энциклопедии).
- Интернет - место самореализации, развлечения и решения личных проблем (инстаграмм, блоги, карты городов, такси и тд).

**Шаг 6.** Презентации групп

**Вывод:** Интернет - современный удобный инструмент для решения большого количества личных, бытовых и профессиональных задач. Это так же среда для получения дополнительного образования и творческой самореализации.



## УПРАЖНЕНИЕ № 6 «ВОЗМОЖНОСТИ ИНТЕРНЕТА»



5 минут

**Шаг 1.** Учитель показывает слайды по одному. Текст можно читать или рассказывать своими словами (по выбору учителя). Давайте обобщим функции Интернета:

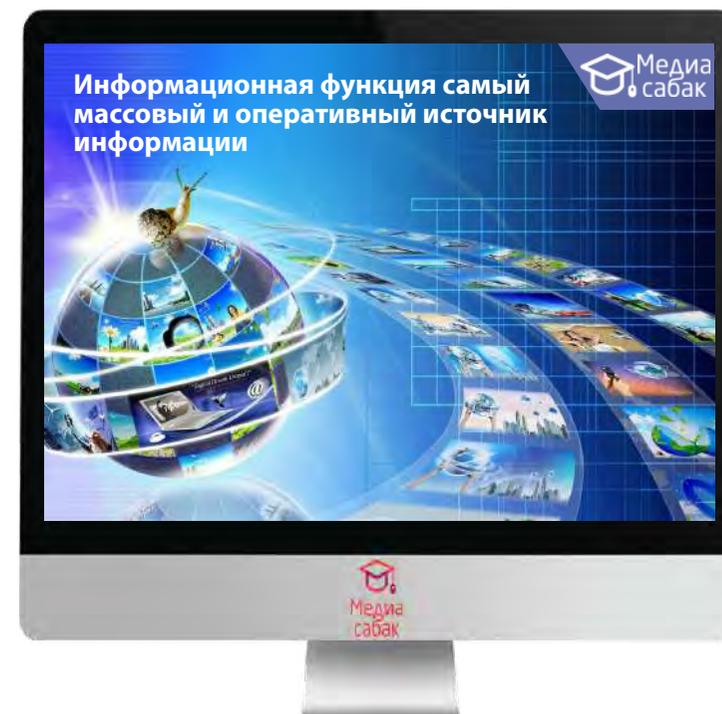
**Интернет - самый большой источник информации:** Несколько лет назад в английском языке официально появился глагол “google”, который означает “искать в Интернете”.

Мышление в стиле “digital” - это способность нынешней молодежи не хранить в голове большой объем информации, но знать где и как ее найти. Специалисты все больше и больше говорят о “digital-мышлении”, то есть способности анализировать и систематизировать поток входящей информации из всех источников, будь то официальная информация или переписка в мессенджерах.

Для эффективного поиска информации необходимо максимально точно сформулировать свой запрос и обращать пристальное внимание на репутацию источника.



## СЛАЙД № 9



## Интернет - площадка для личных и деловых виртуальных коммуникаций.

Уже в 2015 году мобильные операторы стали говорить о падении доходов от сотовой связи и росте объемов потребления информации из Интернета. Технологии постепенно перебрались в нашу деловую и частную жизнь. Сегодня уже мало кто может представить себя без электронной почты или без доступа в Интернет. Современные возможности Сети позволяют нам общаться с людьми из разных стран, с людьми любых статусов и должностей, не испытывая дискомфорта или сложностей в доступе к ним.

Современные почтовые сервисы не ограничиваются только услугами по отправке и получению писем, но и содержат массу других полезных функций для работы в Интернете.

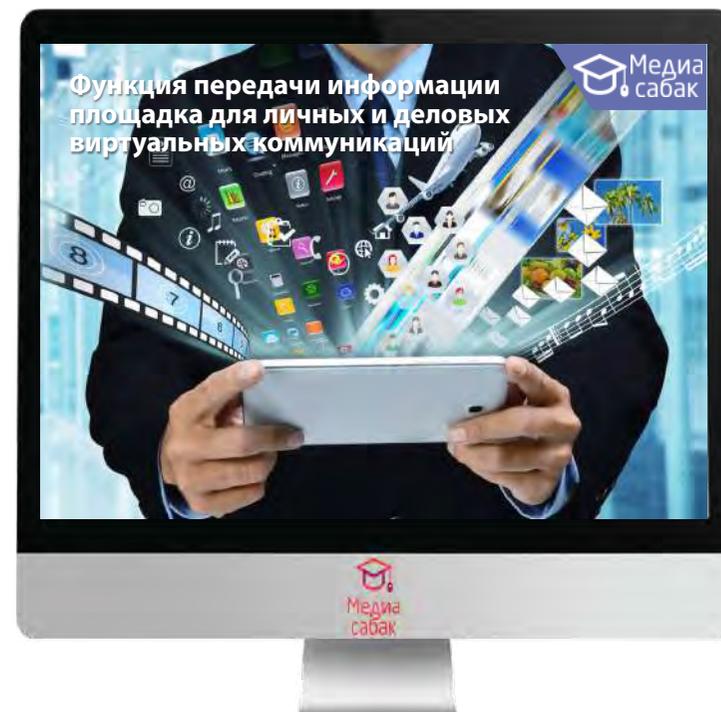
Например, в Gmail и Yandex существует сервис для создания, хранения и редактирования привычных для нас документов - текстов, таблиц, презентаций. Для передачи больших объемов данных все реже и реже используют диски и флешки. Интернет-сервисы под названием "файлообменники" предназначены для передачи больших файлов, таких как архив фото или видео. И получатель сразу же имеет возможность скачать эти данные. Также в деловых коммуникациях часто используют программы для группового общения с функцией видеотрансляции. Наиболее популярные сервисы - это Skype и Zoom.



**МОИ ВОЗМОЖНОСТИ В ИНТЕРНЕТЕ**



## СЛАЙД № 10



**Социальная функция Интернета: Интернет, пожалуй, самый эффективный способ формирования сообществ - сетей.** Это и клубы по интересам, и экспертные сообщества, и фан-клубы и т.д. Эти сообщества объединяют сотни, тысячи, а иногда и миллионы людей по всему миру.

Никаким традиционным способом это не удалось бы сделать так же эффективно, как Интернет. Поэтому иногда можно услышать, что Интернет - это "сеть сетей". Сегодня многие школы имеют свои странички в социальных сетях, которые призваны объединять учащихся и выпускников данных школ. На своих страничках они делятся новостями и успехами школы.



## СЛАЙД № 11



**Интернет для образования:** <https://ky.wikipedia.org/> - Википедия на кыргызском языке. Самая большая энциклопедия на кыргызском языке. На сегодняшний день кыргызстанцами написано 65 000 статей.

Преимуществом данного ресурса является тот факт, что любой пользователь может добавить новую статью. Чем больше подтверждений фактов вы предоставите, тем быстрее ваша статья увидит свет.

Также стоит отметить, что при написании рефератов и поиске информации для уроков, учащиеся первым делом находят информацию в Википедии. Очень важно выработать понимание того, что это открытая энциклопедия и с нее можно копировать материалы. Но, если не указать ссылку на источник, то это будет считаться плагиатом. Любой педагог может это легко выявить, всего лишь “погуглив” часть текста из работы, которые сдают учащиеся для проверки учителем.

С появлением сайтов, на которых пользователи сами размещают свои видео, появилось очень много визуальной информации, посредством которой зритель получает навык или способ решения проблемы.

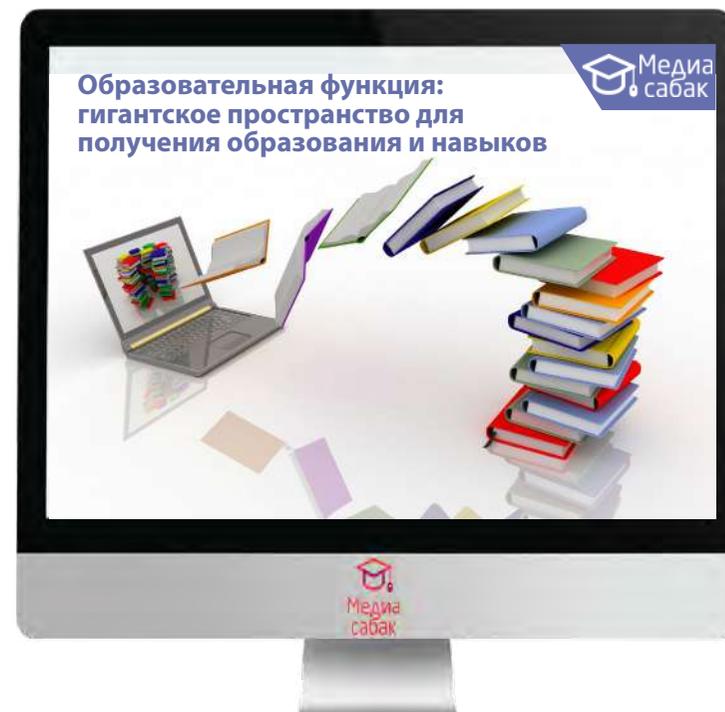
Сегодня самый популярный видео-сайт - Ютуб (<https://www.youtube.com/>). На нем можно найти любую интересующую информацию в формате видео.

А совсем недавно инициативная группа показала историю Кыргызстана в мультиках на русском языке:

Название канала на Ютубе «Кыргызстандын Тарыхы»  
Видео доступно в открытых источниках



## СЛАЙД № 12



# МОИ ВОЗМОЖНОСТИ В ИНТЕРНЕТЕ

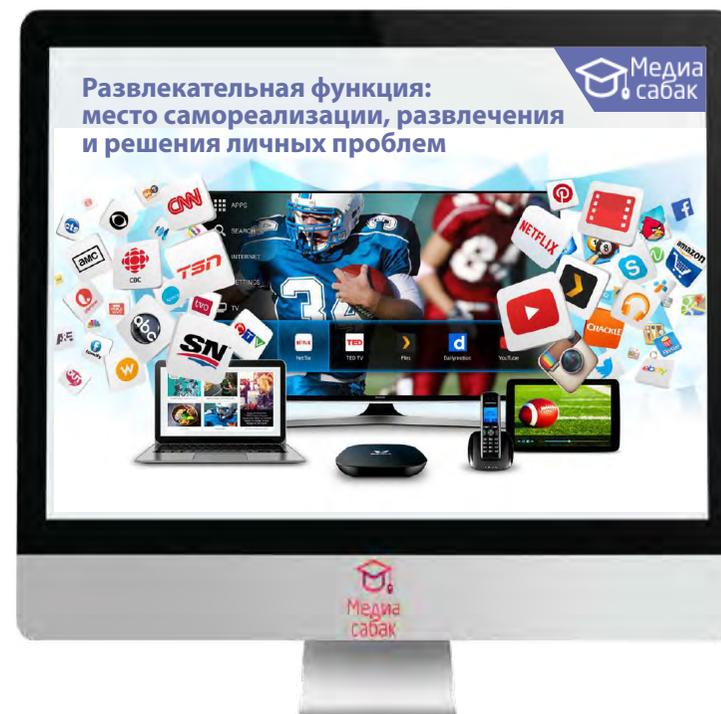
242

**Интернет -это место самореализации, развлечения и решения личных проблем.**

Слушать музыку, смотреть фильмы, играть в игры, читать книги, проходить тесты можно прямо в Интернете. Такого развлекательного контента в нем очень много.



## СЛАЙД № 13



В начале 2000-х годов в мире произошла медиареволюция: традиционные СМИ (ТВ, радио, газеты, журналы) стали проигрывать позиции **Интернету по оперативности передачи информации и скорости получения ее аудиторией**. Все больше рекламы, а, следовательно, финансов, стали вкладывать в Интернет-проекты.

Сегодня все СМИ стараются быть представленными в Интернете, а некоторые совсем отказались от старых форм существования и полностью ведут свою работу только в сети.



## СЛАЙД № 14



Помимо официальных СМИ сегодня существует много информационного и развлекательного материала в Интернете, который создают сами пользователи.

Ежедневно пользователи Сети становятся свидетелями различных событий, а современные телефоны позволяют фотографировать или даже заснять видео. Поэтому в **Интернете сегодня можно найти широкий спектр информации**, созданной обычными людьми. Феномен, когда информация в цифровых форматах моментально облетает тысячи и миллионы человек, и когда каждый пользователь может стать источником важной новости называется “новые медиа”.

Понимая это, многие электронные СМИ КР открывают и развивают разделы, в которые новости присылают жители Кыргызстана. Сегодня это следующие ресурсы:

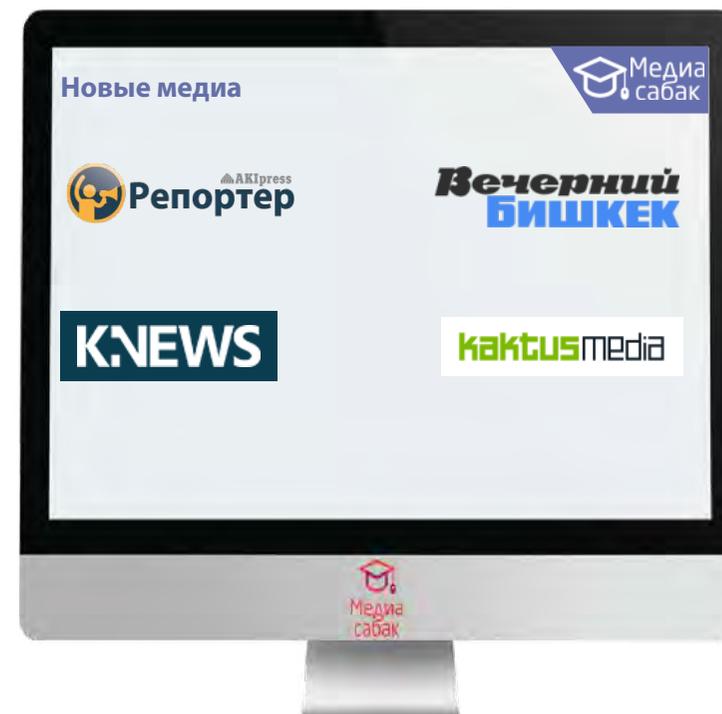
- <http://reporter.akipress.org/>
- <http://zanoza.kg/>
- <http://knews.kg/report>
- [http://www.vb.kg/?user\\_news](http://www.vb.kg/?user_news)



Традиционные СМИ тоже стараются не отставать от современных технологий. Например, сегодня у каждого ТВ канала есть свой номер, на который жители Кыргызстана могут присылать свои новости в формате видео. Самые актуальные видео обязательно попадут в вещание телеканала. Опубликованная на этих сайтах информация часто становится причиной реальных изменений в жизни, таких как остановка или ликвидация стихийных свалок и строек, наказание должностных лиц и т.д.



## СЛАЙД № 15





## Подведение итогов урока. Выводы:

- Интернет меняет стиль жизни.
- Мы начали по-другому мыслить благодаря Интернету.
- Интернет помогает реализовать свою мечту.
- Интернет очень быстро меняется.

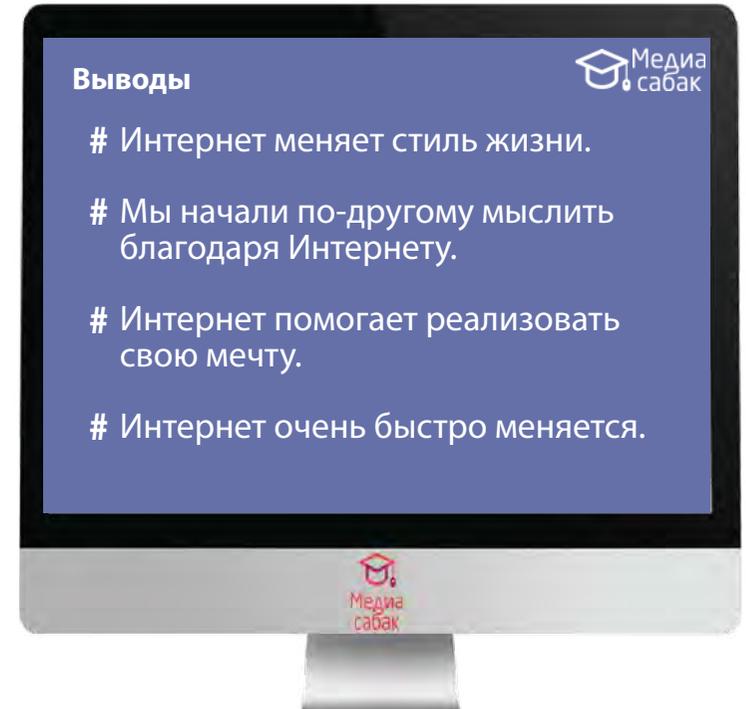
**Домашнее задание:** Разделить участников на 3 группы и дать каждой группе задание.

**Задание:** разработать макет и содержание школьного сайта мечты. Какие функции он должен иметь?

Каждая группа на листе ватмана размером А-1 должна нарисовать вид главной страницы школьного сайта; нужно продумать дизайн, какие разделы он должен иметь, шрифт и т.д. Презентация групп на следующий урок.



## СЛАЙД № 18



# УРОК № 8

Медиа  
сабак



**ТЕМА:**

**ЖИТЬ В ГАРМОНИИ  
С ИНТЕРНЕТОМ**

**Цель урока:** сформировать у учащихся активную позицию в применении правил интернет-гигиены; определить для чего и как нужно защищать персональные данные.

**Задачи:**

- объяснить, что такое персональные данные, и показать, как безличная информация становится персональной;
- показать сложность контроля за персональными данными в интернете;
- ознакомить учащихся с правилами интернет-гигиены;
- провести практические упражнения для усвоения нового материала.

**Тип урока:** комбинированный: усвоение нового материала и проверка применения полученных знаний, умений на практике.

**Форма урока:** интерактивная: лекция с активным участием учащихся и практической работой в группах.

**Новые понятия:** интернет-гигиена, цифровая компетентность, персональные данные.

**Межпредметные связи:** граждановедение.

**Оборудование урока:** мультимедиа проектор.



## ПРОВЕРКА ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ

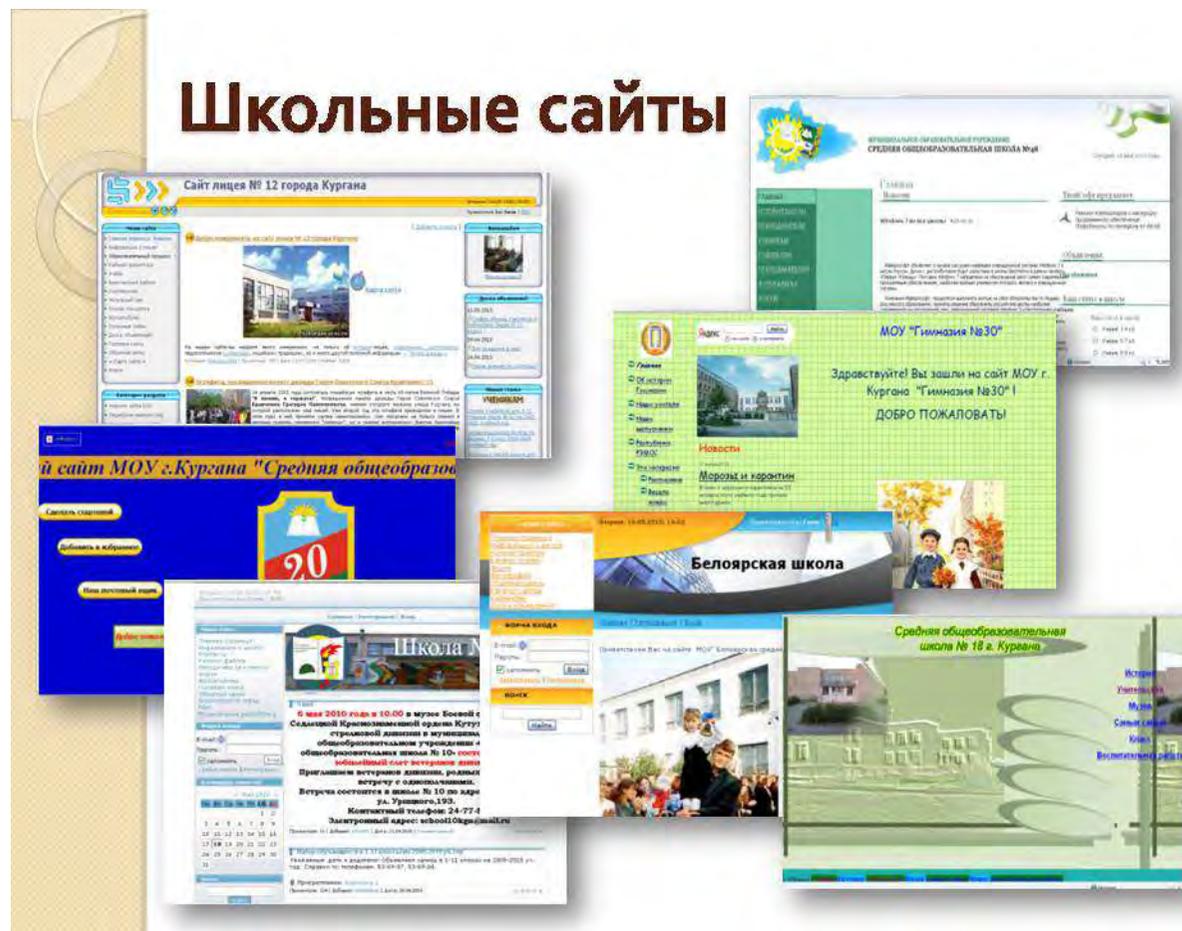


5 минут

### Проверка домашнего задания.

Выделить в начале урока время для проверки домашнего задания учеников. Можно предварительно вывесить их проекты на стену, чтобы участники других групп могли ознакомиться с моделями сайтов каждой группы. Без критики, доброжелательно отнестись к идеям ребят, найти вместе со всем классом хорошие идеи в каждом проекте сайта. Обсудить, что можно сделать лучше.

## Школьные сайты

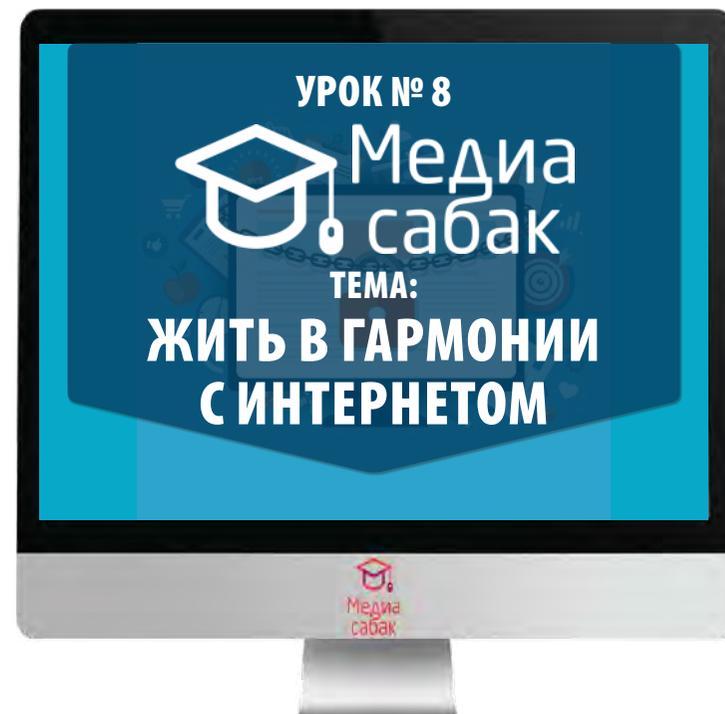


Учитель подводит к новой теме: «Представьте, что вы трудились над вашим сайтом не только на бумаге, но и по-настоящему его разработали, у вас там все красиво и современно. Вы приложили много сил, чтобы там зарегистрировались ученики вашей школы и еще много других людей, вы наполняете его актуальным контентом, чтобы он был интересен. И вдруг злоумышленники взломали ваш сайт и испортили там все настройки, а то и вообще: вход на него стал недоступен. Какие чувства вы испытаете?»

Короткая дискуссия с учениками.



## СЛАЙД № 1



«Из новостей вы знаете, что взломам или атакам подвергаются тысячи сайтов каждый день, среди которых есть биржи, банки, транснациональные корпорации, ФБР, NASA, даже Пентагон и Белый дом в США. И это при том, что такие сайты очень хорошо защищены электронными системами безопасности.

И тем более легко взломать вашу персональную страничку в соцсетях. Возможно, вы или кто-то из ваших знакомых сталкивался с этим?

А ведь на странице находятся ваши персональные данные, которые вы внесли туда при регистрации, и они могут быть использованы чужими людьми в своих целях.



## СЛАЙД № 2





## УПРАЖНЕНИЕ №1 «МОЙ ПРОФИЛЬ»



10 минут

Чтобы разобраться в этом вопросе более глубоко, учитель предлагает учащимся выполнить следующее задание:

«Представьте, что в интернете появился новый популярный ресурс. Он объединяет возможности уже существующих ресурсов: социальных сетей, видеохостингов, викисред, онлайн-каналов, а также содержит новые уникальные возможности для учебы и отдыха.

Большинство ваших друзей уже зарегистрированы на новом ресурсе, поэтому вам не терпится тоже туда поскорее попасть.

Для этого вам всего лишь нужно заполнить простую регистрационную форму»

**Шаг 1.** Раздать учащимся формы регистрации и попросить их заполнить. Особо предупредить детей, чтобы они не писали свой настоящий пароль, который они используют в соцсетях, а придумали новый пароль только для этого упражнения.

**Шаг 2.** Каждый учащийся должен создать свою учетную запись.

Логин*	
Пол* Мужской Женский	
Возраст*	
Электронная почта*	
Номер мобильного телефона	+996 (____) _____ - _____ -
Пароль*	
Подтверждение пароля*	
Страна / Город	
Семейное положение	
Место работы/учебы	
Интересы, Любимая музыка, Любимые книги, Любимые кинофильмы, Любимые телепередачи	

Что же говорит о нас информация, размещенная в профиле?



## СЛАЙД № 3



**Шаг 3.** Чтобы получить ответ на этот вопрос, учитель собирает заполненные листочки и в случайном порядке раздает заполненные профили одноклассникам. Он ставит перед ними задачу угадать, чей это профиль, и написать свою догадку на полученном листке с профилем.

Важно, чтобы в это время участники группы не подсказывали друг другу и не высказывали свои догадки вслух.

Когда все учащиеся выполняют задание, учитель просит каждого по очереди озвучить логин хозяина профиля, а затем высказать и обосновать предположение по поводу его личности. Только после того, как все догадки будут высказаны, учитель просит хозяев профилей подтвердить или опровергнуть правильность ответов.

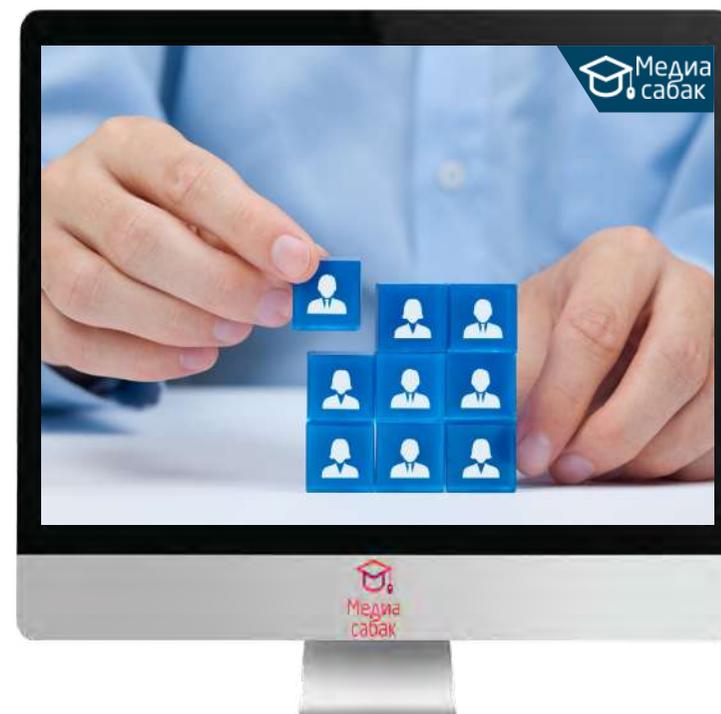
**Шаг 4.** Обсуждение упражнения.

- Какой профиль было угадать проще/труднее всего?
- Что помогло/помешало угадать личность хозяина профиля?
- Какими соображениями мы руководствуемся, заполняя профили?

**Шаг 5.** После завершения упражнения учитель возвращает каждому учащемуся заполненный им профиль и отмечает необходимость бережного обращения со своими персональными данными.



## СЛАЙД № 3



## Информация о средствах защиты персональных данных

- Надежные пароли позволяют защитить от третьих лиц ваши аккаунты на онлайн-ресурсах и в приложениях.
- Настройки приватности дадут вам возможность определить уровень доступа других пользователей к вашим персональным данным, размещенным на различных онлайн-ресурсах.
- Правила управления персональными данными помогут вам понять, как персональные данные, размещенные в интернете, влияют на вашу репутацию в сети.

Прежде чем вводить свои персональные данные в интернете, необходимо убедиться, что вы находитесь именно на том ресурсе, на который хотели попасть, а не на поддельной (фишинговой) странице, созданной мошенниками.



## СЛАЙД № 4





## УПРАЖНЕНИЕ № 3 «ИНТЕРНЕТ-ГИГИЕНА»



15 минут

**Шаг 1.** Дискуссия с учениками: «Простейшие правила интернет-гигиены».

### Что такое интернет-гигиена?

Как мы уже знаем, гигиена – это правила, которые помогают оберегать здоровье от вирусов и бактерий, обитающих в окружающей среде. Нас с детства приучают соблюдать гигиену – (чистить зубы, мыть руки перед едой, мыть фрукты перед его употреблением и т.д.).

**Интернет** – это среда, в которой точно также можно пострадать от вирусов и прочих опасностей, угрожающих если не здоровью, так кошелек и душевному равновесию. Мы учимся правилам гигиены с самого детства, потому и интернет – пользователи должны помнить об интернет – гигиене с первых шагов в сети.

**Шаг 2.** Разделить учащихся на три группы

**Шаг 3.** Каждой группе раздать заранее подготовленные задания в карточках. После выполнения задания, каждая группа делает презентацию.

1 группа. Какие существуют интернет угрозы?

2 группа. Какие правила интернет-гигиены вы знаете?

3 группа. Что такое геолокация? Плюсы и минусы геолокации

**Шаг 4.** Презентация групп. Выслушать ответы учащихся.

### Просмотр ролика

#### «Как вести себя в соцсетях»

(видеоролик был создан телеканалом «Карусель» и доступен в открытых источниках)



Когда вы регистрируетесь на каком-либо сайте, чтоб получить доступ к материалам, в соцсетях, чтоб завести себе новый аккаунт, у вас обычно просят заполнить подобную форму. Иногда какие-то пункты могут отсутствовать. Однако, вам нужно понимать, что отправляя свои персональные данные в сеть, вы можете потерять контроль над ними. Современный человек уже физически не способен скрыться от всего многообразия явно или неявно применяемых в отношении него технических устройств сбора и технологий обработки данных о людях.

Потому надо знать простые правила размещения своих персональных данных.

### Регистрация нового почтового ящика

Вы сможете пользоваться бесплатной электронной почтой и другими продуктами Mail.Ru, найти друзей и общаться без ограничений как на компьютере, так и на мобильном.

Имя	<input type="text" value="Наталья"/>	✓
Фамилия	<input type="text" value="Гусева"/>	✓
День рождения	<input type="text" value="16"/> <input type="text" value="Ноябрь"/> <input type="text" value="1963"/>	✓
Город	<input type="text" value="Санкт-Петербург, Россия"/>	✓
Пол	<input checked="" type="radio"/> Мужской <input type="radio"/> Женский	✓
Почтовый ящик	<input type="text" value="natasha_gyseva01"/> <input type="text" value="@mail.ru"/>	✓
Пароль	<input type="password"/>	Уровень сложности: <b>сильный</b>
Повторите пароль	<input type="password"/>	✓

### Если Вы забудете пароль

С помощью мобильного телефона Вы сможете восстановить пароль. Укажите номер и в течение минуты Вам придет сообщение с кодом подтверждения.

У меня есть мобильный телефон

Секретный вопрос	<input type="text" value="Свой вопрос"/>	✓
Свой вопрос	<input type="text" value="Когда в России новый год?"/>	✓
Ответ	<input type="text"/>	
Дополнительный e-mail	<input type="text"/>	НЕ обязательно

[Зарегистрироваться](#)



## СЛАЙД № 5

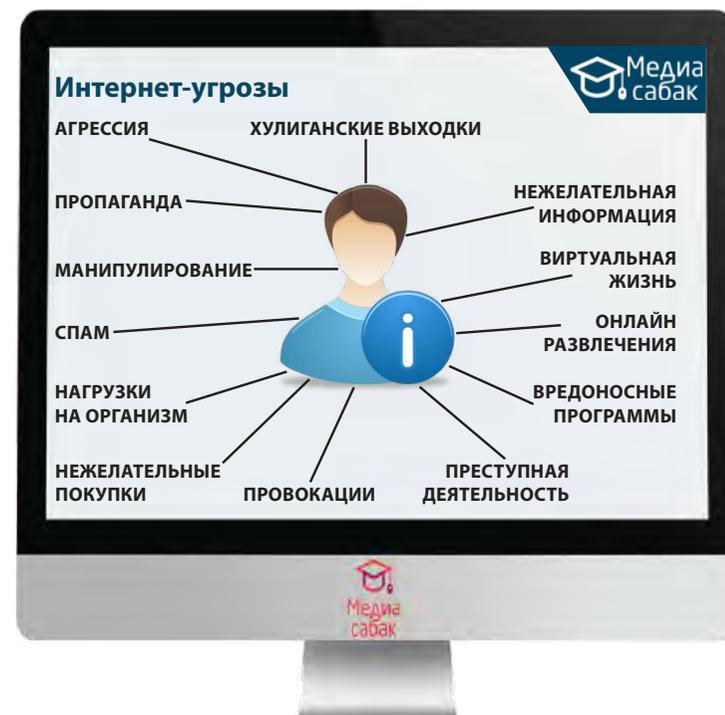


Интернет (глобальная компьютерная сеть) на сегодняшний день - это около 15 миллионов абонентов в более чем 150 странах мира, ежемесячно размер сети увеличивается на 7-10 %. Ранее Всемирная сеть использовалась исключительно в качестве среды для передачи файлов и сообщений электронной почты. Сегодня с ее помощью решаются намного более сложные задачи, и Интернет становится все более популярным в мире обычного общения. Однако в интернете существует много угроз.

Защититься от них вы сможете если будете следовать правилам Интернет-гигиены.



## СЛАЙД № 7



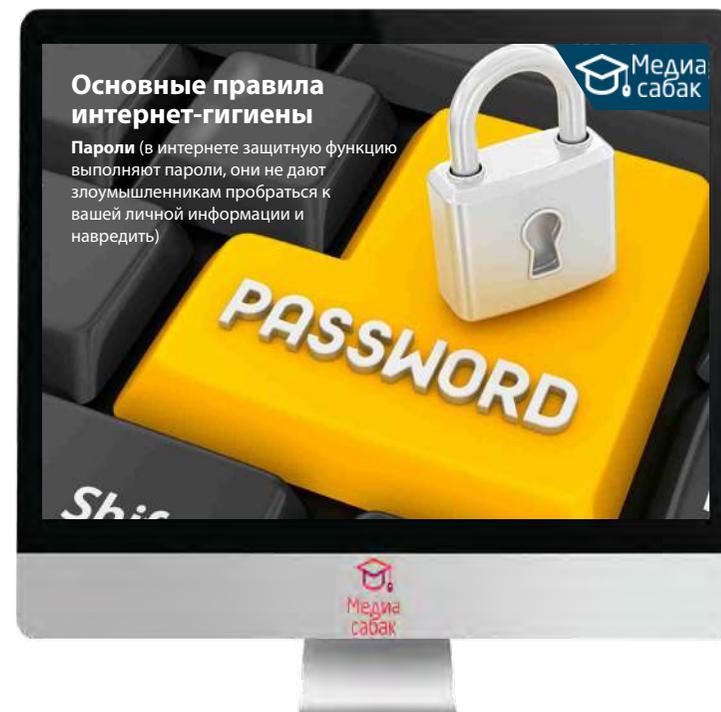
Интернет-гигиена очень важна, ведь в 99% случаях безопасность пользователя зависит от него самого. Известно, что от небольшой доли самых высокотехнологичных вторжений самостоятельно человек защититься не сможет.

Поэтому интернет-сервисы заботятся о безопасности своих пользователей с помощью следующих средств:

Пароли (в интернете защитную функцию выполняют пароли, они не дают злоумышленникам пробраться к вашей личной информации и навредить.)



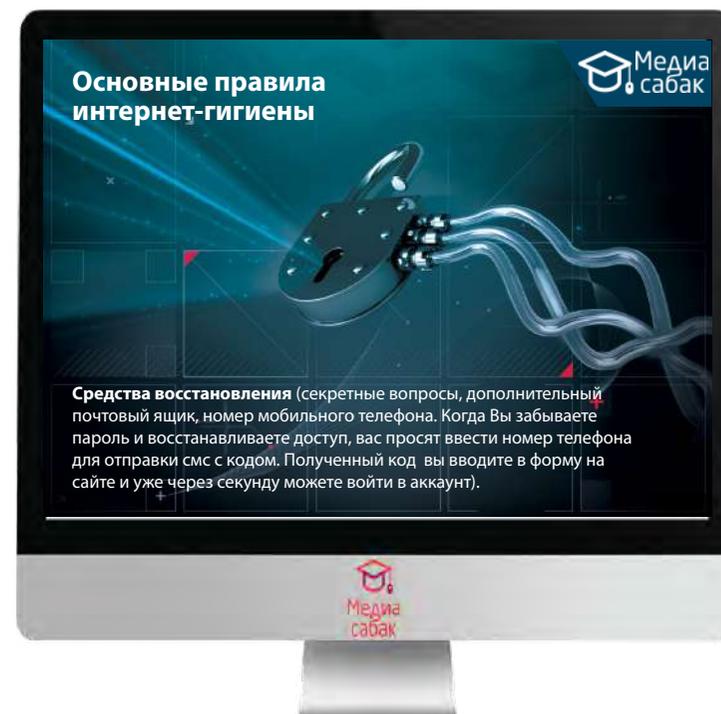
## СЛАЙД № 9



**Средства восстановления** (секретные вопросы, дополнительный почтовый ящик, номер мобильного телефона. Когда Вы забываете пароль и восстанавливаете доступ, вас просят ввести номер телефона для отправки смс с кодом).



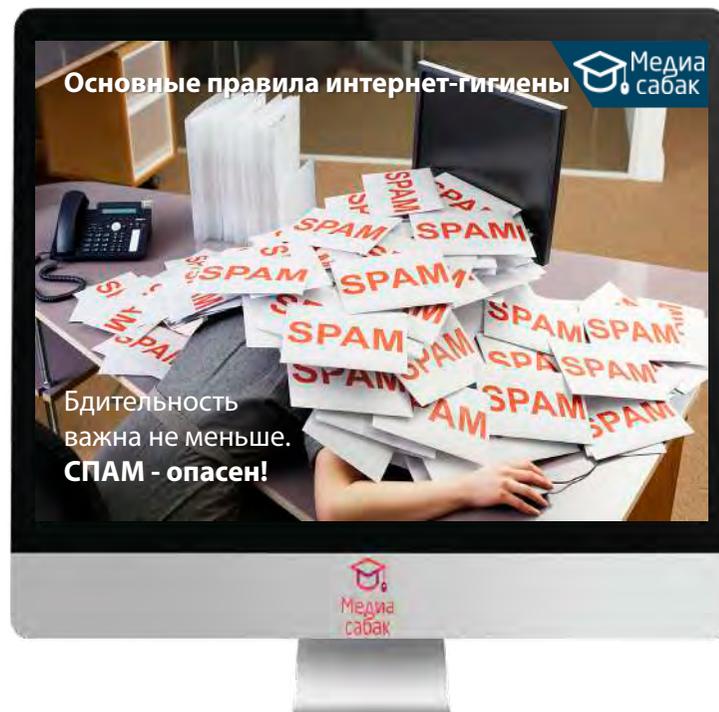
## СЛАЙД № 10



**Бдительность важна не меньше.** В сети полно мошенников, которые ничего не ломают. Они просто пишут вам письмо на e-mail, в котором говорится, что якобы Вы являетесь наследником огромного состояния, и для получения данного наследства вам предлагают пройти по ссылке и ввести данные вашей пластиковой карты, либо перечислить сумму на оформление документов. Чтобы избежать такого рода мошенничества, обязательно нужно смотреть не на сайт, а на адрес и желательно не проходить по ссылкам).



## СЛАЙД № 11



**Защита от киберугроз.** Для этого рекомендуется всем пользователям вовремя обновлять антивирус и всегда проверять компьютер и флешки на вирусы. Вредоносные программы могут жить в компьютере годами, никак себя не выдавая, а в одно прекрасное утро украсть важную информацию.



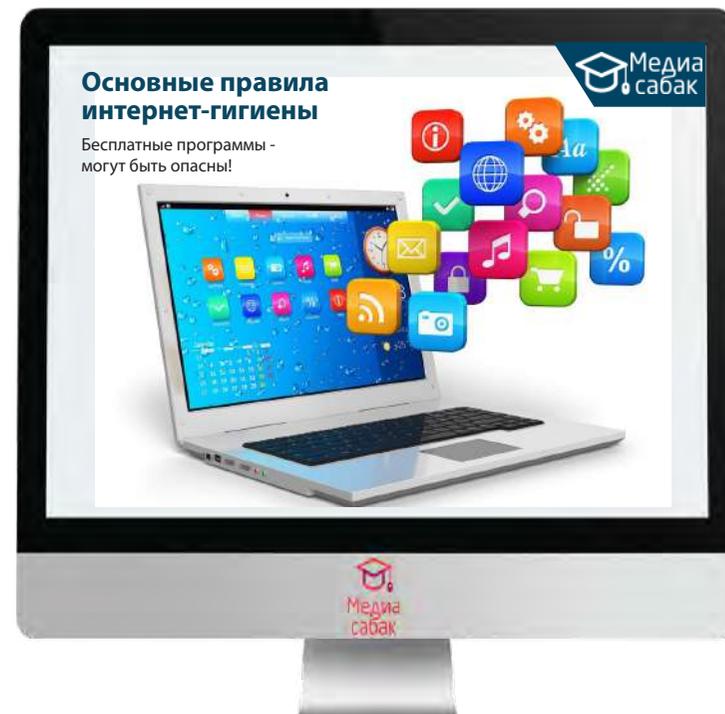
## СЛАЙД № 12



Будьте осторожны и лишний раз не загружайте и не устанавливайте бесплатные программы с сайтов, которым нет оснований доверять. Вместе с такой программой (или под её видом) Вы можете установить вирус или шпионскую программу.



## СЛАЙД № 13

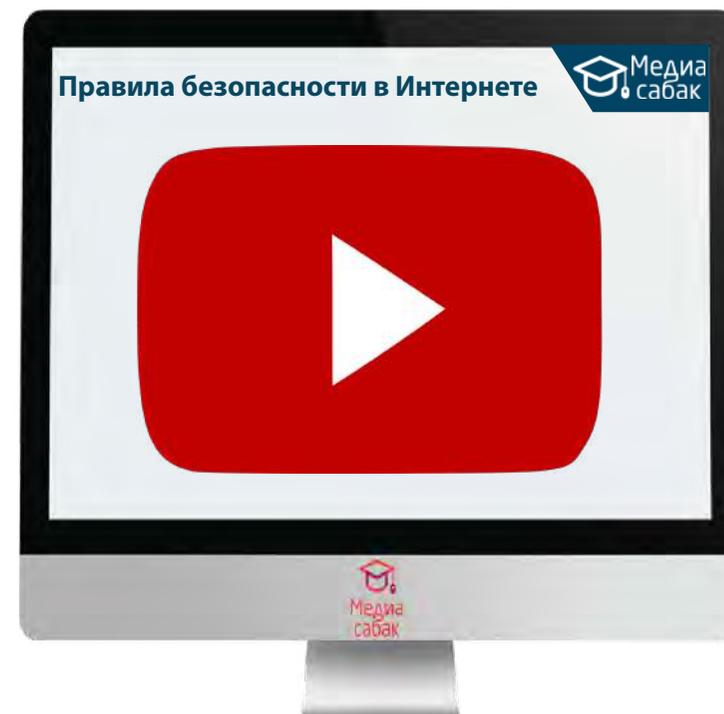


Просмотр видео-ролика «Безопасность в интернете»

(видеоролик был создан телеканалом «Карусель» и доступен в открытых источниках)



## СЛАЙД № 14

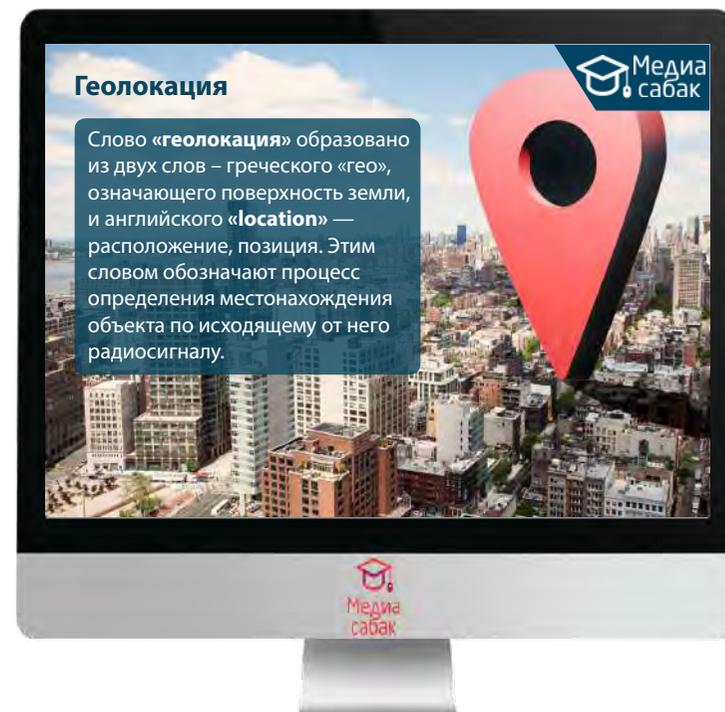


В последние годы в нашу жизнь прочно вошли слова и понятия, о которых многие из нас раньше даже не подозревали: одно из них – геолокация. Это слово, которым раньше пользовались разве что представители некоторых профессий – военные, моряки, летчики и некоторые другие.

Сегодня геолокация нашла широкое применение в повседневной жизни, развлечениях, интернет-общении миллионов людей, которые охотно пользуются новыми возможностями электронных устройств. Слово «геолокация» образовано из двух слов – греческого «гео», означающего поверхность земли, и английского «location» — расположение, позиция. Этим словом обозначают процесс определения местонахождения объекта по исходящему от него радиосигналу.



## СЛАЙД № 15



Когда мы делимся информацией о своем местонахождении и выкладываем свои фотографии в интернет, довольно часто мы не замечаем потери контроля — в этом и состоит основной риск неаккуратного обращения с геолокацией. Любая информация, выложенная в сеть, может стать причиной серьезных проблем.

Ваши указания на времяпрепровождение помогают преступнику узнать ваши хобби, интересы и увлечения и использовать эти знания в своих целях. Поскольку мы не думаем об этом заранее, такая ситуация становится для нас досадной неожиданностью. Именно поэтому необходимо подумать, стоит ли выкладывать всю информацию о вашем досуге в интернет.

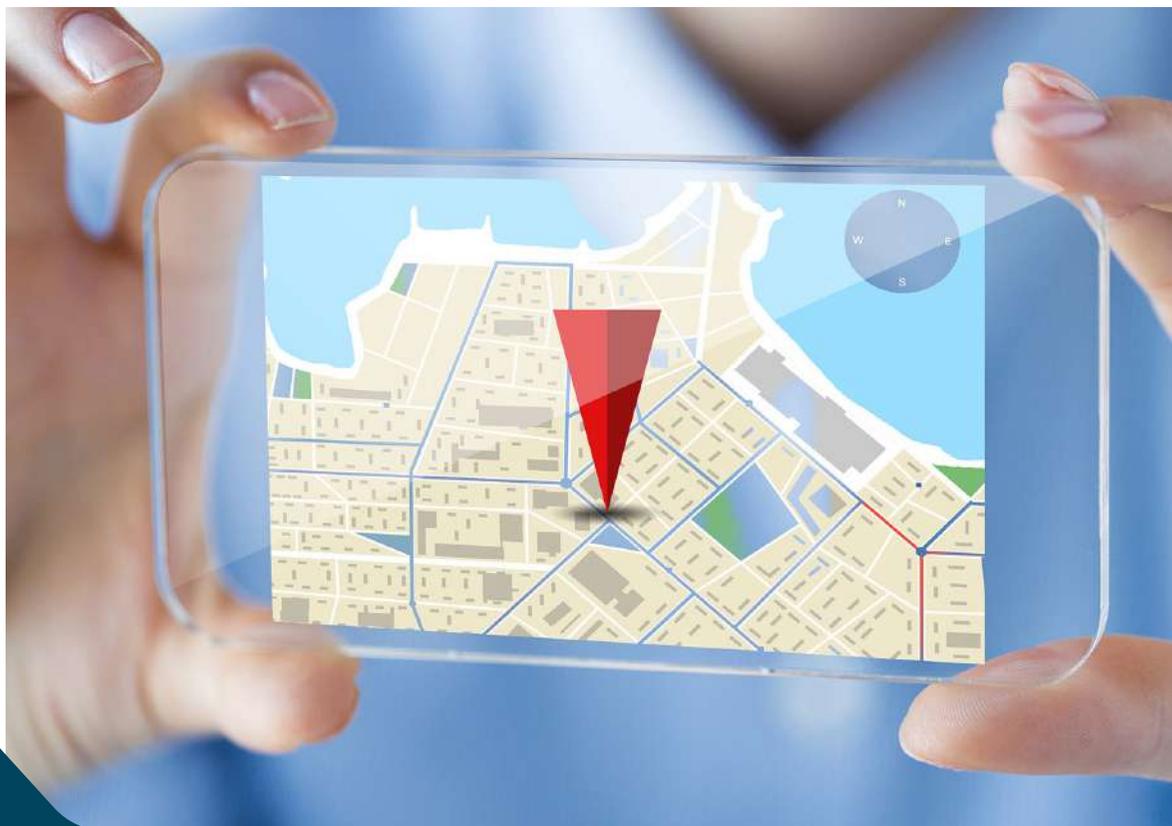


## СЛАЙД № 16



**Плюсы геолокации:** Практическое применение геолокации чрезвычайно широко. Геолокация приносит огромную пользу тем, кому в силу профессии необходимо ориентироваться на местности. С ее помощью обычные граждане могут:

- определять свое местонахождение, оказавшись в незнакомой местности, и прокладывать наиболее удобный маршрут к нужному им месту;
- ориентироваться в незнакомом городе, быстро находить в нем организации и учреждения, магазины, кафе и рестораны, музеи, парки, остановки общественного транспорта и т.д.;
- отслеживать местонахождение своего автомобиля – это чрезвычайно полезно в случае его угона;
- находить потерянные или украденные электронные гаджеты – телефоны, планшеты и т.п.;
- следить за перемещением своих посылок, перевозимых грузов.



## СЛАЙД № 17



Просмотр ролика «Как вести себя в соцсетях. Часть 2»

(видеоролик был создан телеканалом «Карусель» и доступен в открытых источниках)



## СЛАЙД № 17



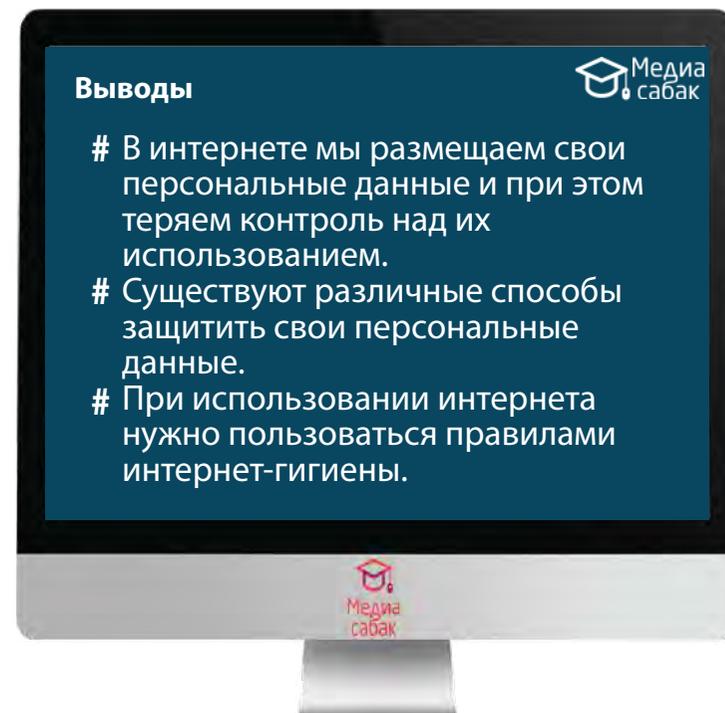


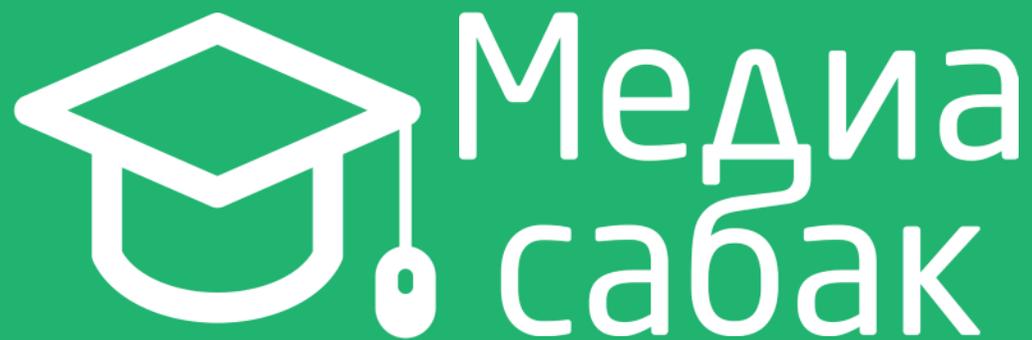
## Подведение итогов урока. Выводы:

- В интернете мы размещаем свои персональные данные и при этом теряем контроль над их использованием.
- Существуют различные способы по защите своих персональных данных.
- При использовании интернета нужно пользоваться правилами интернет-гигиены.



## СЛАЙД № 18

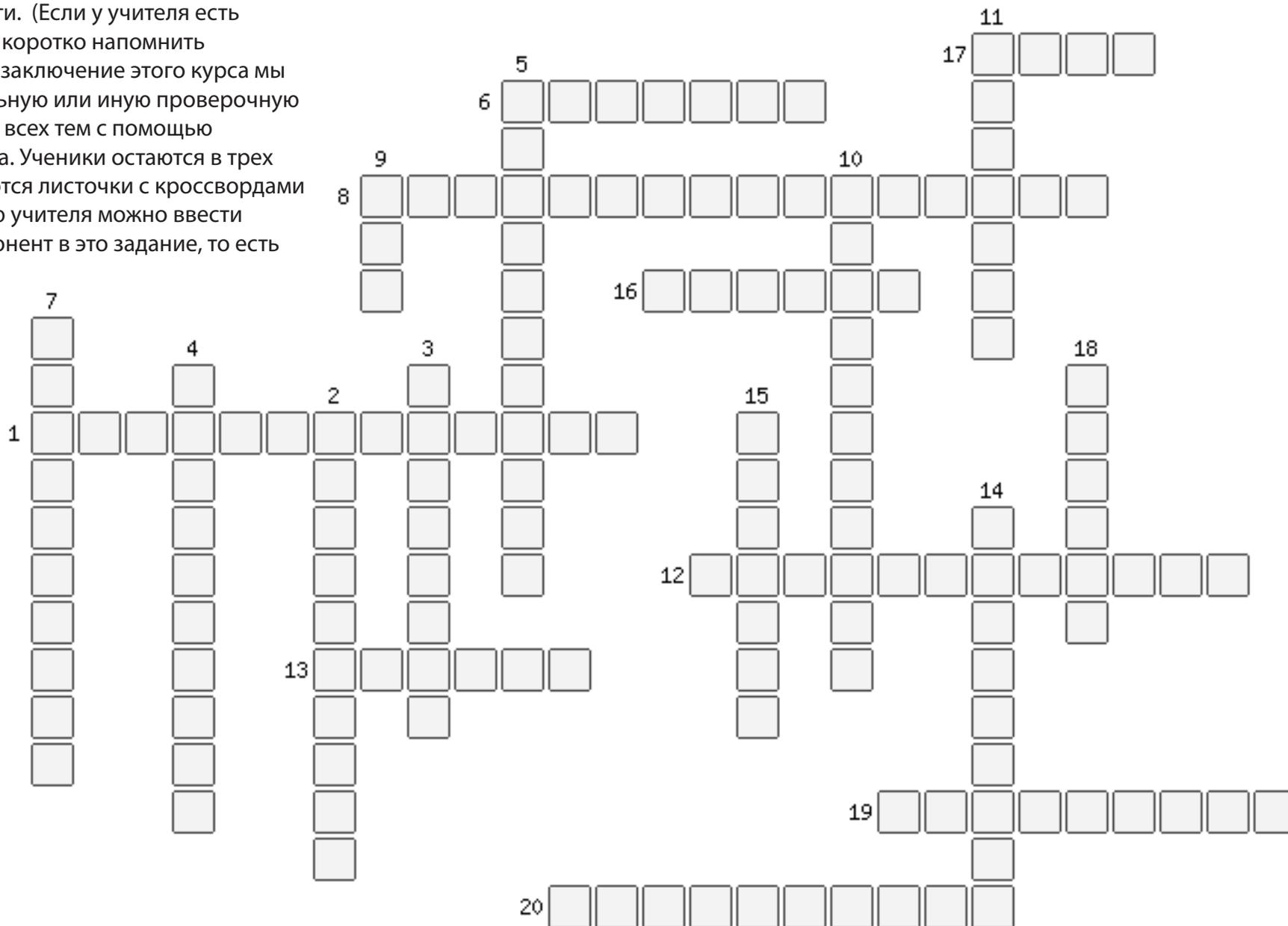




# ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ВСЕГО КУРСА

Учитель подводит итоги: «Вот мы и закончили с вами курс по медиаграмотности. (Если у учителя есть время, то рекомендуется коротко напомнить основные темы курса). В заключение этого курса мы не будем писать контрольную или иную проверочную работу, а подведем итоги всех тем с помощью разгадывания кроссворда. Ученики остаются в трех группах, которым раздаются листочки с кроссвордами и заданиями. По желанию учителя можно ввести соревновательный компонент в это задание, то есть назначить поощрение группе, которая быстрее всех решит кроссворд.

После следует проверка правильности заполнения кроссворда.



1. Характеристика журналистской информации, означающая отсутствие зависимости от чье-либо мнения, суждения.
  2. Все сведения о людях, предметах, фактах, событиях и процессах, независимо от формы их представления.
  3. Какой вид СМИ законодательно в Кыргызстане средством массовой информации не считается, но фактически становится одним из главных источников массовой информации?
  4. Это слово, которым раньше пользовались представители отдельных профессий – военные, моряки, летчики и др. Слово это образовано из двух, первое с греческого переводится как поверхность земли, второе с английского - расположение, позиция. Этим словом обозначают процесс определения местонахождения объекта по исходящему от него радиосигналу. Сейчас мы просто отмечаем ее, когда делимся своим местонахождением.
  5. Какое мышление мы называем поиском здравого смысла: как рассудить и поступить логично, с учетом, как своей точки зрения, так и других мнений, а также умением отказаться от собственных предубеждений. (прилагательное)
  6. Заведомо ложная порочащая информация или распространение заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица или подрывающих его репутацию. В 2010 году в Конституции было отменено уголовное преследование за данное правонарушение.
  7. Вид агитации, когда информация навязывает нам определенное мнение. Эффективный инструмент воздействия при тоталитарных и авторитарных режимах. Широко использовалась в Советском союзе, нацистской Германии и в наши дни в Северной Корее.
  8. Это способность человека понимать роль и функции СМИ, критически анализировать и оценить медиа-контент, использовать СМИ для демократического участия, межкультурного диалога и обучения.
  9. Единица культурной информации. Этим может считаться любая идея, символ, манера или образ действия, осознанно или неосознанно передаваемые от человека к человеку посредством речи, письма, видео, ритуалов, жестов и т. д. Также это считается способом выражения собственных чувств, с помощью популярной фразы или персонажа.
  10. Этот вид электронных СМИ наиболее распространен в Кыргызстане, и остается главным источником информации для большинства населения страны. Его главной отличительной особенностью долгое время оставалась визуализация информации.
  11. Крупнейшая в мире социальная сеть.
  12. Вид общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной информации через каналы массовой коммуникации.
  13. Факт - от латинского «свершившееся», знание, в форме утверждения, достоверность, которого строго установлена. А как называется суждение, точка зрения или заявление на тему, в которой невозможно достичь полной объективности, основанное на интерпретации фактов и эмоционального отношения к ним.
  14. Самая большая энциклопедия на кыргызском языке. На этом ресурсе кыргызстанцы написали 65 000 статей. Сам ресурс представлен на разных языках, раздел на кыргызском языке был открыт в 2002 году, но активно его стали заполнять в 2012.
  15. Это наш соотечественник, он мечтал всегда работать в компании Google, стал первым кыргызстанцем, который устроился в эту компанию. Сегодня он работает в секретной лаборатории X Lab, которая разрабатывает прорывные, секретные проекты для человечества. Его имя Тилек, а фамилия?
  16. Его рекомендуют делать сложным, так как он защищает ваши интернет-профайлы от злоумышленников, не дает им пробраться к вашей конфиденциальной информации.
  17. Как называются фальшивые поддельные новости, информационная мистификация или намеренное распространение дезинформации в социальных медиа и традиционных СМИ с целью введения в заблуждение, для того чтобы получить финансовую или политическую выгоду? Происходит от английского слова «подделка».
  18. Самый распространенный вид печатных СМИ?
  19. Как называется группа людей, которой СМИ передают собранную и обработанную информацию?
  20. Чем больше в стране свободы слова, тем выше ее уровень по развитию этого политического режима, (в основе которого лежит метод коллективного принятия решений с равным воздействием участников на исход процесса).
- Правильный ответ.**
1. Объективность, 2. Информация, 3. Интернет, 4. Геолокация, 5. Критическое,
  6. Клевета, 7. Пропаганда, 8. Медиаграмотность, 9. Мем, 10. Телевидение,
  11. Фейсбук, 12. Журналистика, 13. Мнение, 14. Википедия, 15. Мамутов,
  16. Пароль, 17. Фейк, 18. Газета, 19. Аудитория, 20. Демократия

[www.mediasabak.org](http://www.mediasabak.org)