



Медиаграмотность в странах ЦА

Гульнар Асанбаева

Региональный консультант по МИГ

О чем мы будем говорить:



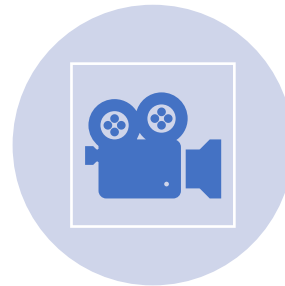
Исследования МИГ



Учебные ресурсы



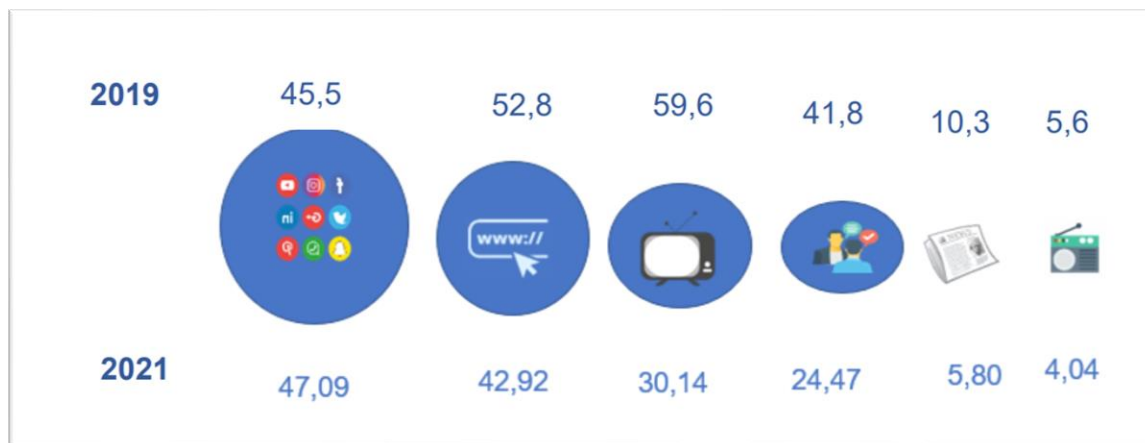
МИГ для ученых



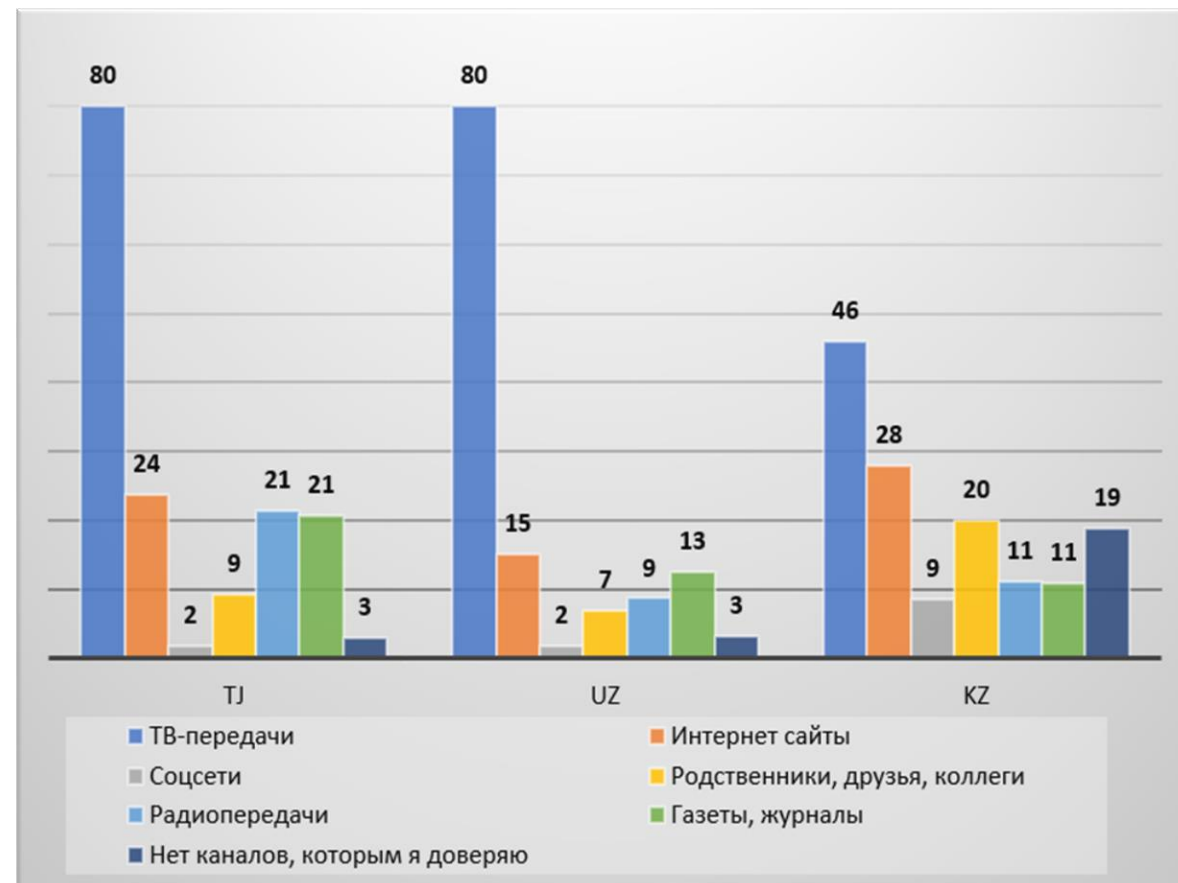
Реклама, кино, игры

Исследования МИГ

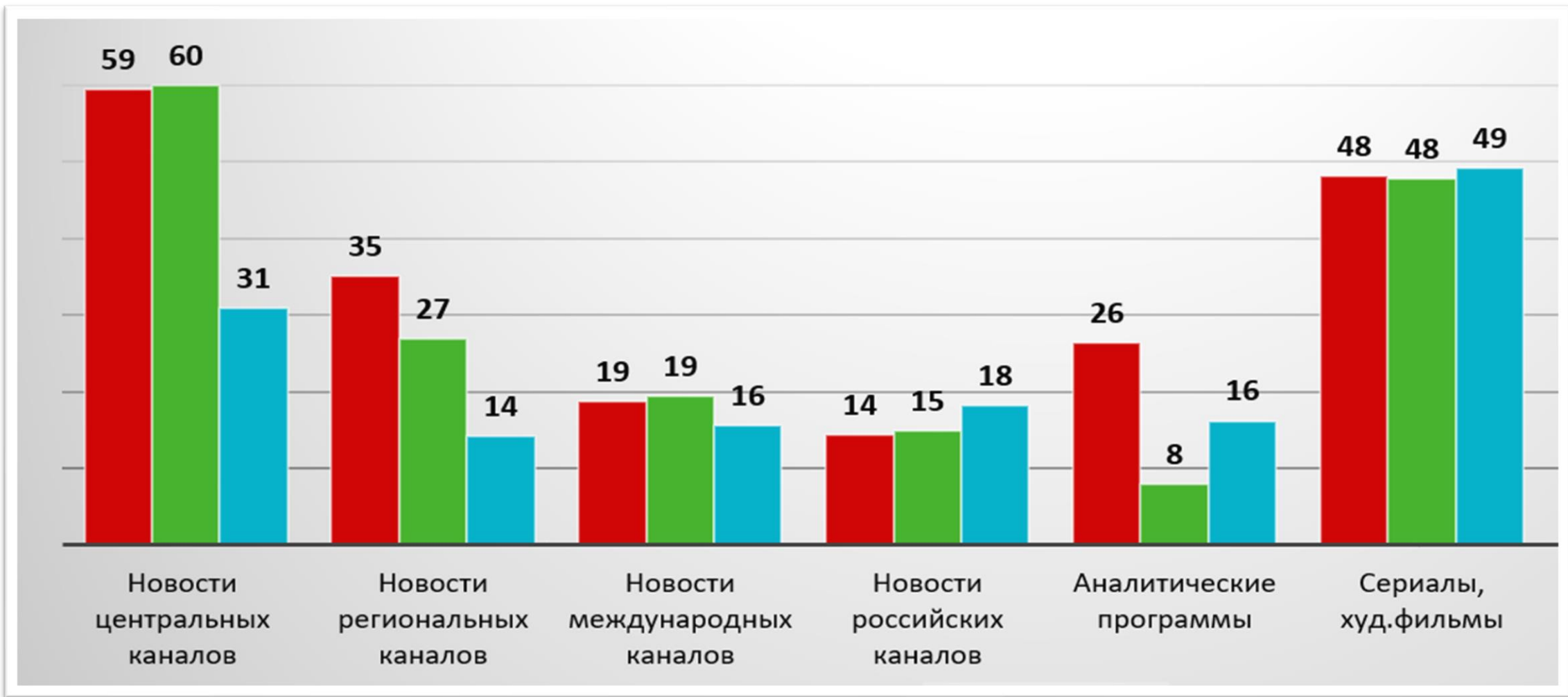
Источники информации



Каналы доверия

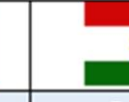
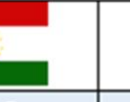


Что смотрят на ТВ

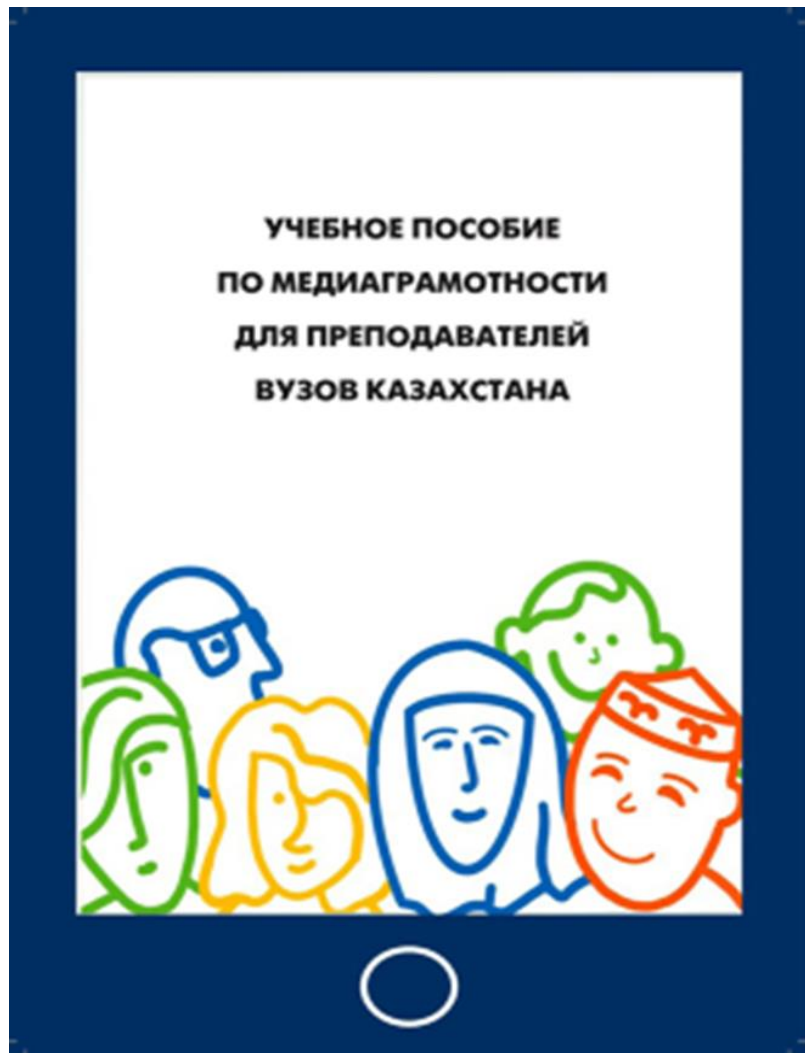


Индексы МИГ

Интегральный индекс МИГ				max
2019	14,6	11,9	11,3	35
2021	17,2↑	11,5↓	12,2↑	35

	Частные индексы МИГ	год				max
1	Умение эффективно искать и находить информацию	2019	3,3	3,0	2,7	7
		2021	3,9↑	3,0	2,9↑	7
2	Умение обезопасить себя от вредоносного контента	2019	2,8	2,2	1,9	7
		2021	3,4↑	1,6↓	2,0	7
3	Умение верифицировать и критически оценивать инф - ю	2019	3,1	3,2	3,5	7
		2021	4,5↑	3,8↑	3,9↑	7
4	Адекватно воспринимать и грамотно использовать инф - ю	2019	7,6	4,8	4,6	18
		2021	8,3↑	4,5↓	5,0↑	18
5	Корректно распространять инф-ю с учетом законодательства	2019	6,4	4,4	3,6	18
		2021	7,2↑	3,9↓	4,6↑	18

Учебные ресурсы



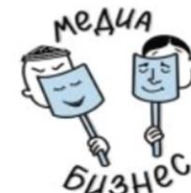
Раздел 1. Социально-политический контекст развития медиаграмотности в Казахстане



Модуль 1. Основные понятия и принципы МИГ



Модуль 2:
Особенности цифровой грамотности



Модуль 3. Медиа как бизнес. Профиль медиаиндустрии страны



Модуль 4.
Прозрачность собственности на СМИ и процессов производства информации



Модуль 5.
Пропаганда, техники манипулирования, информационные войны

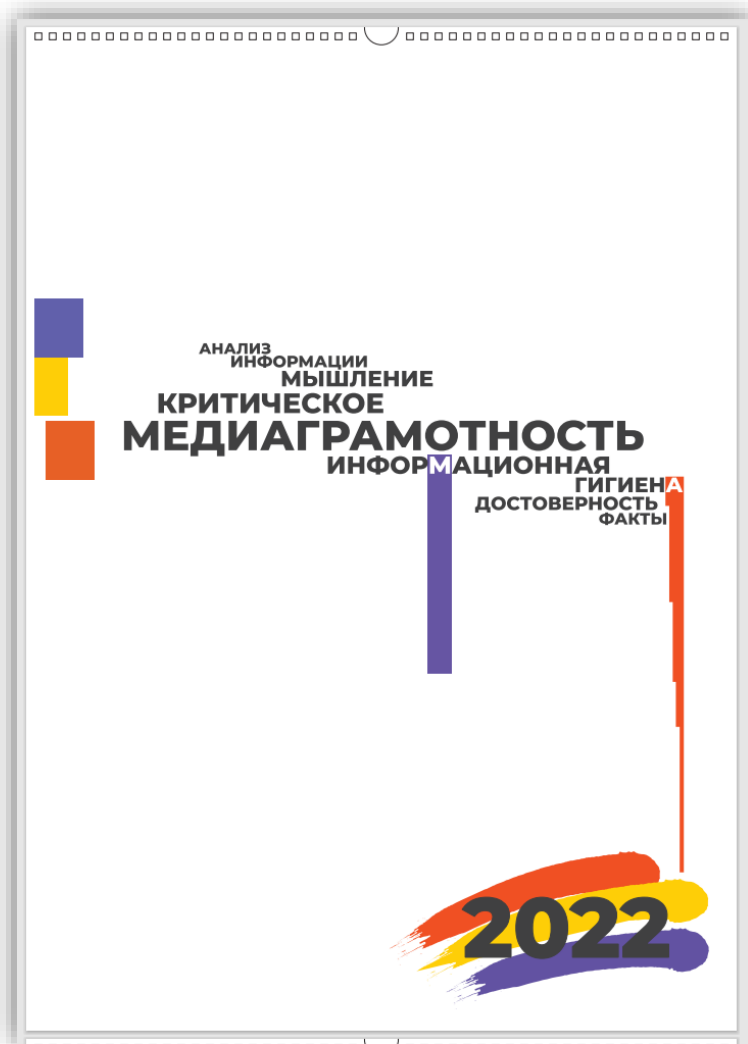


Модуль 5.2.
Пропаганда. Техники манипулирования, информационные войны

Адаптация на таджикский, узбекский, казахский языки



Визуализация МИГ



Календарь как учебник



Обучающее видео



МИГ для высшей школы

НАУЧНАЯ ГРАМОТНОСТЬ



- понимание научной терминологии и концепций научных изыскания и практика и взаимодействие науки, технологий и общества

[Джарман и МакКлун, 2007]

МЕДИА-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ



-совокупность знаний, навыков, установок, компетенций и практик, которые позволяют обеспечить эффективный доступ, анализ, критическую оценку, интерпретацию, использование, создание и распространение информации и медийных продуктов

[ЮНЕСКО, 2007]

НАУЧНАЯ МЕДИАГРАМОТНОСТЬ

способность использовать, анализировать, оценивать и передавать научные знания посредством в медиасреде



Создания новых научных знаний



Повышения научной грамотности в медиaprостранстве



Решения повседневных задач



Совершенствования системы науки



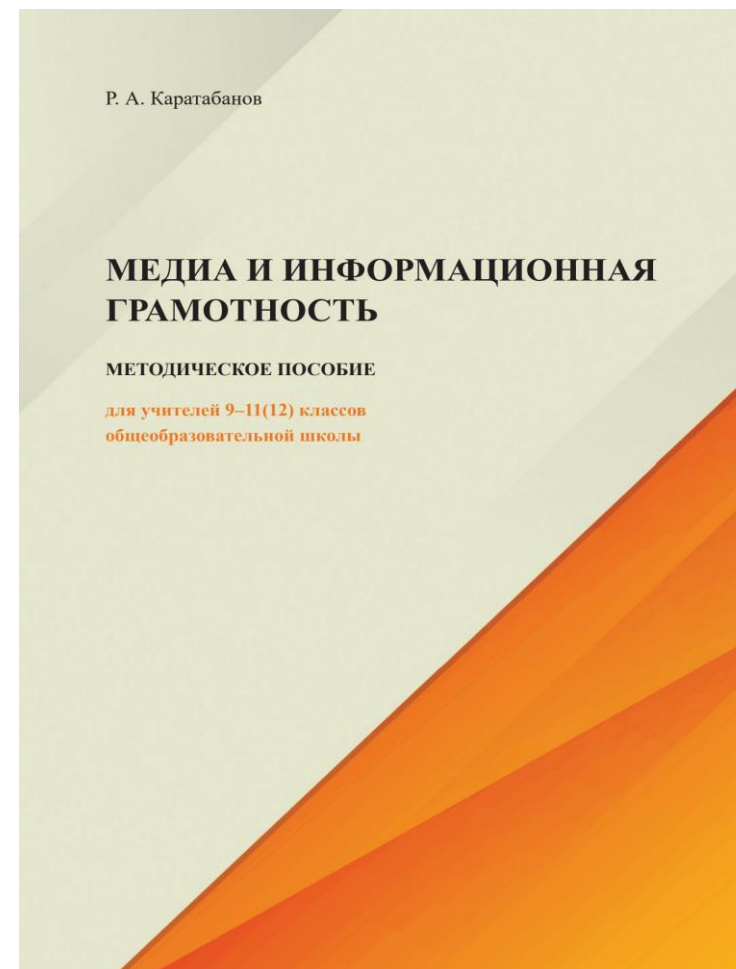
Создания медиа-продуктов

Чек-лист для анализа научного текста

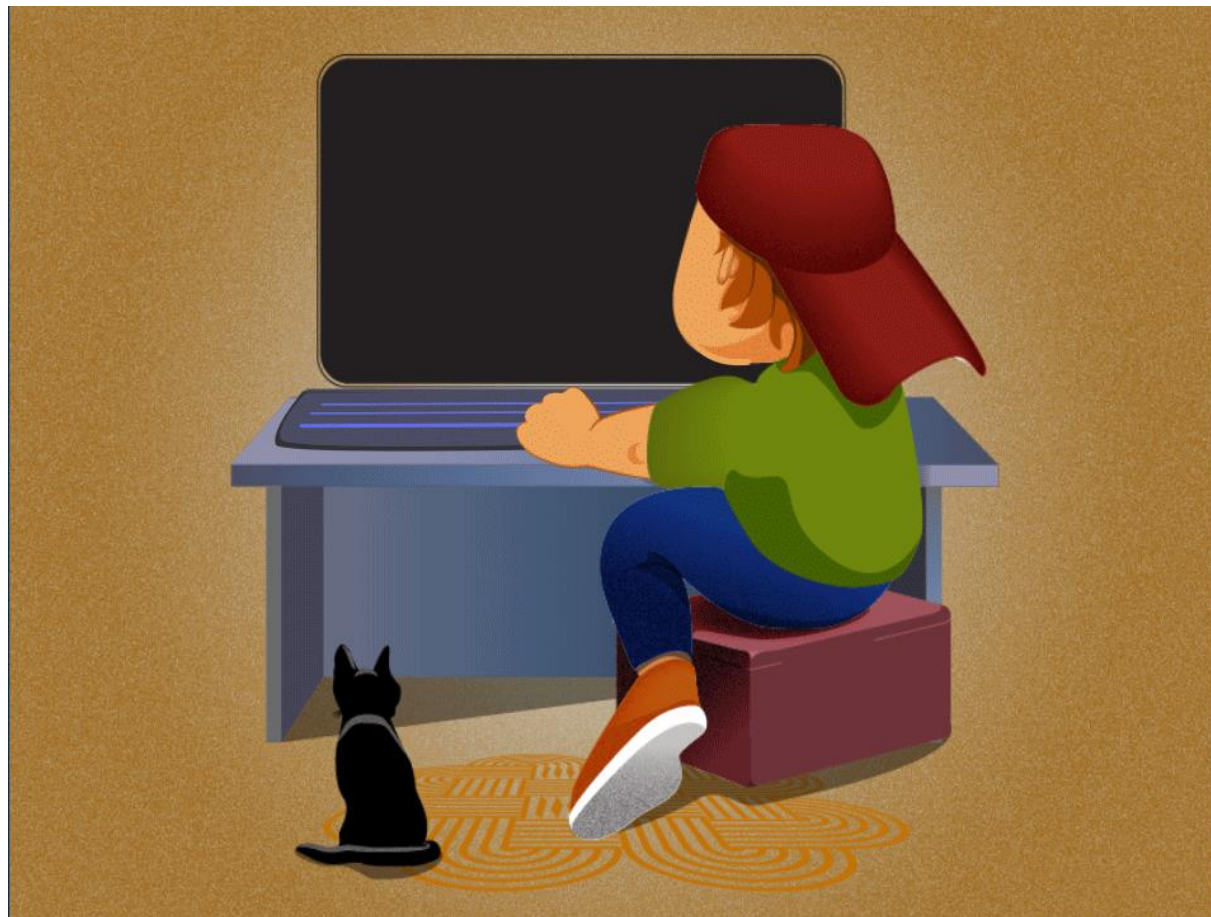


Учебные ресурсы для школ

https://www.dropbox.com/s/0vd8q6lx28idh52/AACXSXrr7d-18xum8Al6BC9ca?dl=0&fbclid=IwAR0Gvka_V5ZDjVQxMnPtJREt8vuWMiqPxS-MN5YRs7iyu6TuvM7vTehuOqo



Визуализация МИГ для дошкольников



<https://static.tildacdn.com/tild3833-6662-4166-b163-346338373532/fact-fake.gif>

О проекте

Баннеры

Викторины

Анимация

Сказки

Календарь



КРИТМЫШЬ НА КАЗАХСКОМ



Реклама, кино, игры

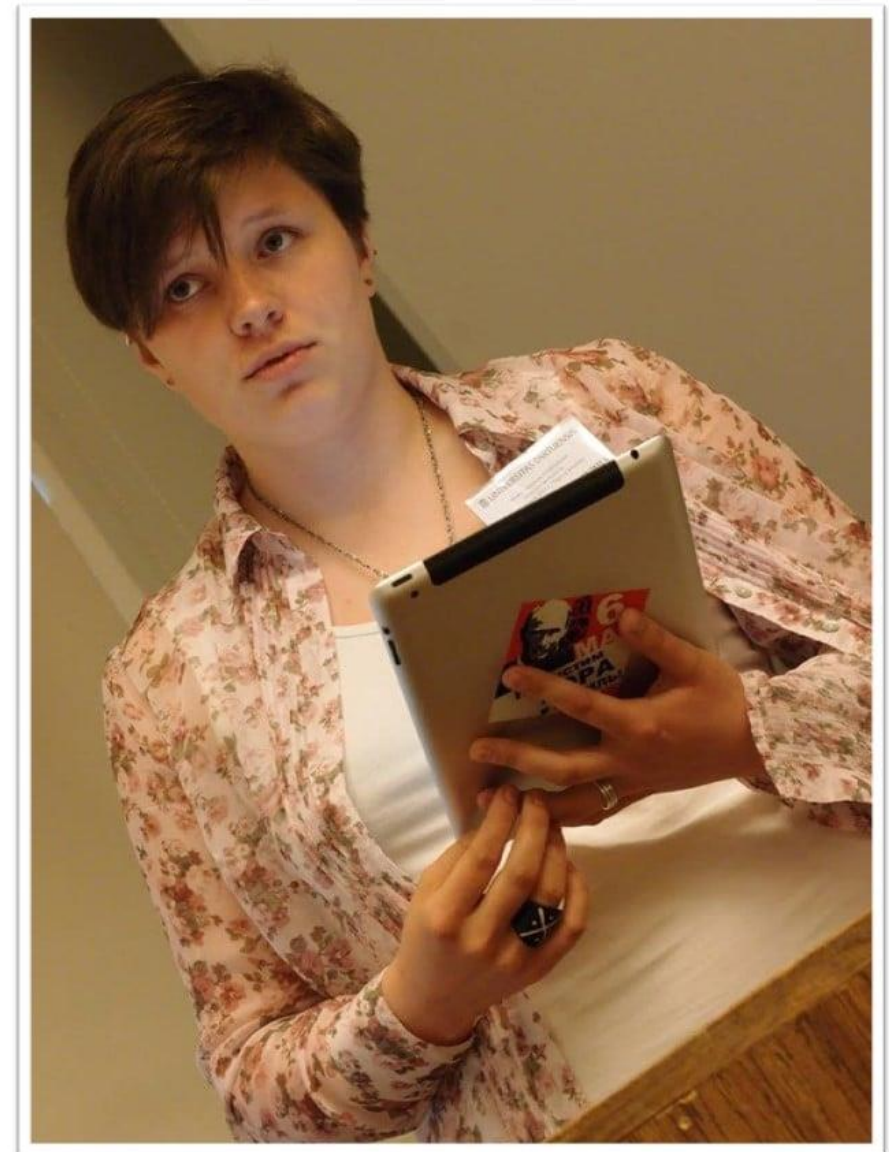


«Компотай»
для маленьких
взрослых
(Казахстан)

Реклама

“... рекламу иногда сравнивают с гипнозом — в это действительно легко поверить, если не знать, как она устроена. Понимая, на какие рычаги нажимают авторы рекламы, уже не захочется бежать в магазин и скупать всё подряд. А может, и захочется, но хотя бы осознанно!

Александра Милякина, PhD
Университет Тарту, Эстония



Семиотический квадрат Греймаса

- Логическое выражение любой категории с помощью бинарных оппозиций



ВЛАСТЬ И СТАБИЛЬНОСТЬ



- Лидерство
- Власть, государство, корпорация
- Классический строгий костюм
- Статичная поза

ПРОАКТИВНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ



- Приключения, открытия, путешествия
- Человек действия
- Фокус на внешнем мире
- Расслабленная, но статичная поза

СТАБИЛЬНОСТЬ



- Романтический герой
- Уязвимый, взрослый ребенок
- Мечтательный, погруженный в себя
- Чувственный, нарциссичный

ДИНАМИЗМ



- Бунтарь, отщепенец, на грани дозволенного
- Дикий, странный, сюрреальный
- Страстный, "грязный"
- Татуировки, пирсинг

Кинограмотность: первые шаги

”

...нужно выделить время в учебных планах для кинематографа. Это должно быть формированием навыка наблюдений, и развитием восприятия, чтобы ученики смотрели фильм с разных сторон, задавали вопросы, указывали на разные идеи, взгляды, предлагали что-то свое

Мартин Скорсезе www.edutopia.org

1990 г. Мартин Скорсезе, Вуди Аллен, Стенли Кубрик, Стивен Спилберг и др.) «[Фонд Кино](#)», (проект «[История кино](#)»)

Дилемма, или есть альтернатива?

«Кино не надо рассматривать как часть культуры. Его надо рассматривать как реальный сектор экономики. Если правильно выстроить всю систему, тогда мы получим хороший, конкурентоспособный на рынке продукт, который будет приносить доход. Кино должно приносить деньги»



Кино - это больше, чем развлечение, больше, чем индустрия, или товар. Кино - убедительная и универсальная коммуникация.

Стать кинограмотным - значит определить и интерпретировать язык движущихся изображений: использование света и движения, сопоставление, последовательность и темп изображения.

Формула 3-х «С» (или «К»)

01

Критический
(понимание,
анализ и
наслаждение
фильмом);

02

Творческий
(создание и
участие в
кинокультуре на
различных
платформах);

03

Культурный
(интеллектуальное,
эстетическое и
эмоциональное
развитие: изучение
фильма во всех его
разнообразных
формах.

Как мы продвигаем кинограмотность



01

Эдьютон

02

Проекты

03

Приглаше
ние
экспертов

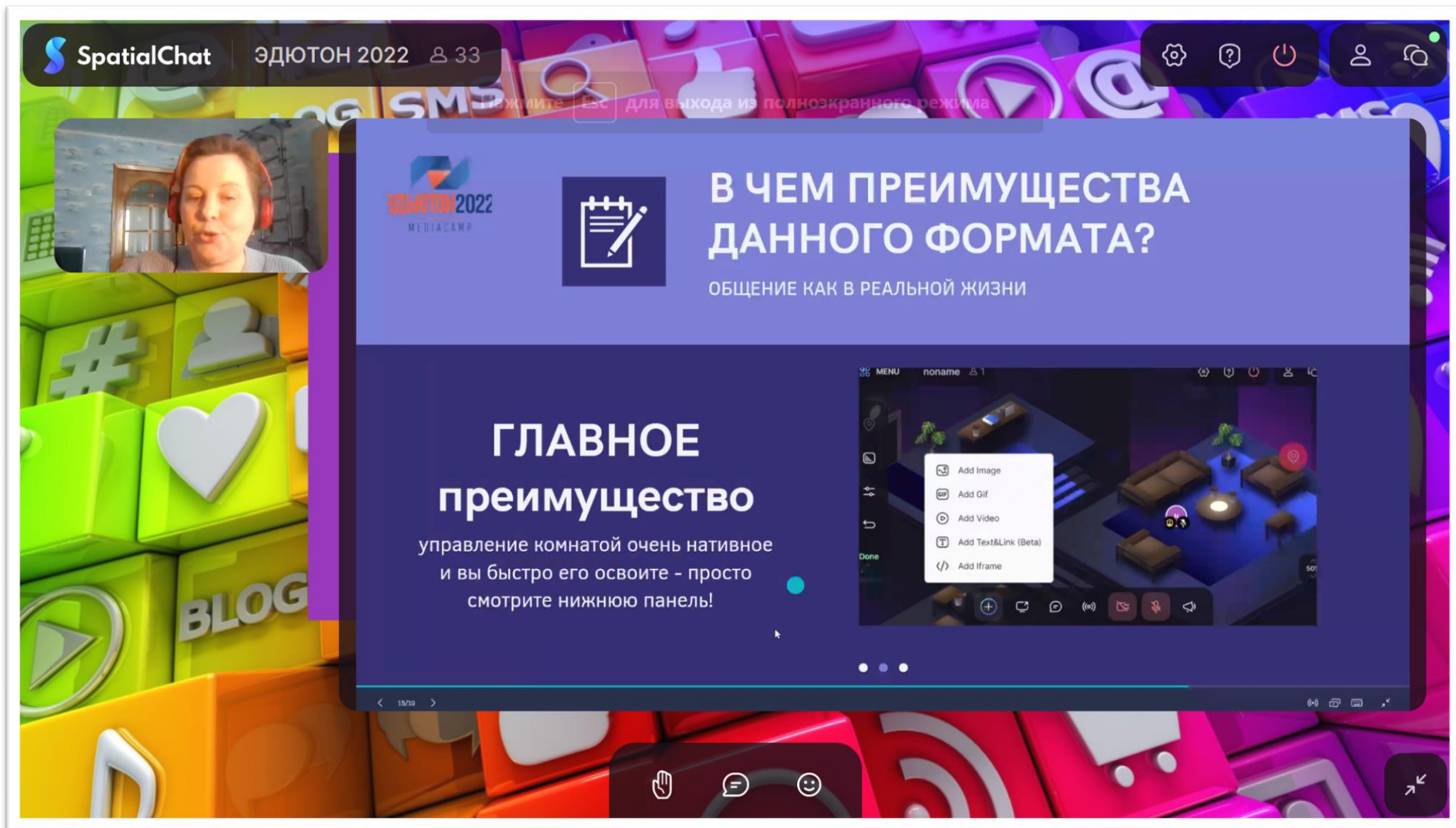
04

Фестивали
по МИГ

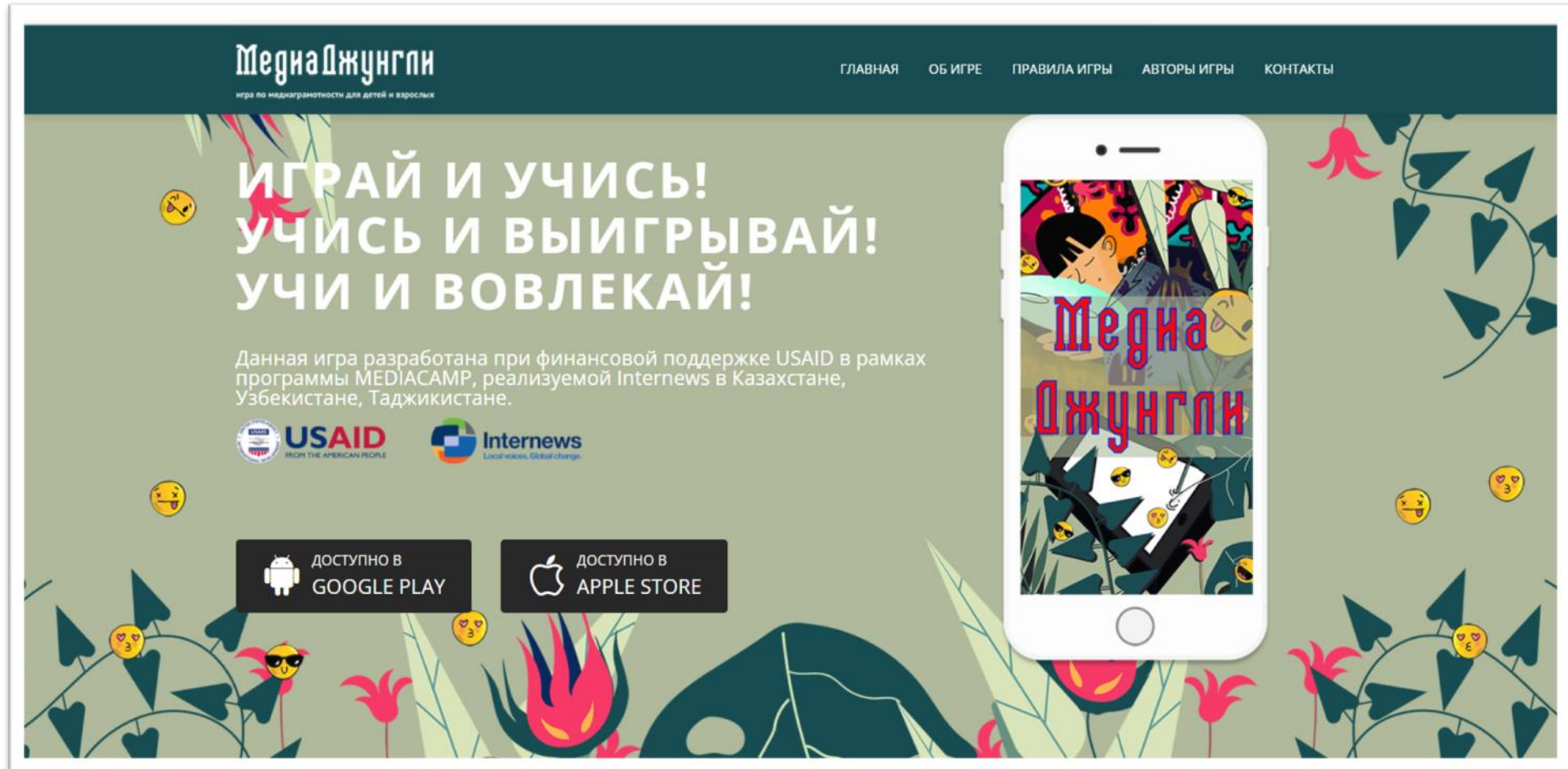
05

Дома МИГ

Новые форматы



Новая игра для подростков



[Медиа Джунгли \(newreporter.org\)](http://newreporter.org)

Для кого эта игра?

Подростки от 10 до 14 лет научатся:

01

различать фейки
и достоверную
информацию

02

грамотно вести
себя в
социальных
сетях

03

защищать себя
от буллинга и
языка вражды

04

соблюдать
медиагигиену

05

приобретут
навыки
поведения в
цифровых
ресурсах

Как устроена эта игра?

01

«Социальная сеть»

02

«Мессенджер»

03

«Средства массовой коммуникации»

04

Квизы

05

Инструкция для учителей

Благодарю за внимание!

Гульнар Асанбаева
Региональный консультант по МИГ



gassanbayeva@internews.org