



NAZARBAYEV
UNIVERSITY
LIBRARY



NAZARBAYEV
UNIVERSITY

SOCIAL
DEVELOPMENT FUND

SauattyKeleşek

Проект по развитию медийной
и информационной
грамотности



SauattyKeleşek

РУКОВОДСТВО по медийной и информационной грамотности

Астана
2022

РУКОВОДСТВО

по медийной и информационной
грамотности

Астана
2022

УДК 304.444:373
ББК 74.3
Р85

Рецензенты:

Дуйшонкул Шаматов,
ассоциированный профессор Высшей школы образования

Петр Лапо,
генеральный эксперт библиотеки Назарбаев Университета

Ксения Турсунбаева,
доктор философии в области образования
директор Департамента по науке, инновациям и аналитике
АО «Национальный центр повышения квалификации «Өрлеу»

Авторы-составители:

Жулдыз Оразымбетова, Дарья Звонарева, Елизавета Камилова,
Анар Даутова, Зият Абдыкаимов, Мадина Абдыкаимова, Рустам
Тойгамбаев

Ответственные редакторы:

Жулдыз Оразымбетова, Дарья Звонарева

Дизайнер:

Мадина Абдыкаимова

Р85. Руководство по медийной и информационной грамотности / под ред.
Ж. А. Оразымбетовой. — Астана: Библиотека Назарбаев Университета, 2022. —
180 с.

ISBN 978-601-80931-7-3

Руководство систематизирует знания о медийной и информационной грамотности с учетом доступности информации для людей с инвалидностью. Разработано на основе обучающих материалов проекта “SauattyKeleşek”, реализованного при поддержке Фонда социального развития АОО “Назарбаев Университет”. Материал, изложенный в руководстве, может служить основой для разработки и практического применения методов обучения школьников ключевым навыкам медийной и информационной грамотности.

Руководство предназначено для школьных библиотекарей, учителей и учащихся школ, а также для всех, кто интересуется формированием и развитием знаний в области информации.

УДК 304.444:373
ББК 74.3



Контент распространяется по лицензии
Creative commons “Attribution-NonCommercial”
 (“Атрибуция - Некоммерческое использование”)

© Назарбаев Университет

Список сокращений

- ИГ** – Информационная грамотность
МГ – Медийная грамотность
МИГ – Медийная и информационная грамотность
ПО – Программное обеспечение
пт – Пункт (размер шрифта)
СМИ – Средства массовой информации
СНГ – Содружество Независимых Государств
ЮНЕСКО – Организация объединенных наций
по вопросам образования, науки и культуры
SEO – Search engine optimization
SMM – Social media marketing

Условные обозначения для рубрик



– домашнее задание



– теория



– проверка знаний



– практика

ОТ АВТОРОВ-СОСТАВИТЕЛЕЙ

Авторы-составители выражают благодарность Н.И. Гендиной (доктору педагогических наук, профессору, заслуженному деятелю науки РФ) и Е.В. Косолаповой (кандидату педагогических наук), а также Г.Д. Асанбаевой (кандидату философских наук, доценту) за предоставленные методические материалы; Фонду социального развития АОО «Назарбаев Университет» за финансовую поддержку в реализации проекта “SauattyKeleşek”¹; сотрудникам АО «Национальный центр повышения квалификации «Өрлеу» за участие в обсуждении концепции обучения по медийной и информационной грамотности и поддержку проекта; библиотекарям Республиканской научно-педагогической библиотеки Министерства просвещения Республики Казахстан и школьным библиотекарям, участвовавшим в реализации проекта по обучению библиотекарей и школьников основам медийной и информационной грамотности.

¹ Руководство разработано на основе обучающих материалов проекта “SauattyKeleşek”. Больше о проекте можно узнать на сайте: <https://sites.google.com/view/sauattykeleshek-ru/homepage-ru>.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
Модуль 1: Понимание медийной и информационной грамотности	9
Информационная грамотность.....	11
Медийная грамотность	19
Медийная и информационная грамотность в образовании	30
Модуль 2: Компетенции медийной и информационной грамотности	45
Основные методы поиска информации	47
Оценка источников информации и критическое мышление.....	66
Этичное использование источников информации	77
Модуль 3: Создание и использование продуктов медийной и информационной деятельности	89
Маркетинговые инструменты коммуникации в медийной и информационной деятельности.....	91
Разработка презентационных материалов в Microsoft Office	100
Обеспечение доступности контента для пользователей с инвалидностью: методики и рекомендации.....	114
Интерактивные опросники и викторины	124
Список литературы	146
Приложения	152
Глоссарий	168
Об авторах-составителях	178

Введение

Ежедневно мы сталкиваемся с постоянно растущим количеством информационных ресурсов, как традиционными, так и электронными, которые необходимы нам для работы или повседневной деятельности. Библиотекари, для которых информация – это объект и предмет работы, знают, как в них ориентироваться, и соответственно могут рекомендовать и направлять в поиске наиболее ценных и надежных источников информации. Роль библиотекарей, как информационных специалистов, меняется. Сегодня они являются важными агентами в развитии ключевых грамотностей молодого поколения. Библиотекари формируют знания, умения и навыки в сфере медийной и информационной грамотности, а также инклюзии, тем самым помогают обучаемым как в освоении отдельных учебных предметов, так и в повышении результативности их проектной и исследовательской работы. Полученные учащимися знания, умения и навыки рассматриваются как важный фактор 1) их благополучной и успешной жизни в цифровом обществе и достижения жизненных и профессиональных целей, 2) а также устойчивого развития казахстанского общества.

Согласно ЮНЕСКО, на сегодняшний день актуальна необходимость в улучшении навыков медийной и информационной грамотности (МИГ) среди школьных библиотекарей в странах СНГ и развитии тематических образовательных материалов на государственных языках [32]. А также в организации проведения мероприятий МИГ в школах.

Настоящее руководство систематизирует знания медийной и информационной грамотности с учетом доступности информации для людей с инвалидностью.

Цель руководства – дать читателю, в том числе библиотекарю, представление о теоретической основе формирования и развития знаний МИГ, а также о роли школьной библиотеки в развитии информационной культуры учащихся. Мы надеемся, что полученные знания помогут найти ответы на некоторые вопросы формирования информационной культуры учеников, например, какие компетенции включает в себя МИГ, и какие методики и формы обучения могут быть использованы для проведения занятий по МИГ.

Материал, изложенный в руководстве, может служить основой грамотного применения в практике методов обучения учащихся школ ключевым навыкам МИГ. В издании использованы и адаптированы разработки международных экспертов в области информационной деятельности, в том числе из Казахстана и России.

Руководство может быть использовано библиотекарями и учителями для подготовки тренингов или элективных курсов по МИГ, а также во внеурочной деятельности образовательных организаций, направленной на общеинтеллектуальное развитие личности.

Содержание руководства включает 3 модуля, разбитых на тематические разделы, каждый из которых рассматривает несколько подтем. Структура каждого модуля содержит теоретическую часть, практическую часть, оценку и обобщение знаний с помощью проверочного теста после каждого раздела, а также самостоятельную работу над заданиями. В приложениях приведены ответы на вопросы проверочных тестов, а также дополнительные материалы по темам модулей.

Модуль 1 нацелен на развитие у школьных библиотекарей знаний в области информационной деятельности, в том числе о важности формирования МИГ в образовании, и умений идентифицировать ее ключевые элементы.

Модуль 2 развивает ключевые компетенции и навыки, обеспечивающие эффективный поиск, анализ, критическую оценку, интерпретацию информации, создание и распространение медийных и информационных продуктов с применением всех необходимых средств и инструментов на творческой, законной и этичной основе. Библиотекари и школьники учатся оценивать достоверность и качество информации, использовать ее в производственном и учебном процессе, осваивают информационную профилактику для безопасного и успешного общения онлайн и в социальных сетях.

Модуль 3 предназначен для формирования у библиотекарей умений и навыков организации и проведения собственных обучающих тренингов для учащихся, их родителей и учителей, а также использования технологий создания образовательных медийных и информационных продуктов.

Особенность и новизна руководства заключаются в реализации инклюзивного подхода к МИГ, а именно интеграции принципов доступности информации для людей с особыми потребностями с точки зрения создания доступного контента.

МОДУЛЬ 1

ПОНИМАНИЕ МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ



Модуль 1: Понимание медийной и информационной грамотности

Первый модуль следует считать базовым для ознакомления или расширения знаний о теоретических основах МИГ. Материал выстроен таким образом, чтобы библиотекари могли освоиться на начальном этапе самостоятельной разработки и подготовки тренингов или элективных курсов по МИГ с целью проведения обучающих и внеучебных мероприятий МИГ с учетом имеющегося опыта и знаний, а также уровня развития МИГ в регионе.

Здесь приведены определения понятия “медийная и информационная грамотность”, виды источников информации и медиа, их характеристики, в том числе, доступность для людей с инвалидностью, а также безопасность их использования.

Раздел “МИГ в образовании” представлен с целью масштабного понимания МИГ, как мирового движения, вносящего инновации в развитие общества через образование. Темы данного раздела помогут выделить основные инициативы в области продвижения МИГ в обществе и образовательной деятельности, оценить роль различных субъектов (библиотекари, преподаватели, учащиеся, их родители) в формировании МИГ на местном, региональном и международном уровнях.

Раздел 1:

Информационная грамотность

Темы раздела:

- Понятие информационной грамотности
- Типы информации и документов
- Источники и доступ к информации
- Доступность информации для учащихся с особыми образовательными потребностями: понятие и принципы



Понятие информационной грамотности²

Как мы понимаем грамотность в целом? О каких знаниях, умениях и навыках может идти речь?

Под грамотностью понимают умения читать и письменно излагать мысли, а также быть просвещенным в какой-либо области знаний [18]. Касательно информационной грамотности, мы можем сказать, что это навыки и умения обращения с информацией, а также знания в области информационной деятельности.

Информационная грамотность – умение ориентироваться в мире информации, находить нужную информацию, критически оценивать и правильно ее использовать [11, с. 42].

В современном мире, где человек окружен огромным количеством информации, которую нужно переработать, принять либо отвергнуть, недостаточно просто уметь писать, читать и считать. В 21 веке человек ежедневно сталкивается с 34 гигабайтами информации, что в сотни и даже тысячи раз превышает объем информации, которую люди получали в прежние века [24]. Информация окружает нас повсюду в повседневной, трудовой и учебной жизни: на уроках, на прогулках, в музеях и кинотеатрах. Заметьте, что это не только тексты. Источниками информации служат:

- люди, объекты, явления окружающей среды;
- события, происходящие изменения;
- сведения, воспринимаемые органами чувств.

Попробуйте привести примеры на каждый из указанных выше пунктов, и вы увидите, из чего складываются гигабайты информации.

Информация (от лат. informatio – ознакомление, разъяснение) – это любые сведения, знания об

² Данный раздел разработан на основе учебно-методического комплекса для учащихся 5–7-х классов общеобразовательных организаций Н.И. Гендиной “Основы информационной культуры школьника”.

объектах и явлениях окружающей среды, независимо от формы их представления, воспринимаемые с помощью органов чувств [11, с. 43].

Типы информации и документов

Чтобы нам было удобно говорить о том, какие навыки нам необходимы и как информация доходит до человека, мы выделим виды информации [11].

По восприятию информация может быть осязательной, аудиальной, визуальной, обонятельной и вкусовой.

По форме представления: (см. Рис 1.)

- текстовая (книги, новости в Интернете),
- изобразительная (поздравительная открытка, фото в Инстаграме),
- идеографическая (символы, знаки, ноты, чертежи, карты, плакаты),
- звуковая (аудиокниги, музыкальный рингтон в телефоне, смех),
- тактильная (книги шрифтом Брайля для слабовидящих, горячий чайник),
- смешанная (видео с субтитрами, где субтитры — это текст, видео - аудио визуальная информация).

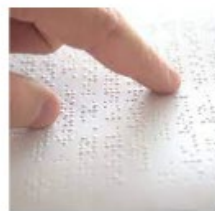


Рисунок 1. Виды информации по форме представления

По сферам жизнедеятельности:

- бытовая (реклама зубной пасты, слезы),
- учебная (правила правописания),
- научно-познавательная (канал дискавери или энциклопедия),
- художественная (произведения изобразительного искусства),
- профессиональная (схема дома или процесса производства автомобиля). (Рис.2)

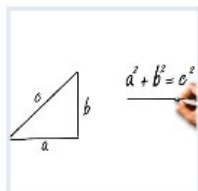


Рисунок 2. Виды информации по сферам жизнедеятельности

Чаще всего в учебной и повседневной деятельности мы сталкиваемся с информацией, которая передается через медиа каналы или зафиксированной в книгах или на технических устройствах, все это является документами.

Документ – (от лат. documentum – свидетельство, доказательство) – это материальный носитель с зафиксированной на нем информацией в виде текста, звукозаписи, видеозаписи или изображения, предназначенный для ее хранения, использования и передачи [11, с. 51].

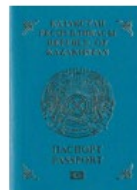
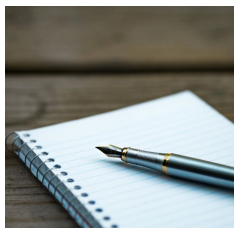


Рисунок 3. Виды документов

Как вы считаете, является ли документом

пустая тетрадь?



театральная пьеса?



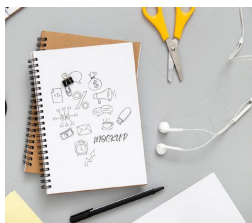
Ответ: нет, так как тетрадь – это носитель без информации, а театральная пьеса – смешанная информация, но не зафиксированная, не задокументированная.

Если документ является результатом труда автора (ученого, писателя, журналиста, сценариста, режиссера и др.) и размещен на любом материальном носителе – это первичный документ.

Вторичный документ – это документ, который очень кратко сообщает самые важные сведения о первичном документе и позволяет узнать, кто автор этого документа, чему этот документ посвящен, о чем в нем рассказывается [11, с. 51].

Как вы считаете, какой документ является первичным, а какой вторичным?

Тетрадь с конспектом главы из учебника по математике?



Сценарий театральной пьесы?



Как мы видим из определения, документы могут быть печатными и электронными. А какие документы вы можете найти в библиотеке?

Книги, газеты, журналы печатаются с разной периодичностью. Например, книги чаще всего выходят один раз, а журнал появляется под различными номерами несколько раз в год. Поэтому, мы можем выделить еще два вида документов - периодические и непериодические.

Можете ли вы назвать, какие журналы есть в вашей библиотеке или дома? А чем отличается журнал от книги?

Журнал – периодическое издание, содержащее статьи, произведения разных авторов, иллюстрации; печатное, электронное.

Давайте посмотрим, из чего состоит журнал:

	<ul style="list-style-type: none">● обложка, где можно найти логотип, номер, год и какие-либо изображение или тематические иллюстрации по статьям;
	<ul style="list-style-type: none">● содержание: рубрики, колонки;● статьи различных типов – литературные тексты, научно-популярные, развлекательные, объясняющие явления науки или жизни.
	<ul style="list-style-type: none">● на обороте или внутри – выходные, имена авторов, редакторов, адрес, сайт.

Источники и доступ к информации

Итак, мы сказали, что книги, журналы и даже видеофильмы можно найти в библиотеке, а новости можно узнать из Интернета и от людей. Таким образом, все перечисленное является носителем или источником информации, то есть объекты, через которые мы ее получаем. Каждый объект, как журнал или книга, тоже имеет свою структуру или составные элементы. Например, в библиотеке есть не только читальный зал, но и абонемент, где мы получаем книги, хранилище документов, электронный каталог и медиатека. Интернет состоит из вебсайтов, которые открываются через браузеры, социальных сетей или баз данных.

Посмотрите на рисунок ниже и скажите, что еще может служить источником информации? Какими источниками вы чаще всего пользуетесь?



Рисунок 4. Источники информации

Мы знаем, что Интернет занимает достаточно много места в жизни современного человека, откуда он черпает новости, полезную и развлекательную информацию, и уже в привычку входит искать ответы на вопросы от людей в Интернете, нежели от реального окружения.

Интернет (англ. Internet, от Interconnected Networks – объединённые сети) – это всемирная сеть компьютеров, объединенных друг с другом с помощью специальных электронных адресов, предназначенная для хранения и передачи информации [11, с. 73].

Вебсайт (от англ. web – паутина, сеть и site – место) – это набор веб-страниц, объединенных в одно целое общей тематикой, оформлением и электронным адресом [11, с. 73].

Гиперссылка (от греч. hyper – сверх, над, по ту сторону и англ. link – ссылка, связь, соединение) – это графическое изображение, слово или словосочетание, при щелчке на которое происходит перемещение на другую страницу данного сайта или на другой сайт [11, с. 73].

Попробуйте дать описание изображению, приведенному ниже и скажите, сколько гиперссылок можно найти на этом сайте?

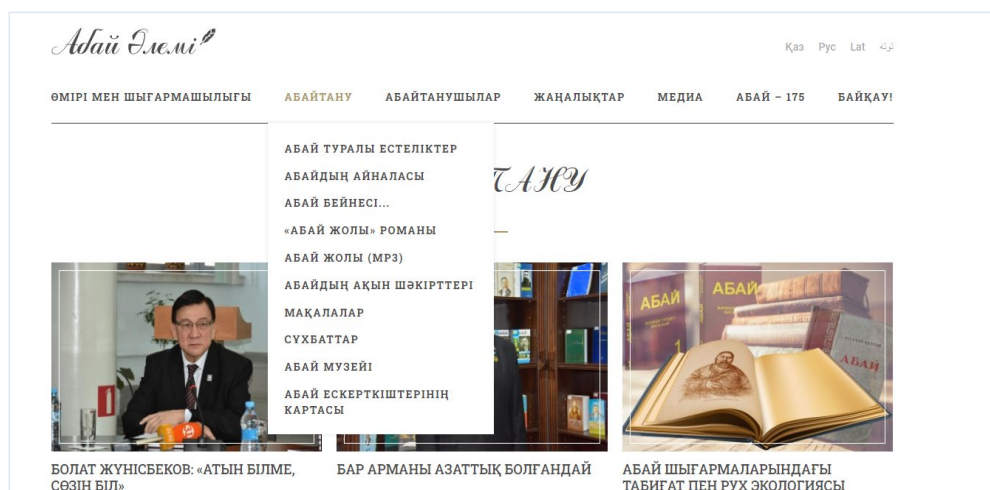


Рисунок 5. Изображение страницы сайта «Абай Әлемі»

Сегодня мы узнали, что все, что нас окружает, является информацией, которая передается через носители из разных источников и служит различным целям. Домашние задания помогут вам еще лучше понять, какие типы информации и документов существуют, где их можно найти и таким образом повысить грамотность в работе с информацией.



Задание 1: Составьте пример задания школьникам на определение видов информации. Например, заполнение таблицы. Сохраните файл названием «1.1.1-Домашнее задание».

Пример информации	По органам чувств	По форме представления	По сфере жизнедеятельности
Казахстан. Национальная энциклопедия
Схема здания
...

Задание 2: Приведите примеры информации по сферам жизнедеятельности человека, используемые в вашей семье. Работу нужно оформить в виде таблицы. Сохраните файл с названием «1.1.2-Домашнее задание».

Задание 3: Приведите примеры видов документов согласно видам информации. Сохраните файл с названием «1.1.3-Домашнее задание».

Задание 4: Составьте краткий сценарий урока-экскурсии по библиотеке, как источнике информационных ресурсов. Документ должен содержать титульный лист, оглавление, разделы. Сохраните файл с названием «1.1.4-Домашнее задание».

Задание 5: На примере структуры журнала, подайте информацию о книге. Сохраните файл с названием «1.1.5-Домашнее задание».



Ответьте на вопросы в течение 5 минут. Сверьте свои ответы с правильными в Приложении 5.

1. Информационная грамотность — это умение читать и писать, быть образованным и просвещенным.
 - а) да
 - б) нет
2. В данной классификации какой вид информации является лишним?
 - а) визуальная
 - б) профессиональная
 - в) научно-познавательная
 - г) учебная
 - д) бытовая
3. Доклад, подготовленный по домашнему заданию, это
 - а) первичный документ
 - б) вторичный документ
4. Для переходов на другие страницы или объекты в Интернете можно использовать:
 - а) веб-страницу
 - б) гиперссылку
 - в) текстовый документ
 - г) вебсайт

Раздел 2

Медийная грамотность

В данном разделе приведены понятия и определения медиа, медийной грамотности, приемы для определения различий между новостью и мнением, а также примеры того, как медиа влияют на человека. Темы раздела раскрываются как модель урока для старших школьников³. Также освещается проблематика использования медийной информации детьми, их поведения в Интернете и риски, связанные с ним.

Темы раздела:

- Медиа и медийная грамотность
- Новость или мнение
- Медиа и дети. Безопасное использование медиа-информационных ресурсов



Медиа и медийная грамотность

Разминка

- Попробуйте вспомнить, какие последние новости за неделю вы можете назвать о событиях:
 - в мире;
 - в стране;
 - в вашем городе.
- Различается ли количество новостей?
- Сколько новостей вы прочитали полностью?
- Как вы получили эти новости (например, новостной портал или друг)?
- Считаете ли вы новостью сообщение о семейном празднике друзей?

Каждый день мы получаем огромное количество новостей, и каждый может задуматься о том, как справляться с растущими объемами информации, а также как учитывать потребности тех, кто ее передает и получает. В современном обществе большая часть информации поступает через специальные каналы - медиа.

³ Медиа и информационная грамотность. Учебное пособие для 9–11 классов. Издание для апробации. / П. В. Банников, О. Гороховский, Т. Соколова, И. М. Печищев, Д. Радзявичус, А. Усупбаева., Д. П. Шишкин. – Алматы: ОФ «Международный центр журналистики «MediaNet», 2019. – 152 с., илл.

Медиа - средства передачи информации [36].

Чаще всего, когда говорят о медиа, подразумевают традиционные средства массовой информации, такие как, печатные газеты и журналы, радио и телевидение. С развитием технологий, в нашу жизнь прочно вошел Интернет и новые медиа. Это те же СМИ, но доступные в электронном виде, радио, которое можно слушать онлайн, и один из самых быстро развивающихся типов новых медиа - социальные сети. Новые медиа развиваются стремительно быстро, иногда за короткий срок меняя формат и контент. Например, Телеграмм выступает не только средством коммуникации, но и новостным каналом.



Рисунок 6. Виды медиа источников

Какие функции выполняют медиа?

Особенность медиа – в массовой доставке информации, исходя из этого мы можем назвать их три ключевые функции:

1. информирование большого количества людей, независимо от расстояния или формата;
2. сообщения (передача) информации;
3. общение.

Пример

Радио информирует население о происходящих событиях. При этом оно также передает сообщения от других лиц и приглашает слушателей участвовать в передачах, оставлять комментарии, получить ответ и, таким образом, общаться с другими людьми.

Еще одно понятие, которое нужно знать и использовать, это медиа текст.

Медиа текст – сообщение, передаваемое масс-медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и др.; словесная (речь) и образная (изображение, музыка, звуки) информация) [11].

Медиа тексты встречаются не только в повседневной жизни, но и в профессиональной и учебной деятельности. Ниже представлена таблица, где необходимо дополнить либо вид медиа текста, либо канал, через который он поступает. Так, на примерах, вы сможете больше понять разницу между медиа текстом и каналом медиа.

Таблица 1. Виды медиатекста и медиа

Медиа текст	Медиа канал
Афиша	Печатные СМИ
Блог	Интернет
Ток-шоу	...
Фильм	Кинематограф
Интервью	...
Пост	...

Теперь, когда мы заполнили таблицу, можно судить о разнообразии жанров и форматов медиа, а также их достоинствах. Кроме того, медиа мобильны и доступны практически каждому, кто имеет доступ к Интернету, спутниковой и телефонной связи 24/7. Также медиа информация удобна, потому что это оперативная подача с применением звуковой или видеоинформации.

Однако, мы можем отметить и недостатки медиа, причем связанные не столько с техническими аспектами, но и с принципами их использования. Например, образование информационного шума вокруг события – мнений, комментариев к основным фактам и существующим мнениям, опровержений, который представляют собой растущий ком реальной и вымышленной информации. Такое информационное изобилие начинает значительно превышать способности человека его воспринимать. К недостаткам также можно отнести и анонимность авторов, особенно в социальных сетях.

Легкое распространение и доступность каналов, через которые проходит информация, могут сказаться на ее достоверности и, как следствие, возникает недоверие. Медиа сильно влияют на формирование стереотипов и снижение критического отношения. Например, когда множество людей уже высказались по какой либо теме, человек может подумать, что его мнение уже не важно, либо его просто может не быть.

Тем не менее справиться с подобными проблемами можно, если обладать определенными знаниями и навыками обращения с медиа, то есть стать медийно грамотным человеком.

Медийная грамотность – это понимание функций медиа, знания и умения для поиска, критической оценки, грамотного размещения информации и медиа контента; знание о взаимодействии со СМИ и информационно-коммуникационными технологиями для продвижения равенства, свободы выражения, межкультурного/ межрелигиозного диалога, мира и так далее [36, с. 7].

Медийно грамотные люди способны принимать решения с учетом полноты полученной информации, посредством медиа они познают окружающий мир, чувствуют причастность к сообществу, поддерживают общественный диалог и выражают мнение, постоянно обучаются на протяжении всей жизни. Также, медийная грамотность позволяет публиковать информацию, с учетом правил и принципов коммуникации и донесения новостей.

Один из ведущих принципов – это достоверность, которая основана на:

- точности передачи информации или сообщений без искажений,
- ясности,
- фактичности, то есть обоснованиями, которыми человек руководствуется при передаче и восприятии информации,
- объективности, то есть без влияния личных, политических или религиозных убеждений и мнений [36, с. 168].

Мы можем заметить, что информация поступает через медиа как новость/факт, либо как чье-либо мнение/комментарий о фактах. Лидеров мнений (медиа личности) сегодня относят к новым источникам информации [36].



Рисунок 7. Виды медиа источников информации

Новость или мнение

Статья или другой медиа текст может выступать носителем как новости, так и мнения, однако задача читателя определять типы статей и их целевое назначение. Это первый шаг критической оценки, которая помогает определять нужный и достоверный материал⁴.



Изучите приведенный ниже пример статьи, определите, что несет в себе медиа текст – новость или мнение, и поясните, почему вы так считаете?

Дисней определился с режиссерами продолжения саги о Соколином глазе

19 июля 2020

Первые эпизоды сериала Marvel о новых приключениях Соколиного Глаза поставят режиссёрский дуэт Берти и Берт, а так же Рис Томас, 19 июля сообщил портал DigitalSpy.

Планируется, что шоу стартует этой осенью на платформе онлайн видео Disney+. В главной роли в сериал вернется Джереми Реннер. В качестве сценариста выступит Джонатан Игла.

Напомним, персонаж Соколиный глаз (Hawkeye) комиксов компании «Marvel», так же известный как Голиаф, Ронин и Клинтон Фрэнсис Бартон, был создан Стэном Ли и Доном Хекком в 1957 году. С 1964 года персонаж был включен в состав команды Мстителей.

Ответ: это новость. В данном тексте отсутствует какая-либо эмоциональная оценка, и автор не анализирует факт продолжения съемки саги.

⁴ Более подробно о том, какими характеристиками обладает новость, в чем может быть опасность и как критично к этому подходить, можно узнать в разделе “Оценка источников информации и критическое мышление” на стр. 66 данного руководства

Медиа и дети

Безопасное использование медиа-информационных ресурсов

Дискуссия

- Пользуетесь ли вы социальными сетями и мессенджерами?
- Какие угрозы возможны в социальных сетях и Интернете?
- Как вы думаете, какие методы могут помочь против агрессии, взлома аккаунта, рекламы, кражи персональных данных, недостоверной информации, зависимости?
- Кто несет ответственность за обеспечение безопасности детей в Интернете и при общении с медиа?

Киберугрозы

Очевидно, что человек живет в медиа среде и его окружает большое количество каналов информации, будь он на улице, в транспорте или в помещении. Дети оказываются наиболее уязвимыми, потому что у них не всегда полноценно развита критическая оценка и умение определять новости и мнения. В процессе познания виртуального мира дети особенно подвержены угрозам.



Рисунок 9. Виды пользователей Интернета

Как и взрослые, дети могут целенаправленно использовать Интернет и медиа, и это не только социальные сети. Помимо “коммуникаторов” есть те, которые используют в большей части образовательный контент и полезную информацию. Универсалы объединяются в использовании абсолютно любых информационных возможностей. Для сетевых читателей Интернет является источником познавательной и новостной информации. И отдельная категория детей относится к онлайн игрокам [15, с. 11].

Следует помнить, что в силу особенностей психики дети восприимчивы и впечатлительны, они предрасположены к осознанному и эмоциональному копированию [7]. Есть риск того, что не все дети понимают и могут себя обезопасить от оскорблений, нарушения репутации, клеветы, выражения

превосходства. Также, они могут не знать, к чему приводит неправильное использование персональной информации, например передача телефонных номеров, банковских данных, совершение покупок на фэйковых сайтах. Причем речь идет не только о виртуальных, но и физических кражах, когда дети свободно хвастаются тем, что происходит в семье, тем самым привлекая внимание к имуществу.

Ниже на Рис.10 представлена статистика использования ненадлежащих сайтов детьми в Казахстане за 2014 год [16].



Рисунок 10. Использование Интернета детьми в Казахстане

Интернет может быть полезным пространством, которое при соблюдении правил безопасности может принести много хорошего. Однако, если человек не изучает и не соблюдает правила безопасного поведения в сети, вне зависимости от цели использования Интернет может представлять собой источник киберугроз — незаконного, вредоносного проникновения в виртуальное пространство пользователя. Можно назвать несколько из множества видов:

- буллинг — агрессивное преследование, оскорбление, травля, клевета, репутация, разжигание ненависти;
- манипулирование — навязчивая реклама, неэтичный контент;
- дезинформирование — введение в заблуждение ложной информацией⁵;
- мошенничество (фишинг) — обманные сообщения с призывом открыть отправленные ссылки или документы, либо установить программное обеспечение, зарегистрироваться с целью получения денег или информации; кража личной информации (фото, переписки).

Если говорить о рекламе, то, по сути, она обладает массой положительных для общества функций:

⁵ Подробно о том, что такое дезинформация, мы рассматриваем на стр. 73 данного руководства

- образовательная — мы узнаем что-то новое о происходящем вокруг, например, о выборах, как о политическом событии; узнав о спортивном мероприятии, кто-то может заинтересоваться и начать изучать новый вид спорта;
- коммерческая — стимулирование торговли и экономических процессов;
- социальная — стимулирование социальных процессов и общественных норм поведения;
- информационная — информирование, передача сообщений и коммуникация;
- агитация и пропаганда — навязчивое информирование и манипулирование [30].

Опасность рекламы в ее незитичном использовании, причем не только потребителями, но и посредниками, и создателями. Например, баннерная реклама — это не что иное, как отслеживание цифрового следа поисковых запросов, посещенных сайтов и регистрации на сайтах. Информация действительно отслеживается, а большие данные и искусственный интеллект уже стали реальностью, которая способна управлять нашим поведением.

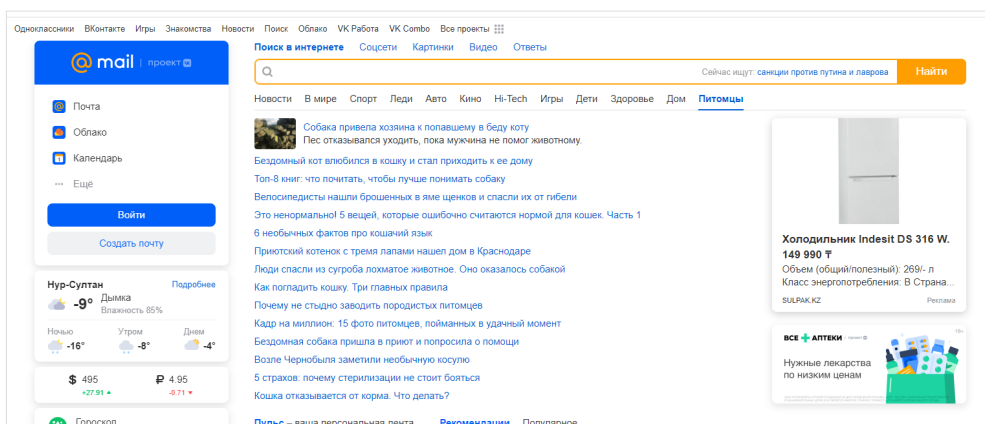


Рисунок 11. Изображение интерфейса сайта mail.ru с баннерной рекламой продажи холодильника

Для решения проблем киберугроз и безопасного поведения в медиа пространстве существует несколько рекомендаций, как воспитательно-образовательных, так и технических:

- знание и соблюдение сетевого этикета, авторского права и прав человека (то есть уважительное и уместное общение с соблюдением правил онлайн сообщества, а также неучастие в незаконной и вредоносной деятельности);
- применять двухуровневую защиту и устойчивые, сложные, разные пароли для различных систем;
- не сохранять пароль в браузере;
- очистка браузера и “цифрового следа”;
- отписка от рассылок, блокирование навязчивых сообщений;
- не открывать ссылки без проверки, не скачивать незнакомые материалы, даже если их передал знакомый человек или друг;
- избегать регистрации с личной информацией на сайтах;

- по возможности не заходить в Интернет-банкинги и другие подобные сервисы через открытые Wi-Fi-сети в кафе или на улице;
- перед тем как вводить логин и пароль, проверять, защищено ли соединение (если перед адресом сайта вы увидите префикс https, где “s” означает “secure” - безопасное, это гарантирует некоторую безопасность);
- проверять гиперссылки и адреса отправителей: фальшивые письма и сайты повторяют дизайн настоящих, но с некоторыми, не сильно заметными изменениями («meil.ru»/ «mail.ru», «vk.com» - «vk-com.com» и др.);
- регулярно обновлять антивирусное программное обеспечение;
- не комментировать и не отвечать на противозаконный контент (избегать чатов, которые обсуждают взрослые отношения или религиозные культы, либо другие экстремистские темы);
- ограничить общение с незнакомыми людьми в социальных сетях;
- расширенные настройки аккаунта в социальных сетях: не показывать личную информацию в Интернете;
- выбрать гендерно-нейтральное (скрывающее пол) имя в чате, чтобы избежать преследований;
- сообщать родителям или близким людям, когда что-то в Интернете заставляет чувствовать себя неловко;
- не соглашаться встретиться лицом к лицу с виртуальными знакомыми наедине;
- обращать внимание на игры: некоторые виртуальные игры также могут собирать личные данные и вызывать агрессию;
- мониторинг активности детей в Интернете и социальных медиа (например, с помощью современных мобильных приложений, таких как Google Family Link (<https://families.google.com/familylink/>)).

Если проанализировать список рекомендаций, то очевидно, что общая идея заключается в развитии медийной грамотности, а в случае ограничений и мониторинга — понимания их причин. В итоге это должно привести к самоанализу и критической оценке своего поведения в онлайн пространстве и принятию сетевого этикета. Главный секрет безопасности в сети — не делать в Интернете ничего того, что бы вы не стали делать в физическом мире. Разница между виртуальной и действительностью минимальна.

Ответственность

Кто же должен обеспечивать безопасность детей
в работе с медиа?


Повышение уровня грамотности в основном проводится в системах образования. Школа и формальное обучение на совместных или отдельных занятиях по МИГ, равно как и внеучебная деятельность, играют важную роль.

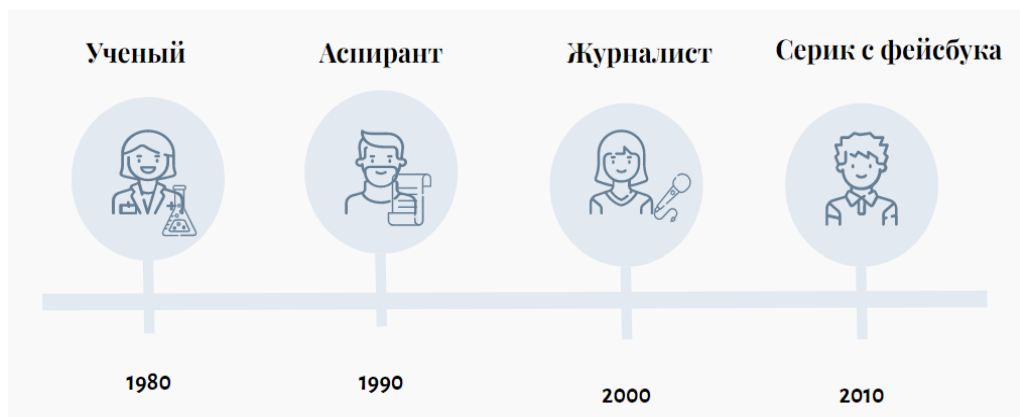
Семья — второй основной компонент формирования личности детей и ближайшая зона влияния. Однако, не все родители сами владеют достаточным уровнем осведомленности о МИГ, либо чувствуют себя недостаточно подготовленными обосновывать грамотное поведение в медиа пространстве и довольствуются строгим контролем и ограничениями.

Библиотекари выступают важным компонентом, так как они являются экспертами в информационной области и владеют нюансами производства и использования информационных продуктов, которые могут не рассматриваться на уроках (например, информатики или обществоведения).

Следует отметить, что авторы медиаконтента также несут ответственность за безопасную медиа среду. Речь не только о журналистах, как авторах традиционных и новых СМИ, но и авторах любых сообщений, распространяемых в социальных сетях и медиа каналах.

Пользователи, в нашем случае дети, сами непосредственно являются регуляторами корректного поведения в медиа среде. Как мы упоминали выше, выработка критического поведения не единоразовый процесс, и самосознательность будет развиваться в течение всей жизни.

 **Задание 1:** Свяжите данное изображение с важностью роли медийной грамотности для общества. Приведите краткий комментарий и ваше мнение в текстовом формате. Вы можете также использовать медиа контент для иллюстрации в виде ссылок или интегрированного в текст элемента. Сохраните файл с названием «1.2.1-Домашнее задание».



Задание 2: Проведите поиск материалов для обсуждения видов рекламы и ее влияния на экономическую, политическую, эмоциональную, образовательную, нравственную, социальную сферы жизни человека. Сохраните файл с названием «1.2.2-Домашнее задание».

Задание 3: а) Опираясь на материал раздела, приведите таблицу опасностей в Интернете и варианты их предупреждения. б) Как бы вы распространили эту информацию для школьников? Сохраните файл с названием «1.2.3-Домашнее задание».

Киберугроза	Решения
Взлом аккаунта	Сложный пароль
...	...



Ответьте на вопросы в течение 5 минут. Сверьте свои ответы с правильными в Приложении 5.

- Медийная грамотность — это:
 - способность понимать функции медиа
 - оценивать качество выполнения этих функций
 - рационально взаимодействовать с медиа в интересах самовыражения
 - все вышеперечисленное
- Выберите наиболее полное перечисление медиа средств передачи информации:
 - социальные сети, блоги, журналы, радио, телевидение
 - радио, газеты, телевидение, блоги
 - социальные сети, вебсайты, блоги, журналы, радио, телевидение
 - реклама, газеты, радио, социальные сети, телевидение
- Достоверная информация соответствует действительности, не подкреплена фактами, доказательствами, вызывающими сомнения. Вы согласны с данным утверждением?
 - да
 - нет
- Аналитические медиа статьи представляют мнение, новостные — новости. Вы согласны с данным утверждением?
 - да
 - нет

Раздел 3

Медийная и информационная грамотность в образовании

Данный раздел предназначен для изучения основных понятий медийной и информационной грамотности (МИГ), принципов, обстоятельств и других аспектов ее внедрения в образовательный процесс. Цель раздела - расширить знания и научиться идентифицировать ключевые элементы медийной и информационной грамотности. От того, насколько полно складывается понимание концепта МИГ, настолько свободно можно об этом говорить, интерпретировать, внедрять и продвигать МИГ как в профессиональной деятельности, так и в повседневной жизни.

Темы раздела:

- Экосистема медийной и информационной грамотности
 - Нормы, стандарты, правила
 - Практическая реализация
-



Экосистема медийной и информационной грамотности

В первом и втором разделах мы отдельно изучали информационную и медийную грамотность. Теперь, после детального рассмотрения особенностей каждого направления, мы можем объединить их в одно.

Медийно-информационная грамотность — это совокупность знаний, навыков, установок, компетенций и практик, которые позволяют обеспечить эффективный доступ, анализ, критическую оценку, интерпретацию, использование, создание и распространение информации и медийных продуктов с использованием всех необходимых средств и инструментов на творческой, и этической основе [28, с. 1].

В этом разделе мы изучим определение МИГ по частям и выясним, о каких знаниях, умениях и навыках идет речь, каким образом компетенции способствуют доступу, анализу и оценке информации и медийных продуктов, на основе каких этических и нормативных принципах; а также уточним, какое отношение к этому имеют библиотекари.

Итак, вернемся к характеристикам информационной и медийной грамотности [36].

Таблица 2. Сравнение информационной и медийной грамотности

Информационная грамотность	Медийная грамотность
Определить и сформулировать информационные потребности	Понимать роль и функции медиа в обществе
Найти и получить доступ к информации	Понимать условия, при которых медиа могут выполнять свои функции
Оценить информацию	Критически оценивать контент медиа в свете присущих им функций
Систематизировать информацию	Взаимодействовать с медиа для самовыражения и участия в демократических процессах
Соблюдать этику при использовании информации	Актуализировать навыки (включая навыки работы с ИКТ), необходимые для создания пользовательского контента
Передавать информацию	
Применять навыки работы с ИКТ для обработки информации	

В данной таблице тезисно представлены самые ключевые моменты медийной и информационной грамотности. Здесь вы можете увидеть, что информационная грамотность касается определения информационных потребностей человека, а также включает в себя возможности, знания, умения и навыки по поиску и получению доступа к информации, оценке и систематизации, этике использования и передачи информации, причем применяя навыки работы с информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ) для ее обработки. В последующих модулях мы подробно остановимся на каждом из этих аспектов.

Медийная грамотность, как было изучено ранее, относится к концепции, понятию роли и функций медиа в обществе. Речь также идет об информационном шуме, индивидуальном восприятии и интерпретации, как эти и другие условия могут определять выполнение медиа своих функций и почему

важно критически оценивать контент, который может прийти в искаженном состоянии к пользователю [30, с. 20].

Далее на схеме попробуем проанализировать, есть ли сходство и различия между медийной и информационной грамотностью.

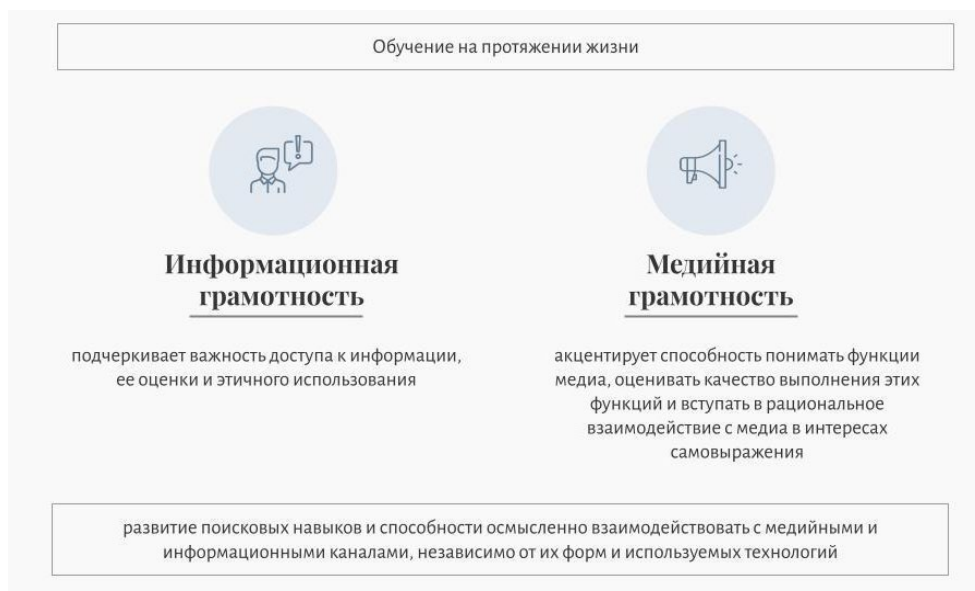


Рисунок 12. Схема взаимосвязи медийной и информационной грамотности

Разница в том, что информационная грамотность больше подчеркивает важность доступа к информации, медийная же грамотность акцентирует способность понимать функции медиа и качество выполнения этих функций. То есть мы понимаем медиа каналы, их типы, как и насколько качественно они работают.

Как для медийной, так и для информационной грамотности общим является развитие поисковых навыков и осмысленное взаимодействия с информационными источниками и каналами. Еще один общий важный элемент — это обучение на протяжении всей жизни.

Мы не случайно рассматривали два понятия информационной и медийной грамотности по отдельности. Изначально, действительно они существовали отдельно друг от друга. В 2008 г. по инициативе ЮНЕСКО начало развиваться стратегическое объединение двух понятий как “единый комплекс знаний, умений и навыков, которые необходимы для жизни и работы в 21-м веке” [9]. Инновационная концепция грамотности охватила практически все виды СМИ, архивы, Интернет, библиотеки, музеи, медиа, независимо от используемых технологий [35].



Рисунок 13. Структура МИГ

Если вы обратите внимание, на схеме (Рис. 13) вы встретите библиотечную грамотность, грамотность в сфере рекламы, как медиа канала, новостную и теле грамотность, цифровую и компьютерную, отдельно Интернет-грамотность и грамотность в использовании электронных игр.

Особое внимание в стратегии ЮНЕСКО обращается на подготовку учителей с целью привлечения их к внедрению МИГ в обучение. Роль учителей играют не только преподаватели, но и все, кто задействован в учебном процессе в школах. В частности, подготовка заключается в разработке соответствующих методик по преподаванию, программ курсов и прочее. Таким образом, ЮНЕСКО пришло к объединению понятий медийной и информационной грамотности для улучшения взаимодействия с информацией и развития навыков 21 века. По итогам аналитической работы эксперты ЮНЕСКО пришли к пониманию наличия ключевых проблем в использовании, создании медиа и информационных продуктов, а также их интерпретации. Эти ключевые моменты нашли отражение в пяти принципах (законах), которые стали основой для реализации стратегии [29, 21].

Первый принцип гласит, что роль информации в обществе первостепенна. Информация, ее источники и носители равно необходимы современному обществу для устойчивого развития.

Второй принцип говорит о том, что жители, граждане общества наделены правом доступа к новой информации и знаниям, а также правом выражать свое мнение. Иными словами, медийная и информационная грамотность основана на свободе выражения мнений, потому что люди понимают функции медиа в обществе.

Третий и четвертый принципы объясняют, что МИГ основывается на критической оценке содержания и принятия решений пользователей и производителей информации. То есть знать и принимать решение на основе

того, что информация и медиа контент не нейтральны и беспристрастны, что полученная и произведенная информация может быть не новостью (фактом), а мнением.

Наконец, пятый принцип утверждает, что обучение МИГ происходит в течение всей жизни.



Рисунок 14. Пять принципов МИГ

Как вы считаете, почему МИГ нужно обучаться в течение всей жизни?

Пятый принцип обоснован развитием самого общества, науки и технологий, типов информации, источников и ее носителей, а также отношением общества к информационной среде. В 21 веке, как отметило ЮНЕСКО, необходимы специальные навыки и компетенции для работы, учебы и жизни в современном обществе [9].

Современное общество — это “информационное общество” или “общество знаний”. Давайте вспомним эволюцию общества и развитие информационной сферы, например формат. Ранее информация существовала устно, далее невербально в виде рисунков, позднее хранилась в манускриптах; от печатного станка перешли к электронному формату, и как дальше будет развиваться информация мы можем только предполагать [10]. Таким образом, жизнь в обществе знаний требует определенных компетенций.

“Общество знаний” “информационное общество” — характеризуется наличием достаточной, качественной, достоверной информации для его эффективного функционирования, а члены общества знают, где и как искать, оценивать и получать информацию [29].

Если вы обратите внимание на определение МИГ, то вы заметите взаимосвязь и между принципами МИГ (Рис. 14) (информация первостепенна, каждый имеет право на доступ к информации, понимает и критично оценивает, знает об этических аспектах использования информации).

Каким же образом информационная грамотность находит свое отражение и подтверждение в современном обществе? Для этой цели выработаны специальные показатели двух уровней, которые связаны с определением общества знаний выше.



Рисунок 15. Индикаторы МИГ

Первый уровень (окружающая среда) необходим для анализа и понимания, существует ли медийная и информационная грамотность в обществе. Для этого нужно обратить внимание на окружение и инфраструктуру. Организовано ли формальное и/или неформальное образование МИГ в учреждениях образования или в семьях? Существует ли поддержка администрации и официальных структур? Какова политика продвижения медиа на уровне министерств информации? Есть ли поддержка со стороны науки по изучению проблем МИГ, ее взаимосвязи с развитием общества, экономикой, проблемами образования и так далее? Насколько информация доступна с точки зрения инклюзивного подхода?

Второй уровень индикаторов касается компетенций членов общества, учащихся, педагогов, библиотекарей:

- Понимание значения медиа и информации для общества;
- Понимание медиа контента и вариантов его использования;
- Эффективный и оперативный доступ к информации;
- Критическая оценка информации и информационных источников;
- Применение новых и традиционных медиа форматов;
- Определение социокультурного контекста медиа контента;
- Продвижение МИГ среди обучающихся и управление необходимыми изменениями [31].

Указанные компетенции находят отражение в целях образовательных или неформальных мероприятий, и в учебниках по МИГ [11]:

- способность применять многоаспектную классификацию видов информации с целью понимания ее целевого назначения;
- владение умениями вести поиск, отбор, аналитико-синтетическую переработку информации, осуществлять ее хранение и защиту.
- владеть основными понятиями, характеризующими информационное общество;
- знать признаки информационного общества.
- знать основные виды и состав информационно-библиотечных ресурсов;
- владеть алгоритмами адресного, тематического и фактографического поиска;
- знать возможности информационного сервиса Интернет;
- владеть приемами безопасного поиска информации в Интернете и социальных сетях;
- знать методы анализа и синтеза информации;
- знать отличительные признаки информационных продуктов (сочинения, доклады, рефераты, эссе, проекты, презентации);
- иметь представление об интеллектуальной собственности и авторском праве;
- знать правила корректного цитирования разных видов информационных источников;
- понимать безнравственность плагиата и его негативные последствия.

Приведенные цели обучения едины для различных уровней обучения, как для школьников, студентов, так и для повышения квалификации специалистов, что напрямую отвечает принципу обучения в течение всей жизни. Также, это дает ответ на возможный вопрос читателя, для чего разработано данное руководство, почему подходит для использования библиотекарями с различным уровнем образования, трудового и жизненного опыта и так далее.

В чем же роль библиотекарей и как они задействованы в формировании и развитии МИГ? Современный библиотекарь — это информационный специалист, который, как оказывается, порой не подозревая, во многих случаях в полной мере участвует в формировании информационной и медийной грамотности.

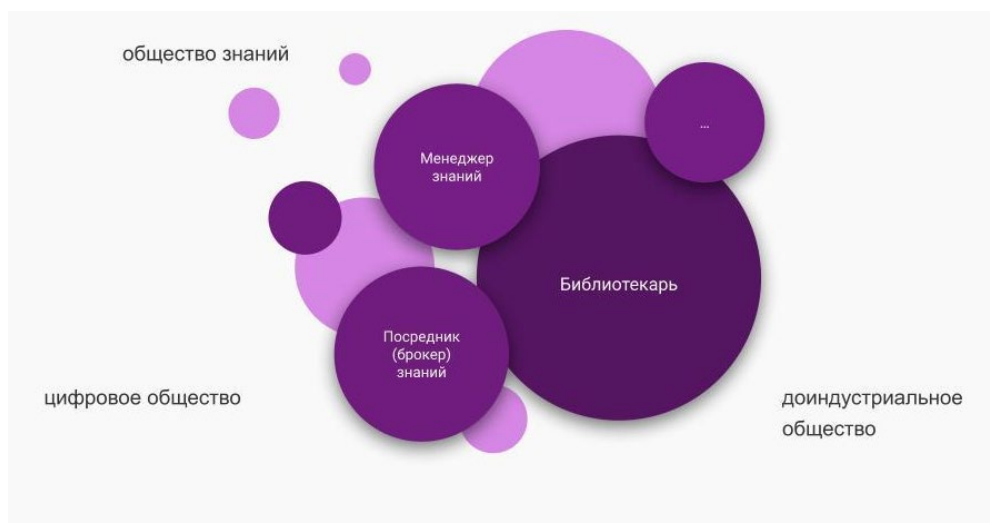


Рисунок 16. Роль библиотекаря на этапах развития общества

Если мы вернемся к эволюции общества и роли библиотекаря, то можем отметить, что в доиндустриальном обществе его функции сводились в основном к обработке информации, хранению, каталогизации в специальных учреждениях - библиотеках. В цифровую эпоху библиотекари не просто обрабатывают информацию, а генерируют и распространяют ее, и здесь применяют понятие посредника информации-знаний без привязки к месту (библиотеке). Появляются новые названия, такие как информационные центры, центры знаний, центры развития.

Со временем происходит изменение понимания функций библиотекарей и сегодня, в обществе знаний, речь идет не столько о посреднике, сколько о менеджерах знаний. Библиотекари не только направляют среди информационных потоков, помогая ориентироваться в каналах и источниках информации, а учат пользователей, переходя с теории на практику. Библиотекари не просто рассказывают, что нужно быть медийно-информационно грамотными, а на практике показывают, что это значит, например, помогая искать источники для реферата, правильно их оформлять и презентовать [43].

Важно отметить, что, учитывая масштабную роль библиотекарей, они могут также предполагать возможные направления развития знания в виртуальном и еще не организованном информационном пространстве. Так, например, на наш взгляд в структуру МИГ (Рис. 13) можно включить грамотность по работе с данными (data literacy), которые являются новым, но уже одним из самых передовых типов информации и капиталом информационного общества.

Нормы, стандарты, правила

МИГ постоянно развивается, как на локальном, так и на международном уровнях. Не случайно ведущую роль в повышении осведомленности и знаний и понимания роли МИГ в образовании взяло ЮНЕСКО. Они также нацелены на то,

чтобы содействовать развитию политики и профессиональных стратегий, связанных с МИГ, на международном, региональном и национальном уровнях; повышению уровня квалификации преподавателей и других специалистов системы образования, сотрудников университетских и школьных библиотек, а также разработке соответствующих образовательных материалов и инструментов; межведомственному, межинституциональному и междисциплинарному сотрудничеству всех заинтересованных сторон.

Другие организации, которые активно вовлечены в разработку нормативных документов — Международная федерация библиотечных ассоциаций (IFLA), Американская библиотечная ассоциация (ALA) и Ассоциацией библиотек колледжей и научных библиотек (ACRL), Общество библиотек колледжей, национальных и университетских библиотек (SCONUL). Упомянутые организации активно занимаются разработкой документов, руководств, которые необходимы для практической работы, реализации МИГ в образовании. Такие как, Стандарты компетенции информационной грамотности для высшего образования (ACRL), Семь столпов информационной грамотности (SCONUL).

ЮНЕСКО разрабатывает и выполняет переводы на множество языков методических материалов и руководств. Например, внимание заслуживает Руководство по информационной грамотности для образования на протяжении всей жизни.

На местном уровне также ведутся нормативные инициативы. Например, в Казахстане принята Концепция обучения в течение всей жизни, где описывается важность компьютерной и цифровой грамотности, а также суть обучения в течение всей жизни. Помимо местных административных постановлений, действующих относительно плагиата или соблюдения авторских прав, необходимо знать нормы, принятые в сфере науки и образования, например, методические указания по оформлению научных работ учащихся.

Международные стандарты компетенций информационной грамотности, в основном, сводятся к пяти основным направлениям:

1. знания и умения, позволяющие сформулировать информационные потребности для решения конкретной задачи или проблемы
2. компетенции, позволяющие работать на рынке информации с учетом законодательных и этических норм:
 - а) знание авторских прав на интеллектуальную собственность;
 - б) знание законных способов использования авторских материалов;
3. знания и умения оценки полученной информации:
 - а) знание принципов и критериев оценки информации по полноте, точности;
 - б) знание принципов оценки достоверности полученной от источника информации;
4. использование найденной информации для решения конкретной задачи или проблемы:
 - а) умение разработать структуру отчета, аналитической справки в соответствии с поставленной целью;
 - б) умение корректно использовать полученную из мировых ресурсов информацию для обоснования выводов и предложений;
 - в) умение применять современные информационные технологии для подготовки отчета;
 - г) знание правил оформления текста, таблиц, рисунков в отчетах и аналитических справках;

5. умение в соответствии с существующими стандартами и правилами оформлять список литературы и источники деловых ресурсов Интернета и устанавливать ссылки на эти источники в тексте.

История развития МИГ отмечена декларациями, среди которых в контексте данного раздела важна Декларация по медиаобразованию (1982). Ниже приводится список деклараций в хронологическом порядке.

- 2003 - Пражская декларация - На пути к обществу информационной грамотности
- 2005 - Александрийское обращение - Информационная грамотность и обучение на протяжении всей жизни
- 2007 - Парижская программа или 12 рекомендаций по медиаобразованию
- 2011 - Фесская декларация по медийной и информационной грамотности
- 2012 - Московская декларация по медийной и информационной грамотности
- 2013 - Рамочная программа и план действий GAPMIL
- 2014 - Парижская декларация о медийной и информационной грамотности в цифровую эпоху
- 2016 - Ханты-Мансийская декларация "Медийная и информационная грамотность для формирования культуры открытого правительства"
- 2016 - Молодежная декларация по медийной и информационной грамотности Сан-Пауло
- 2016 - Рижские рекомендации по развитию медийной и информационной грамотности в меняющейся медиа и информационной среде
- 2020 - Сеульская декларация "Медийная и информационная грамотность для всех и при всеобщем участии [59].

Практическая реализация

Внедрение МИГ в учреждениях образования реализуется через сотрудничество и продвижение формальными и неформальными методами.

Формальные пути в большей степени касаются образовательного процесса, и здесь можно назвать разработку учебной программы и дисциплины МИГ [41]. Программа может быть самостоятельной либо частью другой учебной дисциплины (например, элемент программы повышения квалификации). Это также единые требования к учебно-исследовательской работе учеников, методические указания и руководства, которые включают правила оформления работ, с точки зрения структуры, содержания оформления источников.

Особенно стоит отметить сотрудничество с учителями в рамках их дисциплин, и обсуждение аспектов информационной грамотности на уроках. Например, совместно провести урок обществознания, информатики и истории. Допустим в обществознании изучаются сферы жизнедеятельности людей, что можно связать с классификацией информации. На уроках информатики библиотекари могут говорить о принципах безопасности при распространении или использовании медиа контента. На уроках истории библиотекарь может представить эволюцию видов информации, появление книг и электронной информации.



Рисунок 17. Методы практической реализации программ МИГ

Также, библиотекари могут участвовать в совместном курировании проектной работы школьников в рамках определенной дисциплины. Роль библиотекаря может быть целенаправленной, например, по поиску источников или цитированию. Мы не говорим о замещении учителей, но о делегировании и совместном обучении информационной грамотности.

Помимо формального образовательного процесса, ожидается, что библиотекари примут активное участие в продвижении МИГ.

Инфлюэнсер (от англ. influence — влияние), [в социальных сетях] пользователь, имеющий обширную и лояльную аудиторию [21].

Библиотекарь-инфлюэнсер — лидер мнений в сфере информации, который понимает, что такое информация, как она развивается, ее роль в обществе; благодаря авторитету среди своей аудитории, они могут влиять на мнение других людей относительно создания, использования и оценки информации, тем самым создавать тренды.


Библиотекари — специалисты в своей профессиональной сфере с широким диапазоном знаний и умений в других областях, которые видят взаимосвязь МИГ с различными сферами жизнедеятельности, и которые могут активно обсуждать на различных публичных мероприятиях и в социальных сетях свое видение тенденций развития технологий либо их социальное значение для общества в будущем [17]. То есть не только говорить о МИГ на уроках для определенной категории школьников или родителей, но и выходить в широкие массы и публично дискутировать развитие технологий, социальное значение информации. Например, участвовать в обсуждении проблем образования с местными законодательными или исполнительными органами, влиять на внесение поправок и внедрение единой программы МИГ в школах. Библиотекари могут не только выражать мнение о развитии отдельных направлений в образовании, но и обсуждать нарушение авторских прав или проблему безопасного поведения в Интернете.

В библиотеках проводится масса мероприятий, но возможно не все и не всегда связывают их с МИГ. Например, проведение конкурса трейлеров или рецензий на книги нацелено не только на продвижение чтения. Здесь задействовано развитие умений и знаний работы с технологиями, правильного цитирования и этичного распространения готового продукта в медиа среде. Указанные выше цели МИГ можно и нужно указывать в разработках неформальных мероприятий.



Рисунок 18. Официальный постер Недели медийной и информационной грамотности ЮНЕСКО в 2021 г.

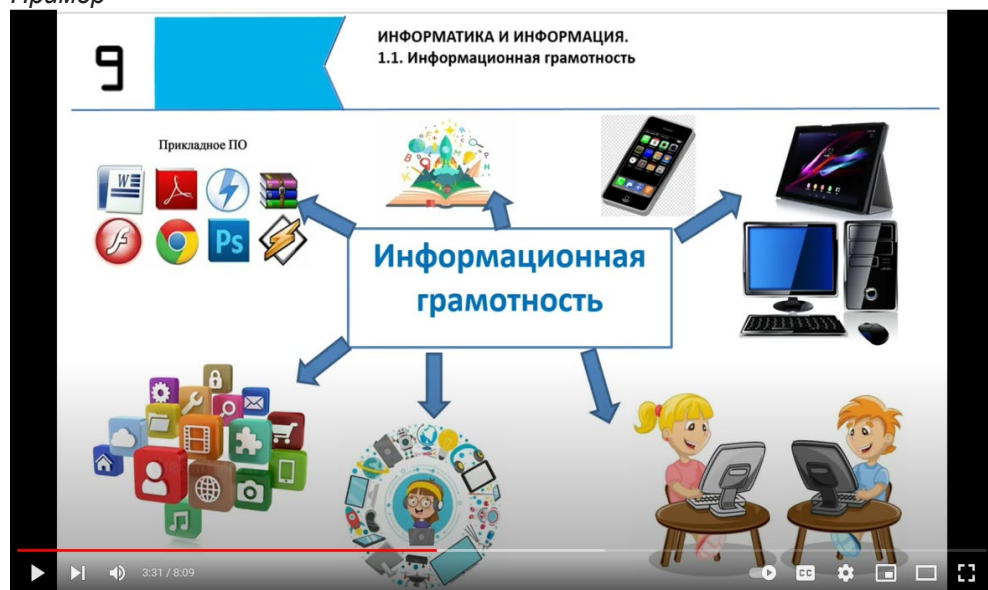
Проводимые мероприятия можно приурочивать к празднованию глобальной недели МИГ, которое ежегодно проводит ЮНЕСКО в октябре (<https://en.unesco.org/commemorations/globalmilweek>). Примеры программы мероприятий приведены в Приложении 3 данного руководства.

 **Задание 1:** Объясните, что делает ученика медийно-информационно грамотным. Формат выполнения – эссе, графика, медиа. Сохраните файл с названием «1.3.1-Домашнее задание».

Задание 2: Проанализируйте роль, функции и обязанности информационных служб (библиотек, архивов, Интернета и так далее) в обществе. Формат выполнения – свободное эссе. Сохраните файл с названием «1.3.2-Домашнее задание».

Задание 3: Нарисуйте схему или инфографику и дайте необходимые пояснения по взаимосвязи понятий информации, информационного общества, информационно-коммуникационных технологий, информационной перегрузки, медийной и информационной грамотности. Сохраните файл с названием «1.3.3-Домашнее задание».

Пример



<https://youtu.be/ExFFv0DfnLk>



Ответьте на вопросы в течение 5 минут. Сверьте свои ответы с правильными в Приложении 5.

1. МИГ – это
 - а) мульти-информационная грамота
 - б) медийная и информационная грамотность
 - в) медийно-информационное гражданство
 - г) год медийно-информационный
2. Эта организация инициировала развитие компетенций МИГ как важнейших в современном обществе
 - а) ООН
 - б) ЮНЕСКО
 - в) ИФЛА
 - г) Национальная библиотека конгресса США
3. Сколько компетенций предполагает МИГ?
 - а) 2
 - б) 7
 - в) 9
 - г) 6

4. Библиотекарь-инфлюенсер:

- а) лидер мнений по МИГ и авторитет в своей аудитории
 - б) специалист в профессиональной сфере с широким диапазоном знаний и умений в других областях
 - в) публично обсуждает свое видение тенденций будущего развития
 - г) все вышесказанное
-

МОДУЛЬ 2

КОМПЕТЕНЦИИ МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ



Модуль 2: Компетенции медийной и информационной грамотности

Согласно определению ЮНЕСКО, детально изученному в первом модуле данного руководства:

Медийно-информационная грамотность – это совокупность знаний, навыков, установок, компетенций и практик, которые позволяют обеспечить эффективный доступ, анализ, критическую оценку, интерпретацию, использование, создание и распространение информации и медийных продуктов с использованием всех необходимых средств и инструментов на творческой, законной и этической основе. МИГ является неотъемлемой частью так называемых «навыков XXI века», или «мягких» навыков [27, с. 1].

Второй модуль знакомит с компетенциями медийной и информационной грамотности и развивает ключевые профессиональные навыки, обеспечивающие эффективный поиск, анализ, критическую оценку, интерпретацию, использование, создание и распространение информации и медийных продуктов с использованием всех необходимых средств и инструментов на творческой, законной и этической основе.

Материалы данного модуля могут быть использованы в качестве методических разработок для проведения уроков по указанным темам в разделах второго модуля.

Раздел 1

Основные методы поиска информации

В рамках данного раздела рассматривается понятие информационной потребности, способы эффективного поиска различных документов в библиотеке и Интернете, создание поискового запроса и выбор поисковых систем для удовлетворения информационной потребности.

Темы раздела:

- Информационные потребности
- Стратегии поиска информации
- Ключевые слова/фразы
- Поисковые системы

Прежде чем приступить к темам раздела, рекомендуем ответить на следующий вопрос:

Зачем нужна информация?



Информационные потребности

Информация необходима для того, чтобы найти маршрут в школу или университет, написать эссе или реферат, получить нужные ингредиенты для рецепта, провести эксперимент, сдать экзамен, купить квартиру, заполнить анкету для трудоустройства и множества других задач, включая принятия решений.

Чтобы лучше понять, что такое информационная потребность, давайте ознакомимся с определением ниже:

Информационная потребность — это потребность, возникающая, когда цель, стоящая перед пользователем в процессе его профессиональной деятельности либо в его социально-бытовой практике, не может быть достигнута без привлечения дополнительной информации [6].

Согласно определению, информационные потребности возникают, когда:

- Существуют пробелы в текущих знаниях
- Нужно принять решение
- Нужно искать новые идеи
- Нужно проверить правильный ответ и так далее.
- Информационные потребности зависят от:

- сферы трудовой деятельности (образование, медицина, обслуживание, инженерия и др.);
- дисциплины (математика, география, биология и др.);
- области интересов (музыка, спорт, хобби, путешествие и др.).

НА ЗАМЕТКУ БИБЛИОТЕКАРЮ

Известно, что движение массовой информации осуществляется благодаря функционированию механизмов прямой и обратной связи. При этом механизм прямой связи является основополагающим, так как деятельность — это исходный пункт реализации потребностей вообще, а следовательно, и потребности человека в информации [32, с. 127].



Рисунок 1. Движение массовой информации

Таким образом, информационный цикл состоит из следующих этапов: деятельность — осознание неопределенности — потребность в информации — поиск и обнаружение информации — отбор необходимой информации и ее осмысление — включение информации в связь с имеющимися сведениями (знаниями) — выработка норм и правил действия — принятие решения — реализация решения в деятельности.

Стратегии поиска информации

В разделе “Этичное использование источников” вам предстоит узнать о правилах написания учебного реферата, одного из самых популярных информационных продуктов, для которого необходимо изучить различные материалы по заданной теме. Чтобы найти соответствующие источники, учащимся требуется умение самостоятельно находить информацию.

Где вы обычно ищете информацию для реферата?

При написании письменной работы учащимся проще и удобнее обратиться к услугам библиотеки.

Большинство библиотек располагают обширным фондом, в том числе богатым выбором краеведческой литературы, архивной документации, бесценными образцами художественной литературы, а также редкими экземплярами книг, с которыми можно познакомиться только в стенах библиотеки [16].

Однако, если на этапе исследовательской подготовки возникают дополнительные информационные потребности вследствие недостатка той или иной информации по теме, то удовлетворить эту потребность поможет поиск в Интернете или книжном магазине.

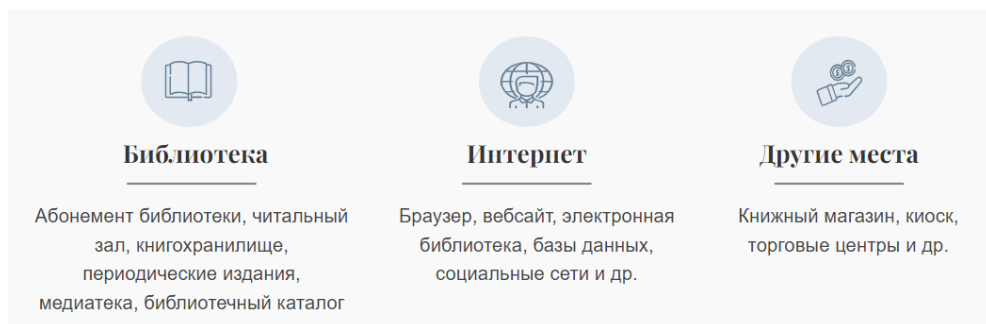


Рисунок 2. Источники информации?

Независимо от того, какая информация необходима и где ее искать, использование эффективных приемов поиска информации гарантирует удовлетворение информационного запроса.

Библиотека. При посещении библиотеки следует знать, как пользоваться библиотечным фондом, чтобы быстро и легко получить нужный материал.

В библиотеке можно найти информацию по заглавию, автору, определенному факту и теме. Согласно этому существует три вида поиска документов: адресный, фактографический и тематический [11].

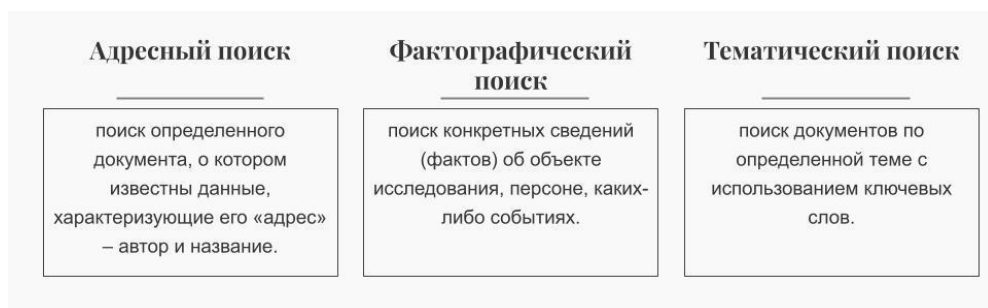


Рисунок 3. Виды поиска документов в библиотеке

Адресный поиск документов. В том случае, если у нас есть сведения о фамилии автора и названии книги, мы можем провести адресный поиск.

Адресный поиск — это поиск определенного документа, о котором известны данные, характеризующие его «адрес» – автор и название [11, с 115].

Давайте подумаем, почему такой вид поиска называется адресным? Нам известно, что адрес — это местожительство кого-либо или местонахождение чего-либо (учреждения или предприятия). Каждый из вас знает свой адрес, по которому проживает ваша семья. А у нас с вами речь идет о библиотеке, то есть о «доме, в котором живут книги». В библиотеке может быть собрано очень много, несколько десятков или даже сотен тысяч книг. Для того, чтобы найти среди огромного количества книг, хранящихся в библиотеке, именно ту, которая нам нужна, и требуется знать ее адрес. В качестве такого адреса книги могут выступать фамилия автора и заглавие книги, либо ее полное библиографическое описание. Этих адресных данных вполне достаточно, чтобы узнать, есть ли нужная вам книга в фонде библиотеки или нет. Чтобы быстро получить ответ на этот вопрос, следует обратиться к алфавитному каталогу, в случае отсутствия электронного каталога.

Алфавитный каталог — это библиотечный каталог, в котором библиографические описания документов располагаются в алфавитном порядке фамилий авторов или названий документов [11, с 115].

Итак, чтобы произвести адресный поиск, *необходимо:*

1. уточнить, на какую букву начинается фамилия автора книги или заголовок;
2. найти в алфавитном каталоге ящик с нужной буквой;
3. найти в ящичке картонку-разделитель с фамилией автора или названием книги;
4. найти среди карточек, расположенных за разделителем, карточку с описанием нужной книги;
5. переписать библиографическое описание и библиотечный шифр книги на листок;

6. используя выписанные данные, получить на абонементе необходимую книгу [11, с 114].



Рисунок 4. Адресный поиск документов

Библиографическое описание. Библиографическое описание документа позволяет читателю быстро найти искомый документ на абонементе.

Библиографическое описание — это совокупность сведений о документе, приведенных по определенным правилам и расположенных в строго определенном порядке [11, с 57].

Библиографическое описание документа составляется по специальным правилам, разработанным библиотекарями. Эти правила созданы для того, чтобы информация о каждой книге была четко упорядочена и не было путаницы. В соответствии с этими правилами сведения о документе перечисляются строго в определенном порядке и соответствующей пунктуацией:

- 1) сведения об авторе документа: сначала пишется его фамилия, а затем первые буквы имени и отчества;
- 2) название документа;
- 3) место издания: город, где издана книга;
- 4) издательство;
- 5) год издания документа;
- 6) количество страниц.

К 95 Кучербаева С. З. и др.
Естествознание: Учеб. для 3 кл. общеобразоват. шк. / С. З. Кучербаева, И. С. Темникова, Г. К. Ташенова. – Алматы: Атамұра, 2018. – 168 с.

ISBN 978-601-331-096-1

УДК 502/504
ВБК 20 я 72

Рисунок 5. Библиографическое описание учебника

Фактографический поиск документов. Если мы ищем информацию о каком-либо факте, значит нас интересует фактографическая информация. А когда нам нужно найти фактографическую информацию, необходимо осуществить фактографический поиск обращаясь к справочным документам.

Фактографический поиск — это поиск конкретных сведений (фактов) об объекте исследования, персоне, каких-либо событиях [11, с 107].

Если необходим ответ на вопросы «Кто?», «Что?», «Где?», «Когда?», «Сколько?», «Как?», «Откуда?», «Почему»? мы ищем фактографическую информацию. Это могут быть разные ситуации:

- когда в процессе учебы требуется найти ответ на вопрос при подготовке домашнего задания, написании реферата, подготовке проекта;
- когда нам просто любопытно узнать что-то интересное для себя или хочется удивить своими знаниями родителей или друзей;
- когда при чтении мы сталкиваемся с непонятным словом, термином, иностранным словом, новым или, наоборот, устаревшим, то есть архаичным словом [11].

Для того, чтобы произвести фактографический поиск, необходимо:

1. сформулировать вопрос с помощью слов «Кто?», «Что?», «Где?», «Когда?», «Сколько?», «Как?», «Откуда?», «Почему?»;
2. выделить из формулировки вопроса ключевые слова;
3. определить вид справочного издания, необходимого для поиска факта;
4. найти необходимый вид справочного издания;
5. найти ключевые слова в конкретных справочных изданиях [11, с. 106].



Рисунок 6. Фактографический поиск документа

Для поиска фактографической информации следует обратиться к следующим справочным документам и изданиям:

- Толковый словарь
- Этимологический словарь

- Фразеологический словарь
- Энциклопедический словарь
- Биографический словарь
- Энциклопедия
- Справочник
- Альманах
- Руководство
- Хронология и др.

Таблица 1. Справочные издания

Фактографическая информация	Источник
Слова	Словари
Общая информация / Обзор	Энциклопедии
Имена и адреса людей, организаций	Каталоги
Профили людей	Биографические словари
Места / карты	Справочники и атласы
Факты и статистика	Альманахи
Формула, таблицы, пособия	Справочники и руководства
Работа человека	Отзывы и критические замечания
Даты, контуры, исторические временные рамки	Хронология или ежегодники
Периодические издания	Индексы или тезисы
Книги	Библиографии или руководства

Тематический поиск документов. В случае, если мы не знаем конкретного автора и названия книги, и нам просто нужна любая информация по интересующей нас теме, то мы совершаем тематический поиск.

Тематический поиск — это поиск документов по определенной теме с использованием ключевых слов [11, с 123].

Каталог, который дает нам возможность провести тематический поиск информации, называется систематическим каталогом. Он позволяет расположить библиографические описания книг в определенной системе, то есть по отраслям знания, а внутри – по темам.

Систематический каталог — это библиотечный каталог, в котором библиографические описания документов сгруппированы по отраслям знания, каждая из которых имеет свой особый индекс (код, шифр) [11, с 125].

Чтобы осуществить тематический поиск, нужно действовать по следующему алгоритму:

1. выделить ключевые слова из формулировки темы;
2. выяснить смысл каждого ключевого слова в справочном издании;
3. найти каждое ключевое слово в алфавитно-предметном указателе систематического каталога и выписать его индекс;
4. найти индекс каждого ключевого слова в систематической части каталога;
5. отобрать и выписать библиографические описания необходимых книг и библиотечный шифр каждой книги;
6. найти книги по библиографическим описаниям и шифрам на абонементе и в читальном зале [11, с. 121].



Рисунок 7. Тематический поиск документа

Ключевые слова / фразы

Как вы думаете, что такое ключевое слово? Встречалось ли вам когда-нибудь ранее такое понятие? Вероятно, вы могли встретить это понятие на уроках русского языка.

Ключевое слово — это слово или словосочетание, несущее наибольшую смысловую нагрузку в тексте. С помощью ключевых слов можно в сжатом виде передать основной смысл текста [11, с 60].

В качестве ключевых слов могут выступать:

- объект исследования и его назначение;
- характеристики, свойства, параметры объекта;
- составные части, узлы, детали объекта;
- методы и средства исследования, технологическая оснастка;
- область применения объекта (отрасль хозяйства, техники, науки);
- цель и результаты исследования.

Наличие правильных ключевых слов имеет важное значение для получения требуемых результатов поиска. Чем больше терминов вы используете, тем меньше результатов вы получите, поэтому важно быть избирательными. Ключевыми словами чаще всего бывают существительные, но иногда можно использовать глаголы и прилагательные, если без них никак не обойтись по смыслу [11].

При поиске информации ключевые слова – это поисковые запросы, которые мы используем в поисковой системе, чтобы найти интересующую информацию.

Пример

1. Флора **Казахстана** насчитывает 250 видов **растений**, приспособленных к условиям **пустынь**.
2. Как определить основные **причины** затяжных **простудных заболеваний** у **детей**.

Альтернативные ключевые слова. Существует много слов и фраз, которыми можно выразить идеи. Использование определенных слов в поиске может исключить соответствующие материалы по вашей теме просто потому, что они не включают в себя точное слово, которое вы ввели. Поэтому важно использовать альтернативные ключевые слова, слова-синонимы или термины близкие по значению. Альтернативные ключевые слова позволяют поисковой системе (Электронный каталог, Google, Яндекс, и др.) находить все документы по заданным ключевым словам, которые могут соответствовать вашим потребностям.

Таблица 2. Пример альтернативных ключевых слов

Компьютерные игры	Агрессивное поведение	Подросток
<ul style="list-style-type: none">• Сетевые игры• Виртуальные игры	<ul style="list-style-type: none">• Злость• Враждебность• Зависимость	<ul style="list-style-type: none">• Дети• Школьники• Студенты

Поисковые системы

Что такое Интернет? Как часто вы пользуетесь Интернетом?
Как Интернет помогает вам в вашей повседневной жизни?

С появлением Всемирной паутины без эффективных средств поиска просто не обойтись. Благодаря разнообразию специально разработанных поисковых систем каждый пользователь может без труда отсеять заведомо ненужный поток информации, лишь правильно сформулировав цель поиска. Умение искать и находить нужное в Интернете требует определенных знаний, которыми современному человеку необходимо овладеть [43].

Поисковая система — это веб-сайт, с помощью которого пользователь может найти в Интернете интересующую его информацию по заданным ключевым словам [11, с 101].

91,9%	Google	Абсолютный лидер
2,88%	Bing	Поисковая система, разработанная международной корпорацией Microsoft
1,51%	Yahoo	Один из старейших поисковиков
1,28%	Yandex	Основной конкурент Google среди русскоязычных поисковых систем
1,14%	Baidu	Китайский поисковик
1,29%	Другие	Менее популярные поисковые системы в мире

Рисунок 8. Популярные поисковые системы
(<https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/>)

Методы эффективного поиска информации в Интернете

Самый простой, распространенный и, в то же время, наименее эффективный способ поиска — набор слов, которые, по нашему мнению, должны присутствовать в искомых материалах. Независимо от того, в какой форме вы употребили слово в запросе, поиск учитывает все его формы по правилам определенного языка. Например, если в запросе используется слово «идти», то в результате поиска будут найдены ссылки на документы, содержащие слова «идти», «идет», «шел», «шла» и т. д. [43].

Знание и правильное применение языка запросов поисковой машины поможет сделать ваш поиск быстрым и эффективным:

1. подбирайте ключевую фразу из не более 5 слов, включая предлоги и союзы;

2. используйте альтернативные ключевые слова, слова синонимы или термины близкие по значению, которые помогут найти все документы по заданным ключевым словам;
3. используйте логические (булевы) операторы И, ИЛИ, НЕ, чтобы сузить или расширить поиск, или исключить определенное слово из поиска;
4. для получения результата, содержащего точный набор ключевых слов, без каких-либо изменений и синонимов, введите ключевую фразу в кавычках. *Запомните*, если при такой форме поиска будет допущена грамматическая ошибка, поиск даст отрицательный (нулевой) результат.

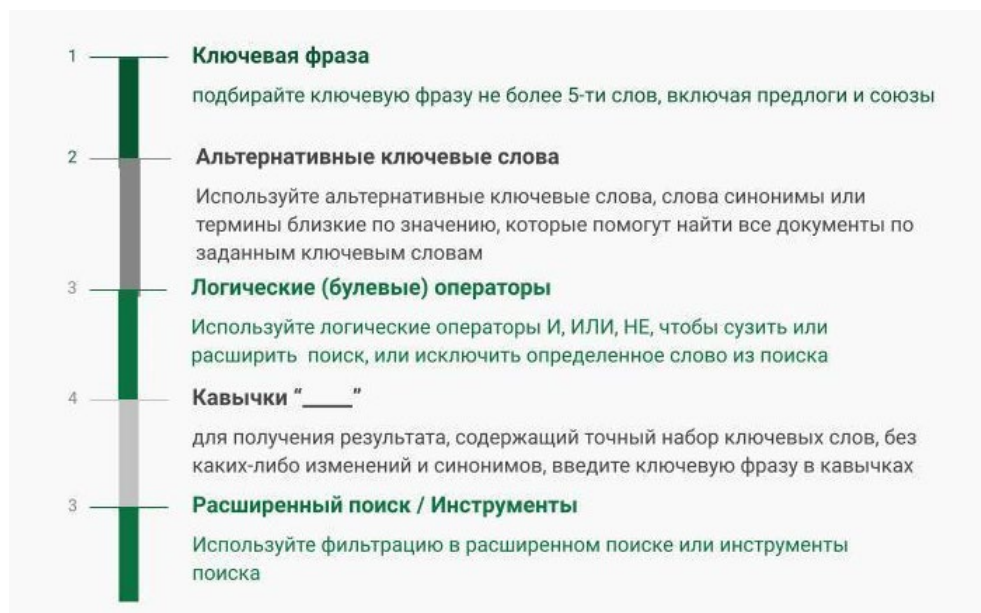


Рисунок 9. Методы эффективного поиска информации в Интернете

Булевы операторы.

Булевы операторы (логические/ поисковые операторы) соединяют ключевые слова, чтобы создать логическую фразу, понятную базе данных (поисковой системе). Использование булевых операторов поможет поисковой системе искать несколько терминов или понятий одновременно, что сделает ваш поиск более точным. Также при помощи булевых операторов возможен поиск альтернативных терминов, которые принесут больше результатов. Поисковой оператор И (AND) сужает поиск, поисковой оператор ИЛИ (OR) расширяет поиск, а поисковой оператор НЕ (NOT) исключает определенное слово из поиска.



Рисунок 10. Использование булевых операторов при поиске информации



Примеры поиска информации в Интернете

Поисковая система: Google

Тема исследования: Влияние компьютерных игр на успеваемость детей

Пример 1. На рис. 11 приведен пример поиска информации по теме с использованием набора слов, а также пример поиска по ключевой фразе в кавычках. Обратите внимание на разницу в количестве результата двух видов поиска.

Google

влияние компьютерных игр на успеваемость детей

Все Картинки Видео Новости Карты Ещё Инструменты

Результатов: примерно 107 000 (0,44 сек.)

[https://nsportal.ru › library › другое › 2018/09/16 › ko...](https://nsportal.ru/library/drugoe/2018/09/16/ko...)

Исследовательская работа "Компьютерные игры и их ...
16 сент. 2018 г. — Влияние компьютерных игр на успеваемость подростков..16 ... Найти примеры положительного и отрицательного влияния компьютерных игр на детей; ...

[http://кpcссодм.рф › content › влияние-компьютерны...](http://кpcссодм.рф/content/влияние-компьютерны...)

Влияние компьютерных игр на детей: опаснее, чем вы ...
Влияние компьютерных игр на детей: опаснее, чем вы думаете. Сегодня практически в любой семье, где есть ребенок, есть и компьютер (планшет, ноутбук), а на нем ...

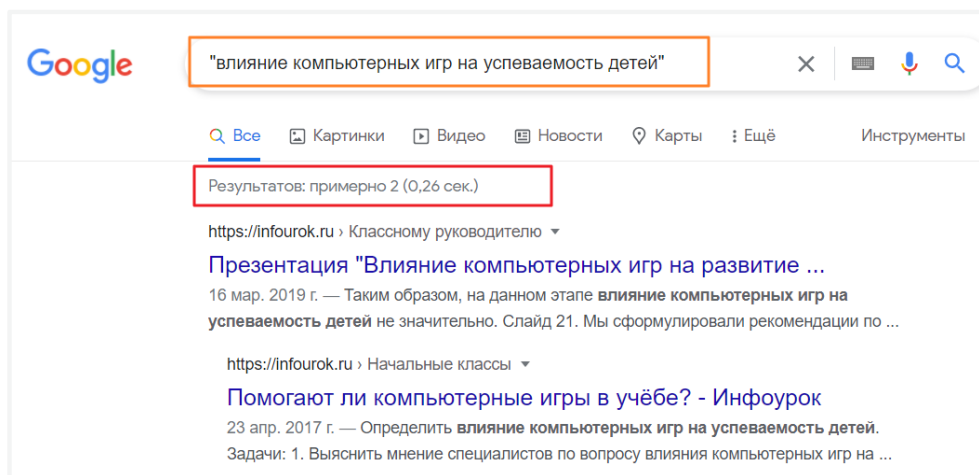


Рисунок 11. Поиск информации в Интернете с использованием набора слов и ключевой фразы в кавычках

Пример 2. Комбинированное использование альтернативных ключевых слов и логических операторов. Когда комбинируем способы поиска информации используем следующий алгоритм:

1. Ключевые фразы ставим в кавычки: "компьютерные игры"
2. Если к ключевой фразе добавляем альтернативную ключевую фразу, то каждую фразу пишем в кавычках и добавляем поисковой оператор **ИЛИ**: "компьютерные игры" **ИЛИ** "виртуальные игры"
3. Если с ключевыми фразами хотим использовать дополнительное ключевое слово, то ключевые фразы пишем в скобках, указывая каждую фразу в кавычках, а дополнительное ключевое слово добавляем с использованием поискового оператора **И**: ("компьютерные игры" **ИЛИ** "виртуальные игры") **И** дети.

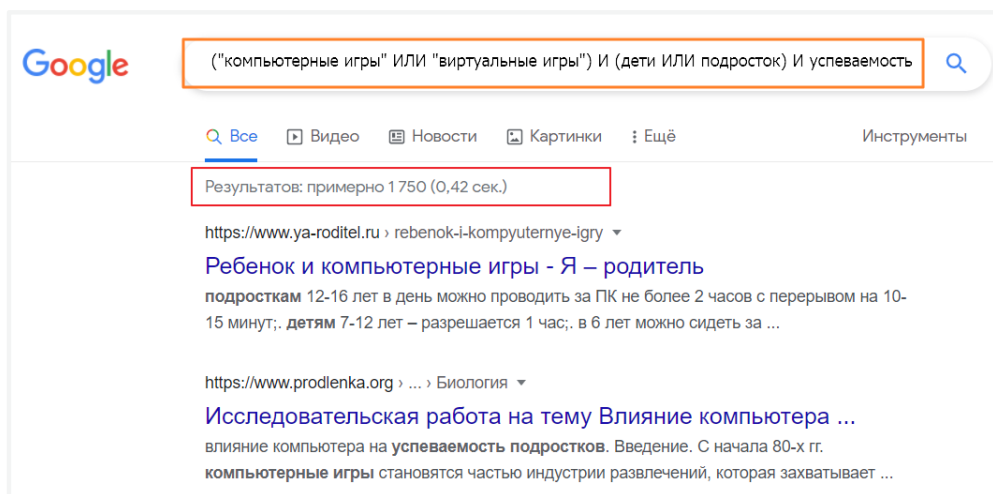


Рисунок 12. Комбинированное использование ключевых (альтернативных) фраз/слов и логических операторов при поиске информации

Пример 3. Расширенные поисковые операторы Google. Чтобы получать более точные результаты, можно использовать в запросах специальные символы или слова.

Google Поиск обычно не учитывает знаки препинания, не относящиеся к операторам поиска. Не добавляйте пробел между специальным словом или символом и поисковым запросом. Например, запрос `site:rnpb.kz.ru` сработает, а `site: rnpb.kz` – нет.

Таблица 3. Расширенные поисковые операторы Google

Поисковой оператор	Функция поискового оператора	Пример поискового запроса
@	Поиск в социальных сетях. Введите символ @ перед названием социальной сети	коронавирус@facebook
\$	Поиск цен. Введите символ \$ перед числом	фотоаппарат:\$400
#	Поиск по хештегам. Введите символ # перед словом	#деньпобеды
-	Исключение результатов с определенными словами. Введите - (минус) перед словом, которое нужно исключить	ягуар скорость-автомобиль
..	Поиск внутри числового диапазона. Введите .. между двумя числами	мода 1960..1970
site:	Поиск на определенном сайте. Введите site: перед адресом сайта или доменом	новости site:rnpb.kz
filetype:	Поиск по типу файла. Введите filetype: перед типом файла, как: <ul style="list-style-type: none"> ● pdf, doc - текстовый файл ● xls - эксель таблица ● ppt - презентация ● mp3 - аудио файл ● mp4 - видео файл ● jpeg, png - рисунок 	глобальное потепление filetype:ppt

На Рис. 13 приведены результаты поиска с использованием расширенных операторов.

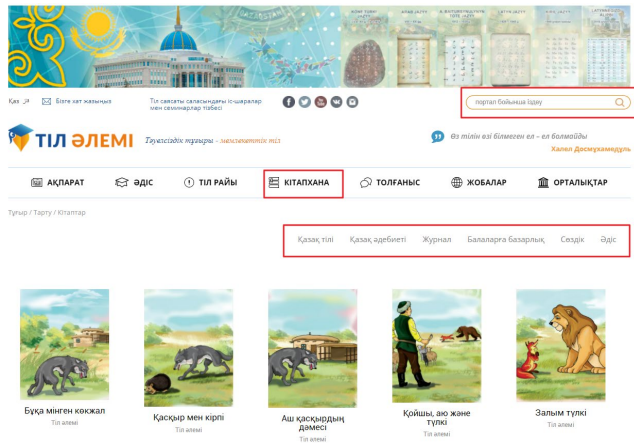
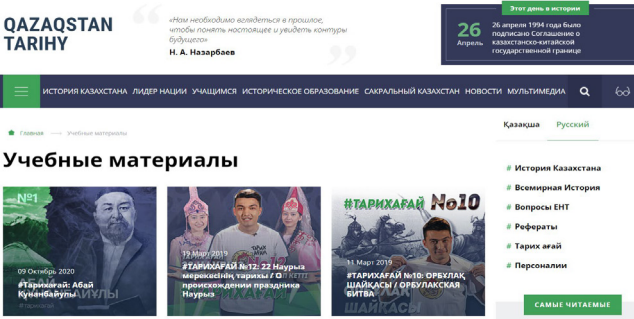
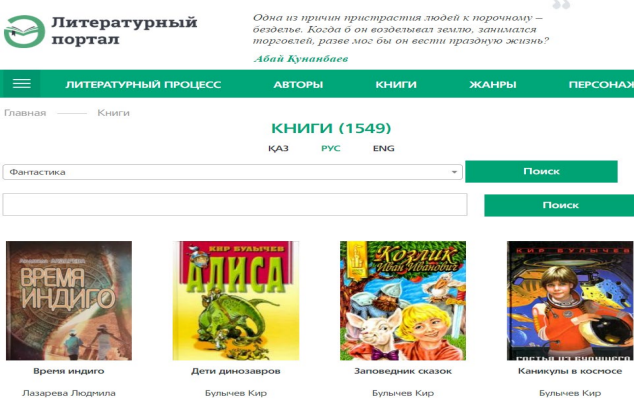
The image displays three sequential screenshots of a Google search interface, illustrating the use of advanced search operators. Each screenshot shows the search bar, navigation tabs, and search results.

- First Screenshot:** The search query is "виртуальные игры" И дети. The search bar is highlighted with an orange box. The results show approximately 40,600 results in 0.43 seconds. A red box highlights the result count. The first result is from kodtime.ru, titled "Виртуальная реальность для детей. Опасно ли новое ...".
- Second Screenshot:** The search query is "виртуальные игры" И дети @facebook.com. The @facebook.com operator is highlighted with a green box. The results show approximately 8 results in 0.45 seconds. A red box highlights the result count. The first result is from nachalo.tsk, titled "Виртуальные игры для детей Онлайн формат...". A second result is from ne-np.facebook.com, titled "vr_etaj - Как занять детей? Виртуальная реальность,...", which includes a video thumbnail and is dated 19 Oct. 2021. The URL and video title are highlighted with green boxes.
- Third Screenshot:** The search query is "виртуальные игры" И дети filetype:doc. The filetype:doc operator is highlighted with a green box. The results show approximately 118 results in 0.36 seconds. A red box highlights the result count. The first result is from firost45.ru, titled "Безопасность детей в Интернете", with a green box around the filetype:doc indicator. The second result is from mdou235.edu.yar.ru, titled "Консультация для родителей", also with a green box around the filetype:doc indicator.

Рисунок 13. Поиск информации в Интернете с использованием расширенных поисковых операторов Google

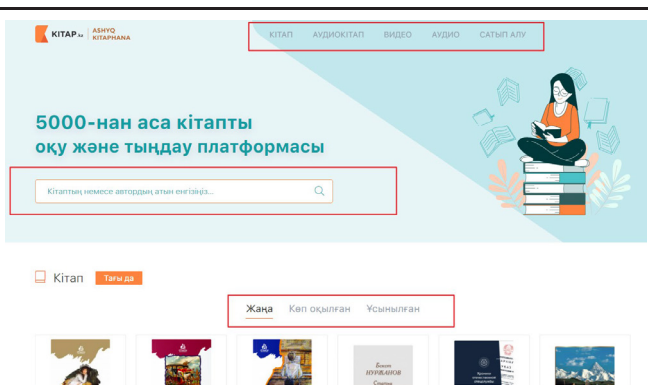
Пример 4. Поиск информации на специальных веб-сайтах. В Интернете существует огромное количество различных видов веб-сайтов, в которых можно найти научно-познавательную, научную, учебную и справочную информацию. Поиск в веб-сайтах совершается с помощью ключевых слов, адресных данных или использованием расширенного поиска. Информационное содержание веб-сайта зависит от их назначения.

Таблица 4. Научно-образовательные веб-сайты

<p>“TIL ALEMІ: кітапхана” https://tilalemi.kz/tartu/7</p> <p>Библиотека Национального научно-практического центра “Тіл-Қазына” имени Шайсултана Шаяхметова предоставляет открытый доступ к коллекции детской художественной литературы и журналу для маленьких читателей “Балапан әлемі” на казахском языке.</p>	 <p>The screenshot shows the homepage of the 'TIL ALEMІ' library website. At the top, there is a search bar with the text 'Тіптегі бағынша табу'. Below the search bar is a navigation menu with options: АҚПАРАТ, ӘДІС, ТІЛ РАЙЫ, КІТАПХАНА (highlighted), ТОЛҒАНЫС, ЖОБАЛАР, ОРТАЛЫҚТАР. Under the 'КІТАПХАНА' tab, there is a sub-menu with options: Қызық тіл, Қызық әдебиеті, Журнал, Балапағары Балапалық, Сөздік, Әдіс. Below this, there is a grid of five book covers with titles: 'Бұқа мінген қосқал', 'Қасқыр мен кірпі', 'Аш қасқырдың дүмесі', 'Қойын, аю және түлкі', and 'Зәлім түлкі'.</p>
<p>QAZAQSTAN TARIHY https://e-history.kz/ru/</p> <p>Главный исторический портал Казахстана. Всё про Казахстан: подборка самых интересных исторических статей</p>	 <p>The screenshot shows the 'QAZAQSTAN TARIHY' website. At the top, there is a quote by N. A. Nazarbayev: 'История необходима человеку в прошлом, чтобы понять настоящее и увидеть контуры будущего'. Below the quote is a section titled 'Учебные материалы' (Educational materials) with three video thumbnails. The first is dated 09 October 2020 and is about 'Ғарышкер: Абай Құнанбайұлы / МҰЛЫ'. The second is dated 19 March 2019 and is about 'ТАРИХАҒАЙ №10: 22 Наурыз мерекесінің тарихы / ОН ТҰТҚАН ТАРИХАҒАЙ №10: 22 Наурыз мерекесінің тарихы'. The third is dated 11 March 2019 and is about 'ТАРИХАҒАЙ №10: 11 Мәрт БИТВА / ОБУЛАҚСАЙ БИТВА'. On the right side, there is a sidebar with a calendar for April 26 and a list of categories: История Казахстана, Всемирная История, Вопросы ЕНТ, Рефераты, Тарих ағай, and Персоналии.</p>
<p>ЛИТЕРАТУРНЫЙ ПОРТАЛ https://adebiportal.kz/ru</p> <p>«Литературный портал» на базе АО «Казконтент» при поддержке службы Централных коммуникаций при МИК РК.</p>	 <p>The screenshot shows the 'Литературный портал' website. At the top, there is a quote by Abay Kunaybaev: 'Одна из причин пристрастия людей к порочному – безделье. Когда б он возделывал землю, занимался торговлей, разве мог бы он вести праздную жизнь?'. Below the quote is a navigation menu with options: ЛИТЕРАТУРНЫЙ ПРОЦЕСС, АВТОРЫ, КНИГИ, ЖАНРЫ, ПЕРСОНАЖИ. Below the menu, there is a search bar with the text 'КНИГИ (1549)' and language options: ҚАЗ, РУС, ENG. Below the search bar, there is a grid of four book covers: 'Время индиго' by Лазарева Людмила, 'Дети динозавров' by Бульчев Кир, 'Заповедник сказок' by Бульчев Кир, and 'Канютины в космосе' by Бульчев Кир.</p>

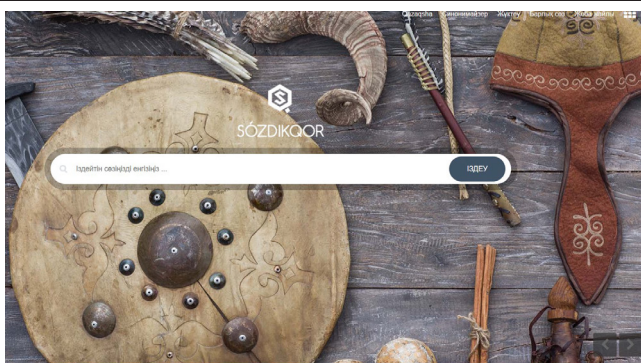
KITAP.KZ
<https://kitap.kz/>

Онлайн-платформа, предлагающая возможность читать и слушать лучшие произведения казахской и мировой литературы.



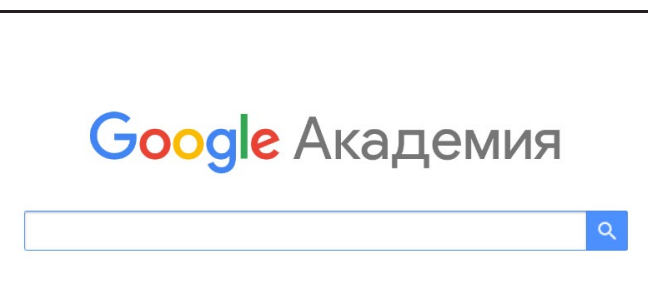
Портал Sozdikqor.kz
<https://sozdikqor.kz/>

Платформа, позволяющая увидеть значение слов и регулярных выражений в различных отраслевых словарях и энциклопедиях, значение устаревших и новых слов на казахском языке.



Google (Гугл) Академия
<https://scholar.google.ru>

Многофункциональная поисковая платформа научных публикаций, созданная корпорацией Google в 2004 году.





Задание 1: Найдите в алфавитном каталоге указанные ниже книги и их библиотечные карточки с библиографическими описаниями:

1. Сокпакбаев Б.Ы. Меня зовут Кожа.
2. Роулинг Дж.К. Гарри Поттер и Кубок Огня.

Заполните таблицу, используя сведения документа.

Сведения документа	Меня зовут Кожа	Гарри Поттер и Кубок Огня
Автор документа		
Название документа		
Место издания		
Издательство		
Год издания документа		
Количество страниц		

Задание 2: Используя веб-сайты «Большой толковый словарь Грамота.Ру» (<http://gramota.ru/slovari/info/bts/>) и «Толковый словарь русского языка онлайн» (<https://ozhegov.slovaronline.com/>), найдите вариант толкования слов «урочище», «петроглиф» и выражения «с носом оставлять». Результаты выполнения задания оформите в виде таблицы:

Выражение/слово	Значение, смысл	Источник с указанием электронного адреса
урочище		
петроглиф		
с носом оставлять		

Задание 3: Используя изученный алгоритм тематического поиска информации, найдите 3 книги по следующим темам:

1. «Лишение Плутона статуса планеты»;
2. «Животные – первопроходцы космоса»;
3. «Полезные ископаемые Казахстана».

Результаты выполнения задания оформите в виде таблицы:

Тема	Книга	Сведения о книге
Лишение Плутона статуса планеты		
Животные – первопроходцы космоса		

Полезные ископаемые Казахстана		
--------------------------------	--	--

Задание 4: Подберите альтернативные ключевые слова по значению к выделенным и заполните таблицу.

4.2 Назовите место, о котором идет речь.

“Данное **урочище** - живописное место в **Алматинской области**, известное своими **наскальными рисунками и петроглифами**”.

урочище	Алматинская область	Наскальные рисунки	Петроглифы

Задание 5: Следуя инструкциям учителя, решите одну из предложенных ситуаций (Приложение 1).

(Рекомендации. Задание можно выполнять индивидуально или в группах).



Ответьте на вопросы в течение 5 минут. Сверьте свои ответы с правильными в Приложении 5.

1. Информационные потребности возникают когда:
 - а) нужно проверить правильный ответ
 - б) знаете точный ответ
2. Фактографический поиск — это ...
 - а) поиск определенного документа
 - б) поиск конкретных сведений об объекте исследования
 - в) поиск документов по определенной теме
3. Логический оператор, который расширит поиск:
 - а) И
 - б) ИЛИ
 - в) НЕ
4. Самая популярная поисковая система в мире?
 - а) Google
 - б) Yandex
 - в) Mail.ru
 - г) все вышеупомянутые

Раздел 2

Оценка источников информации и критическое мышление

Содержание данного раздела основано на двух темах: **оценка качества информации** и **критический анализ источников**, где рассмотрены критерии оценки источников с использованием различных методов и инструментов (СПАМ и др.), а также такие понятия, как аргументированная оценка, формирование мнения и принятие решений.

Прежде чем приступить к рассмотрению, тем, попробуйте ответить на вопрос:

Какими качествами может обладать информация?



Оценка качества информации

Качество информации может быть высоким и низким, плохим и хорошим. Как мы уже знаем, чаще всего информацию мы получаем из текста, устного или письменного, напечатанного на бумаге или читаемого с экрана монитора. Для того, чтобы лучше осознать термин, предлагаем ознакомиться с определением качества информации:

Качество информации — это степень практической пригодности информации для достижения целей, стоящих перед людьми в разных видах деятельности (учеба, труд, отдых и т. п.). Представляет собой совокупность таких свойств, как достоверность, полнота, точность, полезность, новизна информации [13].

Согласно определению, качество информации должно соответствовать таким критериям, как достоверность, полнота, точность, полезность и новизна. Однако непреднамеренные и преднамеренные ситуации или факторы могут ухудшить один или несколько критериев качества информации.

Рассмотрим ситуации, где ошибки и неточности, допускаются человеком или техническим устройством случайно, непреднамеренно.

Причины искажения информации могут быть различными:

- невнимательность человека;
- сбой в компьютерной программе, который может привести к опечаткам, пропуску важных для понимания смысла текста слов;
- искажение информации при сканировании текста.

Работая с текстами, полученными через Интернет, тоже надо обязательно помнить об этом [12, с. 175].

Изучим следующий текст:

В эпоху средневековья территория Казахстана была пронизана мировыми горговыми маршрутами. Она стала “местом встречи” мировых религий, рас и языков. Казахстан играл роль связующего моста между Востоком и Западом.

В данном тексте приведены незнакомые слова, такие как «горговыми, религий и языков». Но если мы рассмотрим оригинальный текст ниже, то поймем, что в данном случае произошло непреднамеренное искажение качества информации, возможно, во время сканирования материала:

*В эпоху средневековья территория Казахстана была пронизана мировыми **торговыми** маршрутами. Она стала “местом встречи” мировых **религий**, рас и **языков**. Казахстан играл роль связующего моста между Востоком и Западом.*

Непреднамеренная ошибка может быть совершена не техническим устройством, а человеком. Иногда авторам не хватает знаний о том объекте, который они характеризуют. Тогда появляются такие ошибки, как в этом тексте:

На государственном флаге Республики Казахстан изображен золотой сокол, как символ свободы и независимости.

Проконсультировавшись с источниками о Государственных символах Республики Казахстан, можно найти информацию о том, что под лучами солнца изображен парящий орел (беркут). Непреднамеренное искажение информации произошло из-за человеческого фактора и корректный текст выглядит следующим образом:

*На государственном флаге Республики Казахстан изображен золотой **беркут**, как символ свободы и независимости.*

Все вышеперечисленные примеры являются показателями непреднамеренного ухудшения качества информации, а если говорить о преднамеренном, специальном создании условия по ухудшению качества информации, то это будет считаться дезинформацией.

Дезинформация — это сообщение заведомо ошибочных, искаженных сведений с целью ввести информируемое лицо в заблуждение [49].

К дезинформации прибегают для изменения общего информационного поля, в котором люди обсуждают вопросы, формируют взгляды и принимают какие-либо решения; а также для обезоруживания, обмана, получения коммерческой выгоды. Каждый из нас ежедневно может столкнуться, в той или иной степени, с этим феноменом в быту и в учебной среде.

На сегодняшний день есть распространенные типы дезинформации, ознакомиться с ними вы можете в Таблице 5.

Таблица 5. Типы дезинформации

Тип	Описание	Пример
Ложный текст	достоверный материал подается с ложной контекстной информацией	неправильное сопоставление достоверной информации и подлинных фотографий
Материал с ложным авторством	кто-либо выдает себя за настоящий источник информации	ложная информация, которую подают так, как будто она исходит от крупного, заслуживающего доверие источника новостей
Сфабрикованный материал	выдуманный, предназначенный для введения в заблуждение или причинения вреда	изображения, созданные, обработанные в графическом редакторе, или сфабрикованная информация, которую выдают за факты
Подтасованный материал	замена достоверной информации или визуальных материалов с целью введения в заблуждение	подлинная фотография, сопровождающаяся сфабрикованным текстом

Что же делать, чтобы избежать риска быть обманутым и вовремя распознать дезинформацию?

Нужно анализировать информацию тщательно, а точнее применять критический анализ.

Критический анализ текста (от греч. kritikos, от krino — сужу, рассуждаю) — это оценка текста с точки зрения надежности приведенной в нем информации: истинная или ложная, достоверная или недостоверная, логичная или нелогичная. Результатом критического анализа текста является выявление в нем достоинств и недостатков [11, с. 177].

Мы должны применять свои знания и проводить анализ на соответствие свойств и характеристик качества информации, о которых мы говорили ранее.

Дополнительно, для распознавания дезинформации, важно понимать, что такое факт [11, с. 177]:

Факт — это знание, достоверность которого доказана; событие или явление, которое произошло в действительности. Факт — это нечто реальное, истинное, в противоположность вымышленному. Информация о факте называется фактографической информацией. Она дает ответы на вопросы «Сколько?», «Когда?», «Где?», «Кто?» и т. п. [11, с. 177].

Факты могут быть обозначены не только количеством (цифрами), но и словесно, в качестве утверждений.

А теперь, полученные знания о качестве информации мы можем применить на практике (см. Домашнее задание №1).

Дискуссия

- *Что можно назвать новостью?*
- *Назовите основные характеристики новости.*
- *Чем факт отличается от мнения?*
- *Может ли новость быть основана только на мнении?*

Ознакомимся с определением “новости” для лучшего понимания темы:

Новость — это сообщение, содержащее информационный повод. Каналами передачи новости являются традиционные и новые СМИ [3, с. 121].

Информация, полученная от различных источников, не всегда является новостью. Для того чтобы информация считалась новостью нужно чтобы присутствовали ее характеристики [3, с. 121].

Новость должна быть актуальной, своевременной, свежей, незнакомой большинству, интересной аудитории, необычной, удивительной, увлекательной, экстраординарной, персонифицированной, связанной с “общечеловеческими” темами, такими как: жизнь, дети, здоровье, любовь, смерть и др. [3, с. 121].

01**Информационный повод**

Новость должна быть актуальной, значимой для целевой аудитории, т.е. важной в данный момент.

02**Неизвестность**

Незнакомые события, факты, сведения, обстоятельства всегда вызывают интерес у аудитории.

03**Оперативность**

Своевременное проверенное информирование, которое позволяет людям принять решение, предотвратить нежелательные последствия

04**Необычность,**

удивительность событий/обстоятельств.

05**Географическая близость или культурная идентичность.****06****Персонализированность**

Истории, связанные с общечеловеческими темами об известных личностях или интересных, неординарных людях.

Первостепенная задача СМИ — передача новостей без искажения фактов и полноценно. Новость должна быть достоверной и проверенной. В ее основе должны быть проверенные факты, а не субъективные мнения. Факт должен быть подкреплен доказательствами. Мнение же может быть подтверждено или не подтверждено фактами, то есть может быть как объективным, так и субъективным.

Еще одно понятие, с которым мы уже знакомы, это фейковые новости.

*Какие новости относятся к «фейковым»?
Что такое фейковые новости?
Какова цель манипуляции?
Что такое пропаганда?*

Интерпретация событий и фактов способна создавать определенный образ социальной и политической реальности, который затем внедряется в общественное сознание участников коммуникативного процесса, при этом медиа, как транслятор сообщений, играют активную роль в этом процессе. СМИ фильтруют информацию, выделяя отдельные события из общей массы новостей, придавая одним особую ценность, и принимая значимость других. Освещение любой темы в СМИ вызвано интересами определенных кругов и лиц, которым нужна направленная ориентация общественного мнения и сознания, так медиа участвуют в процессе манипулирования общественным сознанием. Перенасыщенность информационной среды, множество каналов информации и огромные массивы непрерывного потока сообщений не всегда позволяют потребителям информации критически воспринимать и оценивать медиа сообщения, распознавая фейковые новости [3, с. 123].

Давайте рассмотрим одну из популярных рассылок в мессенджере, в качестве примера.

Во время пандемии Ковид-19, в мессенджере Telegram распространялись призывы уничтожать вышки сотовой связи, работающие по технологии 5G. По мнению автора сообщения, бороться с антеннами нужно потому, что они

распространяют коронавирус и убивают птиц. МИА «Казинформ» опровергли это утверждение со ссылкой на stopfake.kz [45].



Фейк: вышки 5G распространяют коронавирус и убивают птиц

НУР-СУЛТАН. КАЗИНФОРМ - В мессенджере Telegram распространяются при работающие по технологии 5G. По мнению автора сообщения, бороться с ан распространяют коронавирус и убивают птиц. Это не так, передает МИА «Ка

24.01.2022 14:39

Рисунок 15. Скрин из новостного портала

Критический анализ источников

Критическое мышление — это интеллектуально дисциплинированный процесс активного и умелого осмысления, применения, анализа, синтеза и/или оценки информации, собранной или полученной в результате наблюдения, опыта, размышлений, рассуждений или общения, в качестве руководства к убеждению и действию. В своей примерной форме он основан на универсальных интеллектуальных ценностях, выходящих за рамки предметных разделений: ясность, точность, четкость, последовательность, актуальность, веские доказательства, веские причины, глубина, широта и справедливость [56].

Другими словами, критическое мышление — это система суждений, которую применяют для анализа вещей и информации, интерпретации явлений, оценки событий, также для последующего составления объективных выводов. Ключевые навыки, необходимые для критического мышления — наблюдательность, способность к интерпретации, анализу, выведению заключений, способность давать оценки.

Критический анализ источников можно проводить по различным методам и техникам, применяя логику и опираясь на метазнания и широкие критерии интеллектуальности. Например, СПАМ тест, заключается в применении 4-х критериев быстрой оценки качества информации [21].



Рисунок 16. - СПАМ тест

СПАМ тест представляет собой адаптированную версию CRAAP Test, предложенного библиотекарем Молли Бееструм в 2010 году.

Другой метод основывается на применении 4-шаговой последовательности анализа источников (Рис. 17).

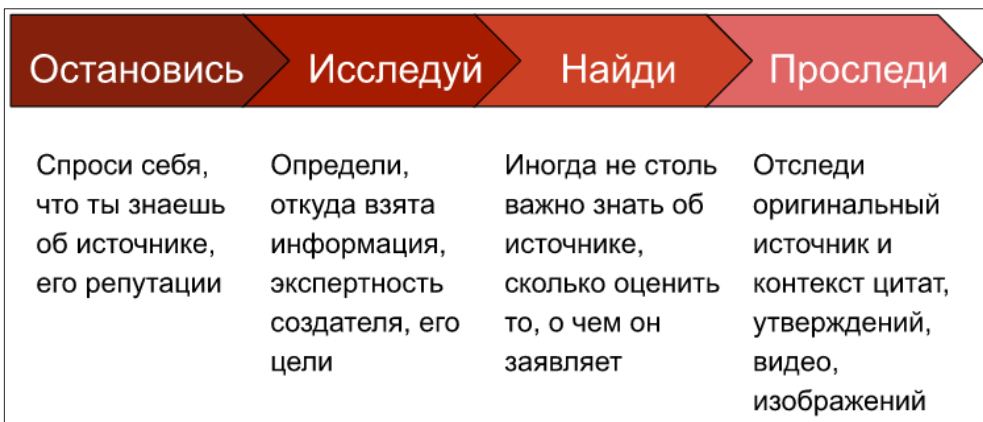


Рисунок 17. Метод критического анализа информации на основе анализа источников

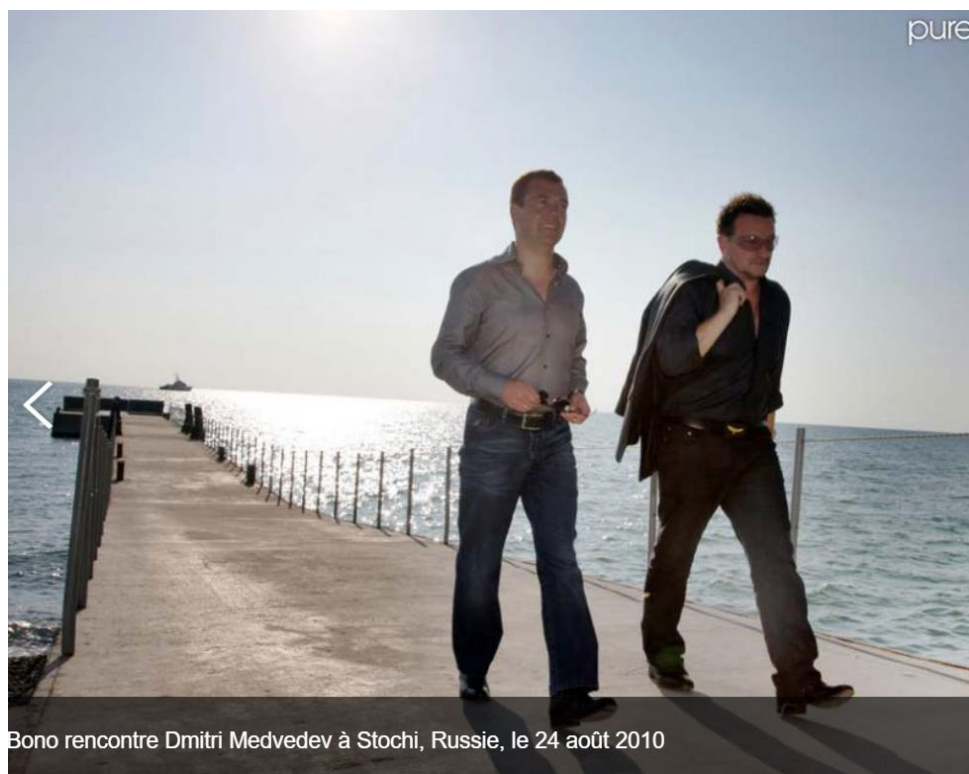
Следует помнить, что дезинформации подвержены не только текстовые формы информации, но и другие ее виды. Например, как определить подлинность фото, изображения, видео? Для этого также необходимо использовать критический подход и анализ изображения, а также инструменты позволяющие найти источник-оригинал.

На рис. 18 заметно, насколько ракурс может повлиять на восприятие информации и передавать цель человека, который его использовал [3, с. 121].



Рисунок 18. Пример дезинформации через фото

Следующее изображение (Рис. 19) было взято из Российского источника, на котором изображены президент России Д. Медведев с известным певцом группы U2 Боно в 2010 году. Как оказалось, рост музыканта был преднамеренно уменьшен на фотографиях, так как в редакции посчитали, что певец не может быть изображен выше президента, что является правдой (Медведев и Боно



Bono rencontre Dmitri Medvedev à Stochi, Russie, le 24 août 2010

Рисунок 19. Пример дезинформации через медиа

Фальшивая или фейковая информация создает “ложную ситуацию”, при которой автор имплицитно (скрыто) воздействует на сознание адресата и манипулирует им. Производитель фейковых сообщений целенаправленно оперирует фактами и информацией, представляет действительность в выгодном для себя свете. В фейковых новостях главное — политическая или другая целесообразность, выгода, из-за чего появляются недостаточная достоверность, аргументированность, обоснованность и полнота новостной информации. Такая полуправда дезинформирует и манипулирует общественным сознанием. Фактчекинг предполагает вдумчивое восприятие новостей и их критическое осмысление. Владение инструментарием фактчекинга позволит каждому пользователю Интернета быть уверенным в подлинности медиасообщений, поскольку медийная грамотность предполагает критическое осмысление информации по принципу “доверяй, но проверяй” [3, с. 126].

Для подтверждения и поиска истинных фактов, первоисточников и достоверных материалов можно использовать нижеуказанные инструменты.

- Поиск по ключевому слову через поисковые системы Google, Yahoo, Яндекс (Yandex), Mail.ru и другие.

- Проверка по первому кадру через поиск изображений на Google Image Search, TinEye, Яндекс Картинки.
- Проверка видео через поиск на сайте Amnesty's Data Viewer – это Youtube DataViewer, инструмент проверки видео, веб-сайта. В диалоговое окно вводится URL сайта, и система автоматически определяет рейтинг доверия.
- Сервис Scamadviser.com служит для проверки надежности сайтов.
- Архивные материалы можно проверить с помощью ресурсов archive.org/web, archive.is, cachedview.com.
- Хорошая инструкция по проверке видео есть на казахстанском ресурсе Фактчек Factcheck.kz.

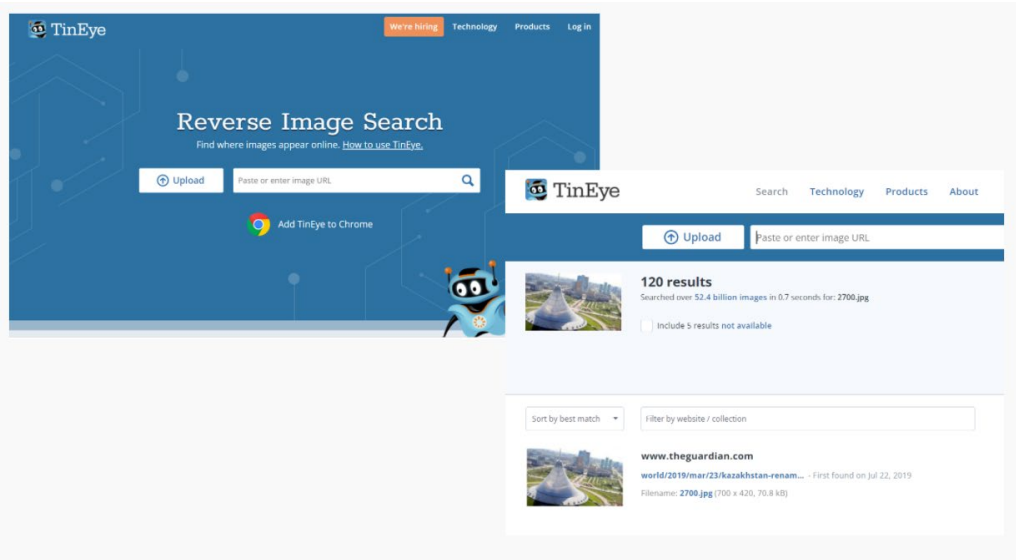


Рисунок 20. Демонстрация проверки достоверности фото на сайте TinEye



Задание 1: Найдите ложные факты и дезинформацию в тексте (см. Приложение 2). Укажите источники, в которых вы нашли оригинал текста. (Примечание. Задание можно выполнять индивидуально или в команде. Деление на команды можно провести следующим образом:

- Участники, фамилия которых начинаются с буквы А до буквы З, изучают текст №1;
- Участники, фамилия которых начинаются с буквы И до буквы Т, изучают текст №2;
- Участники, фамилия которых начинаются с буквы У до буквы Я, изучают текст №3).

Задание 2: Используя Scamadviser.com проверьте следующие сайты на рейтинг доверия:

- <https://www.akorda.kz/ru>
- <https://ru.sputnik.kz/>

- <https://kapital.kz/>
 - <https://vlast.kz/>
-



Ответьте на вопросы в течение 5 минут. Сверьте свои ответы с правильными в Приложении 5.

1. Какие качества могут быть у информации?
 - а) высокое и низкое, плохое и хорошее
 - б) высокое, низкое и среднее
 - в) плохое и хорошее
 - г) высокое и хорошее
2. Одна из причин ухудшения качества информации:
 - а) случайное появление ошибок в тексте
 - б) неправильная работа специалиста
 - в) плохое качество сканера и принтера
 - г) все вышеперечисленное
3. Что такое “дезинформация”?
 - а) это оценка текста с точки зрения надежности приведенной в нем информации
 - б) это знание, достоверность которого доказана
 - в) это сообщение заведомо ошибочных, искаженных сведений с целью ввести информируемое лицо в заблуждение
 - г) все вышеперечисленное
4. Что такое “факт”?
 - а) это оценка текста с точки зрения надежности приведенной в нем информации
 - б) это знание, достоверность которого доказана; событие или явление, которое произошло в действительности
 - в) это сообщение заведомо ошибочных, искаженных сведений с целью ввести информируемое лицо в заблуждение
 - г) все вышеперечисленное

Раздел 3

Этичное использование источников информации

В данном разделе рассмотрено использование информации с точки зрения этических принципов, а также он дает представление о следующем:

- технология написания учебного реферата,
- правила корректного цитирования разных видов информационных источников,
- различные способы введения в текст библиографических ссылок,
- безнравственность плагиата и его негативные последствия.

Эти навыки нужны для того, чтобы самостоятельно готовить самые разные информационные продукты. Подготовка информационных продуктов требует знания соответствующей технологии.

Темы раздела:

- Аналитико-синтетическая переработка информации
 - Информационная этика и плагиат
-



Аналитико-синтетическая переработка информации

Нас окружает множество необходимых для жизни продуктов: материальные продукты, пищевые продукты, производственный продукты. Но знаете ли вы, что такое информационный продукт?

Информационный продукт — результат интеллектуальной, то есть умственной, деятельности человека по созданию новой информации или смысловой переработке уже имеющейся информации, представленный в форме документа [11].

К информационным продуктам относятся:

- результаты профессиональной деятельности ученых и специалистов: диссертации, монографии, статьи, тезисы, доклады и др.;
- самостоятельные научно-исследовательские работы школьников: сочинения, рефераты, доклады, проекты и др.

В информационном продукте принципиально новая информация не создается, а происходит аналитико-синтетическая переработка, систематизация, критическая оценка уже имеющейся информации [11, с. 269].

При подготовке информационного продукта необходимо знать его технологию.

Технология (от греч. techne — мастерство, умение и logos — учение, наука) — это 1) наука об умении, мастерстве; 2) процесс преобразования

материалов, энергии, информации в нужный для человека продукт, услугу, а также процесс их создания [11].

Требования к технологии подготовки информационных продуктов, следующие:

- исходный материал должен быть качественным. Например, на основе некачественной, недостоверной, ненаучной информации нельзя подготовить хороший реферат или доклад;
- необходимо соблюдать четкую последовательность действий. При подготовке информационного продукта прежде всего нужно найти и проанализировать источники информации по теме, и только потом составлять план своего собственного информационного продукта.

В этом разделе мы будем рассматривать учебный реферат, который является одним из самых популярных информационных продуктов, которые готовят учащиеся в школе.

Учебный реферат (от лат. refero — докладывать, сообщать) — это самостоятельная письменная исследовательская работа, посвященная какому-либо вопросу, с раскрытием его сути на основе анализа нескольких источников информации (книг, статей, информации, заимствованной на Интернет-сайтах, и т. д.) с их оценкой и обоснованием собственного мнения [11].

Учебный реферат — это такой же информационный продукт, как сочинение, доклад, проект или статья, и он является распространенным типом письменной самостоятельной работы, как в школах, так и в вузах. Основное назначение учебного реферата – показать эрудицию автора и владение изученным по конкретной теме материалом, умение самостоятельно находить, анализировать, систематизировать, классифицировать и обобщать имеющуюся научную информацию по изучаемой теме [11, с. 272].

Основные этапы подготовки учебного реферата:

1. поиск и анализ информации по теме учебного реферата;
2. группировка и систематизация найденной информации с помощью плана создаваемого учебного реферата;
3. синтез информации (подготовка связного текста учебного реферата);
4. обобщение информации и оформление учебного реферата.

Вероятно, вы уже ознакомились с поиском и анализом информации в рамках нашего обучения и знаете, как работать над планом реферата, например с уроков русского языка, литературы, естествознания, истории и др. Теперь мы изучим 3 пункт – **синтез информации, то есть как подготовить связной текст**. Прежде чем приступить, вспомним формальные признаки реферата:

- Титульный лист.
- План («Оглавление» или «Содержание»).
- Список литературы.
- Библиографические ссылки, связывающие текст учебного реферата со «Списком литературы».

Несмотря на то, что мы выделяем эти признаки формально, они помогают нам судить о качестве реферата. В совокупности все эти признаки позволяют установить, сделан ли учебный реферат самостоятельно или это плагиат, бесчестное присвоение чужого труда и бездумно скачанный из Интернета текст. Например, именно по плану становится ясно, владеет ли автор навыками группировки и систематизации информации, которую невозможно осуществить, если предварительно не сделан анализ каждого из найденных источников информации по теме учебного реферата.

Вернемся к синтезу информации. На рис. 21 [11] представлена последовательность действий, которые мы детально изучим ниже.



Рисунок 21. Этапы синтеза информации

1. Подбор фрагментов текстов по каждому пункту плана реферата. Для этого действия нам нужен готовый план, например:

Тема реферата: Наскальные рисунки Казахстана

Введение

1. Наскальные рисунки древних людей

1.1 О чем говорят наскальные рисунки

2. Петроглифы в Казахстане

2.1. Урочище Тамгалы

2.2. Гора Баянжурек

2.3. Гора Ешкиольмес

2.4. Пещера Койбагар

2.5. Грот Акбауыр

Заключение

Список литературы

Приложение

Представим, что вы уже произвели поиск информации по теме реферата и ее оценку (пункт 1 и 2 этапов подготовки учебного реферата). Вы сделали подбор наиболее подходящих, по вашей теме публикаций и теперь необходимо подобрать фрагменты текстов для каждого пункта плана вашего реферата. После этого нужно сравнить объем текста каждого пункта, соблюдая принцип соразмерности.

Принцип соразмерности означает, что по объему параграфы должны быть примерно равными: не может один параграф занимать 2 абзаца, а второй излагаться на 15 страницах [11].

Один из способов соблюсти соразмерность — это найти дополнительные источники и дополнить информацию там, где ее не хватает.

Итак, у нас есть план реферата и фрагменты текстов. При работе с текстом необходимо помнить о свойствах текста, чтобы связать все фрагменты по смыслу:

- связность текста — это свойство текста, характеризующее связь элементов текста (слов, предложений, абзацев) в единое целое;
- осмысленность текста — это свойство текста, отражающее наличие у него смысла, смысловой нагрузки;
- целостность текста — это свойство текста, определяющее единство его темы и содержания. (Тема (от греч. *thema* — то, что положено в основу) — это то, о чем или о ком говорится в тексте: круг событий, явлений, проблем, понятий и т. п.);
- структурированность текста — это свойство текста, определяющее его возможность разделения на составные части, связанные между собой в единое целое [11].

2. Теперь нам предстоит из различных фрагментов получить связный, целостный и осмысленный текст. Таким образом, мы подошли ко второму действию: **логически упорядочить и связать все отобранные фрагменты по смыслу**. Для этого мы будем использовать следующие способы изложения материала в реферате: пересказ, описание, повествование, рассуждение и цитирование. С первыми четырьмя понятиями вы уже должны быть знакомы из урока русского языка и литературы. Мы же с вами рассмотрим, что такое цитирование.

*Цитата (лат. *citatum, citare* — приводит, провозглашать) — точная дословная выдержка из какого-либо текста, высказывания [11].*

Существуют важные требования к цитате:

- 1) точность, то есть воспроизведение цитируемого текста без искажений его смысла;
- 2) обязательное указание на источник информации (документ), из которого она заимствована;
- 3) формальным признаком цитаты являются кавычки, по ним мы всегда узнаем ее в тексте.

Пример:

«Пещерная живопись стала объектом большого интереса со стороны ученых мира с момента её открытия в XIX веке. Первые находки были сделаны в Испании, однако впоследствии наскальные рисунки были открыты в разных регионах мира — от Европы и Африки до Малайзии и Австралии, а также в Северной и Южной Америке» [2, с. 15].

В этом примере кавычки показывают, что перед нами точная дословная выдержка из какого-либо текста. Цифра 2 в квадратных скобках отсылает нас к номеру источника информации в «Списке литературы» в конце реферата; с. 15 обозначает страницу, откуда информация была заимствована. Если мы цитируем электронный документ или электронный ресурс, то указание на страницу может отсутствовать и вместо этого приводится ссылка (электронный адрес документа).

Существуют два вида цитирования:

- прямое;
- косвенное.

При *прямом цитировании* знаки препинания следует расставлять так же, как и в предложениях с прямой речью.

Пример:

1-вариант: Абай Кунанбаев говорил: *«Кто ищет верного пути, находит казну, кто ищет раздоров, находит беду».*

2-вариант: *«Кто ищет верного пути, находит казну, кто ищет раздоров, находит беду»,* — так говорил Абай Кунанбаев.

Также, прямую цитату можно ввести путем косвенной речи с применением союза «что». Цитата в таких случаях также берется в кавычки и пишется со строчной буквы.

Пример:

Ыбырай Алтынсарин говорил, что *«особо рожденных не было и нет на этой земле, мы друг перед другом с детства во всем меж собой равны».*

Для указания автора, кому принадлежат взятые нами слова или источника (книга, словарь, справочник и др.), откуда они заимствованы, могут быть использованы специальные вводные слова (устойчивые выражения), которые позволяют плавно переходить от предыдущей мысли к этим словам.

Пример:

Как утверждает Олжас Сулейменов, «...»

В книге М.Ауезова «...» **приводятся сведения о...**

В Национальной энциклопедии **сказано, что...**

В «Словаре крылатых слов» **сообщается, что ...**

Как отмечается в словаре «крылатых слов», ...

В энциклопедическом словаре **дается следующее определение:**
«...»

В словаре «Толковый словарь Ожегова» термин «...»
определяется как ...

Помните, что:

- текст прямого цитирования в кавычках приводится в той грамматической форме, в какой он дан в источнике, с сохранением особенностей авторского написания;
- цитирование должно быть полным, без произвольного сокращения цитируемого текста и без искажений мысли автора;
- требования к форматированию длинных цитат различаются в зависимости от стиля цитирования. В целом, если цитируемый материал занимает более трех строк, то необходимо придерживаться следующих правил:
 - изменить шрифт на меньший (например, если в документе основной текст имеет шрифт размером 12 пт, тогда для цитаты необходимо использовать шрифт в 10 пт);
 - применить двойной отступ слева от страницы для всех строчек цитаты;
 - не использовать кавычки для всей цитаты — сделанных графических изменений (изменение шрифта, двойной отступов и т. д.) достаточно для того, чтобы указать, что материал копируется.

Косвенное цитирование представляет собой пересказ, изложение мыслей других авторов своими словами без искажения первоначального смысла, с целью экономии текста, а также его толкования и объяснения.

Пересказ — это изложение содержания прочитанного или услышанного текста. Пересказ может быть свободным (изложение своими словами) или близким к тексту [11].

При пересказе кавычки, а также страницу указывать не нужно, однако обязательным атрибутом является библиографическая ссылка, то есть указание на источник заимствования. Случается, что оригинальные цитаты слишком объемны для прямого цитирования, либо мы ссылаемся на два и более источников в тексте, или ссылаемся на работы, написанные на иностранном языке, в этом случае мы используем пересказ.

Пример.

Путем пересказа Текста №4 и №2 мы получим краткую и емкую фразу.

Текст № 4

Петроглифы представлены в пещерах и гротах Южной Франции (Комбарель, Монтеспан и др.), Северной Испании (Альтамира). На территории СНГ петроглифы открыты в Каповой пещере на Урале, на скалах у деревни Шишкино на р. Лене. [Казахстан. Национальная энциклопедия]

Текст № 2

Петроглифов находили в Казахстане (Тамгалы), в Карелии, в Испании (пещера Альтамира), во Франции (пещеры Фон-де-Гом, Монтеспан и др.), в Сибири, на Дону (Костенки), в Италии, Англии, Германии, в Алжире. [Электронный портал Qazaqstan tarıhy]

Перефразированный текст

Из энциклопедии [4] и электронного ресурса [2] мы узнали, что наскальные памятники не сконцентрированы где-то в одном месте, а широко разбросаны по всей нашей планете.

3. После того, как мы логически упорядочили и связали все отобранные фрагменты между собой по смыслу, переходим к третьему действию: **составить список использованной литературы и указать внутри текста рабочие (внутритекстовые) ссылки на источники**, из которых были заимствованы фрагменты текста, включенные в содержание реферата.

По списку литературы можно понять, владеет ли автор реферата алгоритмом тематического поиска традиционных и электронных источников информации, умеет ли отбирать учебные, справочные и научные документы, без которых нельзя обойтись при подготовке реферата. Вероятно, вы уже знаете, что такое «Список литературы» или «Список использованных источников», вспомним его определение:

Список литературы — это пронумерованный алфавитный перечень всех документов, которые цитируются, упоминаются или рассматриваются в реферате [11].

Каждый источник в списке должен включать обязательные сведения - библиографическое описание⁶. Например, для книги — это автор, заглавие, год, место издания и страницы. Для статьи — автор, название статьи, название журнала, год, номер и страницы.

Итак, давайте узнаем, как работают библиографические ссылки - ссылки на список литературы. «Список литературы» не существует «сам по себе», а связан с текстом реферата, где показано, как использовался каждый источник информации. Обратимся к определению:

Библиографическая ссылка — это сведения о цитируемом, рассматриваемом или упоминаемом в тексте документе, по которым его можно найти в списке литературы к реферату [11].

Пример

«Пещерная живопись стала объектом большого интереса со стороны ученых мира с момента её открытия в XIX веке. Первые находки были сделаны в Испании, однако впоследствии наскальные рисунки были открыты в разных регионах мира — от

⁶ Подробно о библиографическом описании на с. 51

Европы и Африки до Малайзии и Австралии, а также в Северной и Южной Америке» [3, с. 15].

В данном примере библиографическая ссылка находится в квадратных скобках - [3, с. 15].

Когда мы говорим о библиографической ссылке, нужно помнить, что ссылка в любом случае должна быть указана, вне зависимости от того, какой материал (текстовый, медиа или графический) и какой способ цитирования используется (прямое цитирование или пересказ). Кроме того, ошибочно полагать, что любая информация в Интернете является свободной для использования даже с применением ссылок. Текст, изображения и видео могут иметь ограничения в видах использования, что определяется в типе лицензии. Например, в поисковой системе Google при поиске картинок можно выбрать *Права использования* и уточнить тип лицензии Creative Commons (<https://creativecommons.org>).

Теперь, когда мы понимаем, что такое цитаты, список литературы и библиографические ссылки, рассмотрим их взаимосвязь [11].

Таблица 6. Связь цитаты, библиографической ссылки и списка литературы

Цитата и библиографическая ссылка	Список литературы
В «Национальной энциклопедии» сказано, что «петроглифы представлены в пещерах и гротах Южной Франции (Комбарель, Монтеспан и др.), Северной Испании (Альтамира)» [2, с. 157].	<ol style="list-style-type: none">1. История Казахстана. Учеб. для 5 кл. общеобразоват. Шк. / С.Р.Ахметова, А.М. Ибраева, А.А.Кулымбетова и др. – Астана: АОО «Назарбаев Интеллектуальные школы», 2007. – 176 с.2. Казахстан. Национальная энциклопедия / Гл.ред. Б.Аяган. – Алматы: Главная редакция «Қазақ энциклопедиясы», 2004. – 560 с.3. Древнее искусство на скалах Казахстана [Электронный ресурс] // Qazaqstan tarihy. – 2013. – Режим доступа: https://e-history.kz/ru/historical-education/show/12876/. - (Дата обращения: 22.02.2022)

Номер документа в списке играет важную роль. Он обозначает каждый документ, который использовался при подготовке письменной работы. Указание номера позволяет экономить место в тексте, так как вместо полного библиографического описания документа мы указываем лишь его цифру.

Плагиат

Мы узнали, что такое цитирование, библиографическая ссылка и список литературы, а теперь рассмотрим их важность с этической точки зрения.

Дискуссия

- Понравится ли вам, если кто-либо трогает или забирает вашу вещь без вашего разрешения?
- Какова будет ваша реакция, если вы узнаете, что кто-то выдал вашу работу за свою?

Определенно мало, кому может понравиться, если кто-либо трогает чужие вещи или выдаст чужой труд за свой. То же самое происходит, когда мы используем чьи-то интеллектуальные труды в своей работе. Когда мы цитируем, мы сообщаем читателю о том, что заимствовали некоторую информацию из другого источника. Указание оригинального автора путем цитирования — это этичный способ использовать работы других людей и избежать интеллектуальной кражи — плагиата.

*Плагиат (от лат *plagium* — похищение) — это выдача чужого произведения за свое или незаконное опубликование чужого произведения под своим именем, литературное воровство. Иными словами, плагиат — это воровство чужих текстов, идей и решений [11].*

Плагиат случается, когда человек:

- непосредственно копирует одно или несколько предложений письменного произведения другого лица без надлежащего цитирования;
- изменяет слова, но копирует структуру предложения источника, без надлежащего цитирования первоисточника;
- представляет ложную или искаженную информацию в учебном задании;
- сдает задание, полно или частично выполненное другим, и утверждает его, как свое собственное;
- использует услугу написания работ, просит другого человека написать работу или использует перевод на иностранный язык и представляет его, как свою собственную оригинальную работу;
- используется компьютерный код, написанный другими по предметам компьютерного программирования.

Различают следующие формы плагиата:

- Дословный плагиат — вставка текста без кавычек и библиографической ссылки.
- Сговор — одна работа на двоих.
- Неточное или неправильное цитирование и ссылки.

- Отрицание принятой помощи — авторы забывают упомянуть интервьюируемых или отрицают помощь товарища.
- Патчворкинг (patchworking) — прямое копирование целых отрывков из разных источников, изменение ряда деталей и создание из этого своих письменных научных работ без ссылок на исходный материал.
- Самоплагиат — представление одной и той же работы для разных видов оценивания, также в научной деятельности самоплагиатом считается использование информации, которую автор представил в своей предыдущей работе (статья, дипломная работа, монография и так далее), без надлежащего цитирования.

Следует помнить, что, цитируя источник, мы не только избегаем плагиата, но еще и показываем, что тот или иной факт является достоверной информацией, а не выдуманной историей, которая ведет к дезинформированию читателя⁷.



Задание 1: Давайте проверим, сумеете ли вы отличить обычный продукт от информационного. Будем работать все вместе. Вам нужно определить, что из приведенного ниже списка является информационным продуктом. Выберите все правильные варианты.

- Газетная статья
- Доска объявлений
- Сканер
- Стенгазета
- Интернет-сайт
- Обзор кинофильмов
- Газетный киоск
- Список учащихся 6 «Б» класса

Задание 2: Используя приведенный ниже текст и устойчивые выражения, постройте два разных варианта оформления цитаты:

Текст	Источник
Петроглифы (петро... гр. <i>glyphe</i> резьба) высеченные на скалах, камнях и т. п. различные изображения; относятся к концу палеолита и к неолиту, позднейшие - к средневековью; встречаются во многих странах.	Новый словарь иностранных слов [Электронный ресурс] // Академик.ру. — Режим доступа: https://dic.academic.ru/content/nsf/dic_fwords/ . — (Дата обращения: 22.03.2022)

Задание 3: Приведите пример прямого цитирования. Докажите, что вы точно определили вид цитирования, назвав атрибуты цитирования. Результаты представьте в таблице.

⁷ Подробно о том, что такое дезинформация и как ее избежать, мы рассматриваем на стр. 67



Ответьте на вопросы в течение 5 минут. Сверьте свои ответы с правильными в Приложении 5.

1. Укажите информационный продукт:
 - а) реферат
 - б) доклад
 - в) сочинение
 - г) все вышеперечисленное
2. Укажите свойство текста, характеризующее связь элементов текста в единое целое:
 - а) связность
 - б) осмысленность
 - в) целостность
 - г) структурированность
3. Выберите атрибут прямого цитирования:
 - а) кавычки
 - б) апостроф
 - в) запятая
 - г) косая линия
4. Нужно ли цитировать медиа информацию?
 - а) да
 - б) нет

МОДУЛЬ 3

СОЗДАНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОДУКТОВ МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



Модуль 3: Создание и использование продуктов медийной и информационной деятельности

Два предыдущих модуля познакомили вас с теоретической основой и практическими навыками медийной и информационной грамотности, что позволит вам более уверенно ориентироваться в информационном пространстве, использовать медийные и информационные продукты.

Следует помнить, что мы являемся как потребителями информационного продукта, так и его создателями. Качество конечного результата при создании и предоставлении информационных продуктов зависит от умения анализировать и обрабатывать данные, а также от грамотного использования информационно-коммуникационных технологий для превращения их в нужный контент.

В настоящее время отмечается неприспособленность цифровой инфраструктуры страны к потребностям 700 тысяч людей с инвалидностью [62]. Недоступность государственных и коммерческих цифровых продуктов серьезно сказывается на качестве жизни людей с инвалидностью, ограничивая их в доступе к важной информации и услугам. Одной из основных причин данной проблемы в сфере образования является отсутствие у учителей и библиотекарей учебных заведений базовых знаний, умений и навыков в области цифровой инклюзии и создания информационного контента, доступного для учащихся с инвалидностью.

Третий модуль предназначен для школьных библиотекарей, которые научатся организовывать собственные занятия по МИГ с учетом доступности информации для людей с инвалидностью, а также применять технологии создания медиа и информационных продуктов.

Раздел 1

Маркетинговые инструменты коммуникации в медийной и информационной деятельности

Темы раздела:

- Почтовая рассылка
 - Социальные сети и библиотека
 - Создание визуальных материалов
-



Современное общество ставит перед библиотекой новые задачи. Прежде всего, она должна быть открытым учреждением с гибкой системой управления, своевременно реагирующей на общественные изменения. Библиотека превращается в менеджера, маркетолога, промоутера интеллектуального капитала. Стремительное развитие Интернета заставляет библиотеку постоянно совершенствовать свою деятельность, чтобы доказать конкурентоспособность на рынке информации, внедрять инновации, создавать собственные информационные ресурсы и новые библиотечно-информационные услуги [39, с. 33].

Маркетинговые коммуникации — это средства, с помощью которых компании пытаются информировать, убеждать и напоминать потребителям, напрямую или косвенно, о своих товарах и торговых марках [47, с. 389].

В цифровом пространстве существует множество маркетинговых коммуникационных инструментов, приведем примеры наиболее распространенных:

- контент-маркетинг (публикации на тематических сайтах, в блоге и др.);
- email-маркетинг (электронные почтовые рассылки, которые также могут являться частью контент-маркетинга);
- SMM (продвижение групп в социальных сетях);
- таргетированная реклама в социальных сетях;
- контекстная реклама;
- медийная реклама;
- SEO (продвижение сайта в поисковых системах);
- партнерские программы;
- сайт компании;
- аудио и видеореклама (реклама в подкастах, онлайн-радио и др.).

Почтовая рассылка

Электронная почта — это технология и служба по пересылке и получению электронных сообщений (называемых «письма», «электронные письма» или «сообщение») между пользователями компьютерной сети. Это инструмент, обладающий наибольшей эффективностью в продвижении услуг, а также улучшении осведомленности пользователей (читателей), партнеров и других членов целевой аудитории.

Главное правило письма — оно должно быть понятным, кратким и целевым. Также важно помнить о назначении и правилах основных элементов письма.

Тема. Тема письма должна отражать его содержание, оформляется краткой фразой.

Приветствие. Если у письма несколько получателей и письмо обращено ко всем, необходимо использовать общее приветствие. Если адресат конкретный человек — обращение по имени.

Вступление. Вступление желательно делать, если в самом тексте три-четыре абзаца, его цель — кратко рассказать о предмете разговора.

Основное содержание. Абзац должен содержать идею и несколько предложение, дополняющих основное высказывание.

Вывод и вопросы собеседнику. Вопросы и предложения к обсуждению выносятся в конец письма.

Подпись. Подпись — технический элемент письма, которые должен содержать важные контактные данные (ФИО, должность, организацию, номер телефона, контакты организации, ссылки на вебсайт и социальные медиа (при наличии)) [38]. Пример и инструкция настройки подписи в почтовом сервисе mail.ru приведены в Приложении 4.

Почтовая рассылка выступает одним из основных инструментов информирования. При помощи нее библиотека делает важные обновления и сообщения, анонсирует предстоящие мероприятия, оповещает пользователей о новых поступлениях и предлагаемых ею услугах.

Ниже приведены примеры применения почтовой рассылки в библиотечной практике:

- письма;
- буклеты;
- каталоги;
- открытки;
- пригласительные.

Существует множество инструментов по созданию электронных писем, и одним из самых простых и понятных в использовании является Google Docs <https://docs.google.com/> (приложение доступно для пользователей аккаунтов в Google). Данный инструмент содержит в себе шаблоны для писем, которые можно редактировать, кастомизировать (индивидуализировать) и отправлять получателям. Инструкции по использованию доступны в справочном центре Google Workspace (<https://support.google.com/a/users/answer/9308841?hl=ru>)

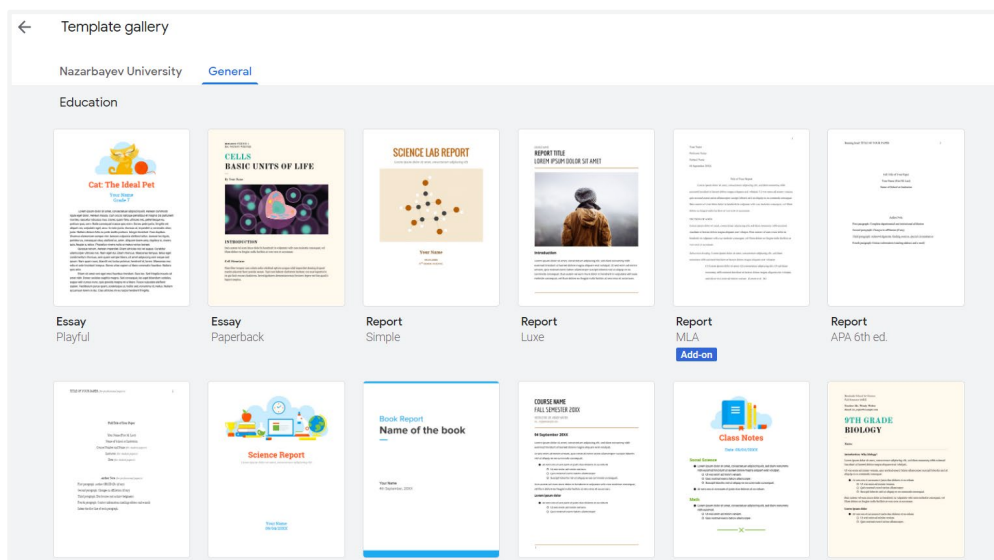


Рисунок 1. Интерфейс галереи шаблонов Google Docs

Кроме того, существует большое количество сервисов отправки массовой рассылки, такие как:

- MailerLite (<https://www.mailerlite.com/>)
- UniSender (<https://www.unisender.com/>)
- Stripo.email (<https://stripo.email/>)
- SendPulse (<https://sendpulse.com/>)
- SendSay (<https://sendsay.ru/>)
- BenchMark (<https://www.benchmarkemail.com/>)
- Mailchimp (<https://mailchimp.com/>) и др.

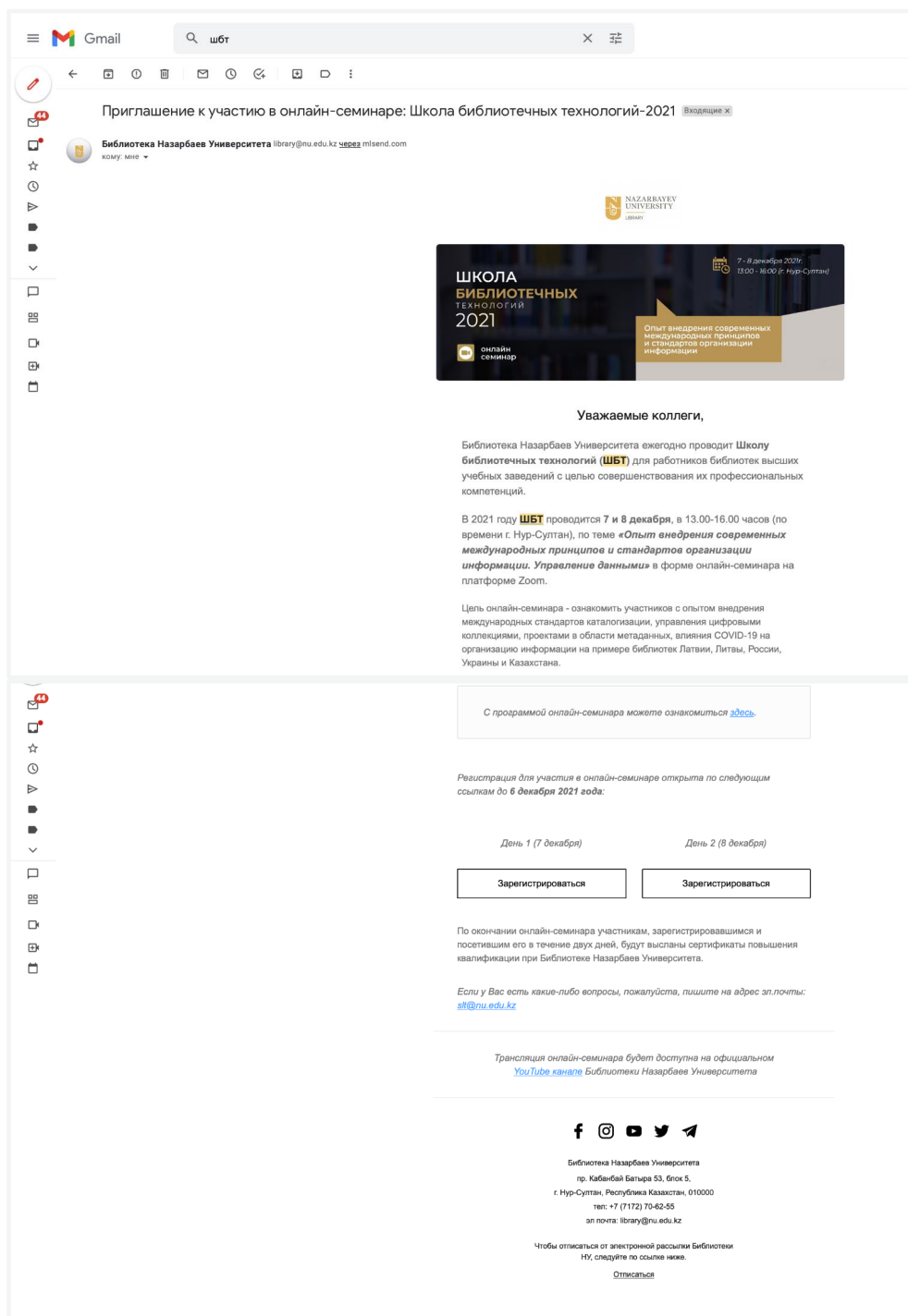


Рисунок 2. Образец электронного письма в gmail (google), созданного при помощи MailerLite

Среди базовых преимуществ таких сервисов можно выделить следующие:

- наличие бесплатных версий;
- автоматизация отправки писем;
- создание индивидуального современного дизайна;
- интерактивные элементы;
- адаптивные шаблоны для писем;
- обзор статистики и так далее.

Определенно, выбор того или иного инструмента зависит от конкретной ситуации.

Социальные сети и библиотека

Цель присутствия библиотек в социальных сетях — информирование, вовлечение новых читателей и неформальная коммуникация.

В качестве основных задач официального аккаунта библиотеки в социальных сетях можно выделить следующие:

- привлечение новых пользователей;
- мотивирование к чтению;
- неформальная коммуникация с читателями и отработка механизмов обратной связи;
- самопрезентация библиотеки;
- консультирование и рекомендации;
- знакомство с новыми поступлениями литературы;
- обмен новостями;
- проведение опросов и викторин, конкурсов и других мероприятий;
- нетворкинг (сотрудничество) с экспертами, партнерами, организациями и многое другое.

Страницы библиотек в социальных сетях, в отличие от блогов или официальных школьных сайтов, имеют свою специфику. Например, привлечение пользователей здесь предполагает неформальный стиль общения и следование «трендам», то есть изменениям, обусловленным подвижностью информационного пространства.

Перед созданием страницы вашей библиотеки необходимо понять ее назначение, и какими сообщениями привлекать пользователей. Ниже предложено несколько рекомендаций по ведению страницы библиотеки в социальной сети.

1. Стиль сообщений. Принятые нормы общения в социальных сетях предполагают осознанный отказ от элементов канцелярского стиля и излишней формальности. Пользователи этих площадок предпочитают публицистический, нередко текстовый контент с элементами разговорного стиля. Это связано с тем, что пользователи расценивают соцсети как более личное и свободное пространство.

2. Привлекательная графика. Сообщения, не содержащие изображений, анимации и видео, имеют более низкие показатели вовлеченности и получают меньше реакций по сравнению с публикациями с иллюстративными и мультимедийными материалами. Качественная графика и/или выполненные на хорошем профессиональном уровне видеофрагменты сделают публикации наглядными, привлекут больше внимания читателей.

3. Свобода информации. Контент аккаунта библиотеки в социальной сети не должен замыкаться в пространстве одной организации. В мире происходит много событий, которые оказывают влияние на деятельность каждой библиотеки и меняют информационную среду, в которую вовлечена сама библиотека.

4. Планирование. Создание контент-плана, в котором будут изложены примерные темы и даты выхода публикаций в сообществе, поможет систематизировать работу, отслеживать популярность и своевременно менять и разнообразить контент [2].

Создание визуальных материалов

Где создавать визуальные материалы?

Существуют инструменты графического дизайна, которыми можно пользоваться на бесплатной основе. Они просты в использовании, имеют большую и разнообразную базу шаблонов и макетов, а также мобильные версии.

- Canva (<https://www.canva.com/>)
- Crello (<https://crello.com/>)
- Pencil.evolus.vn (<https://pencil.evolus.vn/>)
- Inkscape (<https://inkscape.org/>)
- Gravit Designer (<https://www.designer.io/>)

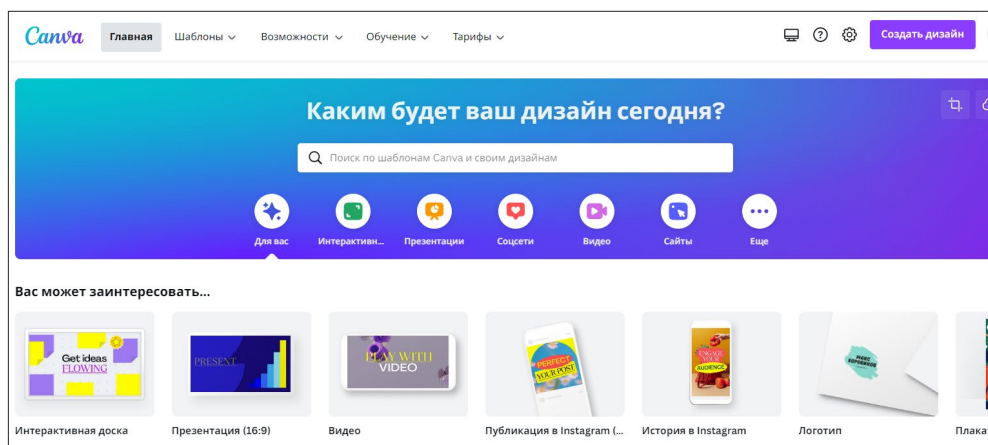


Рисунок 3. Интерфейс платформы Canva (Канва)

Где найти изображения, фото и иллюстрации?

Рекомендуем нижеуказанные ресурсы, где допускается бесплатное скачивание, редактирование и использование с атрибутированием высококачественных изображений:

- FreePik (<https://ru.freepik.com/>)
- Pexels (<https://www.pexels.com/>)

- StockSnap (<https://stocksnap.io/>)
- Landingstock (<https://landingstock.com/>)
- Photos.icons8 (<https://photos.icons8.com/creator>)
- Drawkit (<https://www.drawkit.io/>)
- Humaaans (<https://www.humaaans.com/>)
- UnDraw (<https://undraw.co/>)
- Openpeeps (<https://www.openpeeps.com/>)
- Lukaszadam.com (<https://lukaszadam.com/illustrations>)

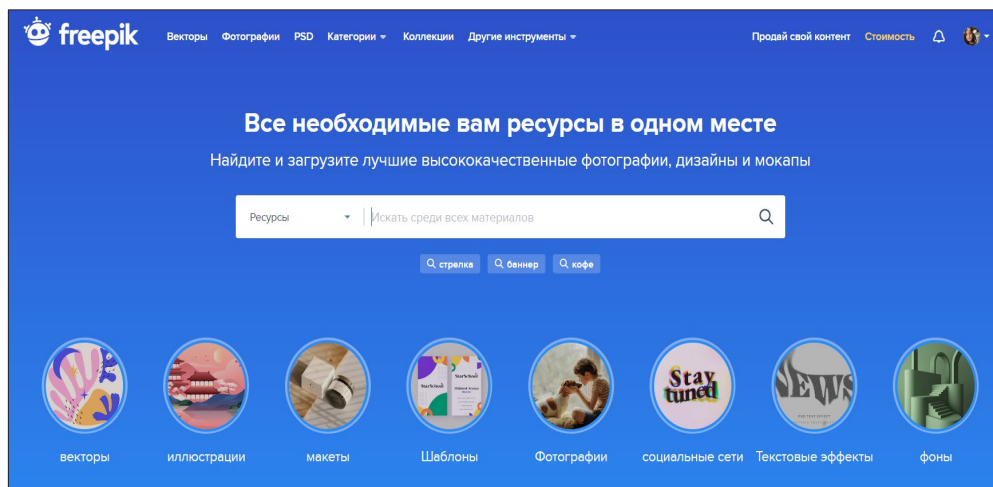


Рисунок 4. Интерфейс платформы FreePik (Фрипик)

Где найти иконки?

Иконки используются, когда нужно упростить восприятие текста или привлечь внимание к определенному разделу.

- Thenounproject.com (<https://thenounproject.com/>)
- Ionicons.com (<https://ionicons.com/>)
- Simpleicons.org (<https://simpleicons.org/>)
- Icons8.com (<https://icons8.com/icons>)
- Animaticons.co (<http://animaticons.co/>)

Где найти видео?

Высококачественное видео, доступное для бесплатного скачивания и использования с атрибутированием можно найти на следующих ресурсах:

- Coverr (<https://coverr.co/>)
- Mixkit (<https://mixkit.co/>)
- Videezy (<https://www.videezy.com/>)
- Vids (<https://www.lifeofvids.com/>)
- Видево (<https://www.videvo.net/stock-video-footage/>)

Где редактировать изображения?

При создании визуальных материалов вам может потребоваться дополнительная коррекция изображений, для чего можно воспользоваться бесплатными сервисами ниже:

- Remove.bg (<https://www.remove.bg/>) — удаление фона;
- Inettools.net (<https://ru.inettools.net/image/opredelit-tsvet-piksela-na-kartinke-onlayn>) — узнать код цвета по картинке;
- WhatTheFont (<https://www.myfonts.com/WhatTheFont/>) — узнать шрифт по картинке;
- Photopea.com (<https://www.photopea.com>) — онлайн редактор фотографий.

Где искать вдохновение?

Каждый вдохновляется по-разному, например, можно отслеживать тренды и идеи, посещая такие ресурсы, как:

- Behance (<https://www.behance.net/>)
- Dribbble (<https://dribbble.com/>)
- Httпster (<https://httpster.net/>)
- Микроскопия вдохновения (<https://www.microcopyinspirations.com/>)
- InspoFinds (<https://inspofinds.com/>)

Рекомендации

1. При поиске материалов старайтесь использовать ключевые слова на английском языке.

2. Старайтесь создавать собственные исходные материалы (самостоятельно снимайте фото, видео).

3. Используйте материалы с авторскими данными и в высоком разрешении.

4. Старайтесь следовать основным трендам графического дизайна (придерживаться минимализма либо следовать принципам универсального дизайна).

5. По возможности выработайте свой индивидуальный стиль (сделайте свои материалы узнаваемыми): выбрать 2–3 шрифта, единую цветовую палитру графических материалов, единый стиль эффектов и фильтров.

6. Сотрудничайте с профессионалами (графическими дизайнерами и видео-мейкерами) для создания качественных исходных материалов.



Задание 1: Создать визуальные материалы к мероприятию или событию в графическом редакторе Canva (<https://canva.com>):

- для социальных сетей (изображение 1080*1080px);
- для электронного письма (изображение 600*200px).

Задание 2: Создать электронное письмо-приглашение с использованием шаблона Google Docs. Инструкции доступны по следующим ссылкам:

- https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/dizayn-email/
- https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/foto-dlya-instagram/
- <https://support.google.com/a/users/answer/9308841?hl=ru>



Ответьте на вопросы в течение 5 минут. Сверьте свои ответы с правильными в Приложении 5.

1. Что из нижеперечисленного не является маркетинговым инструментом коммуникации?
 - а) веб-сайт
 - б) социальные сети
 - в) рассылка по электронной почте
 - г) электронные учебники
2. К невербальным средствам коммуникации относятся знаки, рисунки и фотографии.
 - а) правда
 - б) ложь
3. Назовите онлайн сервис, который содержит шаблоны для электронных писем?
 - а) Google Docs
 - б) Google Sheets
 - в) Google Map
 - г) Google Slides
4. Если скачать изображение с фотостока Фрипик в бесплатном режиме, то его необходимо атрибутировать.
 - а) правда
 - б) ложь

Раздел 2

Разработка презентационных материалов в Microsoft Office

В эру компьютерных технологий потребность в визуализации, анализе и создании качественного контента обусловлена огромным потоком информации, циркулирующей в современной среде и требующей обработки. Поэтому навыки владения программами, входящими в пакет Microsoft Office, является основным для специалиста любого профиля.

Еще в начале 60-х годов американский ученый Джозеф Карл Робнетт Ликлайдер (Joseph Carl Robnett Licklider) высказал мысль, что главным назначением компьютеров должна стать автоматизация рутинной работы человека. В те времена это казалось чем-то из области фантастики. Считалось, что компьютеры предназначены исключительно для решения неких принципиально новых и очень сложных математических проблем.

Однако сфера применения вычислительной техники быстро расширялась, причем именно за счет продвижения в сторону традиционных практических задач в различных областях деятельности человека. С появлением в середине 80-х годов персональных компьютеров, доступных не только крупным организациям, но и отдельным людям, спектр решаемых компьютером практических вопросов начал экспоненциально расти.

Среди обилия программного обеспечения (ПО) можно выделить группу программ, которая решает задачи самого широкого назначения, и поэтому они в той или иной степени нужны каждому пользователю компьютера независимо от его профессии. В последние годы такие программные пакеты принято называть офисными [20].

Одним из самых часто используемых офисных пакетов является Microsoft Office, который в своей базовой версии включает:

- Microsoft PowerPoint
- Microsoft Excel
- Microsoft Word
- Microsoft OneNote

Microsoft Office	Word	Excel	OneNote	PowerPoint	Outlook	Access	Publisher	Skype for Business
Office Home & Student	✓	✓	✓	✓				
Office Home & Business	✓	✓	✓	✓	✓			
Office Standard	✓	✓	✓	✓	✓		✓	
Office Professional	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Office Professional Plus	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Office 365 (Abo)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

Рисунок 5. Состав различных планов Microsoft Office [24]

Презентация

В настоящее время трудно представить выступление докладчика, курсы инструктора или интерактивные уроки учителя без презентации.

Презентация — это визуальный материал, помогающий вести рассказ.

Можно сказать, что и наскальные рисунки были первыми презентациями, ведь через них древние люди общались с себе подобными и передавали опыт. Средневековые витражи тоже по своей концепции были похожи на презентации: с помощью картинок людям рассказывали библейские сюжеты [45].

Сегодня мы используем графические пакеты для создания презентаций и слайд-фильмов, оформления текста, рисования, построения графиков и диаграмм, а также поиска стандартных иллюстраций [45]. На рынке присутствуют множество программ для создания презентации. И вне зависимости от того, какое ПО вы используете, ценность информации будет варьироваться от ее актуальности, полноты и достоверности, и, в большей части, от ее представления и подачи.

Пример 1. Ниже представлен слайд с необработанной информацией о Lorem Ipsum.

Lorem Ipsum "Neque porro quisquam est qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit..."

"Нет никого, кто любил бы боль саму по себе, кто искал бы её и кто хотел бы иметь её просто потому, что это боль..." Что такое Lorem Ipsum? Lorem Ipsum - это текст "рыба", часто используемый в печати и веб-дизайне. Lorem Ipsum является стандартной "рыбой" для текстов на латинице с начала XVI века. В то время некий безымянный печатник создал большую коллекцию размеров и форм шрифтов, используя Lorem Ipsum для распечатки образцов. Lorem Ipsum не только успешно пережил без заметных изменений пять веков, но и перешагнул в электронный дизайн. Его популяризации в новое время послужили публикация листов Letraset с образцами Lorem Ipsum в 60-х годах и, в более недавнее время, программы электронной верстки типа Aldus PageMaker, в шаблонах которых используется Lorem Ipsum. Почему он используется? Давно выяснено, что при оценке дизайна и композиции читаемый текст мешает сосредоточиться. Lorem Ipsum используют потому, что тот обеспечивает более или менее стандартное заполнение шаблона, а также реальное распределение букв и пробелов в абзацах, которое не получается при простой дубликации "Здесь ваш текст... Здесь ваш текст... Здесь ваш текст...". Многие программы электронной верстки и редакторы HTML используют Lorem Ipsum в качестве текста по умолчанию, так что поиск по ключевым словам "lorem ipsum" сразу показывает, как много веб-страниц всё ещё дожидаются своего настоящего рождения. За прошедшие годы текст Lorem Ipsum получил много версий. Некоторые версии появились по ошибке, некоторые - намеренно (например, юмористические варианты). Откуда он появился? Многие думают, что Lorem Ipsum - взятый с потолка псевдо-латинский набор слов, но это не совсем так. Его корни уходят в один фрагмент классической латыни 45 года н.э., то есть более двух тысячелетий назад. Ричард Манклингтон, профессор латыни из колледжа Hampden-Sydney, штат Вирджиния, взял одно из самых странных слов в Lorem Ipsum, "consectetur", и занялся его поисками в классической латинской литературе. В результате он нашёл неоспоримый первоисточник Lorem Ipsum в разделах 1.10.32 и 1.10.33 книги "de Finibus Bonorum et Malorum" ("О пределах добра и зла"), написанной Цицероном в 45 году н.э. Этот трактат по теории этики был очень популярен в эпоху Возрождения. Первая строка Lorem Ipsum, "Lorem ipsum dolor sit amet," происходит от одной из строк в разделе 1.10.32. Классический текст Lorem Ipsum, используемый с XVI века, приведён ниже. Также даны разделы 1.10.32 и 1.10.33 "de Finibus Bonorum et Malorum" Цицерона и их английский перевод, сделанный Н. Rockham, 1914 год.

Рисунок 6. Пример слайда без форматирования

На следующем слайде (Рис. 7) текст о Lorem Ipsum прошел модерацию, и можно заметить, что поиск информации, а именно определения термина Lorem Ipsum, стал гораздо проще.

Что такое Lorem Ipsum?

Lorem Ipsum - это текст «рыба» (текст-заполнитель), часто используемый в печати и веб-дизайне. Lorem Ipsum является стандартной "рыбой" для текстов на латинице с начала XVI века. В то время некий безымянный печатник создал большую коллекцию размеров и форм шрифтов, используя Lorem Ipsum для распечатки образцов. Lorem Ipsum не только успешно пережил без заметных изменений пять веков, но и перешагнул в электронный дизайн.

Рисунок 7. Пример слайда с форматированием

Пример 2. Как видно из слайда, представленного ниже, из-за избыточного "шума" поиск необходимой информации затрудняется (Рис. 8).

COVID-19: симптомы и статистика

COVID-19 (аббревиатура от [англ. COronaVirus Disease 2019](#) — *коронавирусная инфекция 2019 года*^[2], [рус. ковид](#)^[см. «Терминология»]), ранее [коронавирусная инфекция 2019-nCoV](#)^[3] — потенциально [тяжёлая](#)^[4] острая респираторная [инфекция](#), вызываемая [коронавирусом SARS-CoV-2](#) (2019-nCoV)^[4]. Представляет собой опасное заболевание^[5], которое может протекать как в форме [острой респираторной вирусной инфекции](#) лёгкого течения^{[6][7]}, так и в тяжёлой форме^[8]. К наиболее распространённым симптомам заболевания относятся повышенная температура тела, утомляемость и сухой кашель. Вирус способен поражать различные органы через прямое инфицирование или посредством иммунного ответа организма^[10]. Наиболее частым осложнением заболевания является [вирусная пневмония](#), способная приводить к [острому респираторному дистресс-синдрому](#) и последующей [острой дыхательной недостаточности](#), при которых чаще всего необходимы [кислородная терапия](#) и респираторная поддержка^[11]. В число осложнений входят [полиорганная недостаточность](#), септический шок и венозная [тромбоземболия](#)^[12].

Источник: [сайт](#)

17

Рисунок 8. Пример слайда с избыточным форматированием

Если сравнить Рис. 11 с Рис. 12, где тот же текст на слайде представлен без лишнего информационного шума, то становится очевидно, что нельзя злоупотреблять выделением текста, но его нельзя и игнорировать.

Способность мозга человека сортировать получаемую информацию удивительна. Например, в первые годы жизни малыш учится ходить: он падает, встает, затем неуклюже делает первые шаги, опять падает. А уже позже, ребенок передвигает ножками автоматически, как при ходьбе, так и при беге. Потому что мозгу выгоднее сделать это действие произвольным, выведенным из-под сознательного контроля. Это связано с тем, что мозг достаточно ленив, поэтому он постоянно пытается быть в режиме энергосбережения. При обучении или ознакомлении с материалом он пытается найти лазейки, которые помогли бы облегчить восприятие приведенной информации. Так на слайде с симптомами COVID-19 (Рис. 9) взгляд постоянно останавливался на ссылках и тексте, выделенном жирным [34].

COVID-19: симптомы и статистика

COVID-19 (аббревиатура от англ. COroonaVirus Disease 2019 — коронавирусная инфекция 2019 года, рус. ковид[см. «Терминология»]), ранее коронавирусная инфекция 2019-nCoV — потенциально тяжёлая острая респираторная инфекция, вызываемая коронавирусом SARS-CoV-2 (2019-nCoV). Представляет собой опасное заболевание, которое может протекать как в форме острой респираторной вирусной инфекции лёгкого течения, так и в тяжёлой форме. **К наиболее распространённым симптомам заболевания относятся повышенная температура тела, утомляемость и сухой кашель.** Вирус способен поражать различные органы через прямое инфицирование или посредством иммунного ответа организма.

Источник: [сайт](#)

20

Рисунок 9. Пример слайда без шума

Работа с программами пакета Microsoft Office и их интерфейс

PowerPoint

Для создания файла презентации необходимо кликнуть правой клавишей мыши в свободной области экрана, в контекстном меню выберите «Создать», в раскрывшемся списке найти Microsoft PowerPoint Presentation. В программах также присутствуют возможности «открыть», «сохранить» и «распечатать» вашу работу. Они расположены в основном меню файла, где в верхней части меню представлены готовые шаблоны файлов, а ниже представлены последние рабочие документы.

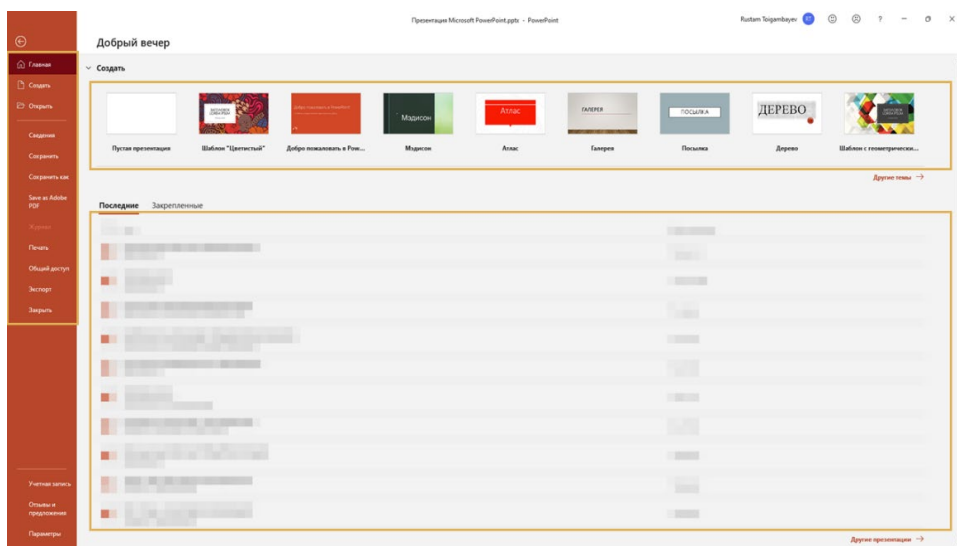


Рисунок 10. Microsoft PowerPoint - основное меню

Теперь перейдем непосредственно к элементам управления. При открытии любого файла офисного пакета лента по умолчанию отображается на вкладке «Главная» с возможностью создать первый слайд. Для создания слайда необходимо кликнуть либо на «Создать слайд», либо на «Первый слайд».

Лента расположена в верхней части программы, а выше ленты расположились вкладки (Рис. 11).

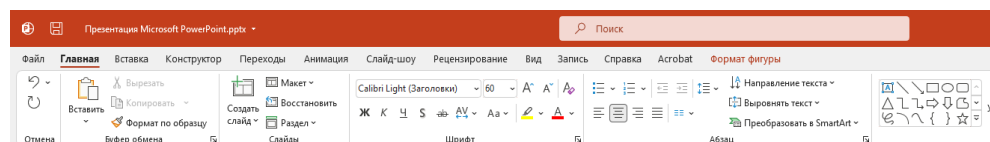


Рисунок 11. Навигация по меню

Лента, в свою очередь, поделена на блоки (Рис. 12). В блоках представлен функционал, который в программах используется для быстрого доступа к нему. Например, при работе со шрифтом мы чаще всего изменяем сам шрифт, его размер, начертание и цвет. Чтобы открыть доступ к дополнительным параметрам, вам надо нажать на кнопку, расположенную в углу блока, чтобы вызвать меню с дополнительными настройками.

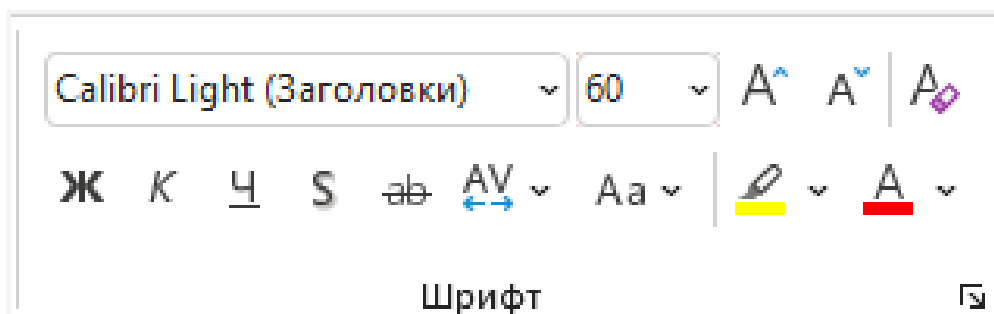
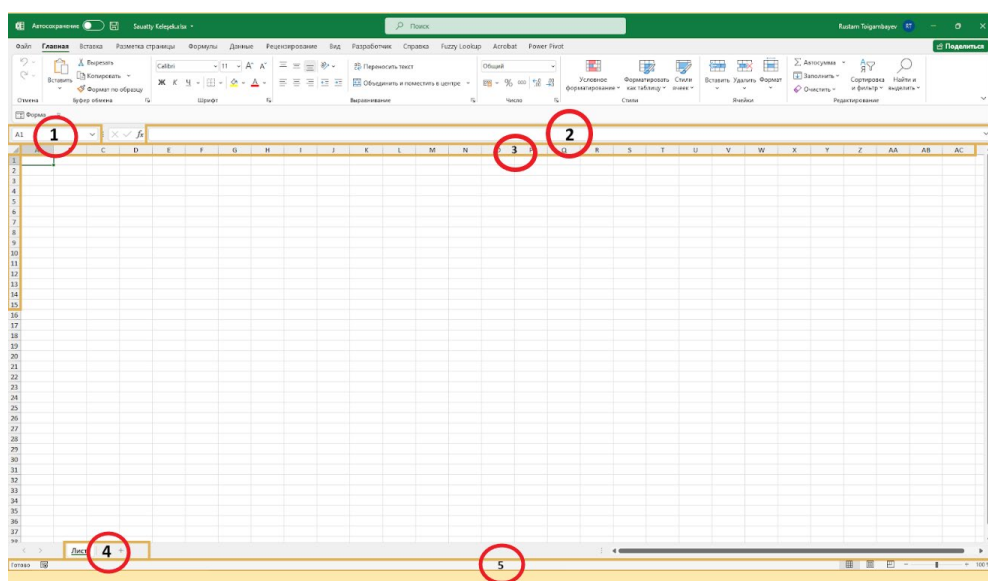


Рисунок 12. Пример блока меню навигации

Excel

Теперь перейдем к интерфейсу Excel. Так как это программа для работы с таблицами, то отображение рабочей зоны выглядит по-другому. Но элементы управления практически такие же, как в Powerpoint.



1. **Поле имени** отображает координаты выделенной ячейки или имя выделенного элемента.
2. **Строка формул** служит для ввода и отображения формулы в активной ячейке. Если в этой строке формула, в самой ячейке вы увидите результат вычисления или сообщение об ошибке.
3. **Номера строк и имена столбцов** — шкала, по которой определяется адрес ячейки. На схеме можно заметить, что активна ячейка L17, где

17 строка шкалы и элемент *L* выделены темным цветом. Эти же координаты вы можете увидеть в Поле имени.

4. **Вкладки листов** помогают переключаться между всеми листами рабочей книги (а их может сколько угодно много).
5. Внизу экрана расположилась **строка состояния** с масштабом, она присутствует во всех программах и несет в себе общую информацию о документе и содержит в себе небольшой функционал по изменению отображения документа.

Полезные формулы при работе с Microsoft Excel

При использовании Microsoft Excel важно владеть формулами, которые помогут в значительной мере облегчить работу с данными.

Формула 1: ВПР

Эта функция дает возможность найти требуемую информацию в таблице, а возвращенный результат вывести в определенную ячейку. Аббревиатура «ВПР», обозначающая название функции, расшифровывается, как «вертикальный просмотр». Это довольно сложная формула, имеющая 4 аргумента, а ее использование имеет множество особенностей. Синтаксис такой:

=ВПР(искомое_значение; таблица; номер_столбца:[интервальный_просмотр])

Для понимания необходимо рассмотреть все аргументы функции.

1. *Искомое значение* — значение, которое вам нужно найти.
2. *Таблица* — диапазон, в котором находится искомое значение. Помните, что для правильной работы функции ВПР искомое значение всегда должно находиться в первом столбце диапазона. Например, если искомое значение находится в ячейке C2, диапазон должен начинаться с C.
3. *Номер столбца в диапазоне, содержащий возвращаемое значение*. Например, если в качестве диапазона вы указываете B2:D11, следует считать B первым столбцом, C — вторым и т. Д.
4. *Интервальный просмотр*. Если в этом нет необходимости, то можно не приводить значение этого аргумента. Оно являет собой логическое выражение, обозначающее степень точности совпадения, которое должно быть обнаружено функцией. Если указан параметр «Истина», то тогда Excel будет искать самое близкое значение к указанному в качестве искомого. Если же указан параметр «Ложь», то функция будет искать только те значения, которые находятся в первой колонке [2].

На Рис. 14 изображен пример использования формулы ВПР, где необходимо было найти автора произведения «Хоббит, или туда и обратно».

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	No	Заглавие / Типул / Название	Писател / Автор	Страна автора	Количество		ВПР	
2	1	«Властелин колец»	Джон Р. Толкин	Великобритания	4		«Хоббит, или Туда и обратно»	ВПР(G2;H2:C39;2;ЛОЖЬ)
3	2	«Гордость и предубеждение»	Джейн Остин	Великобритания	2			Джон Р. Р. 1
4	3	«Темные начала»	Филип Пулман	Великобритания	3			
5	4	«Автостопом по галактике»	Дуглас Адамс	Великобритания	1			
6	5	«Гарри Поттер и Кубок огня»	Джон Роулинг	Великобритания	4			
7	6	«Убить пересмешника»	Харпер Ли	США	4			
8	7	«Винни Пух»	Алан Александр Милн	Великобритания	2			
9	8	«1984»	Джордж Оруэлл	Великобритания	3			
10	9	«Лев, колдунья и платяной шкаф»	Клайв Стэйплз Льюис	Великобритания	1			
11	10	«Джейн Эйр»	Шарлотта Бронте	Великобритания	4			
12	11	«Улова-22»	Джозеф Хеллер	США	3			
13	12	«Грозовой перевал»	Эмили Бронте	Великобритания	2			
14	13	«Пение птиц»	Себастьян Фолкс	Великобритания	4			
15	14	«Ребекка»	Дафна Дюморье	Великобритания	3			
16	15	«Над пропастью во ржи»	Джером Сэлинджер	США	4			
17	16	«Ветер в ивах»	Кеннет Грам	Великобритания	2			
18	17	«Большие надежды»	Чарльз Диккенс	Великобритания	3			
19	18	«Маленькие женщины»	Луиза Мэй Олкотт	США	1			
20	19	«Мандолина капитана Корелли[en]»	Луи де Бернье	Великобритания	4			
21	20	«Война и мир»	Лев Толстой	Россия	4			
22	21	«Унесенные ветром»	Маргарет Митчелл	США	2			
23	22	«Гарри Поттер и философский камень»	Джон Роулинг	Великобритания	3			
24	23	«Гарри Поттер и Тайная комната»	Джон Роулинг	Великобритания	1			
25	24	«Гарри Поттер и узник Азкабана»	Джон Роулинг	Великобритания	4			
26	25	«Хоббит, или Туда и обратно»	Джон Р. Толкин	Великобритания	3			
27	26	«Тэсс из рода д'Эрбервиллей»	Томас Харди	Великобритания	2			
28	27	«Миддлмарч[en]»	Джордж Элиот	Великобритания	4			
29	28	«Молитва об Оуэне Мэни»	Джон Ирвинг	США	3			
30	29	«Гроздь гнева»	Джон Стейнбек	США	4			
31	30	«Алиса в Стране чудес»	Льюис Кэрролл	Великобритания	2			
32	31	«Дневник Трейси Бикер[en]»	Жаклин Уилсон	Великобритания	3			

Рисунок 14. Пример использования функции ВПР

Формула 2: СУММЕСЛИ

Функция СУММЕСЛИ позволяет суммировать данные, при условии их соответствия определенным критериям. Эта функция имеет три аргумента. Чтобы ее использовать, необходимо написать формулу, подставив необходимые значения в соответствующих местах:

=СУММЕСЛИ(диапазон;условие;[диапазон_суммирования])

Аргументы функции СУММЕСЛИ:

1. **Диапазон** — обязательный аргумент. Диапазон ячеек, оцениваемых на соответствие условиям. Ячейки в каждом диапазоне должны содержать числа, имена, массивы или ссылки на числа. Пустые и текстовые значения игнорируются.
2. **Условие** — обязательный аргумент. Этот аргумент позволяет передать в функцию ячейки, которые в дальнейшем подлежат суммированию.
3. **Диапазон суммирования** не является обязательным, и он дает возможность задать ячейки, которые необходимо суммировать, если условие оказывается ложным.

Пример

=СУММЕСЛИ(D2:D39; "Великобритания"; E2:E39)

В данной ситуации будут суммированы книги, чьи авторы из Великобритании. Текстовые условия прописываются в кавычках.

Формула 3: СУММЕСЛИМН

Если условий несколько, то используется родственная функция СУММЕСЛИМН. Формула этой функции выглядит следующим образом:

=СУММЕСЛИМН(диапазон_суммирования; диапазон_условия1; условие1; [диапазон_условия2; условие2]; ...)

Обязательными являются второй и третий аргументы, а именно «Диапазон условия 1» и «условие 1».

Формула 4: СЧЕТЕСЛИ и СЧЕТЕСЛИМН

Функция пытается определить количество непустых ячеек, которые подходят под заданные условия в рамках диапазона, введенного пользователем. Чтобы ввести эту функцию, необходимо указать следующую формулу:

=СЧЕТЕСЛИ(диапазон;критерий)

Что означают приведенные аргументы?

1. *Диапазон* — это совокупность ячеек, среди которой должен осуществляться подсчет.
2. *Критерий* — условие, учитываемое при выборе ячеек.

Например, в примере на Рис. 15 программа посчитала число ключевых запросов, где количество переходов в поисковых системах превышает сто тысяч. В итоге формула вернула число 3, что означает, наличие трех таких ключевиков.

	A	B	C
1	Ключ	Количество переходов	
2	купить квартиру недорого	225 447	3
3	купить квартиру +в москве	176 489	
4	купить квартиру без посредников	117 478	
5	купить квартиру москве вторично	39 378	
6	купить недорогую квартиру +в москве	38 444	

Рисунок 15. Пример использования формулы СЧЕТЕСЛИ
(Источник [1])

Если говорить о родственной функции СЧЕТЕСЛИМН, то она, аналогично предыдущему примеру, предоставляет возможность использовать сразу несколько критериев. Ее формула, следующая:

=СЧЕТЕСЛИМН(диапазон_условия1;условие1;[диапазон_условия2;условие2];...)

Аналогично предыдущему случаю «Диапазон условия 1» и «условие 1» — это обязательные аргументы, другие же можно не использовать, если нет такой необходимости. Максимально функция предусматривает возможность применять до 127 диапазонов вместе с условиями [2].

Word

Интерфейс Microsoft Word обладает схожим функционалом и видом с другими программами Microsoft, то есть включает основное меню, панель задач и рабочую зону.

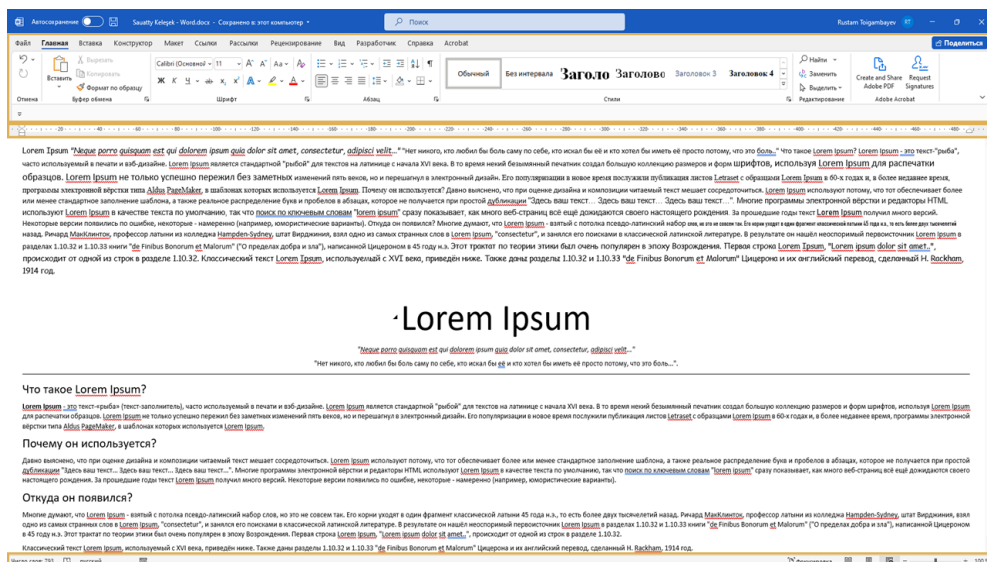


Рисунок 16. Интерфейс Microsoft Word

Создание уникальных колонтитулов

Часто пользователи сталкиваются с проблемой создания уникальных колонтитулов для разных страниц. Для этого документ необходимо разбить на разделы:

1. Для начала надо выбрать место начала нового раздела;
2. После перейти во вкладку «Макет» и выберите нужный тип разрыва (Рис. 17).

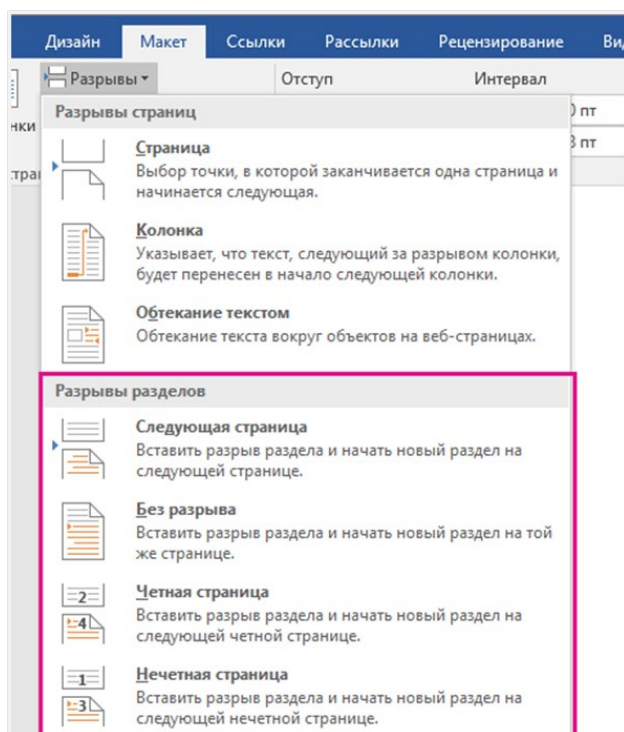


Рисунок 17. Типы разрыва страниц и разделов

После чего необходимо вставить колонтитул во вкладке «Вставка» или двойным нажатием на верхнее или нижнее поле документа. При работе с колонтитулом во вкладке «Конструктор» можно убрать функцию дублирования колонтитула для разделов, отключив функцию «Как в предыдущем разделе» (Рис. 18).

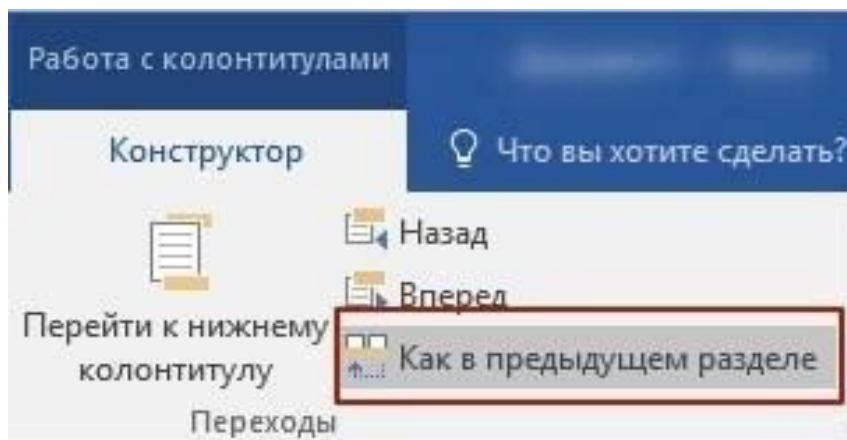


Рисунок 18. Создание уникального колонтитула для раздела

Кроме того, здесь можно настроить особый колонтитул для первой страницы (Рис. 19).

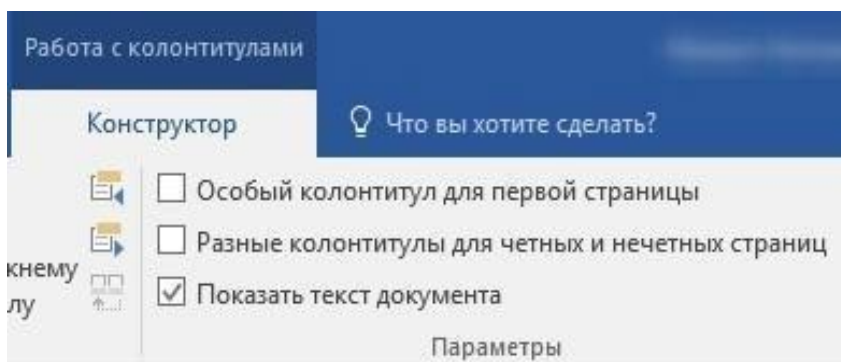


Рисунок 19. Создание уникального колонтитула для первой страницы

Стоит понимать, что каждая программа обладает достаточно обширным функционалом, использование которого позволит автоматизировать или облегчить ежедневную работу, а также повысить качество создаваемого контента, но без самостоятельного изучения достигнуть и понять более сложные функции невозможно. Перечисленных в данном модуле возможностей будет достаточно для выполнения повседневных задач пользователя. Программы офисных пакетов также являются средой разработки с возможностью более сложных и глубоких настроек. Для самостоятельного изучения предлагаем ознакомиться с каналом Билял Хасенов — Excel, VBA & More (Youtube.com), а также пройти курс на Coursera (<https://www.coursera.org/specializations/excel>).



Задание 1: Для выполнения задания скачайте файл Microsoft PowerPoint по ссылке ниже и выполните действия а)-ж): https://drive.google.com/file/d/1L9jVjnJm5psuf3MZ_wmE5TaP0_c0QMjK/view

- а) Примените понравившуюся тему ко всей презентации.
- б) Добавьте к диаграмме оси, названия осей и метки данных.
- в) Добавьте третий и четвертый уровень в иерархии.
- г) Добавьте анимации перехода между слайдами.
- д) Измените текст в Слайде 3: уменьшите шрифт, поменяйте цвет и установите выравнивание по ширине.
- е) Добавьте слайд и вставьте в него картинку.
- ж) Добавьте колонтитулы (номер слайда, дата/время и нижний колонтитул с текстом «Моя презентация»).

Задание 2: Для выполнения задания скачайте файл Microsoft Excel по ссылке ниже и выполните действия а)-г):

https://drive.google.com/file/d/1ZHuu_zwENEdI5I1A8ICANnbNXSKb3Ozt/view.

- а) Создайте умную таблицу на листе "Страны".
- б) Создайте сводную таблицу на основе листа "Страны".
- в) С помощью функции ВПР найдите столицы стран на листе "ВПР".
- г) Измените формат даты на листе "Страны".

Задание 3: Для выполнения задания скачайте файл Microsoft Word по ссылке ниже и выполните действия а)-к): <https://drive.google.com/file/d/1aDVbqL6-i3G4YIS6dcSKbQosSriY4JQA/view>.

- а) Междустрочный интервал - одинарный.
 - б) Шрифт - Times New Roman.
 - в) Размер шрифта - 14.
 - г) Выравнивание текста - по ширине.
 - д) Выравнивание заголовка - по центру.
 - е) Стиль заголовка - заголовок.
 - ж) Поля - все поля 20мм.
 - з) Интервал перед и после 6 пт.
 - и) Вставить колонтитул.
 - к) Первый лист без колонтитула.
-



Ответьте на вопросы в течение 5 минут. Сверьте свои ответы с правильными в Приложении 5.

1. Программа подготовки и просмотра презентаций:
 - а) Microsoft Word
 - б) Microsoft Excel
 - в) Microsoft Visio
 - г) Microsoft PowerPoint
2. Программа для работы с электронными таблицами:
 - а) Microsoft Word
 - б) Microsoft Excel
 - в) Microsoft Visio
 - г) Microsoft PowerPoint
3. Программа, предназначенная для создания, просмотра, редактирования и форматирования текстов:
 - а) Microsoft Word
 - б) Microsoft Excel
 - в) Microsoft Visio
 - г) Microsoft PowerPoint
4. В какой из перечисленных программ есть возможность вставки диаграммы?
 - а) Microsoft Word
 - б) Microsoft Excel
 - в) Microsoft PowerPoint
 - г) Во всех перечисленных

Раздел 3

Обеспечение доступности контента для пользователей с инвалидностью: методики и рекомендации

Цель данного раздела – сформировать у библиотекарей и других специалистов организаций образования основные навыки по созданию и предоставлению информации учащимся с особыми образовательными потребностями, которым информация необходима в более доступной форме. Далее подробно рассмотрены методы и способы обеспечения доступности различных видов информации: текстов, изображений, аудио и видеоматериалов; а также в конце приведены краткие рекомендации о доступности печатных материалов и контента социальных сетей.



Современные технологии практически для всех желающих дали возможность создавать свой контент и стать автором востребованной информации. Практически каждый из нас ежедневно создает, хранит, ищет и распространяет мегабайты информации, начиная с переписки в мессенджерах, заканчивая созданием электронных документов и наполнением персональных или корпоративных сайтов.

При этом создатели контента и информационных ресурсов крайне редко учитывают доступность информации для пользователей с различными особенностями и нарушениями здоровья. Огромное количество людей с особыми потребностями так же, как и все, пользуется информационными технологиями и средствами связи. Например, это незрячие и слабовидящие, люди с нарушениями слуха, речи, памяти, дислексией, когнитивными расстройствами и др. По данным ВОЗ, около 15% мирового населения не может получить доступ к информации, если ее не делать доступной [62].

Доступность — предоставление людям с особыми потребностями доступа на равной с другими основе к объектам, транспорту, услугам и технологиям.

Доступность — не то же самое, что удобство.

Удобство — обеспечение эффективного, экономичного и удовлетворительного пользовательского опыта [42].

Руководящие документы

Доступность — один из основополагающих принципов Конвенции о правах инвалидов (ст. 3 F) [26]. Комитет ООН по правам инвалидов в своем Замечании общего порядка #2 к статье 9 Конвенции трактует доступность, как важнейшее предварительное условие для реализации прав лиц с инвалидностью во всех областях жизни общества [19].

Статья 9 Конвенции включает в понятие доступности не только объекты архитектуры и физической инфраструктуры, но и информацию, средства связи, включая экстренные службы; информационные технологии и системы, в том числе Интернет.

Доступная информация — это информация, предоставляемая в форматах, позволяющих каждому пользователю и учащемуся получить доступ к содержанию на равной с другими основе.

В идеале все пользователи информации должны иметь возможность:

- управлять и взаимодействовать со средством доставки информации;
- легко ориентироваться и понимать содержание;
- воспринимать через различные каналы (визуальный, аудиальный и тактильный).

Таким образом, критериями доступности информации являются:

- воспринимаемость
- управляемость
- понятность
- надежность [40].

В документе «Руководящие принципы создания доступной информации», изданном Европейским агентством по инклюзивному образованию и образованию лиц с особыми потребностями в 2015 г. [42], выделяются средства, виды и несколько этапов обеспечения доступности информации. Согласно Руководящим принципам, основными видами информационного контента являются: текст, изображения, аудио- и видеоматериалы.

Под средствами информации понимаются различные электронные документы, печатные материалы, цифровые онлайн-ресурсы.

Создание доступных всем информационным средств и контента имеет важнейшее значение в деятельности учителей и библиотекарей, журналистов и работников издательств, IT-специалистов, контент- и SMM-менеджеров. Нужно особо подчеркнуть роль библиотекарей в этом процессе, так как они являются главными носителями компетенций в сфере работы с информацией. Распространяя идею медийной и информационной грамотности, библиотекари не должны забывать про доступность контента и инклюзивность в отношении тех пользователей, кто в условиях информационного общества находится в более уязвимом положении.

Полная 100%-ная доступность для каждого пользователя или учащегося — труднодостижимый идеал. Тем не менее, необходимо осознавать, что недоступная информация создает дополнительные барьеры для пользователей (учащихся) с особыми потребностями. Поэтому крайне важно предоставлять информацию в целом, и для обучения в частности, в доступной форме.

Это означает, что для того, чтобы обучение или любой обмен информацией были инклюзивными и эффективными, все участники должны иметь равные возможности в доступе к информации. Однако, не все авторы обязательно станут специалистами в области доступности информации, но любой из вас может и должен стремиться обеспечить минимальные стандарты доступности контента, с тем чтобы ей могли воспользоваться все.

Как обеспечить доступность текстовой информации?

Для обеспечения доступности текста важна в первую очередь его структурированность. Речь идет о возможности удобно перемещаться по тексту. Для этого каждый важный элемент (например, заголовок главы, таблица, рисунок) в печатных текстах включается в оглавление; в текстовых редакторах таких, как MS Word, необходимо использовать стили заголовков; на веб-страницах — им обязательно присваивают атрибуты и ярлыки.

Заданность структуры улучшает доступность документа по двум параметрам.

1. Это позволяет всем, включая пользователей вспомогательных технологий, перемещаться по документу в нужные разделы. Например, правильно структурированный документ можно читать с помощью экранных дикторов;
2. Это упрощает конвертацию, перевод документов в разные форматы.

Применительно к очень сложным текстам важно учитывать целевую аудиторию и структурировать их соответствующим образом. Особенно большие трудности могут возникнуть с обеспечением доступности интерактивных учебных материалов.

Далее подробные рекомендации, которые позволят не только адаптировать ваш текстовый контент для особых потребностей, но и сделают его более удобочитаемым для широкой аудитории.

Понятность

- Используйте наиболее простые формулировки, соответствующие стилю вашего документа.
- Укажите полное название при первом использовании сокращений.
- Убедитесь, что каждая ссылка и элемент имеют уникальный и хорошо описанный атрибут.
- Включите нетекстовые эквиваленты вашего текста (например, рисунки, видео и аудиозаписи). Это может быть полезно для некоторых пользователей, особенно лиц, испытывающих трудности при чтении.

Шрифт

- Используйте размер от 12 пунктов и выше.
- Используйте рубленые шрифты, такие как Arial, Helvetica или Verdana.
- Для онлайн-публикаций используйте шрифты Verdana, Tahoma и Trebuchet MS; они специально разработаны для чтения на экране.
- Разрешите пользователю менять шрифт и его размер в текстах, если платформа позволяет.

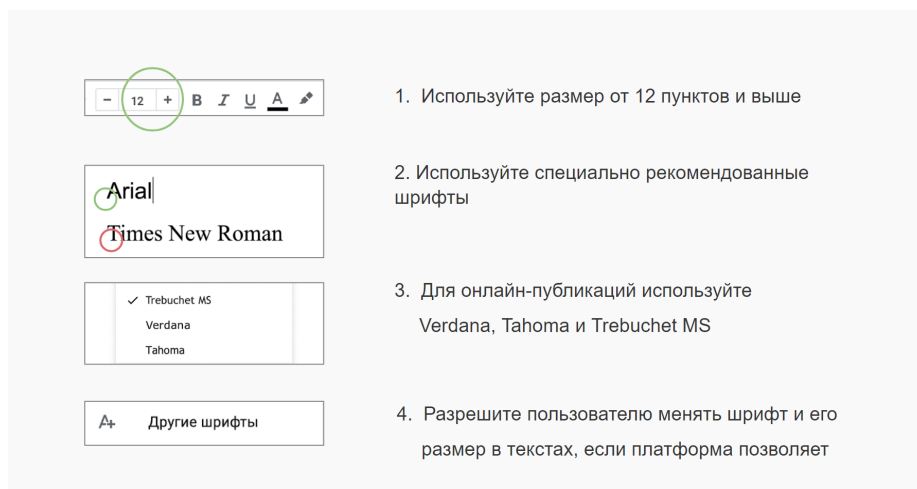


Рисунок 20. Выбор шрифта

Структура и навигация

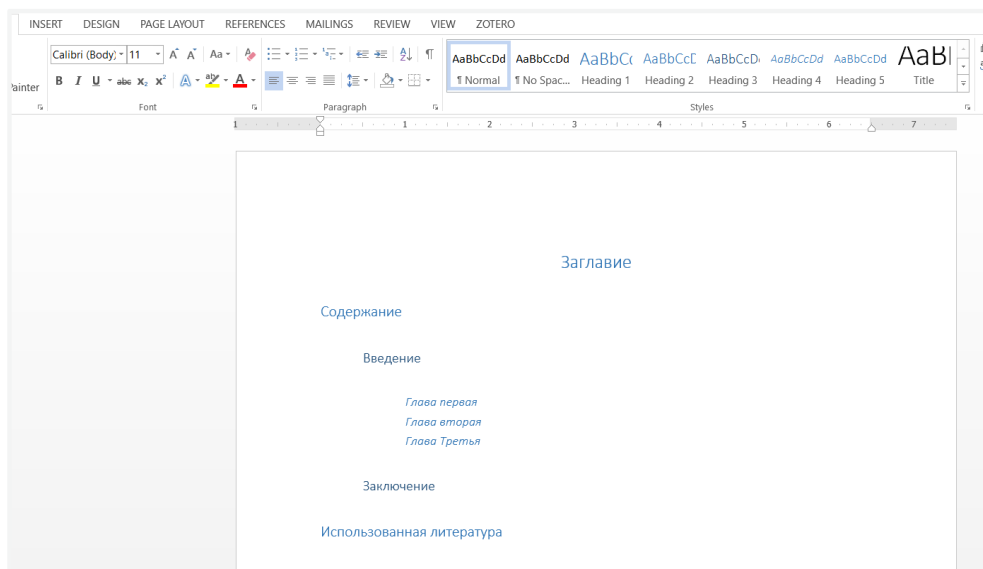


Рисунок 21. Навигация в текстовом документе

- Используйте текстовые маркеры и нумерацию для оформления перечислений и списков.
- Укажите в метаданных документа его основной исходный язык. Отметьте в тексте употребление другого языка.
- Определите и укажите ключевые слова вашего текста.
- Включите, по возможности, краткое описание содержания главы.
- Обеспечьте возможность навигации внутри онлайн-текстов с помощью клавиатурных команд.

Цвет и контраст

- Убедитесь, что использование цвета, жирного шрифта или курсива не является единственным способом передачи информации.
- Убедитесь, что сочетание цвета текста и фона обеспечивает хороший контраст.
- Убедитесь, что текст и графики легко понять при чтении в черно-белом варианте.
- Убедитесь, что вся передаваемая цветом информация также доступна в черно-белом варианте. Для выделения различного содержания используйте не только цвет.

ҚазАқпарат (КазИнформ) – Қазақское информационное агентство.

ҚазАқпараттың хабарлауынша, кеңесте Үкімет басшысы шілденің 14-індегі селекторлық кеңесте берген тапсырмасының орындалуы туралы Энергетика және минералдық ресурстар министрі мен Ауыл шаруашылығы министрінің есебін тыңдады.

ҚазАқпарат (КазИнформ) – Қазақское информационное агентство. ҚазАқпараттың хабарлауынша, кеңесте Үкімет басшысы шілденің 14-індегі селекторлық кеңесте берген тапсырмасының орындалуы туралы Энергетика және минералдық ресурстар министрі мен Ауыл шаруашылығы министрінің есебін тыңдады.

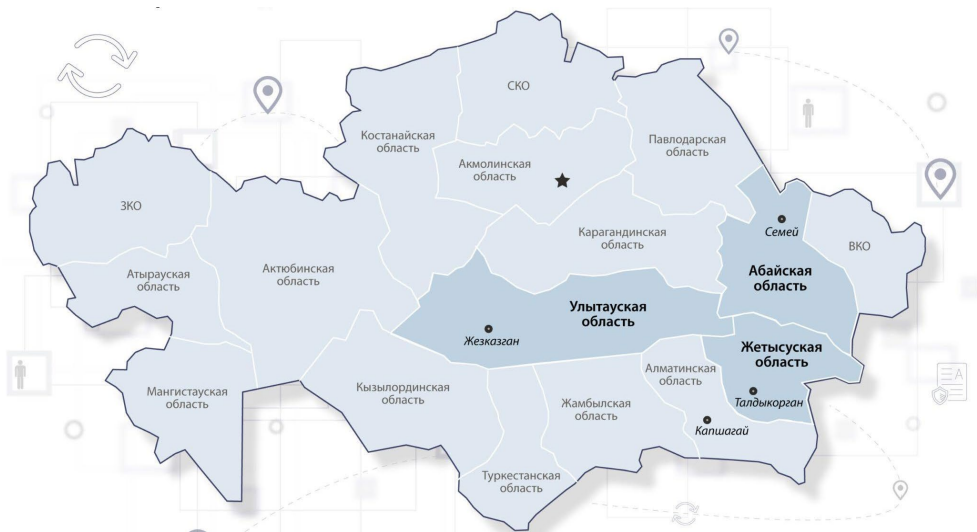
		Background								
		Red	Orange	Yellow	Green	Blue	Violet	Black	White	Gray
Foreground	Red	Red	Poor	Good	Poor	Poor	Poor	Good	Good	Poor
	Orange	Poor	Orange	Poor	Poor	Poor	Poor	Good	Poor	Poor
	Yellow	Good	Good	Yellow	Poor	Good	Poor	Good	Poor	Good
	Green	Poor	Poor	Poor	Green	Good	Poor	Good	Poor	Good
	Blue	Poor	Poor	Good	Good	Blue	Poor	Poor	Good	Poor
	Violet	Poor	Poor	Good	Poor	Poor	Violet	Good	Good	Poor
	Black	Poor	Good	Good	Good	Poor	Good	Black	Good	Poor
	White	Good	Good	Good	Poor	Good	Good	Good	White	Good
	Gray	Poor	Poor	Good	Good	Poor	Poor	Poor	Good	Gray

Рисунок 22. Цвет и контраст

Как сделать изображения доступными?

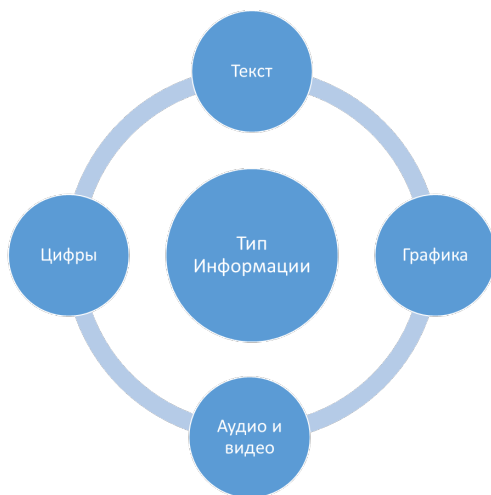
При помощи изображений (фотографии, рисунки, диаграммы) мы получаем и передаем важную информацию. Визуализация облегчает восприятие контента, помогает донести смысл и содержание информации. Основная задача в обеспечении доступности изображений заключается в надлении их альтернативным текстом. Это дополнительное текстовое описание значимой визуальной информации, чтобы контент могли воспринять и понять все. Ниже приведен ряд рекомендаций.

1. Избегайте использования изображений, не содержащих дополнительной, значимой и ценной информации, как указано на примерах ниже:

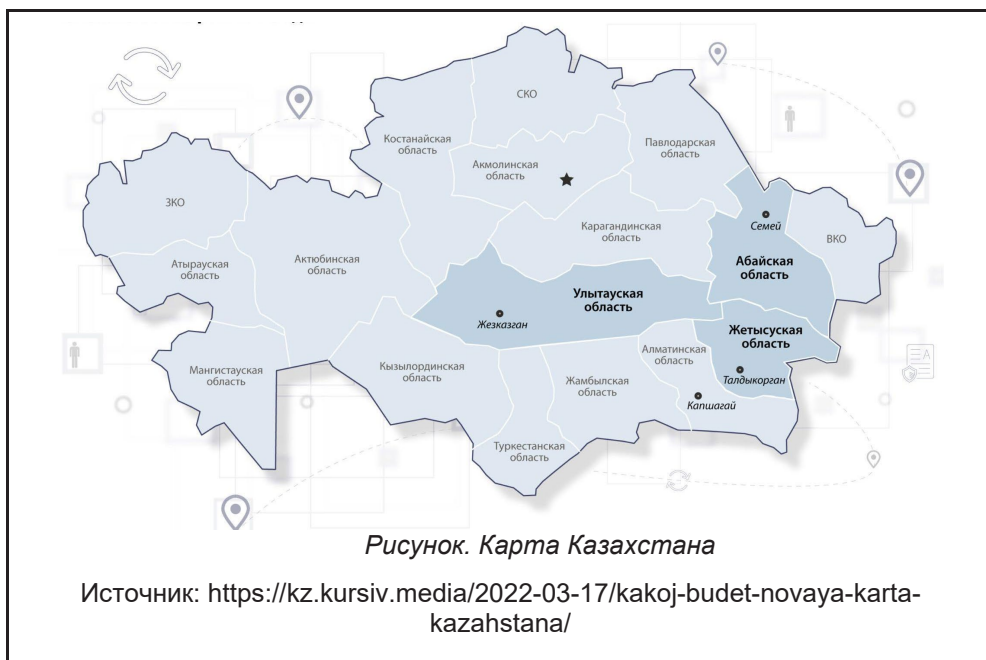


Источник: <https://kz.kursiv.media/2022-03-17/kakoj-budet-novaya-karta-kazahstana/>

2. Не используйте изображения для передачи текстового контента или сопровождайте его текстовым комментарием. Приведенная ниже схема включает текст, но выполнена в виде изображения и не может быть прочитана



3. Наделите изображения альтернативным текстом–описанием, содержащим ту же информацию, что и изображение. Укажите, что находится на фото. При этом избегайте лишних слов, как «изображение X» или «фотография Y».



При наполнении или разработке сайтов:

- Включите альтернативный текст для каждого не текстового элемента.
- Избегайте использования красного, зеленого, желтого и светло-серого цветов.
- Используйте достаточно контрастные цвета текста и его фона.
- Избегайте использование ненужных фонов с большим количеством изображений, форм или цветов.
- Избегайте использование гиперссылок или текста, скрытого за другими объектами.
- Добавьте функцию увеличения изображений.

Как обеспечить доступность аудиоинформации?

Для обеспечения доступности аудиоматериалов необходимо обязательно предоставлять альтернативу в других форматах или заменять их эквивалентной информацией: видео на жестовом языке, с субтитрами или же текстовыми транскриптами. Текст при этом должен содержать ту же информацию, что и аудио без утраты важного контента. Другие рекомендации приведены ниже.

- Создавайте текстовый эквивалент для любого аудио.
- Используйте визуальные эквиваленты звуковых сигналов.
- Избегайте автоматического воспроизведения аудио или видеоматериалов.
- Обеспечьте контроль громкости аудио.

- Обеспечьте наличие функций быстрой прокрутки вперед, возврата назад и паузы.
 - Предоставьте пользователю возможность делать закладки.
-

Как обеспечить доступность видеоматериалов?

Видео — это самый сложный с точки зрения доступности вид контента, который, как правило, содержит в себе и текст, и аудио, и изображения. Основой обеспечения доступности любого контента является предоставление альтернативных способов, каналов или форматов для восприятия информации. Например, незрячим или слабовидящим пользователям можно обеспечить доступ через аудио или текстовое описание того, что содержится в видео. А глухим или слабослышащим пользователям помогут транскрипты. Сценарии видеоматериалов с подробным описанием решат проблему для пользователей, которые имеют одновременное нарушение слуха и зрения. Для обеспечения доступности видео старайтесь следовать следующим минимальным рекомендациям, как при работе с онлайн, так и оффлайн-контентом.

- Сопроводите видео текстовым эквивалентом или субтитрами. Используйте субтитры не только для передачи произносимого текста, но также для краткого описания того, что происходит на экране.
 - Обеспечьте синхронизацию текстового эквивалента/сценария или субтитров с видео. Субтитры являются альтернативным вариантом показа того, что люди могут слышать. Сценарий содержит полную информацию о содержании видео.
 - Обеспечьте возможность контроля видео пользователем: изменение громкости, остановка просмотра, быстрая прокрутка вперед, возврат назад.
 - Обеспечьте возможность просмотра видео с помощью разных программ воспроизведения.
 - Обеспечьте возможность загрузки видео.
 - Избегайте настройки автоматического воспроизведения видеоматериалов.
 - В случаях, если не удастся снабдить видео вышеприведенными элементами, предоставьте альтернативные материалы, способные заменить видеоконтент.
-

Как обеспечить доступность печатных материалов?

Печатный документ невозможно сделать таким же доступным, как электронный. Электронный контент может передаваться через различные средства и каналы информации. Он гораздо гибче и легко переводится в другие форматы. В зависимости от вида инвалидности пользователя для обеспечения доступности может использоваться иной канал восприятия или набор каналов, которые печатная продукция обеспечить не может. Например, текст можно перевести в аудио или записать видео на жестовом языке. Тем не менее, до сих пор много пользователей/учащихся предпочитают печатные материалы электронным. Поэтому бумажные материалы продолжают играть важную роль, но сделать их доступными сложнее.

Одной из альтернатив печатным материалам является Брайль — рельефно-точечный шрифт, разработанный французским педагогом Луи Брайлем. Но далеко не всегда и везде есть доступ к брайлевским принтерам, поэтому в качестве альтернативы можно предоставить электронную копию исходного файла. Так, незрячий человек сможет открыть его на компьютере или в телефоне и следовать за материалом.

Ведение социальных сетей

Как сделать ваш контент в соцсетях более доступным для подписчиков с инвалидностью? Предлагаем следовать следующим рекомендациям.

- Добавляйте описание к фотографиям: откройте “Расширенные настройки” — “Специальные возможности” — “Добавить альтернативный текст” и опишите изображения.
- Каждое слово в хештегах пишите с большой буквы. Это поможет скрин-ридерам (программам экранного чтения для незрячих) читать их корректно.
- Не злоупотребляйте эмодзи (смайлики или идеограммы). Так как в каждом эмодзи заложено описание для скрин-ридеров, если оно повторяется несколько раз подряд, они мешают воспринимать основной текст (Рис. 30).
- Старайтесь создавать субтитры к видео. Для этого можно использовать специальные приложения или встроенную функцию автоматического распознавания текста. Но если вы хотите обеспечить качество транскрипта, лучше отредактировать текст после автоматического распознавания.

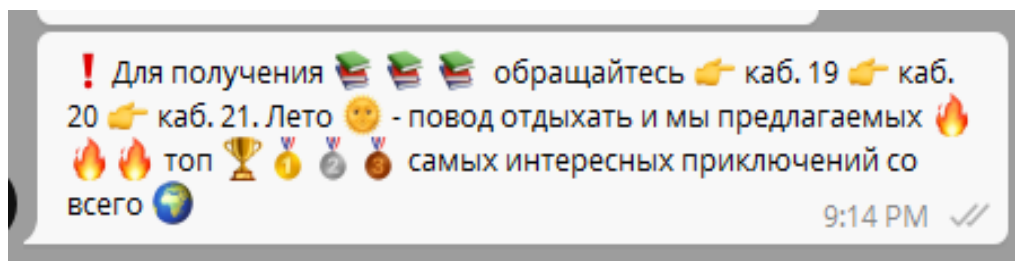


Рисунок 23. Пример злоупотребления эмодзи



Задание: Опубликуйте открытый пост в Instagram / Facebook:

1. Включите в пост текст, фото, хэштеги и эмодзи;
 2. Соблюдайте требования доступности, в том числе включите альтернативный текст.
-



Ответьте на вопросы в течение 5 минут. Сверьте свои ответы с правильными в Приложении 5.

1. Среди приведенных принципов цифровой доступности укажите лишний:
 - а) воспринимаемость
 - б) управляемость
 - в) удобство
 - г) понятность
 - д) надежность
2. Какие основные каналы восприятия человеком информации используются в современных технологиях?
 - а) зрение, слух и осязание
 - б) зрение, вкус и осязание
 - в) зрение, слух и обоняние
 - г) зрение, обоняние и осязание
 - д) зрение, вкус и слух
3. Для обеспечения доступности текста важна его структурированность, то есть возможности удобно перемещаться по тексту. Вы согласны с данным утверждением?
 - а) правда
 - б) неправда
4. Рисунки, видео и аудиозаписи могут быть более доступной альтернативой к текстовому контенту для пользователей ... (исключите неверный вариант):
 - а) с когнитивными нарушениями
 - б) с дислексией
 - в) нарушениями слуха
 - г) с нарушениями речи
5. Дополнительное описание значимой визуальной информации — это: (исключите неверный вариант)
 - а) аудиодескрипция
 - б) альтернативный текст
 - в) тифлокомментарий
 - г) текстовый эквивалент
6. Что из перечисленного относится к текстовым эквивалентам для аудиоинформации:
 - а) субтитры
 - б) стенограммы
 - в) транскрипты
 - г) все перечисленное

Раздел 4

Интерактивные опросники и викторины

Одна из главных задач для учителя/библиотекаря — сделать процесс обучения интересным для учеников, динамичным и современным. И в этом помогут интерактивные технологии (ИТ) [20].

Интерактивность — это возможность информационно-коммуникационной системы по-разному реагировать на любые действия пользователя в активном режиме. ИТ являются неперенным условием для функционирования высокоэффективной модели обучения, основной целью которой является активное вовлечение каждого из учеников в образовательный и исследовательский процессы [6].

В настоящее время существуют различные Интернет-сервисы, с помощью которых можно создавать всевозможные интерактивные, мультимедийные опросы и викторины для определения ожидания учащихся и оценки полученных знаний во время обучения.

В данном разделе библиотекари ознакомятся с такими сервисами для создания и проведения интерактивных викторин, тестов и образовательных игр, как «Google Формы» и «Kahoot» (Кахут).

Google Формы

Простой интерактивный опрос можно создать с помощью Google формы.

Форма Google (Гугл) — один из типов документов, доступных на Google диске, который позволяет бесплатно создавать неограниченное количество опросов, анкет, тестов и приглашать неограниченное количество респондентов.

Несмотря на довольно простой интерфейс и упрощенный конструктор, сервис позволяет создавать интерактивные опросы с различными элементами или типами вопросов (всего представлено семь типов). Любой вопрос можно сделать (не)обязательным для ответа. В процессе создания формы можно легко изменять порядок вопросов. Для каждой созданной формы можно выбрать дизайн оформления. Ссылка на форму генерируется автоматически после её создания.

Для каждого опроса автоматически обеспечивается сбор ответов, формируется статистический анализ ответов с диаграммами по каждому вопросу, а также создается электронная таблица, с помощью которой можно провести обработку исходных данных самостоятельно. Таблицу можно экспортировать в форматы pdf или xls.

Итак, давайте рассмотрим инструкцию по созданию форм более детально.

Для создания опросов пользователь входит в свой аккаунт Google (<https://google.com>) и в правом верхнем углу нажимает кнопку «Войти», затем вводит электронный адрес Google и пароль.

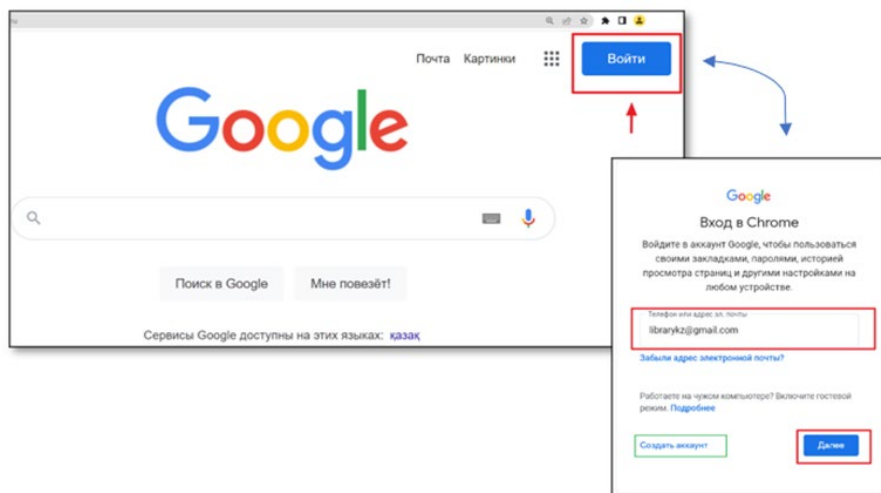


Рисунок 24. Интерфейс Google

Если пользователь ранее не был зарегистрирован в сервисе Google, то необходимо выбрать кнопку «Создать аккаунт» и заполнить анкету регистрации учетной записи. Детальная инструкция по регистрации учетной записи доступна на официальном сайте Google (<https://www.google.com/intl/ru/account/about/>).

После входа в учетную запись необходимо в правом верхнем углу в списке сервисов выбрать и нажать иконку «Диск». На открывшейся странице выполнить следующий алгоритм: «Создать» — «Google Формы» — «Создать». Можно выбрать пустую форму, форму теста или готовый шаблон, после чего автоматически откроется форма для создания опроса.

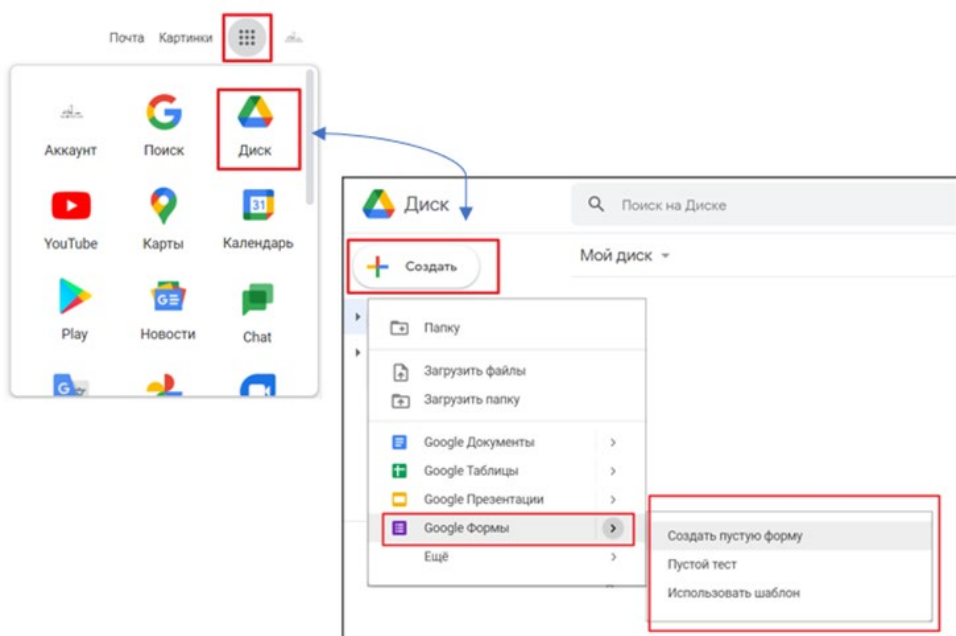


Рисунок 25. Приложение Google «Диск»

После выбора меню «Создать пустую форму», открывается «Новая форма» с тремя вкладками сверху «Вопросы», «Ответы», «Настройки» и дополнительными настройками справа.

Вкладка «Вопросы»

Во вкладке «Вопросы» доступно активное поле для ввода названия формы опроса или теста. В поле «Описание» можно напечатать введение, тему опроса, краткую инструкцию для участников опроса, напутствие и так далее. Опрос может состоять из нескольких разделов. Новый раздел можно добавить, выбрав нужную иконку справа.

В текстовое поле, нажав на слово «Вопрос», пользователь вводит нужный текст и добавляет варианты ответа, вводя вместо слова «Вариант 1» свой ответ. Активировать вариант ответа необходимо, нажав на ссылку «Добавить вариант», далее можно ввести еще один вариант ответа. Поле для свободного ответа респондента можно создать, нажав на «Добавить вариант «Другое»». Обязательным для ответа вопрос станет, если пользователь передвигает указатель «Обязательный вопрос» вправо. Можно редактировать и / или удалять составленный вопрос. Автор может настроить автоматическую оценку ответов, указав правильные ответы и критерий оценки в баллах от 0 до нужного количества баллов в меню «Ответы».

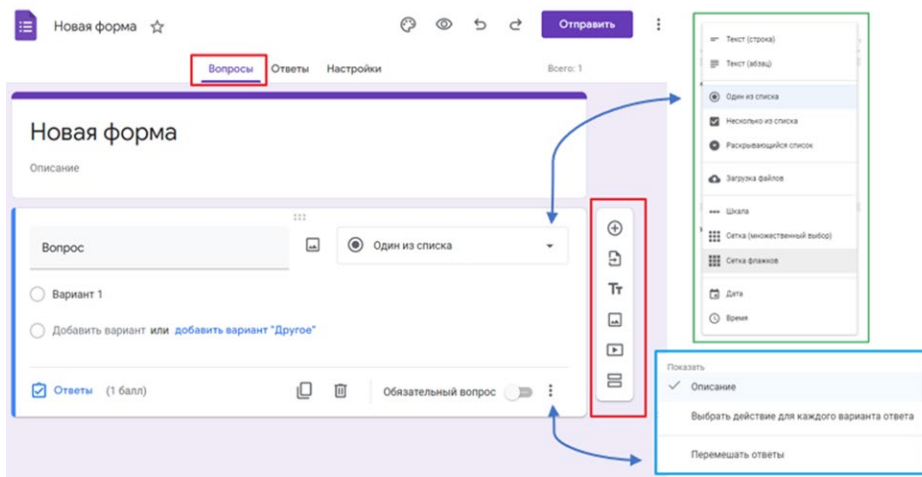


Рисунок 26. Вкладка «Вопросы»

В раскрывающемся списке с правой стороны вопроса можно выбрать один из 7 имеющихся типов ответа на вопрос:

- текст (строка или абзац) для записи краткого либо развернутого ответа;
- выбор одного ответа или нескольких ответов из предложенного списка;
- выбор ответа из раскрывающегося списка;
- выбор ранга ответа по шкале;
- выбор ячейки с ответом в таблице;
- выбор даты в календаре или точного времени.

Любой вопрос или вариант ответа можно сопроводить иллюстрацией, загрузив изображение с компьютера или видео с YouTube нажав на нужную иконку справа.

Вкладка «Ответы»

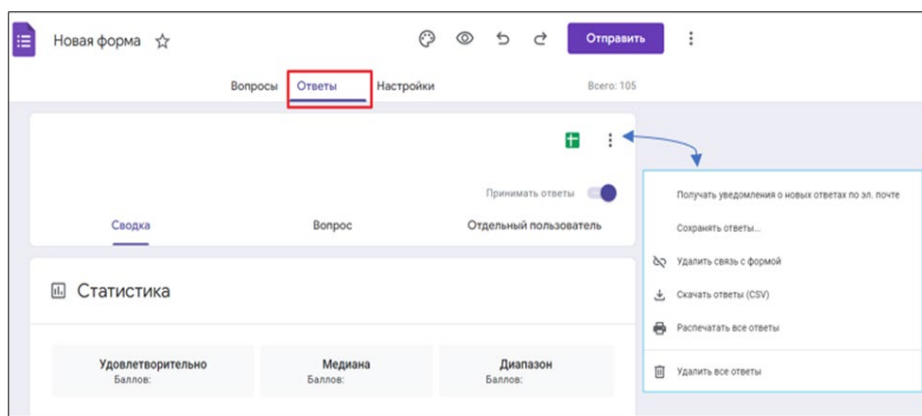


Рисунок 27. Вкладка «Ответы»

Данная вкладка доступна только автору опросника, и она позволяет:

- просматривать ответы всех респондентов или конкретного участника, или ответы на определенный вопрос;
- просматривать автоматически созданные системой сбора ответов, в том числе статистика, графика и диаграмма;
- создать и сохранить эксель файл с данными респондентов;
- ограничить прием ответов на вопросы, передвинув рычажок «Принимать ответы» влево, что уведомляет отвечающего о том, что форма закрыта, а ответы больше не принимаются;
- включить уведомление о новом респонденте.

Вкладка «Настройки»

Для выбора расширенных настроек формы пользователь может воспользоваться вкладкой «Настройки» в верхнем меню формы.

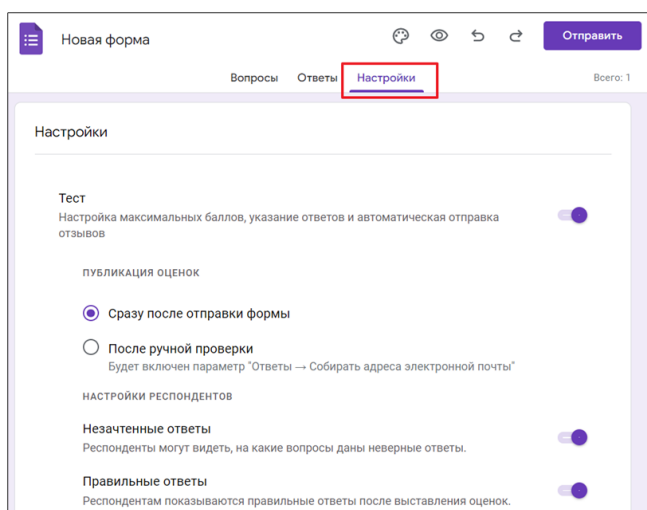


Рисунок 28. Вкладка «Настройки»

В данной вкладке пользователь может:

- назначить форму как «тест»;
- настроить сбор адресов электронной почты респондентов;
- разрешить или запретить респондентам повторную отправку формы и редактирование ответов;
- разрешить отвечающим в качестве обратной связи отслеживать верные и неверные варианты ответов, видеть количество баллов за каждый ответ;
- редактировать текст обратной связи при отправке респондентом заполненной формы;
- перемешивать вопросы.

Помните, при изменении настроек пользователь должен нажать кнопку «Сохранить».

Верхнее меню

В верхнем меню расположены иконки, которые указывают на функции оформления опросника, проверки и отправки респондентам.

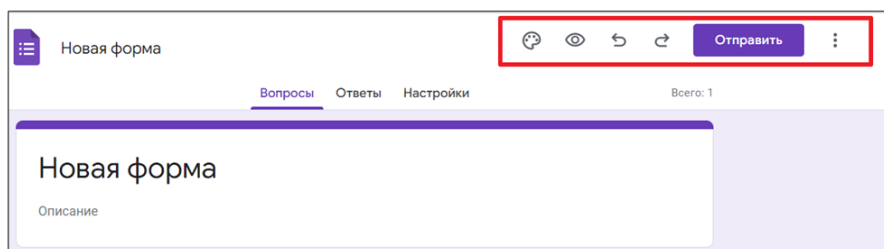


Рисунок 29. Верхнее меню

Иконка «Настройки темы» позволяет изменить активный цвет обложки, выбрать тематику обложки создаваемой формы или загрузить изображение с компьютера пользователя для оформления обложки.

С помощью иконки «Просмотр» можно предварительно просмотреть готовый опросник и убедиться, что не допущены какие-либо ошибки, опечатки и так далее, а также протестировать ответы. Для просмотра форма откроется в новой вкладке браузера.

Кнопка «Отправить» позволяет отправить форму респондентам.

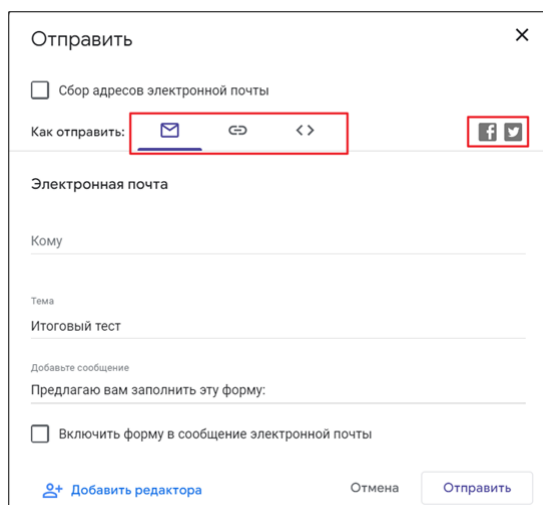


Рисунок 30. Меню «Отправить»

Форму можно отправить несколькими способами:

- распространив в социальных сетях (для этого в верхнем правом углу нужно нажать иконку выбранной сети и настроить уровень доступа);
- по электронной почте (при этом можно отправить в теле письма саму форму);
- предоставив респондентам ссылку на форму (можно поставить галочку для получения короткого адреса);

- при помощи кода, вставив форму в блог или на сайт (пользователь может изменить размеры формы для удобства размещения в блоге или на сайте).

В дополнительном меню (три точки) можно распечатать либо удалить форму, настроить совместный доступ для редактирования другими пользователями по ссылке. Для создания образца заполнения формы система предложит вернуться в поле редактирования и отметить либо вписать правильные ответы.

The image displays a Google Forms interface for a 'Итоговый тест' (Final Test). The form includes a header with a bookshelf illustration, a title, and introductory text: 'Уважаемый участник! С 28 февраля по 25 марта Вы прошли обучение в рамках проекта «SauattyKeleşek». Результаты данного теста конфиденциальны и будут использованы для оценки качества усвоения материалов обучения. Время выполнения теста – 30 минут. Тест будет открыт до 8 апреля 2022 г. Удачи!'. Below this is a login section for 'saattykelesek@gmail.com' with a 'Сменить аккаунт' link and a red asterisk indicating it is mandatory. There are input fields for 'ФИО *' and 'Эл. почта *', each with a 'Мой ответ' label and a 'Очистить' button. A 'Далее' button is at the bottom left, and a 'Очистить форму' button is at the bottom right.

A detailed view of a question is shown in an inset box. The question is: 'Что из перечисленного не относится к новым медиа? (выбрать все подходящие ответы) * 1 балл'. The options are:

- радио
- социальные сети
- онлайн СМИ
- телепередачи
- реклама

 Below this is another question: 'Материал, предназначенный для введения в заблуждение или причинения вреда: * 1 балл'. The options are:

- ложный контекст
- сфабрикованный материал
- ложное авторство
- все ответы верны

 At the bottom of the inset are 'Назад' and 'Отправить' buttons, and a 'Очистить форму' button.

The bottom part of the image shows the form after submission. The text reads: 'Итоговый тест', 'Ваш ответ принят. Спасибо!', and a 'Посмотреть баллы' button. At the very bottom, there is a footer with the text: 'Компания Google не имеет никакого отношения к этому контенту. Сообщение о нарушении - Условия использования - Политика конфиденциальности' and the 'Google Формы' logo.

Рисунок 31. Пример готового опросника

«Kahoot»

Игровой подход в обучении имеет свою эффективность по сравнению с традиционными методами. Игры нравятся людям разных возрастов, поэтому их используют во всех сферах обучения, в том числе в школах. За счет игры скучные задания становятся интересными, а сложные — простыми. Игры вовлекают учеников в процесс и облегчают восприятие информации.

Викторины для детей — это не просто вопросы из различных разделов знания. Это соревнование, борьба с самим собой, попытка ответить на большое количество вопросов за короткий промежуток времени. Благодаря интерактивным викторинам усиливается мотивация учиться, ведь каждый ученик захочет победить и получить награду [10].

В мире существуют различные платформы для создания и проведения интерактивных викторин (Kahoot, Quizizz, Quizlet, Gamilab, Blooket, Oodlu и др.) Все платформы работают почти по одному и тому же принципу.

Мы рассмотрим один из популярных сервисов по созданию и проведению интерактивных викторин «Kahoot».

Kahoot (Кахут) — виртуальное приложение для образовательных проектов. С его помощью можно создать тест, опрос, учебную игру или устроить марафон знаний.

Приложение работает как на компьютерах, так и на смартфонах. Сервис бесплатен для образовательных проектов, однако при этом часть расширенного функционала недоступна. Есть платные тарифы с полным набором функций. К сожалению, интерфейс Кахут пока не доступен на казахском и русском языках. Но тесты и викторины можно создавать на любом языке. Интерфейс приложения интуитивно прост и понятен. Для большего удобства пользователь может принудительно перевести интерфейс на нужный язык в браузере с помощью нажатия правой кнопки мыши.

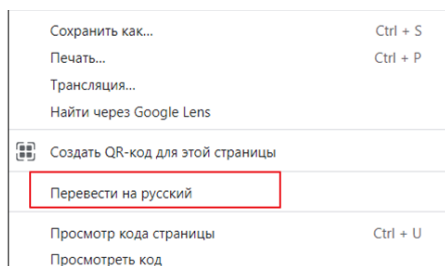


Рисунок 32. Меню принудительного перевода веб-страницы

Для начала работы с сайтом пользователю надо зарегистрироваться (Sign up) в Кахут (<https://kahoot.com/>). При этом указать, что пользователь Teacher (учитель) в школе (School).

Create an account

Sign up with your email


Email


Password


Sign up


I wish to receive information, offers, recommendations, and updates from Kahoot!

or

 Continue with Google

 Continue with Microsoft

 Continue with Apple

 Continue with Clever

Already have an account? [Log in](#)

By signing up, you accept our [Terms and Conditions](#). Please read our [Privacy Policy](#) and [Children's Privacy Policy](#).

I understand that I can withdraw my consent at any time and the withdrawal will not affect the lawfulness of the consent before its withdrawal, as described in the Kahoot! [Privacy Policy](#).

Рисунок 33. Окно регистрации пользователя

Сразу после регистрации Кахут предлагает пользователю подписаться на платную версию приложения. Если вы желаете использовать бесплатную версию, то нужно выбрать версию «Basic» (базовый), нажав кнопку «Continue for free» (продолжить бесплатно).

Basic

Get started with Kahoot! basics

- ✓ Create kahoots with quiz questions
- ✓ Assign student-paced kahoots
- ✓ Host and play kahoots
- ✓ Up to 50 players per game

Free Continue for free

Затем вы попадаете на страницу с популярными и новыми тестами и играми, созданными другими пользователями приложения. Для того чтобы создать свой тест, необходимо перейти в раздел «Create» (создать) или «Create Kahoot» (создать кахут). Вам также будут предложены готовые шаблоны. Вы можете выбрать шаблон или создать свой, выбрав «New Kahoot Create» (создать новый кахут).

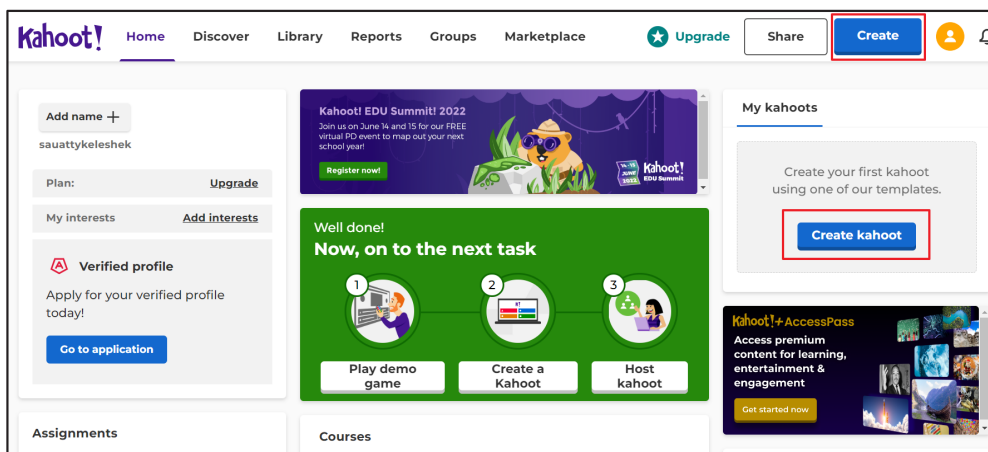


Рисунок 34. Интерфейс Кахут

Вам будет предложено выбрать, какой тест или игру вы хотите создать на компьютере. В бесплатной версии для учебных заведений есть два варианта:

- викторина (quiz)
- Правда или ложь (true or false)

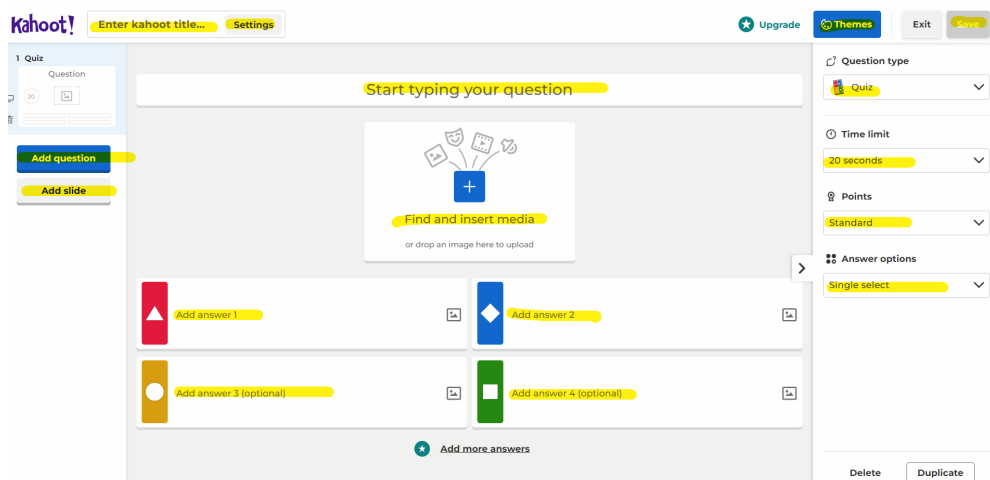


Рисунок 35. Меню викторины

В начале заполняем детали викторины, открыв меню «Настройки» (Settings), расположенное рядом с названием викторины (Enter kahoot title).

Kahoot summary

Title

1 63

Description (Optional)

2

Pro tip: a good description will help other users find your kahoot.

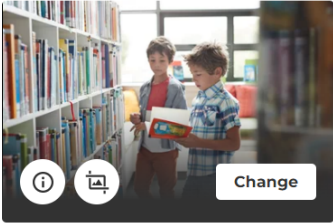
Save to

4 Change

Lobby video

6

Cover image 1



i 📷 Change

Language

5

Visibility 7

Private Public

Lobby music 8

9 Cancel
Done 10

Рисунок 36. Настройки

Далее открывается окно, где:

1. Title — **название** викторины
2. Description — **описание** (краткая информация) викторины
3. Cover image — **изображение** к тесту (можно выбрать из предложенных на сайте вариантов)
4. Save to — **сохранение в** определенной папке
5. Language — указание **языка** теста
6. Lobby video — возможность добавить **вступительное видео** к тесту (это может быть обращение учителя или вводный урок)
7. Visibility — аудитория, **кому виден тест** на сайте kahoot.it (private — личный, public - открытый для всех)
8. Lobby music — возможность настроить **музыку** при проведении викторины
9. Cancel — **отменить** настройки
10. Done — **сохранить** настройки

После настройки викторины заполняем форму с вопросами и ответами. Обратите внимание, что вопросы и ответы викторины должны быть не длиннее разрешенных символов (зависит от типа викторины). Можно использовать фото, добавив их к каждой карточке с вопросами.

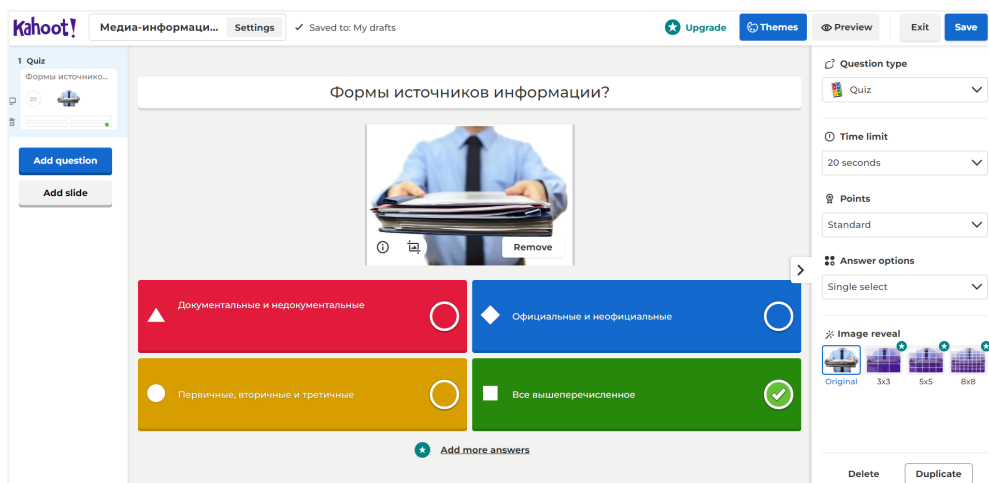
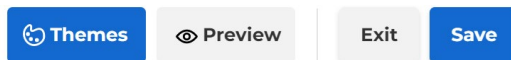


Рисунок 37. Создание викторины

Отмечаем правильный ответ, устанавливаем время (Time limit), например, 20 сек., после чего можем приступить к следующему вопросу нажав на кнопку «Add question». Вопросы могут быть неограниченного количества.

В верхнем меню расположены иконки, которые позволяют:

- изменить тематику обложки создаваемой викторины (Themes);
- произвести предварительный просмотр (Preview);
- закрыть форму викторины (Exit);
- сохранить викторину (Save).



Теперь, когда ваша викторина готова, можно ее запустить. Переходите в библиотеку готовых викторин (Library), выберите викторину и нажимайте на кнопку старт (Start), далее выберите классическую модель игры (Classic mode).

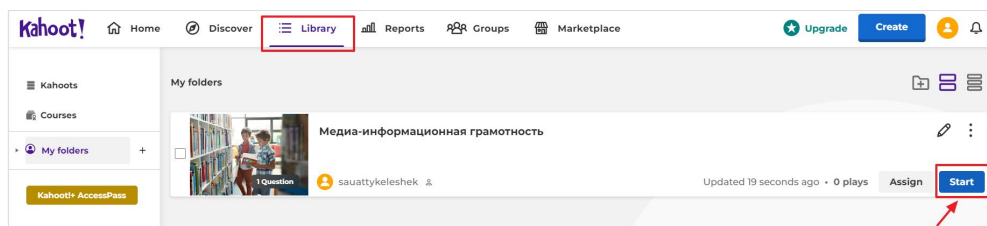


Рисунок 38. Библиотека готовых тестов и викторин

Тест можно пройти через мобильное приложение или на сайте сервиса (<https://kahoot.it/>). Для участия в тесте необходимо предоставить участникам пин-код для доступа к опросу. Участники вводят пин-код (Game PIN), указывают имена и ждут начала викторины. Как только все участники пройдут регистрацию, ведущий начинает игру с помощью кнопки старт (Start).

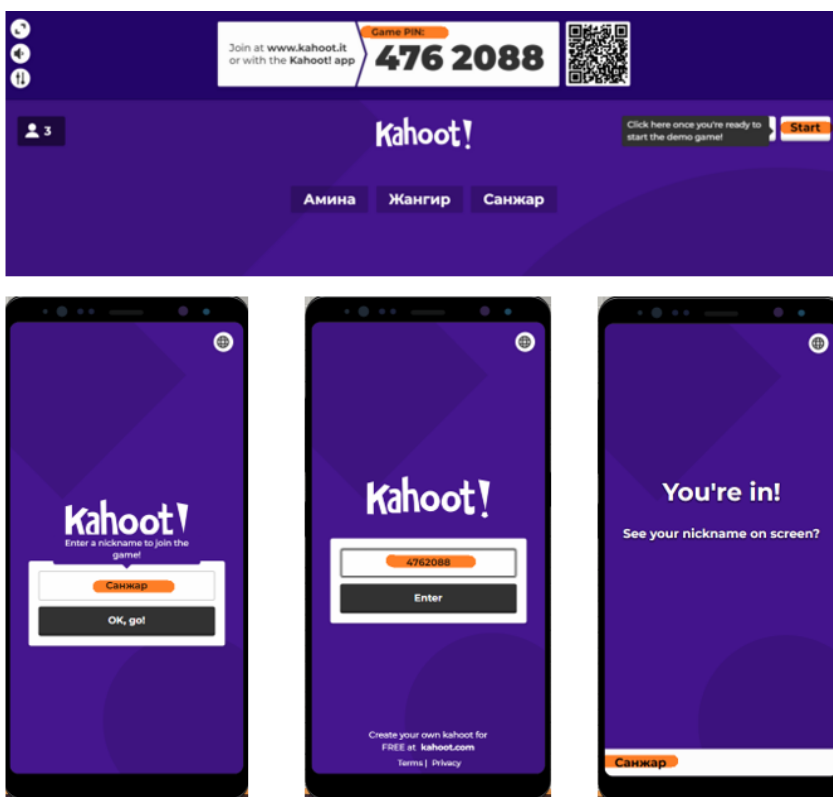


Рисунок 39. Проведение викторины/теста (<https://kahoot.it/>)

Обратите внимание, если при создании теста вы поставили ссылку на вступительное видео, игра начнется именно с этого видео. И его нельзя пропустить или прокрутить вперед. Ученик должен будет просмотреть его, и только потом получит доступ к викторине.

Вопросы с вариантами ответов будут отображаться на экране ведущего, в то время как на экране участников отображаются иконки с ответами. Если правильный ответ зеленого цвета, то участник выбирает иконку зеленого цвета.

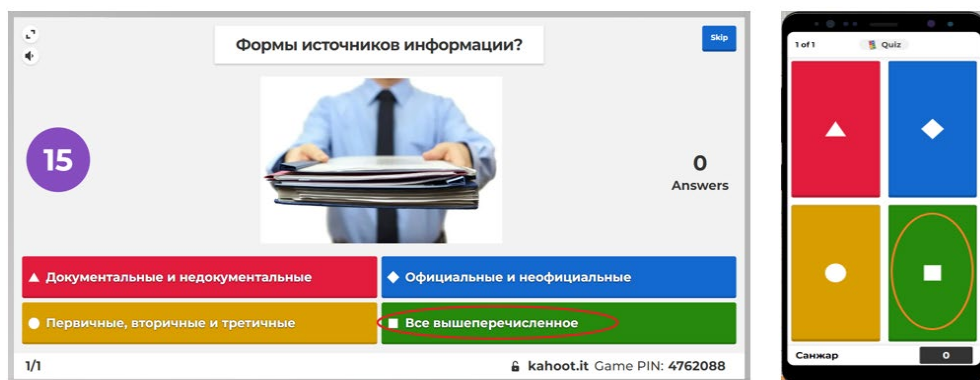


Рисунок 40. Пример отображения вопросов и ответов

После того, как все участники отвечают на вопрос, на экране ведущего открывается окно с правильными ответами.

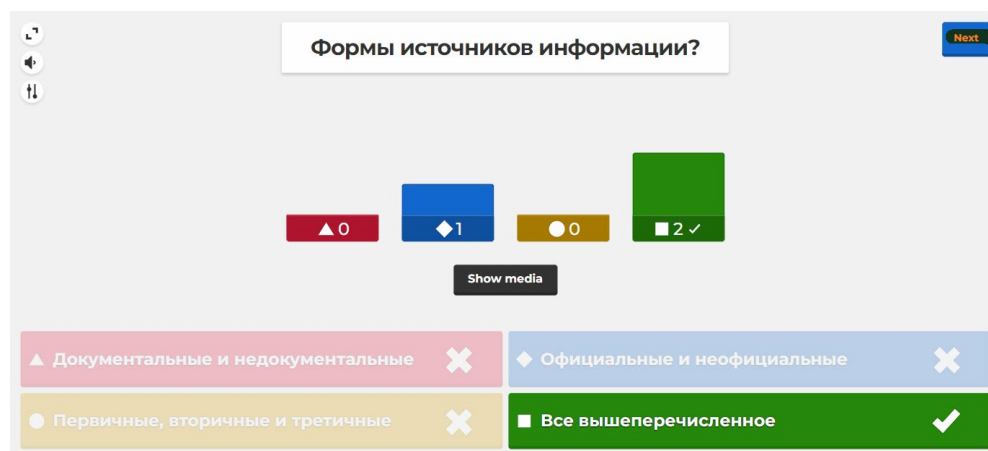


Рисунок 41. Краткий отчет

После нажатия «Next» появляется Табло с рейтингом участников.

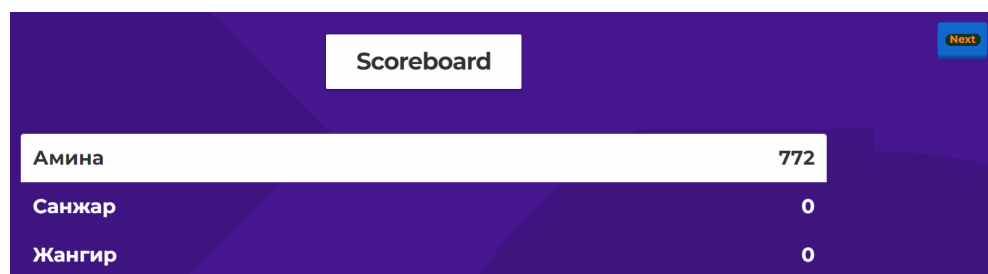


Рисунок 42. Рейтинге участников

Так продолжается до завершения викторины. При завершении викторины платформа автоматически определит трех победителей, что позволяет предоставить мгновенную обратную связь. Сразу после выполнения задачи учащийся узнает, выиграл он или потерпел поражение. Такая обратная связь дает ему возможность отслеживать свой прогресс.

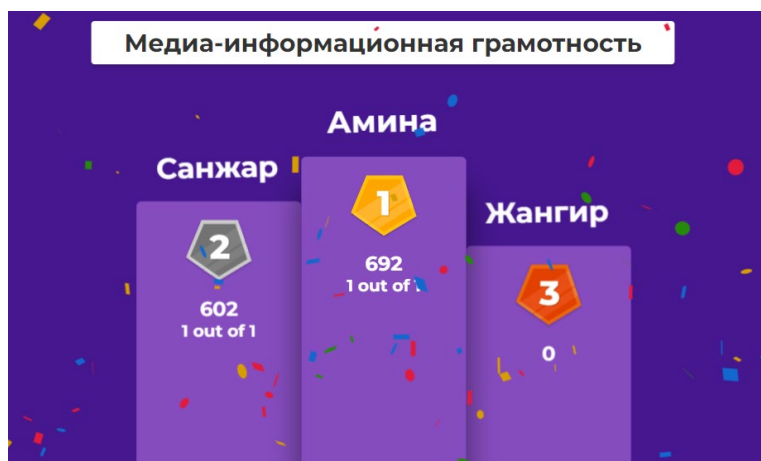


Рисунок 43. Победители



Задание 1: Составьте опросник из 8–10 вопросов на тему «Что нравится вам в библиотеке?» с помощью «Google формы». Параметры опросника задайте по усмотрению.

Задание 2: На сайте «Kahoot» создать викторину, состоящую из 10 вопросов, на тему «Методы поиска информации».

Итоговая проверка знаний



Уважаемый читатель!

Надеемся, что Вы успешно освоили содержание руководства. Для самоанализа и контроля полученных знаний, предлагаем пройти тест. Ответ на вопросы займет у вас приблизительно 10 минут. Правильные ответы можно найти в Приложении 6.

Удачи!

1. Информация — это: (выберите наиболее подходящий ответ)
 - а) это любые сведения, знания об объектах и явлениях окружающей среды, независимо от формы их представления, воспринимаемые с помощью органов чувств
 - б) это материальный носитель с зафиксированной на нем текстом, звукозаписью, видеозаписью или изображением предназначенный для их хранения, использования и передачи
 - в) документ, который очень кратко сообщает самые важные сведения и позволяет узнать, автора, тематику, и являющийся результатом труда автора
 - г) набор веб и печатных документов, объединенных в одно целое общей тематикой, оформлением и электронным адресом
2. Какой тип информации не соответствует общей логике предложенного списка?
 - а) визуальная
 - б) профессиональная
 - в) научно-познавательная
 - г) учебная
 - д) бытовая
3. Самый главный признак, который помогает отличить один веб сайт от другого — это:
 - а) название
 - б) электронный адрес
 - в) гиперссылки и веб страницы
 - г) тематика
4. Что потенциально может произойти с информацией, которая проходит множество информационных каналов, включая медиа?
 - а) повышение достоверности
 - б) формирование мнений
 - в) искажение и информационный шум
 - г) приобретение доступности
5. Укажите принцип, который не относится к цифровой доступности:
 - а) воспринимаемость
 - б) управляемость

- в) удобство
- г) понятность
- д) надежность

6. Какие основные каналы восприятия информации человеком используются в современных технологиях?

- а) зрение, слух и осязание
- б) зрение, вкус и осязание
- в) зрение, слух и обоняние
- г) зрение, обоняние и осязание
- д) зрение, вкус и слух

7. Реклама, как вид печатных и онлайн медиа не несет опасности, вы согласны?

- а) неверно
- б) верно

8. Что из перечисленного не относится к новым медиа? (выберите все правильные ответы)

- а) радио
- б) социальные сети
- в) онлайн СМИ
- г) телепередачи
- д) реклама

9. Соотнесите термин и определение.

- а) мнение
- б) новость
- в) пропаганда
- г) информирование

1. сообщения в виде статей, заметок, репортаж, приводящие факты, актуальные, своевременные, свежие, незнакомые, интересные, необычной, персонифицированные
2. сообщения, содержащие анализ и комментарии фактов, которые могут быть в виде обзоров и рецензий
3. предоставление данных о каком-либо событии, деятельности, которое оставляет за воспринимающим право осмысления полученной информации
4. распространение и постоянное разъяснение идей, взглядов, знаний; агитация, популяризация; идейное влияние на широкие массы или определенные группы людей; предлагает собственный вариант осмысления событий и фактов с целью изменение мировоззрения

10. Медийная грамотность способствует: (выберите все подходящие ответы)

- а) принятию решений с учетом полноты полученной информации
- б) познанию окружающего мира
- в) формированию чувства причастности к сообществу
- г) поддержки общественного дискурса

11. Что является общим для информационной и медийной грамотности?

- а) поисковые навыки

- б) осознанное взаимодействие с информацией, информационными источниками вне зависимости от формы
 - в) обучение на протяжении всей жизни
 - г) все перечисленное
12. Комплекс знаний, умений и навыков, связанных с информацией и необходимых для жизни и работы в XXI веке, объединенных в понятие МИГ, не касаются музеев и архивов, а библиотекари могут участвовать в формировании МИГ в отличие от учителей. Вы согласны с данным утверждением?
- а) верно
 - б) неверно
13. Согласно принципам МИГ: (выбрать все верные ответы)
- а) роль информации и медиаресурсов первична
 - б) Любой человек имеет возможность понять функции медиа и других поставщиков информации
 - в) любой человек имеет возможность критически оценивать содержание
 - г) любой человек имеет возможность принимать обоснованные решения как пользователь и производитель информации и медиа-контента
 - д) обучение в течение всей жизни
14. Назовите атрибуты общества знаний (выберите все правильные ответы):
- а) члены общества не знают, где и как искать, оценивать и получать информацию
 - б) библиотекарь объединяет традиционные функции, роль посредника знаний и менеджера знаний
 - в) технологии внедряются во все сферы жизнедеятельности
 - г) производимая информация, необходимая для его функционирования, достаточна, качественна, достоверна
15. На какие локальные и международные документы стоит опираться при разработке программ и продвижении МИГ? Выберите все правильные ответы.
- а) Семь столпов информационной грамотности (SCONUL)
 - б) Стандарты компетенции информационной грамотности для высшего образования (ACRL)
 - в) Руководство по информационной грамотности для образования на протяжении всей жизни (ЮНЕСКО)
 - г) Концепция обучения в течение всей жизни Республики Казахстан
 - д) Руководство по общим стандартам разработки программ обучения медийной и информационной грамотности ЮНЕСКО
 - е) Педагогические аспекты формирования медийной и информационной грамотности ЮНЕСКО
 - ж) Закон об авторском праве и смежных правах Республики Казахстан
 - з) Методические рекомендации по оформлению письменных работы
16. Информационные потребности зависят от:
- а) трудовой деятельности
 - б) дисциплины
 - в) области интересов
 - г) все варианты
 - д) все, кроме варианта “дисциплины”

17. Поиск документов по определенной теме с использованием ключевых слов — это:

- а) адресный поиск
- б) фактографический поиск
- в) тематический поиск
- г) словарный поиск

18. Запрос в поисковой системе для нахождения интересующей информации — это:

- а) ключевые слова
- б) альтернативные ключевые слова
- в) булевы операторы
- г) все варианты
- д) все, кроме варианта “булевы операторы”

19. Булевы оператор, используемый в поисковой системе, чтобы расширить результат поиска — это:

- а) И
- б) НЕ
- в) ИЛИ
- г) И НЕ

20. Каким образом нужно ввести ключевую фразу для получения результата, содержащего точный набор ключевых слов, без каких-либо изменений и синонимов?

- а) в скобках
- б) в кавычках
- в) в квадратных скобках
- г) используя знак звездочки (*) в конце фразы
- д) используя знак решётки (#) в конце фразы

21. Назовите свойства качественной информации:

- а) достоверность, полнота, точность, полезность, необходимость информации
- б) достоверность, полнота, точность, полезность, новизна информации
- в) достоверность, полнота, точность, востребованность информации
- г) достоверность, полнота, точность, креативность информации

22. Перевод слова “критический” с греческого языка означает:

- а) оцениваю, рассуждаю
- б) рассуждаю, оцениваю
- в) сужу, рассуждаю
- г) исследую, рассуждаю

21. На какие вопросы отвечает факт?

- а) «Сколько?», «Когда?», «Где?», «Кто?»
- б) «Почему?», «Как?», «Кем?», «Что?»
- в) «Зачем?», «Когда?», «Что?», «Кто?»
- г) «Сколько?», «Когда?», «Зачем?», «Кем?»

22. Интерпретация событий, фактов для создания определенного образа социальной и политической реальности, который затем внедряется в общественное сознание, это:

- а) новости
- б) мнение
- в) реклама
- г) манипуляция

23. Процесс активного и умелого осмысления, применения, анализа, синтеза и/или оценки информации, это:

- а) медиа грамотное мышление
- б) творческое мышление
- в) критическое мышление
- г) активное мышление

24. Выберите атрибут прямого цитирования:

- а) кавычки
- б) апостроф
- в) запятая
- г) косая линия

25. Соотнесите свойство текста и определение:

- а) связность текста
- б) осмысленность текста
- в) целостность текста
- г) структурированность текста

1. свойство текста, определяющее единство его темы и содержания
2. свойство текста, отражающее наличие у него смысла, смысловой нагрузки
3. свойство текста, определяющее его возможность разделения на составные части, связанные между собой в единое целое
4. свойство текста, характеризующее связь элементов текста (слов, предложений, абзацев) в единое целое

26. Укажите способ изложения текста:

- а) пересказ
- б) цитирование
- в) рассуждение
- г) все ответы верны

27. Выдача чужого произведения за свое — это:

- а) прямое цитирование
- б) плагиат
- в) перефразирование
- г) дезинформация

28. Материал, предназначенный для введения в заблуждение или причинения вреда, — это:

- а) материал с ложным контекстом
- б) сфабрикованный материал
- в) подтасованный материал
- г) все варианты

- д) все варианты, кроме “материал сложным контекстом”
29. Что из нижеперечисленного не является маркетинговым инструментом коммуникации?
- а) веб-сайт
 - б) социальные сети
 - в) электронная почта
 - г) электронные учебники
30. К невербальным средствам коммуникации относятся:
- а) знаки и жесты
 - б) рисунки и фотографии
 - в) речь и тексты
 - г) все варианты, кроме “рисунки и фотографии”
 - д) все варианты, кроме “речь и тексты”
31. Технический элемент электронного письма, который должен содержать важные контактные данные, это:
- а) тема письма
 - б) основное содержание
 - в) подпись
 - г) все варианты
32. Цель присутствия библиотек в социальных сетях — это:
- а) продвижение деловой карьеры библиотекаря
 - б) информирование и неформальная коммуникация
 - в) отчет для руководителя о проделанной работе
 - г) все варианты
33. Если скачать изображение с фотостока Фрипик (Freepik.com) в бесплатном режиме, то его необходимо атрибутировать.
- а) правда
 - б) ложь
34. Для каких пользователей рисунки, видео и аудиозаписи могут быть более доступной альтернативой к текстовому контенту? Исключите неверный вариант:
- а) с когнитивными нарушениями
 - б) с дислексией
 - в) нарушениями слуха
 - г) с нарушениями речи
35. Что из перечисленного не используется в качестве дополнительного описания значимой визуальной информации:
- а) аудиодескрипция
 - б) альтернативный текст
 - в) тифлокомментарий
 - г) текстовый эквивалент
36. Что из перечисленного относится к текстовым эквивалентам для аудиоинформации:
- а) субтитры
 - б) стенограммы

- в) транскрипты
 - г) все перечисленное
37. Какие цвета не рекомендованы к использованию в определенных контекстах для создания доступного контента для людей с нарушениями здоровья?
- а) черный, зеленый, желтый и светло-серый
 - б) синий, зеленый, желтый и светло-серый
 - в) красный, зеленый, желтый и светло-серый
 - г) розовый, зеленый, желтый и серый
38. Нетекстовые эквиваленты к тексту — это:
- а) рисунки, видео и аудиозаписи
 - б) рисунки, видео и текст
 - в) рисунки, видео и субтитры
 - г) рисунки, видео и транскрипты
39. Программа, предназначенная для создания, просмотра, редактирования и форматирования текстов:
- а) Microsoft Word
 - б) Microsoft Excel
 - в) Microsoft Visio
 - г) Microsoft PowerPoint
40. Визуальный материал, помогающий вести рассказ.
- а) векторный рисунок
 - б) презентация
 - в) видео с субтитрами
 - г) все перечисленное
41. Программа для работы с электронными таблицами:
- а) Microsoft Word
 - б) Microsoft Excel
 - в) Microsoft Visio
 - г) Microsoft PowerPoint
42. Для использования сервиса Google Workspace необходимо иметь:
- а) подписку
 - б) учетную запись Gmail
 - в) учетную запись iCloud
 - г) все перечисленное
43. В какой из перечисленных программ есть возможность вставки диаграммы:
- а) Microsoft Word
 - б) Microsoft Excel
 - в) Microsoft PowerPoint
 - г) во всех перечисленных

Использованные источники

1. Абдыкаимов З. Почему программа цифровизации обошла стороной людей с инвалидностью и какими возможностями обладает государство для исправления ситуации? [Электронный ресурс] / Власть. — 2020. — Режим доступа: <https://vlast.kz/avtory/42814-pocemu-programma-cifrovizacii-obosla-storonoj-ludej-s-invalidnostu.html>
2. Амина С. Топ 15 формул в EXCEL [Электронный ресурс]. / Сю Амина // ОфисГуру. Журнал новых технологий. — 2020. — Режим доступа: <https://office-guru.ru/excel/formuly-funkcii/top-15-formul-v-excel.html>. — (Дата обращения: 03.02.2022).
3. Асанбаева Г. Учебное пособие по медиаграмотности для преподавателей высших учебных заведений Казахстана. — Алматы: Internews, 2019. — 250 с.
4. Бакина Н.С. История Казахстана: учебник для 7 (6) класса общеобразовательной школы / Н.С. Бакина, Н.Т. Жанакова. — Алматы: Атамұра, 2017. — 240 с.
5. Библиотека в соцсетях: 5 принципов контент-маркетинга и 7 бесплатных способов расширения аудитории [Электронный ресурс] // ЛаЛаЛань. — Режим доступа: <https://lala.lanbook.com/biblioteka-v-socsetyah-5-principov-marketinga-7-sposobov-rasshireniya-auditorii>. — (Дата обращения: 07.02.2022).
6. Большой Энциклопедический словарь [Электронный ресурс] // Академик.ру. — 2022. — Режим доступа: <https://academic.ru/>. — (Дата обращения: 22.02.2022)
7. Влияние СМИ на психическое развитие, здоровье и психологическое благополучие детей и подростков / МБОУ «СОШ №7, 2022. — Режим доступа: <http://7-school.ru/informatsionnaya-bezopasnost/vliyanie-smi-na-rodostkov>. — Дата обращения: 25.01.2022)
8. Вставка разрыва раздела [Электронный ресурс] // Microsoft: [официальный сайт]. - Режим доступа: <https://support.microsoft.com/ru-ru/office/vstavka-razryva-razдела-eef20fd8-e38c-4ba6-a027-e503bdf8375c>. — (Дата обращения: 04.02.2022).
9. В ЮНЕСКО приняли пять законов медийной и информационной грамотности. ЮНЕСКО, 2018. — <http://ru.unesco.kz/unesco-launches-five-laws-of-media-and-information-literacy-mil>
10. Геймификация в обучении: как превратить курс в интересную игру [Электронный ресурс] // Unicraft - платформа для онлайн обучения. — 2022. — Режим доступа: <https://www.unicraft.org/blog/7209/geymifikatsiya-v-obuchenii/#7>. — (Дата обращения: 11.04.2022)
11. Гендина Н.И. Основы информационной культуры школьника: учебно-методический комплекс для учащихся 5–7-х классов общеобразова-

- вательных организаций / Н.И. Гендина, Е. В. Косолапова. – М.: РШБА, 2017. – 432 с.
12. Гендина Н.И. Основы информационной культуры школьника: учебно-методический комплекс для учащихся 4-х классов общеобразовательных учебных заведений / Н.И. Гендина, Е. В. Косолапова. — М.: РШБА, 2012. — 200 с. — (Межрегиональная научно-практическая конференция «Библиотека и формирование и информационной культуры общества»)
 13. Гладков, И. С. Менеджмент. 3-е издание. Учебное пособие. / И. С. Гладков. — Проспект, 2015. — 317 с.
 14. Дворовенко О.В. Библиотеки в системе виртуального маркетинга // ТРУДЫ СПБГИК. — 2015. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/biblioteki-v-sisteme-virtualnogo-marketinga>. — (Дата обращения: 13.03.2022).
 15. Дети в информационном обществе: информационно-методическое пособие – Нур-Султан: Издательство ИП «БиКА», 2019. — 66 с.
 16. Дети на «темной стороне» Интернета [Электронный ресурс] // Новости Kapital.kz. — 2014. — Режим доступа: <https://kapital.kz/business/30623/deti-na-temnoy-storone-interneta.html>. — (Дата обращения: 25.01.2022)
 17. Дубына В. Почему стоит посещать библиотеку, какие преимущества вы получите [Электронный ресурс] // Реальные книги. — Режим доступа: <https://r-book.club/best/knigochtenie/biblioteka.htm>. — (дата обращения: 20.03.2022).
 18. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. — М.: Русский язык, 2000.
 19. Замечания общего порядка №2 (2014): Статья 9 «Доступность» [Электронный ресурс]: CRPD/C/GC/2 от 31 марта — 11 апреля 2014 г. // Управление Верховного комиссара ООН по правам человека: [официальный сайт]. — Режим доступа: <https://www.ohchr.org/RU/HRBodies/CRPD/Pages/gc.aspx>. — (Дата обращения: 19.02.2022).
 20. Интерактивные технологии в образовании [Электронный ресурс] // Polymedia. – Режим доступа: <https://www.polymedia.ru/o-kompanii/statii/interaktivnyye-tehnologii-v-obrazovanii/>. — (Дата обращения: 11.04.2022)
 21. Инфлюэнсер [Электронный ресурс] // Википедия. Свободная энциклопедия. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Инфлюэнсер>. — (Дата обращения: 19.02.2022)
 22. Каипова А. Достопримечательности Казахстана [Электронный ресурс] / А. Каипова. // Мультиурок. — 2019. —Режим доступа: <https://multiurok.ru/files/dostoprimechatelnosti-kazakhstan.html>. — (Дата обращения: 27.01.2022).
 23. Как включить у ребёнка «детектор спама». Учим отличать вредную информацию в сети от полезной [Электронный ресурс] // МЕЛ. — 2018.

- Режим доступа: <https://mel.fm/blog/vizual-club/58130-kak-vklyuchit-u-rebenka-detektor-spama-uchim-otlichat-vrednyuyu-informatsiyu-v-ceti-ot-poleznoy>. — (Дата обращения:25.01.2022)
24. Карась Л. Осознанное потребление информации: как защитить себя от fake facts [Электронный ресурс] // Theory&Practice. — 2022. — Режим доступа: <https://theoryandpractice.ru/posts/17983-osoznannoe-potreblenie-informatsii-kak-zashchitit-sebya-ot-fake-facts>. — (Дата обращения 25.02.2022).
25. Колесов А. Операционная система и офисные функции / С. Колесов // Наука и жизнь. - 2020. - №6.
26. Конвенция о правах инвалидов: резолюция Генер. Ассамблеи 61/106 от 13 дек. 2006 г. [Электронный ресурс] // Организация Объединенных наций: [официальный сайт]. — Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/disability.shtml. — (Дата обращения: 19.02.2022).
27. Котлер Ф. Келлер К. Л. Маркетинг Менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. / Пер. с англ. под науч. ред. С. Г. Жильцова. — СПб.: Питер, 2014. — С. 389. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/133/37219/>. — (Дата обращения: 25.03.2022).
28. Медийно-информационная грамотность [Электронный ресурс] // ИИТО ЮНЕСКО. — 2022. — Режим доступа: <https://iite.unesco.org/ru/mig/>. — (Дата обращения:25.01.2022)
29. Медиа и информационная грамотность в обществах знания / Сост. Кузьмин Е. И., Паршакова А. В. — М.: МЦБС, 2013. — 384 с.
30. Медиа и информационная грамотность. Учебное пособие для 9–11 классов. Издание для апробации. / П. В. Банников, О. Гороховский, Т. Соколова, И. М. Печищев, Д. Радзявичус, А. Усупбаева., Д. П. Шишкин. — Алматы: ОФ «Международный центр журналистики «MediaNet», 2019. — 152 с., илл.
31. Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов. ЮНЕСКО, 2012. — <https://iite.unesco.org/ru/publications/3214706-ru/>
32. Медийно-информационная грамотность в цифровом мире: как научить учителей. Сборник статей / ред. Ю.Ю. Черный, Т.А. Мурована. — Москва: Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании, Программа ЮНЕСКО «Информация для всех». — 2021. — 81 с.
33. Мрочко Л.В. Информационные потребности и интересы личности: связь и соподчинение общего и частного / Л.В. Мрочко, А. И. Пирогов // Экономические и социально-гуманитарные исследования. — 2016. — № 3 (11). — С. 125–129.
34. Оруджева Э. Как работают привычки и почему у нас не получается их изменить? Объясняет нейробиолог [Электронный ресурс]. / Э. Оруджева //

- Афиша Daily. — Режим доступа: <https://daily.afisha.ru/relationship/20405-kak-rabotayut-privyчки-i-pochemu-u-nas-ne-poluchaetsya-ih-izmenit-obyasnyayet-neurobiolog/>. — (Дата обращения: 03.02.2022).
35. Педагогические аспекты формирования медийной и информационной грамотности. — UNESCO, 2012. — 142 с.
 36. Пособие по медиаграмотности для преподавателей вузов высших учебных заведений Казахстана. — Алматы: Интерньюс, 2019. — 250 стр.
 37. Почтовая рассылка как эффективный инструмент продвижения библиотеки. Методические рекомендации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.mbukcbs.ru/images/kollegam/metodicheskie/potsh_ras.pdf. — (Дата обращения: 11.03.2022)
 38. Правила переговоров: как писать электронные письма [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://vc.ru/flood/33685-pravila-переговорov-kak-pisat-elektronnye-pisma>. — (Дата обращения: 15.03.2022)
 39. Ржеусский А. И. Комплексные маркетинговые коммуникации в НТБ Национального университета «Львовская политехника» [Электронный ресурс] / А. В. Ржеусский, Н. Э. Кунанец // Научные и технические библиотеки. - 2013. - №7. - М.: Научные и технические библиотеки, 2013. — Режим доступа: chrome-extension://efaidnbmnnnibpccaipjcgclcfindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.elibrary.ru%2Fdownload%2Felibrary_20170691_33265969.pdf&clen=2624620&chunk=true, свободный. — Загл. с экрана. — (Дата обращения: 22.02.2022)
 40. Руководство по обеспечению доступности веб-контента [Электронный ресурс] // Консорциум всемирной паутины (W3C): [официальный сайт]. — Режим доступа: <https://www.w3.org/Translations/WCAG20-ru/>. — (Дата обращения: 01.02.2022).
 41. Руководство по общим стандартам разработки программ обучения медийно-информационной грамотности [Электронный ресурс] / ЮНЕСКО. — Режим доступа: https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/files/2022/02/Global%20Standards%20for%20Media%20and%20Information%20Literacy%20Curricula%20Development%20Guidelines_RU.pdf. — (Дата обращения: 22.03.2022).
 42. Руководящие принципы создания доступной информации. ИКТ для доступности информации в обучении (ICT4IAL) [Электронный ресурс] // Европейское агентство по вопросам инклюзивного образования и образования лиц с особыми потребностями: [официальный сайт]. — 2015 Режим доступа: https://www.ict4ial.eu/sites/default/files/Guidelines%20for%20Accessible%20Information_RU.pdf. — (Дата обращения: 19.02.2022).
 43. Сергейчик П.М. Информационная грамотность в цифровом образовании: философско-антропологический подход [Электронный ресурс] / Методологический семинар АППО 29.03.2021. — Режим доступа:

- <https://spbappo.ru/wp-content/uploads/2021/03/Сергейчик-Е.-Информационная-грамотность.pdf>. — (Дата обращения: 22.02.2022).
44. Стратегия поиска информации в Интернете [Электронный ресурс] / Инфоурок. — 2022. — Режим доступа: <https://infourok.ru/strategiya-poiska-informacii-v-seti-internet-1980844.html>. — (Дата обращения: 22.02.2022)
 45. Тамилина Д. История презентаций: эпоха до появления Powerpoint (Часть 1) [Электронный ресурс]. / Д. Тамилина // PRESIUM BLOG. — Режим доступа: <https://presium.pro/blog/presentation-history-part-1>. — (Дата обращения: 03.02.2022).
 46. Фейк: вышки 5G распространяют коронавирус и убивают птиц [Электронный ресурс] // МИА «Казинформ». — 2022. — Режим доступа: https://lenta.inform.kz/ru/feyk-vyshki-5g-rasprostranyayut-koronavirus-i-ubivayut-ptic_a3889851. — (Дата обращения: 22.02.2022)
 47. Что такое критическое мышление? [Электронный ресурс] // РБК Тренды. — Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/education/5e0608ea9a7947fa3c1bcf34>. — (Дата обращения: 20.03.2022)
 48. Что такое Digital маркетинг [Электронный ресурс] // Mango Office. — Режим доступа: <https://www.mango-office.ru/products/calltracking/for-marketing/osnovy/digital-marketing/> (Дата обращения: 19.02.2022).
 49. Шамардин, А., Зубарев, Ю. Энциклопедический словарь терминов по менеджменту, маркетингу, экономике, предпринимательству: Том I [Электронный ресурс] // Litres.ru. — Режим <https://www.litres.ru/a-i-shamardin/enciklopedicheskiy-slovar-terminov-po-menedzhmentu-marketingu-ekonomike-predprinimatelstvu-tom-ii/chitat-onlayn/> (Дата обращения: 19.02.2022).
 50. 10 бесплатных инструментов для рассылки [Электронный ресурс] // Tilda Education. — Режим доступа: <https://tilda.education/articles-email-marketing-services>. — (Дата обращения: 14.03.2022)
 51. 17 сервисов и инструментов для бесплатного запуска email-рассылки [Электронный ресурс] // Digital Academy. — Режим доступа: <https://digital-academy.ru/blog/kak-zapustit-email-rassilku-besplatno>. — (Дата обращения: 14.03.2022)
 52. 50 бесплатных сайтов для ваших проектов графического дизайна в 2020 году | Бесплатные Графика, Фото и Видео стоки, Шрифты, Макеты и не только [Электронный ресурс]. — 2021. — Режим доступа: <https://techblog.sdstudio.top/50-besplatnyh-sajtov-dlja-vashih-proektov-graficheskogo-dizajna-v-2020-godu-besplatnye-grafika-foto-i-video-stoki-shrifty-makety-i-ne-tolko/>. — (Дата обращения: 14.03.2022)
 53. Crawford S. Information needs and uses // Annual Review of Information Science and Technology. — 1978. — №13. — P. 61-81.
 54. Dealing with Propaganda, misinformation and fake news [Electronic resource] / Council of Europe. — 2021. — Retrieved from: <https://www.coe>.

- int/en/web/campaign-free-to-speak-safe-to-learn/dealing-with-propaganda-misinformation-and-fake-news. — (Date of access: 25 January 2022)
55. Defining Critical Thinking [Electronic resource] / Retrieved from <https://www.criticalthinking.org/pages/defining-critical-thinking/766>. — (Date of access 25 January 2022)
56. Elder L., Paul R. Critical Thinking: Competency Standards Essential for the Cultivation of Intellectual Skills, Part 1 //Journal of Developmental Education. — 2010. — Т. 34. — №. 2. — С. 38–39.
57. Global Media and Information Literacy Week [Electronic resource] / UNESCO. — 2022. — Retrieved from: <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy-week>. — (Date of access: 25 March 2022)
58. Media and Information literacy for teachers [Electronic resource] / UNAOC. — Retrieved from: <http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/>. - (Date of access: 25 February 2022).
59. Media and Information literacy [Libguide]. - Retrieved from: <https://nu.kz.libguides.com/MIL>. — (Date of access: 25 February 2022).
60. Microsoft Office Professional Plus [Electronic resource] / DLHStore. (n.d.). — 2019. — Retrieved from: <https://www.dlhstore.com/en/projects/6244/microsoft-office-professional-plus-2019---5-pc--user-mak.html> (Date of access: 27 April 2022)
61. Search Engine Market Share Worldwide [Electronic resource] / Statcounter GlobalStats. — 2022. — Retrieved from: <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/>. — (Date of access: 23 April 2022)
62. World Report on Disability [Электронный ресурс] / World Health Organization, the World Bank // Всемирная организация здравоохранения: [официальный сайт]. — Режим доступа: https://www.who.int/disabilities/world_report/2011/report.pdf. — (Date of access: 19 February 2022).

Домашнее задание

(Модуль 2, раздел 1, стр. 65)

Группа А

Ситуация: Вам нужно помочь ученику 5А класса, который ищет материалы для подготовки работы для участия в конкурсе “Памятные места моей Родины”.

1. Выделите ключевые слова. Определите альтернативы ключевых слов.
2. Определите тип информации (источника). Найдите статью/картинку/исторические источники/справочники/энциклопедии.
3. Определите ресурс для поиска информации. Где будете искать информацию?
4. Выберите Расширенный поиск
5. Введите “первое ключевое слово” используйте булевой оператор И (по умолчанию) “второе ключевое слово” (поля остаются необязательными)
6. Напишите количество результатов поиска _____.
7. Попробуйте изменить булевой оператор “И” на “ИЛИ”.
8. Напишите количество результатов поиска _____.
9. Какой оператор дал больше результатов, оператор И или ИЛИ? Объясните свой ответ:

-
10. Сузить результаты поиска, используя любой из параметров фильтров, таких как дата публикации, тип источника, язык и т. д. Напишите ваш результат: _____.

Группа Б

Ситуация: Вам нужно помочь ученику 8 В класса, который готовит презентацию на тему “Мое хобби - тик-ток видео”.

1. Выделите ключевые слова. Определите альтернативы ключевых слов.
2. Определите тип информации (источника). Найдите статью/картинку/исторические источники/справочники/энциклопедии.
3. Определите ресурс для поиска информации. Где будете искать информацию?
4. Выберите Расширенный поиск
5. Введите “первое ключевое слово” используйте булевой оператор И (по умолчанию) “второе ключевое слово” (поля остаются необязательными)

6. Напишите количество результатов поиска _____.
7. Попробуйте изменить булевой оператор “И” на “ИЛИ”.
8. Напишите количество результатов поиска _____.
9. Какой оператор дал больше результатов, оператор И или ИЛИ?
Объясните свой ответ:

10. Сузить результаты поиска, используя любой из параметров фильтров, таких как дата публикации, тип источника, язык и т. Д. Напишите ваш результат: _____.

Группа В

Ситуация: Вам нужно помочь учителю найти материал для участия в научном проекте “Влияние школьной формы на эстетику восприятия моды учащимися”

1. Выделите ключевые слова. Определите альтернативы ключевых слов.
2. Определите тип информации (источника). Найдите статью/картинку/исторические источники/справочники/энциклопедии.
3. Определите ресурс для поиска информации. Где будете искать информацию?
4. Выберите Расширенный поиск
5. Введите “первое ключевое слово” используйте булевой оператор И (по умолчанию) “второе ключевое слово” (поля остаются необязательными)
6. Напишите количество результатов поиска _____.
7. Попробуйте изменить булевой оператор “И” на “ИЛИ”.
8. Напишите количество результатов поиска _____.
9. Какой оператор дал больше результатов, оператор И или ИЛИ?
Объясните свой ответ:

10. Сузить результаты поиска, используя любой из параметров фильтров, таких как дата публикации, тип источника, язык и т. Д. Напишите ваш результат: _____.

Группа Г

Ситуация: Вам нужно помочь ученику 11 Б класса, найти определение терминов “инклюзия”, “цифровая доступность”, “электронное правительство”, “школа”, “закон” для вводной части реферата.

1. Выделите ключевые слова. Определите альтернативы ключевых слов.

2. Определите тип информации (источника). Найдите статью/картинку/исторические источники/справочники/энциклопедии.
3. Определите ресурс для поиска информации. Где будете искать информацию?
4. Выберите Расширенный поиск
5. Введите “первое ключевое слово” используйте булевой оператор И (по умолчанию) “второе ключевое слово” (поля остаются необязательными)
6. Напишите количество результатов поиска _____.
7. Попробуйте изменить булевой оператор “И” на “ИЛИ”.
8. Напишите количество результатов поиска _____.
9. Какой оператор дал больше результатов, оператор И или ИЛИ? Объясните свой ответ:

10. Сузить результаты поиска, используя любой из параметров фильтров, таких как дата публикации, тип источника, язык и т. Д. Напишите ваш результат: _____.

Домашнее задание

(Модуль 2, раздел 2, стр. 75)

Текст №1

Символ мира и согласия

Архитектурное чудо, построенное за короткое время в непростых климатических условиях, в народе называют просто Пирамидкой – Дворец мира и согласия имеет форму этого вида многогранника. Со стороны строение кажется маленьким, однако высота его составляет 68, а основание – 67 на 64 метра. Четыре грани пирамиды обозначают стороны света. Это созвучно политике нашего государства – миролюбивой и открытой для всех национальностей и этносов.

Существует 2 аналога по всему миру.

В 2005 году Президент Нурсултан Назарбаев на 2 Съезде мировых и традиционных религий в Астане предложил построить здание – символ дружбы, мира и единения. Идею поддержали, и спустя два года второе заседание съезда прошло уже в новом здании. Торжественное открытие прошло 1 сентября 2006 года. Сегодня Пирамида является одной из главных достопримечательностей столицы. Экскурсии здесь проводятся на четырех языках: казахском, английском, арабском и русском.

Текст №2

Олимпийские игры Казахстан

В какую сумму обошлись Олимпийские игры Казахстану, рассказал генеральный секретарь Федерального Олимпийского комитета Андрей Крючков на брифинге в УЦК. "Мы хотели бы озвучить уточненные цифры, которые были затрачены на Олимпиаду. Непосредственное участие в Олимпийских играх – это 278 миллионов тенге, из которых 100 миллионов оплачено компании Air Astana за предоставление чартера. По непосредственной подготовке национальных сборных команд к Олимпийским играм затраты 729 миллионов тенге, участвовало в подготовительных учебно-тренировочных сборах и соревнованиях 134 спортсмена и тренера", – сообщил спикер. По его словам, средние затраты на одного участника составили 17 миллионов тенге. Он также отметил, что подготовлена информация о затратах на конкретный вид спорта в течение года. "В данном случае биатлон – 364 млн тенге, горнолыжный спорт – 200 млн тенге, конькобежный спорт – 420 млн тенге, лыжные гонки – 343 млн тенге, керлинг – 200 млн тенге, прыжки на лыжах с трамплина – 197 млн тенге, сноуборд – 14 млн тенге, фигурное катание на коньках – 143 млн тенге, фристайл-могул – 562 млн тенге, фристайл-акробатика – 319 млн тенге, хоккей

с шайбой мужчины, женщины - 259 млн тенге, шорт-трек – 372 млн тенге", – перечислил Крюков. По данным генсекретаря НОК, всего было потрачено на зимние виды спорта 3,7 млрд тенге. "Собственные средства, привлеченные НОК на этот олимпийский цикл, помимо прочих источников в 2018 году – 365 млн тенге, в 2019 году – 399 млн, в 2020–600 млн, в 2021 – 499 млн тенге. Всего было привлечено порядка 2 млрд тенге за счет спонсоров были профинансированы программы. Динамика бюджета госзадания за олимпийский цикл у нас есть. Это в 2018 году - 13,3 млрд тенге, в 2019 году – 13,1 млрд тенге, в 2020 году – 10,8 млрд тенге (было сокращение за счет пандемии) и в 2021 году – 15,7 млрд тенге, так как три подряд Олимпиады, поэтому за счет этого было увеличено", – заключил Андрей Крючков.

Текст №3

Правда ли, что у игроков в кёрлинг есть свои приметы?

На этот вопрос нам ответила капитан женской сборной Казахстана по кёрлингу Ангелина Эбауер: «Все спортсмены, которых я знаю, суеверные, и кёрлеры не исключение. У каждого своё программирование на успех: один ставит свою детскую мягкую игрушку на трибуну, другой кладёт монерку под правую пятку. Например, скиф (капитан) японской женской команды пишет у себя на руке перед каждой игрой различные послания вроде «Я – лучший скип», «Я могу всё», «Я – олимпийский чемпион». Мэтт Гамильтон, лидер команды США, не стрижет волосы целый олимпийский цикл. То есть четыре года! У меня тоже есть свои ритуалы перед матчем, но они пока останутся в секрете. Как только я стану олимпийской чемпионкой, обязательно раскрою вам все свои карты».

Примеры мероприятий по МИГ

(Модуль 1, раздел 3, стр. 41)

Следующие мероприятия организуются для популяризации и распространения знаний и навыков в области медийной и информационной грамотности. Приведенные ниже примеры мероприятий были предложены и реализованы участниками проекта “SauattyKeleşek”, а также библиотекой Назарбаев Университета. Материалы публикуются с разрешения авторов.

3.1. ИНФО-гонка В БИБЛИОТЕКЕ

Формат: конкурс может проводиться в двух форматах

- **офлайн** на территории школы и библиотеки;
- **онлайн** на интерактивной платформе Gather Town (<https://www.gather.town/>)

Описание

В целях развития информационной грамотности библиотека организует конкурсы, которые позволяют учащимся отработать следующие навыки:

- продемонстрировать навыки поиска достоверной и авторитетной информации;
- расширять знания, изучая различные научные материалы, имеющиеся в библиотеке;
- Изучит понятие, что значит быть ответственным исследователем и обучение на протяжении всей жизни благодаря знанию различных инструментов исследования.

Конкурс открыт для всех или избранных учеников/студентов. Во время соревнований участникам даются задания. За каждое выполненное задание участник получает инструкции для следующего этапа. Победителем становится участник, правильно и быстро выполнивший все задания конкурса.

Механизм проведения конкурса в онлайн-форматах:

1. В виртуальном интерактивном пространстве Gather Town (<https://www.gather.town/>) создаются «рабочие места» (например: библиотека, читальный зал, столовая, лаборатория, спортзал, ботанический сад и т. д.)
2. Назначить библиотекарей/модераторов, ответственных за каждую станцию и гостевой зал. Ответственный библиотекарь задает вопросы пришедшему на станцию участнику. Обратите внимание: участники на одной станции не могут общаться с участниками на другой станции.

Только в гостевом зале или зоне они могут видеть и разговаривать друг с другом.

3. Библиотекарь/модератор, отвечающий за станцию, должен подготовить 2–3 вопроса по теме согласно плану. Например, если у станции столовой есть вопросы по «оценке источника информации», необходимо заранее подготовить список вопросов. Пример вопроса: как вы понимаете слово «фейковая информация» Варианты ответа: а) Официальная информация; б) Ложная или неверная информация (правильный ответ); в) Фактическая информация.
4. Если участник правильно отвечает на вопрос, он/она получит право перейти на следующую станцию. Участнику дается подсказка о местонахождении следующей станции. Например: “Очевидно, что после обеда вам будет полезно отдохнуть среди растений”. Это означает, что следующая станция – Ботанический сад.
5. Побеждают три первых участника, наиболее быстро дошедших до общей гостиной в качестве победителей.

Механизм проведения конкурса в оффлайн формате не сильно отличается. Станциями служат физические места в учебном заведении или библиотеке. Вопросы и подсказки игры можно спрятать в школьной столовой, на уроках, между книгами, в спортзале и т. д. Местом сбора всех участников может быть выбрана библиотека или концертный зал.

Пример рабочих мест, заданий и подсказок

Рабочее место	Примерные вопросы	Подсказка
Зал / холл (место, где собираются все участники)	Приветственное слово и объявление правила игры. Направляйтесь в библиотеку и выполните следующее задание: Помните, кто завершит гонку первым, тот побеждает!	Вам нужно найти информацию для вашего реферата? Тогда может вам следует проверить фонд вашей ...?
Библиотека	<ul style="list-style-type: none"> • Сколько отделов в вашей библиотеке? • На сколько дней можно взять на руки учебную литературу? • На сколько дней можно взять на руки художественную литературу? • Сколько компьютеров в вашей библиотеке? 	Ты отлично справляешься! Тебе нужно подкрепиться. Как насчет круассана со сладким чаем?
Столовая	<ul style="list-style-type: none"> • Какие виды документов существуют? 	Молодец!

	<ul style="list-style-type: none"> ● Является ли документом пустая тетрадь? ● Назовите 3 примера информации бытового типа 	Говорят, сейчас идет генеральная репетиция завтрашнего концерта. Знаешь где это происходит?
Актовый зал	<ul style="list-style-type: none"> ● Из чего состоит книга? ● Что такое журнал? ● Что может служить источником информации кроме библиотеки? 	Быстро ты справишься! Тебя ждет тренер по футболу. Узнай какие вопросы к тебе. (следующим местом может спорт зал)
Количество заданий может быть столько, сколько необходимо		

3.2. КОНКУРС В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM: ПОДЕЛИТЕСЬ ОПЫТОМ!

Формат: онлайн

Описание: В целях повышения уровня медийной и информационной грамотности учащихся библиотека предлагает поделиться своим опытом взаимодействия с информацией в социальных сетях.

Механизм игры: Участникам будет предложен список вопросов/тем. Участник выбирает один из вопросов и публикует ответ на этот вопрос в Instagram в удобном для него формате (постер, статья, короткое видео (1 мин)). В конце публикации необходимо указать общий хэштег конкурса. Например: #ИнформационнаяГрамотность2022. Общий хэштег позволяет найти публикации всех участников.

Список предлагаемых вопросов:

- Какие трудности у вас возникают при поиске информации?
- Какие советы/методы вы используете для эффективного поиска?
- Как часто вы сталкиваетесь с ложной информацией?
- Как дезинформация может повлиять на вашу учебу или вашу жизнь?
- Можете ли вы обнаружить фейковые новости? Как?
- Вы проверяете факты? Если да, то как?

Автор самой популярной (наиболее понравившейся) публикации награждается сувениром от библиотеки.

Используя этот механизм, вы также можете провести конкурс на написание эссе.

3.3. ВИКТОРИНА ПО МЕДИЙНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ

Формат: офлайн или онлайн

Требуемые устройства:

Для организатора - компьютер, интерактивная доска или проектор

Для участников - мобильный телефон с подключением к сети Интернет.

Платформа:

Организатор использует платформа Kahoot (бесплатно/платно)
<https://create.kahoot.it/>

Участник регистрируется в приложение Kahoot (бесплатно) <https://kahoot.it/>

Описание:

Виртуальная интерактивная викторина на платформе Kahoot.

Механизм викторины:

1. Вопросы викторины и ответы демонстрируются на компьютере, интерактивной доске или проекторе. (Для онлайн формата, вы можете использовать платформы ZOOM или Google Meet вместо интерактивной доски или проектора).
2. Участники заходят в мобильное приложение Kahoot.it на мобильном телефоне, набирают номер викторины, затем регистрируются свое имя и переходят к викторине. Участники выбирают цвет правильного ответа, прочитав вопрос и ответы на экране организатора. В качестве упражнения рекомендуется использовать один вопрос в качестве примера.
3. Kahoot покажет имена 3 участников, которые правильно и быстро ответили в конце викторины.

Примеры вопросов викторины, проводимой Библиотекой Назарбаев Университета, доступны по ссылке <https://clck.ru/apEfu>.

Рекомендации

Организатор следует регистрироваться на платформе Kahoot обязательно в роли Учителя, что позволит пригласить к участию до 50 человек. Если количество участников больше, то нужно подписываться на платную версию. Инструкции по регистрации на платформе Kahoot можно найти по следующей ссылке: <http://marinakurvits.com/kahoot/>

Инструкция по созданию и проведению викторины на платформе Kahoot доступна в 4-м разделе модуля 3 данного руководства, а также видео инструкции находятся по следующей ссылке: <https://www.youtube.com/watch?v=3qmotDURTDg>.

3.4. ВИКТОРИНА «ЛИТЕРАТУРНЫЙ МОРСКОЙ БОЙ»⁸

Формат: офлайн и/или онлайн

Технические требования:

Для организатора - компьютер, интерактивная доска или проектор, интерактивная презентация в Power Point

Для участников - мобильный телефон с подключением к сети Интернет.

Описание:

Литературная игра имеет схожие правила с обычным “морским боем”. Расставленные корабли являются ссылками с вопросами, ответ на который приносит балл. Участники стараются угадать координаты, по которым находится корабль противника. Кто первый уничтожит все корабли противника - тот и победитель в этом морском бою!

Механизм игры:

- Игровое поле закрыто квадратами. За 6-ю квадратами - пустое пространство – море. При нажатии на эти квадраты (квадрат исчезает) слышен плеск волн - команда передает ход другой.
- За одним квадратом – сундук с сокровищами – команда получает приз – 100 баллов.
- За несколькими квадратами корабля, который исчезает при нажатии, за ним виден штурвал – это гиперссылка на слайд с вопросом.
- На слайде дан вопрос от литературного героя. Чтобы открыть варианты ответов в правом нижнем углу нужно нажать на слово – ОТВЕТЫ.
- Вернуться на слайд с игровым полем можно, если в правом верхнем углу на слайде с вопросом нажать на рисунок якоря.
- Если команда выбирает квадрат со своим кораблем – и отвечает на вопрос – получает - 50 баллов, если попадает на квадрат с рисунком корабля соперников – за правильный ответ команда получает 30 баллов.

Пример готовой игры можно скачать по ссылке: ??? стоит ли давать, она на сайте проекта? Или примеры вопросов???

3.5. ВИКТОРИНА «ИНФОПОИСК»

Формат: офлайн

Требуемые устройства:

Для организатора - компьютер, интерактивная доска или проектор.

Платформа:

Power Point презентация

⁸ Примеры игры можно найти на сайте проекта SauattyKeleşek <https://sites.google.com/view/sauattykeleshek-ru/materials-ru>

Описание:

Интерактивная викторина, проводимая с целью для повышения информационной грамотности учащихся.

Механизм игры:

Игроки делятся на две команды.

Вопросы задаются поочередно.

За каждый правильный ответ команда получает 10 баллов.

В случае неправильного ответа соперники получают возможность получить дополнительные баллы.

Зачитывается вопрос, при нажатии на кнопку с правильным ответом, кнопка мигает зеленым цветом, слышен звук аплодисментов, внизу появится надпись «для перехода к следующему вопросу нажмите пробел».

В случае неправильного ответа кнопка мигает красным цветом, слышен звук взрыва.

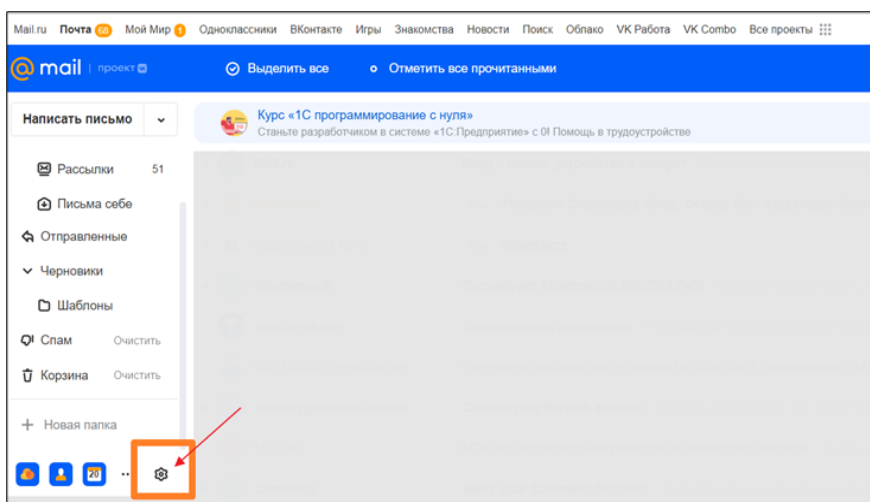
Игра продолжается пока не закончатся вопросы.

Побеждает команда, набравшая наибольшее количество баллов.

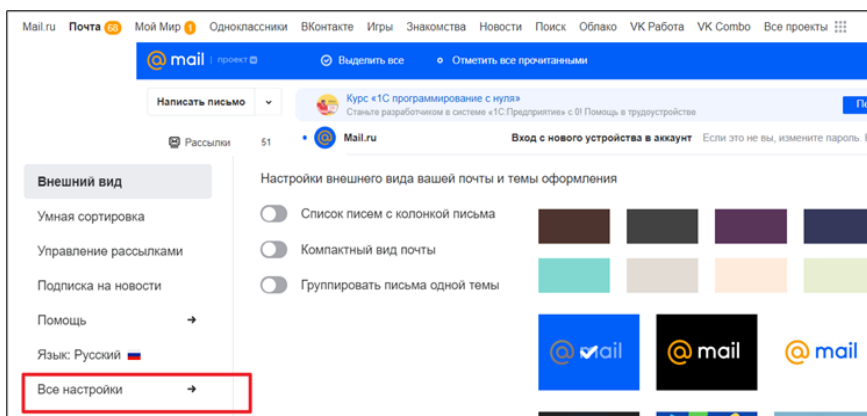
Алгоритм настройки «подписи» в электронной почте

(на примере mail.ru)

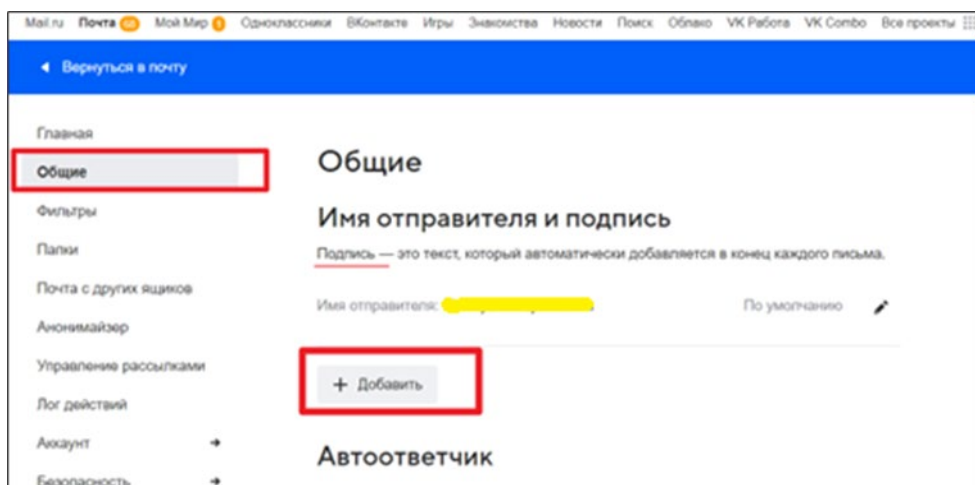
1. Откройте электронную почту mail.ru.
2. Перейдите в «**Параметры**».



3. Выберите кнопку «**Все настройки**»



4. В разделе «**Общие**» под командой «**Подпись**» найдите кнопку «**Добавить**»



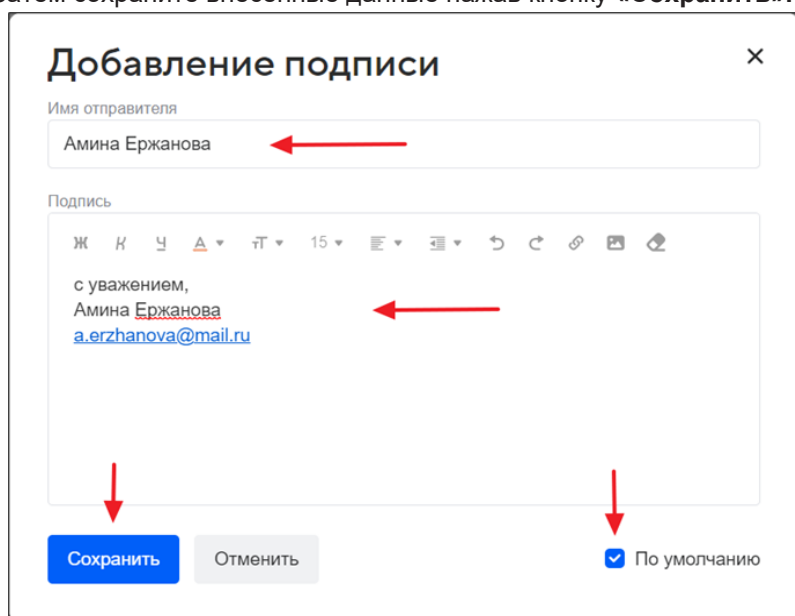
5. В поле **«Имя отправителя»** укажите ваше имя.

6. В разделе **«Подпись»** введите информацию (контактные данные) необходимую для подписи.

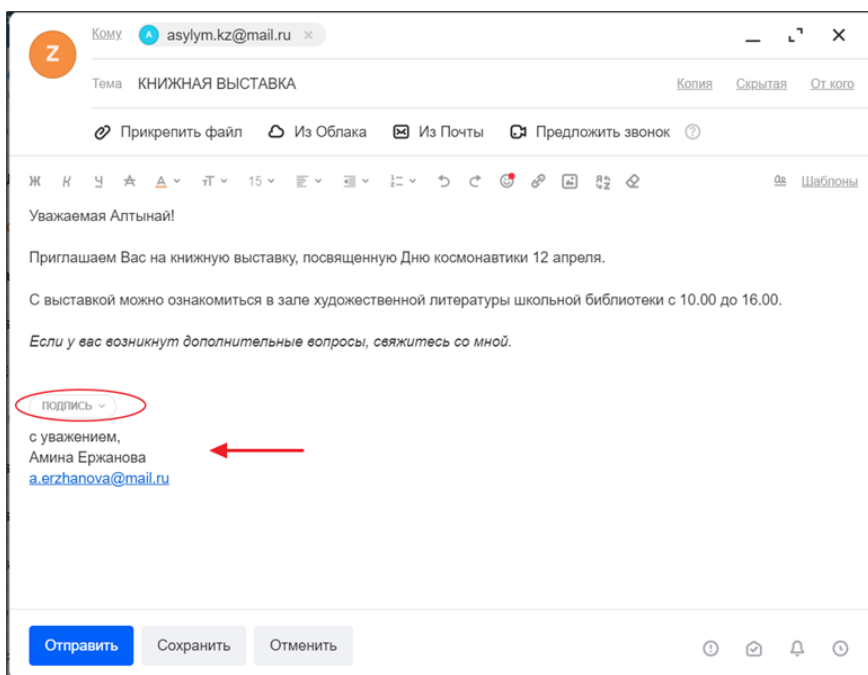
(Например: имя, почта, телефон, адрес вебсайта, адрес страницы в социальной сети, и так далее).

7. Выберите команду **«По умолчанию»** для автоматического появления подписи на каждом новом письме.

8. Затем сохраните внесенные данные нажав кнопку **«Сохранить»**.



9. В результате установленная **подпись** будет появляться в каждом новом письме, как это показано на рисунке.



Ответы на проверочные тесты

М1: Раздел 1 Стр.18	М1: Раздел 2 Стр.29	М1: Раздел 3 Стр.42
1. б 2. а 3. б 4. б	1. г 2. в 3. б 4. а	1. б 2. б 3. б 4. г
М2: Раздел 1 Стр.65	М2: Раздел 2 Стр.76	М2: Раздел 3 Стр.87
1. а 2. б 3. б 4. а	1. а 2. а 3. в 4. б	1. г 2. а 3. а 4. а
М3: Раздел 1 Стр.99	М3: Раздел 2 Стр.113	М3: Раздел 3 Стр.123
1. г 2. а 3. а 4. а	1. г 2. б 3. а 4. г	1. в 2. а 3. а 4. г 5. г 6. г

Ответы на итоговый тест

(Стр. 139–145)

1. а	11. г	21. б	31. в	41. б
2. а	12. б	22. г	32. б	42. б
3. б	13. а, б, в, г, д	23. в	33. а	43. г
4. в	14. б, г	24. а	34. г	
5. в	15. а, б, в, г, д	25. а-4, б-2, в-1, г-3	35. г	
6. а	16. г	26. г	36. г	
7. в	17. в	27. б	37. в	
8. а, г, д	18. д	28. г	38. а	
9. а-2, б-1, в-4, г-3	19. в	29. г	39. а	
10. а, б, в, г	20. б	30. д	40. б	

Глоссарий

А

- Адресный поиск** поиск определенного документа, о котором известны данные, характеризующие его «адрес» – автор и название
- Алфавитно-предметный указатель** перечень всех понятий, рассматриваемых в энциклопедии упорядоченный по алфавиту, с указанием напротив каждого понятия страниц, на которых говорится об этом понятии
- Алфавитный каталог** библиотечный каталог, в котором библиографические описания документов располагаются в алфавитном порядке фамилий авторов или названий документов
- Атрибутирование** установление авторства

Б

- База данных** упорядоченный набор структурированной информации или данных, которые обычно хранятся в электронном виде в компьютерной системе
- Библиографическая ссылка** сведения о цитируемом, рассматриваемом или упоминаемом в тексте документе, по которым его можно найти в списке литературы
- Библиографическое описание** совокупность сведений о документе, приведенных по определенным правилам и расположенных в строго определенном порядке
- Библиотека** (от греч. *biblion* – книга и *theke* – хранилище) – это учреждение, которое собирает, хранит и выдает во временное пользование книги, газеты, журналы и электронные документы. Например, школьная библиотека, детская библиотека, библиотека для взрослых
- Браузер, или веб-обозреватель** (от англ. *web browser*) — прикладное программное обеспечение для просмотра страниц, содержания веб-документов, компьютерных файлов и их каталогов; управления веб-приложениями; а также для решения других задач. В глобальной сети браузеры используют для запроса, обработки, манипулирования и отображения содержания веб-сайтов

В

Вебсайт	(от англ. <i>web</i> – паутина, сеть и <i>site</i> – место) — набор веб-страниц, объединенных в одно целое общей тематикой, оформлением и электронным адресом
Вторичный источник	документ, который кратко сообщает самые важные сведения о первичном документе и позволяет узнать, кто автор этого документа, чему этот документ посвящен, о чем в нем рассказывается
Всемирная паутина	(англ. World Wide Web (WWW)) — гипертекстовая информационная система, предоставляющая доступ к связанным между собой документам, расположенным на различных компьютерах, подключенных к сети Интернет

Г

Гиперссылка	(от греч. <i>hyper</i> – сверх, над, по ту сторону и англ. <i>link</i> – ссылка, связь, соединение) – графическое изображение, слово или словосочетание, при щелчке на которое происходит перемещение на другую страницу данного сайта или на другой сайт
--------------------	---

Д

Дезинформация	сообщение заведомо ошибочных, искаженных сведений с целью ввести информируемое лицо в заблуждение
Диск Google	сервис хранения, редактирования и синхронизации файлов, разработанный компанией Google
Документ	(от лат. <i>documentum</i> – свидетельство, доказательство) – материальный носитель с зафиксированной на нем информацией в виде текста, звукозаписи, видеозаписи или изображения, предназначенный для ее хранения, использования и передачи
Доступность	предоставление людям с особыми потребностями доступа на равной с другими основе

Доиндустриальное общество

— это ранняя стадия развития общества, существовавшее до середины XVIII века, для которой характерны низкие темпы экономического роста, развития производительных сил, техники и технологии

И

Инклюзия

включение людей с особыми потребностями в социальную жизнь

Интернет

(англ. *Internet*, от *Interconnected Networks* – объединённые сети) – всемирная сеть компьютеров, объединенных друг с другом с помощью специальных электронных адресов, предназначенная для хранения и передачи информации

Интернет-банкинг

общее название технологий дистанционного банковского обслуживания, а также доступ к счетам и операциям (по ним), предоставляемый в любое время и с любого устройства, имеющего доступ в Интернет

Интерфейс

(англ. *interface* – средства, способ взаимодействия) - способ и средства взаимодействия пользователя с программами или программ между собой, программ с аппаратными средствами или аппаратных средств между собой. Пример, клавиатура, мышь, экран монитора или компьютерного устройства (смартфона и др.)

Инфлюэнсер

(от англ. *influence* — влияние), [в социальных сетях] пользователь, имеющий обширную и лояльную аудиторию

Информационная грамотность

умение ориентироваться в мире информации, находить нужную информацию, критически оценивать и правильно ее использовать

Информационное общество, Общество знаний

общество, характеризующееся наличием достаточной, качественной, достоверной информации для его эффективного функционирования, а члены общества знают, где и как искать, оценивать и получать информацию

Информационный продукт	результат интеллектуальной (умственной) деятельности человека по созданию новой информации или смысловой переработке уже имеющейся информации, представленный в форме документа
Информация	(от лат. informatio – ознакомление, разъяснение) – любые сведения, знания об объектах и явлениях окружающей среды, независимо от формы их представления, воспринимаемые с помощью органов чувств
Источник информации	(или носитель информации) — это объект или предмет, от которого мы получаем информацию
Информационный запрос	вид поисковых запросов, которые используют в поисковых системах при поиске какой-либо информации. В этом случае у пользователя нет цели найти какой-то конкретный сайт, его интересует только ответ на собственные вопросы

К

Качество информации	степень практической пригодности информации для достижения целей, стоящих перед людьми в разных видах деятельности (учеба, труд, отдых и т. п.). Представляет собой совокупностью таких свойств, как достоверность, полнота, точность, полезность, новизна информации
Кегль	размер типографского шрифта по вертикали, включающий верхнюю и нижнюю грань отпечатка буквы с учётом её верхнего и нижнего выносных элементов. Измеряется в пунктах (пт)
Киберугроза	незаконное, вредоносное проникновение в виртуальное пространство пользователя
Колонтитул	строка, расположенная на краю полосы набора и содержащая заголовок, имя автора, название произведения, части, главы, параграфы и т. д.
Контент	содержимое, информационное наполнение
Контент-маркетинг	публикации на тематических сайтах, в блоге с целью рекламы, продвижения, информирования

Критический анализ текста (от греч. *kritikos* (*krino*) – сужу, рассуждаю)) – оценка текста с точки зрения надежности приведенной в нем информации: истинная - ложная, достоверная - недостоверная, логичная - нелогичная. Результатом критического анализа текста является выявление в нем достоинств и недостатков

Критическое мышление интеллектуально дисциплинированный процесс активного и умелого осмысления, применения, анализа, синтеза и/или оценки информации, собранной или полученной в результате наблюдения, опыта, размышлений, рассуждений или общения, в качестве руководства к убеждению и действию. В своей примерной форме он основан на универсальных интеллектуальных ценностях, выходящих за рамки предметных разделений: ясность, точность, четкость, последовательность, актуальность, веские доказательства, веские причины, глубина, широта и справедливость

Л

Лицензия Creative Commons группа унифицированных текстов, описывающих условия использования произведений, к которым они прилагаются

М

Манипуляция интерпретация событий, фактов для создания определенного образа социальной и политической реальности, который затем внедряется в общественное сознание

Маркетинговые коммуникации средства, с помощью которых организации пытаются информировать, убеждать и напоминать потребителям, напрямую или косвенно, о своих товарах и торговых марках, услугах

Мегабайт единица измерения количества информации

Медиа средства передачи информации

Медиапродукт продукт в сфере средств массовой информации

Медийная грамотность

понимание функций медиа, а также знания и умения для поиска, критической оценки, грамотного размещения информации и медиаконтента; знание о взаимодействии со СМИ информационно-коммуникационными технологиями для продвижения равенства, свободы выражения, межкультурного/межрелигиозного диалога, мира и т. д.

Медийная и 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 с использованием всех необходимых средств и инструментов на творческой, и этичной основе

Мнение

сообщения, содержащие анализ и комментарии фактов, которые могут быть в виде обзоров или рецензий

Н

Навигация

процесс вождения пользователя по логически связанным данным

Новость

сообщение, содержащее информационный повод. Каналами передачи новости являются традиционные и новые СМИ

О

Онлайн

(от англ. on line – на линии) означает «в сети», «подключенный к Интернету».

Оффлайн

(англ. offline, «отключенный от сети») означает отсутствие подключения к Интернету

П

Пакет офисных программ

набор приложений, предназначенных для обработки электронной документации на персональном компьютере. Компоненты офисных пакетов распространяются, как правило, только вместе, имеют схожий интерфейс и хорошо взаимодействуют друг с другом

Первичный источник	документ, являющийся результатом труда автора (ученого, писателя, журналиста, сценариста, режиссера и др.), размещенный на любом материальном носителе
Пересказ	изложение содержания прочитанного или услышанного текста. Пересказ может быть свободным (изложение своими словами) или близким к тексту
Периодическое издание	документы, выходящие через определенные промежутки времени, не повторяющиеся по содержанию, но имеющие одинаковое заглавие и однотипное оформление (пример, журнал, газета)
Плагиат	(от лат <i>plagium</i> – похищение) – выдача чужого произведения за свое или незаконное опубликование чужого произведения под своим именем; иными словами – воровство чужих текстов, идей и решений
Пропаганда	распространение и постоянное разъяснение идей, взглядов, знаний; идейное влияние на широкие массы или определенные группы людей; предлагает собственный вариант осмысления событий и фактов с целью изменение мировоззрения. Синонимы - агитация, популяризация

С

Синтез информации	способ передачи важной информации о конкретном предмете. В отличие от сводок, основанных на документах, синтез информации выходит за рамки письменных данных, чтобы охватить более широкую и более творческую область
Скрин	(также снимок экрана, скриншот от англ. <i>screenshot</i> — «снимок экрана») — цифровой снимок изображения дисплея, монитора или экрана, получаемое устройством посредством нажатия определенной клавиши или сочетания клавиш на периферийном устройстве или на самом устройстве, и показывающее в точности то, что видит пользователь на экране монитора или другого визуального устройства вывода на момент создания снимка экрана
Скрин-ридер	программа экранного чтения для незрячих

СМИ средство массовой информации — организационно-технический комплекс, обеспечивающий быструю передачу и массовое тиражирование словесной, образной и музыкальной информации

Список литературы пронумерованный и/или алфавитный перечень всех документов, которые цитируются, упоминаются или рассматриваются в реферате

Т

Технология (от греч. *techne* – мастерство, умение и *logos* – учение, наука) – наука об умении, мастерстве. Технология – это процесс преобразования материалов, энергии, информации в нужный для человека продукт, услугу, а также процесс их создания

Толковый словарь справочный документ, содержащий в себе слова, расположенные в алфавитном порядке, и краткое описание их значения

У

Учебный реферат (от лат. *refero* – докладывать, сообщать) – самостоятельная письменная исследовательская работа, посвященная какому-либо вопросу, с раскрытием его сути на основе анализа нескольких источников информации (книг, статей, информации, заимствованной на Интернет-сайтах, и т. д.) с оценкой и обоснованием собственного мнения

Ф

Файл именованная область данных на носителе информации, используемая как базовый объект взаимодействия с данными в операционных системах

Факт (от латинского *factum* – сделанное, совершившееся) – знание, достоверность которого доказана; событие или явление, которое произошло в действительности. Информация о каком-либо факте, соответственно, называется фактографической информацией. Она дает ответы на вопросы «Сколько?», «Когда?», «Где?», «Кто?» и т. п.

Фейк	(англ. <i>fake</i> – подделка) – что-либо ложное, недостоверное, сфальсифицированное, выдаваемое за действительное, реальное, достоверное с целью ввести в заблуждение
Фишинг	(от англ. <i>fishing</i> -ловить рыбу) – выманивание персональной информации или убеждение скачивать и/или устанавливать вредоносное программное обеспечение на компьютер или сеть
Формулы (функции) Excel	конструкции, позволяющие выполнять вычисления, возвращать данные, манипулировать данными ячеек, проверять условия и т. д.
Фразеологический словарь	справочный документ, содержащий толкование логически неделимых устойчивых словосочетаний (фразеологизмов)

Ц

Цитата	(лат. <i>citatum, citare</i> – приводить, провозглашать) – точная дословная выдержка из какого-либо текста, высказывания
---------------	--

Э

Электронная почта	технология и служба по пересылке и получению электронных сообщений (называемых «письма», «электронные письма» или «сообщение») между пользователями компьютерной сети
Эмодзи	идеограммы и смайлики, используемые в электронных сообщениях и веб-страницах
Энциклопедический словарь (энциклопедия)	справочный документ, содержащий основные сведения по одной или всем отраслям знаний, изложенные в виде кратких статей и расположенные в алфавитном порядке
Этимологический словарь	справочный документ, содержащий информацию о происхождении слов, а также о звуковых и смысловых изменениях, которые они претерпели

Е

Email-маркетинг	почтовые рассылки, которые также могут являться частью контент-маркетинга
------------------------	---

L

Lorem Ipsum классический текст-«рыба» (условный, зачастую бессмысленный текст-заполнитель, вставляемый в макет страницы)

S

Search engine optimization продвижение сайта в поисковых системах

Social media marketing продвижение в социальных сетях

W

Wi-Fi сеть технология беспроводной локальной сети

Об авторах-составителях

Жулдыз Оразымбетова

Эксперт-менеджер Библиотеки Назарбаев Университета. Член международных проектов в области информационной грамотности (DIREKT) и инклюзивного образования (DECIDE) программы Европейского Союза Erasmus+. Координатор проекта по академической честности "Integrity" и проекта при Фонде социального развития НУ "InfoSauattylyq". Разработчик учебных и методических руководств в области медийной и информационной грамотности.

Дарья Звонарева

Эксперт-менеджер Библиотеки Назарбаев Университета. Координатор по сотрудничеству с преподавателями и стейкхолдерами по направлению медийной и информационной грамотности (American Corner Astana, UNESCO Almaty, IREX Europe and Media Net). Разработчик учебных и методических руководств в области информации.

Елизавета Камилова

Магистр библиотечных и информационных наук и эксперт-менеджер Библиотеки Назарбаев Университета. Координатор службы доставки документов межбиблиотечного абонементов, отвечает за документацию отдела. Член организационного комитета и тренер ежегодных конференций и семинаров библиотеки Назарбаев Университета. Разработчик учебных и методических руководств в области медийной и информационной грамотности.

Анар Даутова

Эксперт-менеджер Библиотеки Назарбаев Университета. Предметный библиотекарь Школы Медицины. Инструктор Школы Библиотечных Технологий. Участник проекта программы Европейского Erasmus +.

Зият Абдыкаимов

Магистр наук в области инклюзивного образования. Выпускник Высшей школы образования Назарбаев Университета. Имеет более 7 лет опыта работы с различными категориями людей с инвалидностью. Эксперт по цифровой инклюзии и доступа к информации для уязвимых групп. Является автором около 10 публикаций по тематике инклюзии.

Мадина Абдыкаимова

Старший менеджер Библиотеки Назарбаев Университета. Соорганизатор неформальных мероприятий по медийной и информационной грамотности для студентов. СММ-специалист. Дизайнер - визуализатор.

Рустам Тойгамбаев

Менеджер библиотеки Назарбаев Университета. Сертифицированный специалист по программным продуктам компании ABBYY и Microsoft Office.

Инфографика и изображения, использованные в данном руководстве, принадлежат Freerik либо Flaticon, если не обозначено другое

Проект “SauattyKeleşek”, реализованный при поддержке Фонда социального развития АОО “Назарбаев Университет”

РУКОВОДСТВО

по медийной и информационной грамотности

Авторы-составители:

Жулдыз Оразымбетова, Дарья Звонарева, Елизавета Камилова,
Анар Даутова, Зият Абдыкаимов, Мадина Абдыкаимова, Рустам Тойгамбаев

Ответственные редакторы:

Жулдыз Оразымбетова, Дарья Звонарева

Дизайнер:

Мадина Абдыкаимова



Библиотека Назарбаев Университета

Проспект Кабанбай батыра 53, Блок 5
г. Астана, Республика Казахстан, 010000
тел: +7 (7172) 70-62-55
э-почта: library@nu.edu.kz

2022 г.