



ЦИФРОВОЕ БУДУЩЕЕ

Каталог навыков медиа-
и информационной
грамотности

ЦИФРОВОЕ БУДУЩЕЕ

**Каталог навыков медиа-
и информационной грамотности**

Москва

2013

УДК 008:004
ББК 78.07
Ц75

Издание на русском языке подготовлено при финансовой поддержке Министерства культуры Российской Федерации и Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям

Идея издания: Е.И. Кузьмин

Перевод с английского: О.В. Терешкина

Редактор перевода: А.В. Паршакова

Ц75 Цифровое будущее. Каталог навыков медиа- и информационной грамотности. – Москва, Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества (МЦБС), 2013. – 68 с.

В данном издании представлены ключевые навыки компетентного использования информации во всех ее формах, объединенные в рамках всеобъемлющего и системного подхода к концепции медиа- и информационной грамотности. Рассматриваются все возрастные группы в рамках формального образования и обучения на протяжении всей жизни.

Издание предназначено для педагогов, специалистов в области медиаобразования и библиотечно-информационных наук, а также руководителей и экспертов органов управления в сфере культуры, науки и образования, представителей СМИ, родителей.

Оригинальный текст подготовлен Фондом «Современная Польша» (Fundacja Nowoczesna Polska) в рамках реализации Программы ЮНЕСКО «Информация для всех»

Авторы: Анна Юстина Домбровская, Петр Джевецкий, Дорота Гурецкая, Анна Грун, Лехослав Хойнацкий, Юстина Ясевич, Ярослав Липшиц, Владислав Маевский, Ева Муравская-Наймец, Гжегож Стунза, Камиль Сливовский, Петр Тафиловский, Марцин Вильковский, Михал Возняк.

Макет, текст, иллюстрации, отбор и редактирование материалов доступны под лицензией Creative Commons 3.0 Attribution-ShareAlike (www.creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/pl/).

УДК 008:004
ББК 78.07

ISBN 978-5-91515-050-5

© МЦБС, 2013

Содержание

Введение	4
I. Использование информации	9
II. Отношения в медийной среде	16
III. Язык медиа	23
IV. Творческое использование медиасредств	29
V. Этика и ценности в информационной и медийной среде	36
VI. Безопасность в информационной и медийной среде.....	44
VII. Право в информационной и медийной среде.....	51
VIII. Экономические аспекты действия медиа	61

Введение

Как возникла идея «Каталога навыков»?

Характерной проблемой современного мира является широкое распространение новых, неизвестных предыдущим поколениям инструментов и средств, которые способствуют налаживанию общения, сотрудничества и торговли на расстоянии, распространению литературных трудов, идей, взглядов и мнений, а также их оценки и комментариев к ним. Навыки, необходимые для эффективного использования этого инструментария, не приобретаются в достаточной мере в процессе обучения и не передаются детям от их родителей, которым часто оказывается труднее выйти на уровень быстро развивающихся технологий. В то же время, трудно переоценить роль информационной и медиакомпетентности в любой сфере современного мира, будь то частная жизнь, профессиональная или общественная деятельность.

В 2011 году Фонд «Fundacja Nowoczesna Polska» («Современная Польша») начал работу над проектом «Цифровое будущее», который направлен на создание всеохватывающей системы обучения медиа- и информационной грамотности, которая могла бы быть введена в школах и других учебных заведениях, таких как общинные центры и библиотеки.

На первом этапе проекта Фонд опубликовал подробный отчет о состоянии медиа- и информационной грамотности. В отчете давалось определение ряда проблем, возникших потому, что мы слишком мало знаем о цифровой компетентности поляков, особенно детей и молодежи, а также проблем, связанных с отсутствием четкого плана повышения уровня компетентности в этой области.

Одной из выявленных проблем является отсутствие документов, определяющих уровень медиа- и информационной грамотности. Различные государственные учреждения и ведомства пользуются не только разными определениями, но и разными терминами – медиаграмотность, информационная грамотность, аудиовизуальная грамотность и, наконец, цифровая грамотность – для обозначения одного и того же, или аналогичного, набора навыков.

Вот почему группа экспертов, работавшая над проектом «Цифровое будущее», предложила концепцию *объединения навыков*, ар-

гументируя это тем, что невозможно работать в области медиа- и информационной грамотности без всеобъемлющего и системного подхода к формированию творческих подходов и навыков компетентного использования информации во всех ее формах.

Хотя медиа- и информационная грамотность на протяжении ряда лет является объектом научных дискуссий и одним из государственных приоритетов, у нас до сих пор нет ответов на вопросы о том, что же такое медиа- и информационная грамотность, каков объем ее содержания и какие конкретно навыки следует развивать. Безусловно, обсуждения способствуют популяризации данной темы и всеобщему признанию ее важности, но настало время принимать решительные меры и переходить к практическим действиям. Для того чтобы избежать случайных и фрагментарных действий интуитивного характера, часто ориентированных на второстепенные факторы, необходимо преобразование абстрактной концепции в конкретную. Поэтому Фонд «Modern Poland Foundation» в сотрудничестве с экспертами в области медиа- и информационной грамотности подготовил «Каталог навыков».

Методология и структура

«Каталог навыков» охватывает все возрастные группы, которые относятся к одной из двух категорий – формальному образованию и обучению на протяжении всей жизни. Для обязательного образования уровень навыков определяется в соответствии с шестью различными степенями обучения: дошкольное обучение, начальная школа (здесь выделяются две группы: с 1-го по 3-й класс и с 4-го по 6-й класс), средняя школа, старшая школа и университет. Учитывая, что для обучения взрослых разделение на возрастные группы не должно иметь принципиального значения, мы выделили 3 степени с учетом имеющихся навыков: минимальный уровень, оптимальный и высокий.

Минимальный уровень навыков предполагает лишь ограниченное участие в информационном обществе за счет использования СМИ. Оптимальный уровень означает, что человек уже способен активно участвовать в создании медиасреды. Уровень навыков, который характеризуется как высокий, предполагает способность вызывать социальные изменения посредством СМИ, привлекать к участию других пользователей, делиться знаниями с другими пользователями и консультировать их.

«Каталог» задуман как дополнение к существующим программам, и его следует использовать параллельно с руководствами по таким предметам, как польский язык или граждановедение. Мы старались не затрагивать вопросы по этим предметам, исходя из предположения, что учащиеся получают эти знания в рамках соответствующих учебных курсов.

Несмотря на то, что мы использовали категории, относящиеся к различным этапам образования, весьма важно не ограничивать концепцию информационного и медиаобразования только сектором обязательного официального образования. В решении задач развития медиа- и информационной грамотности могут принимать участие неправительственные организации, общинные центры, библиотеки и другие учреждения культуры.

Необходимо также подчеркнуть условный характер границ в процессе развития учащихся. Мы обращаем внимание на тот факт, что развитие ребенка не проходит равномерно и прямолинейно, иногда оно идет скачкообразно. В каких-то отношениях ребенок развивается быстрее, в каких-то – медленнее.

Предлагаемый перечень навыков определяет, чего ребенок может (но необязательно должен) достичь на данном этапе, направляет потенциал ребенка на определенной стадии его развития.

Чтобы проанализировать предмет изучения медиа- и информационной грамотности, необходимо было выделить соответствующие тематические категории. Во многих случаях наш выбор был достаточно субъективным, и мы понимаем, что возможно другое деление, в том числе теоретически обоснованное. В конечном итоге мы остановились на 8 категориях: *Использование информации, Отношения в медиасреде, Язык медиа, Творческое использование медиасредств, Этика и ценности в информационной и медийной среде, Безопасность в информационной и медийной среде, Право в информационной и медийной среде, Экономические аспекты медиа*. В ряде случаев это деление является произвольным, так как многие вопросы лежат на стыке данных категорий или присутствуют в нескольких из них. Мы рассматриваем наш «Каталог» как своего рода карту-схему, важнейшей характеристикой которой является ее четкость и понятность. И поэтому мы пришли к заключению, что целесообразно будет обозначить проблемные области, даже если это вызовет необходимость принятия противоречивых решений, что и произошло при установлении различий между областями

«создание» и «обработка». Мы понимаем, что фактически невозможно рассматривать эти два аспекта (равно как и многие другие) отдельно, и наше решение обусловлено не желанием противопоставить понятия, а стремлением обеспечить легкость ориентирования в таком обширном материале.

В ходе работы над «Каталогом» мы сознательно решили взять за основу рекомендации Европейской комиссии, приведенные в документе «A European approach to media literacy in the digital environment». Однако, учитывая тот факт, что Комиссия лишь обозначает приоритетные направления, мы внесли необходимые добавления и разъяснения. Хотя решение Комиссии носит лишь общий и временный характер, 8 проблемных полей медиа- и информационной грамотности по нашей классификации соответствуют рекомендациям Европейской комиссии и оставляют возможность для обоснованной модификации.

Описание тематических областей

1. Использование информации

Категория «Использование информации» обычно совпадает с концепцией информационной грамотности, которая определяется как некий комплекс знаний и навыков, необходимых для эффективного использования источников информации, начиная с момента признания факта недостатка информации, включая определение потребности в информации, отбор источников информации, нахождение необходимой информации и ее критическую оценку и заканчивая использованием информационных ресурсов на рабочем месте и их публичным представлением в соответствующей форме.

Значимость информационных навыков бесспорна. Они не только играют важную роль в подготовке к процессу обучения на протяжении всей жизни, но и являются одним из ключевых условий участия граждан в информационном обществе и определяют их развитие.

Эти навыки приобретают все большее значение, особенно в контексте развития новых информационно-коммуникационных технологий и стремительного роста электронных источников информации. Распространенность таких понятий, как поисковый шум, дезинформация или избыток информации, заставляет нас осознать, что информация не просто окружает человека, но зачастую начинает довлеть над ним. Значит, каждый

из нас должен владеть набором навыков и знаний, обеспечивающих эффективное использование информационных ресурсов. Эти навыки сгруппированы в четырех основных секторах: источники информации, поиск информации, критический подход, управление информацией.

2. Отношения в медиасреде

Находясь в медиасреде, мы взаимодействуем с другими пользователями, с самой средой, имеем дело с отношениями между группами и внутри групп. Размышляя над моделью общения, мы приходим к заключению, что традиционная модель «отправитель – получатель» уже не отражает сегодняшнюю реальность. Процесс коммуникации происходит сейчас по многим направлениям и с использованием различных моделей: «один-на-один» (личное общение), «один-со-многими» (например, комментарий в социальной сети), «многие-с-одним» (реакция на опубликованный комментарий) и «многие-со-многими» (дискуссия), где каждый участвующий может являться как источником, так и получателем сообщений. Индивид устанавливает отношения внутри группы или с окружающей средой иного характера/иной степени устойчивости. Для характеристики навыков, которые необходимы для установления отношений, соответствующих поставленным индивидом целям, выделены три главных параметра: образ, средство передачи информации и окружающая среда.

3. Язык медиа

Грамотность, традиционно определявшаяся как умение читать и писать, в первой половине XX века стала учитывать новые явления – явления аудиовизуальной культуры. Зародилась дискуссия о принципах и правилах («грамматике») кино- и телевизионной культуры. Создатели этого подхода (Culkin, McLuhan) были убеждены, что аудиовизуальные медиа станут новым языком человечества, которому будут присущи те же функции, что и английскому языку. Они считали, что использованию этих средств выражения надлежит обучать так же, как и навыкам владения традиционными языковыми средствами. На первом этапе изучается «алфавит», то есть основы, а затем следует обучение новой «литературе».

Конец XX века принес нам теорию грамотностей в области новых медиа (Jenkins, Gee), в рамках которой такие виды источников медиа-сообщений, как компьютерные игры и блоги, изучаются с точки зрения новых языков общения. Сегодня под медиаграмотностью мы понима-

ем владение медийными навыками в целом, но первоначальное значение этого термина было связано с лингвистической природой медиа.

Подобный подход к медиа связан с семиотической и герменевтической традицией толкования явлений культуры. Ключевой концепцией здесь является «текст», под которым мы подразумеваем не только написанную или напечатанную информацию, но всякий продукт культурной деятельности человека – от скульптуры и живописи через кино к мультимедийной продукции. При обсуждении этих вопросов мы будем иметь в виду такое расширенное значение языка и текста. В частности оно применимо к следующим категориям анализа: лингвистическая природа различных медиа, функции медиасообщений и культура медиакommunikации.

4. Творческое использование медиасредств

Создание сообщений с использованием современных электронных средств является одной из основных форм деятельности для тех, кто пользуется Интернетом. Новые услуги, новое оборудование и новое программное обеспечение делают возможным не только создание новой информации, но также и ее обработку, в том числе использование ранее выпущенных ресурсов. В культуре переработки созданного ранее все, что доступно в цифровой форме – а также в форме оцифрованных аналоговых ресурсов, – может стать средством создания новой электронной информации. Производство и обработка контента также предполагают его представление. Создание информации, в широком смысле этого слова, нередко служит разновидностью социальной деятельности; производство контента, обработка опубликованных ресурсов и представление информации в Интернете зачастую требуют взаимодействия с другими участниками процесса.

Три указанные категории можно рассмотреть подробнее. Их выделение, производить которое становится все труднее в сетевом пространстве гипермедиа, может оказаться полезным в процессе создания учебных материалов, связанных с нашим исследованием. В данном разделе мы используем концепцию мультимедийных средств, понимаемых как сочетание различных форм медиа; сообщений, транслируемых медиа (например: электронное повествование – цифровые рассказы, которые по сути являются короткими видеофильмами, синтезом звука, фотографий, видеоэпизодов и текста) и гипермедиа (сочетанием сообщений различных медиа на основе архитектуры гипертекста).

5. Этика и ценности в информационной и медийной среде

Наш каталог был бы неполным, если бы в нем не было четкой ссылки на этическую компетентность. Одного владения техническими и социальными навыками недостаточно, ведь существующие сегодня широко доступные информационные средства сами по себе не связывают пользователя какими-либо этическими обязательствами. Правила многих служб налагают ряд ограничений, продиктованных главным образом коммерческой политикой поставщика, а также общими обязательными юридическими нормами.

За пределами действия технических и формальных норм социального общения остается область, в которой пользователи устанавливают собственные границы и определяют свои ценности общения. Набор этических навыков и ценностей, предлагаемый в нашем Каталоге, должен прежде всего подчеркнуть необходимость индивидуальной работы в этой области со стороны всякого получателя информационного и медиаобразования. Естественно, что эту задачу нельзя рассматривать в отрыве от развития специальных технических или культурных навыков – принципы этики должны совмещаться с ними.

6. Безопасность в информационной и медийной среде

В наш электронный век безопасность является весьма сложным вопросом. По причине появления все более новых технологий и связанных с ними рисков, а также учитывая новизну данной темы (что обуславливает недостаток испытанных моделей и установившейся практики), составить исчерпывающий список навыков в данной области непросто. Следует также учитывать неравенство возможностей потребителей и крупных поставщиков услуг.

Компетентность в области безопасности передачи информации и медиа включает: навыки защиты неприкосновенности личной жизни, сетевого контроля, обеспечения анонимности, безопасности общения, работы и коммерческих сделок, предотвращения зависимости, разумного и безопасного использования медиа.

Пагубные последствия игнорирования определенных аспектов, связанных с безопасностью использования медиа, могут проявиться весьма быстро или лишь через несколько лет. Они могут быть явными (например, кража важных данных из незащищенного компьютера) или скрытыми (отслеживание круга друзей через социальные СМИ). В контексте передачи информации всегда необходим компромисс между

удобством и безопасностью, то есть невозможно предложить какой-то набор советов для обеспечения полной безопасности. Однако в таких компромиссах всегда следует руководствоваться здравым смыслом. Весьма важно также понять непреложную истину: безопасность – это не постоянное состояние, а процесс.

7. Право в информационной и медийной среде

Задача права в настоящем «Каталоге» определяется как преобразование общих рекомендаций и правил в соответствующие принципы правовых отношений, правовые источники и стандарты. Иными словами, охват программы обеспечивает учащемуся:

- знание своих прав, понимание того, что законно, а что нет;
- способность выявлять подходящие правовые нормы и находить в них положения, относящиеся к конкретной проблеме;
- понимание назначения этих норм, цели их введения и объекта, чьи интересы они защищают.

С развитием информационного общества появляются и внедряются новые правовые нормы, характерные только для электронного общения. Поскольку распространение новых методов коммуникации продолжается, сохраняется потребность в адаптации к этим непреходящим общим стандартам, но процесс замедляется из-за необходимости накопления социального опыта, который помог бы понять формирующиеся новые возможности и угрозы.

В этом контексте изучение конкретных юридических норм связано с большим риском, чем в других областях знаний. В процессе преподавания права всегда надлежит считаться с тем фактом, что конкретные юридические положения изменятся прежде, чем закончится образовательный цикл. В сфере информации и медиа этот риск даже выше, чем в других областях знаний: весьма вероятно, что изменятся не только конкретные правовые нормы, но также и ключевые элементы тех понятийных систем, на которых базировались эти нормы.

В то же время не следует оставлять попыток определения и обсуждения различных норм. Именно по причине их неполной адаптации к новым техническим средствам особенно затрудняется их правильное толкование в контексте ситуации, связанной с применением этих средств. Это предполагает возрастание двух типов риска: непреднамеренное нарушение закона, влекущее за собой тяжкие последствия, или чрезмерная готовность к отказу от гарантированных прав.

8. Экономические аспекты действия медиа

Экономические аспекты действия медиа в контексте информационной и медиакомпетентности затрагивают в основном вопросы информации, многообразия медиа и концентрации медийных средств, рыночной конкуренции, воздействия факторов финансирования и регулирования на организацию и содержание медиа, рекламы и процессов коммерциализации, а также соответствующей роли государственных и частных СМИ. В Конституции Республики Польша есть положение о праве гражданина на получение информации. Соответствующий закон подкрепляется не только наличием медийных средств, но также деятельностью граждан, которые, благодаря современной технике связи и доступу к Интернету, приобрели возможность комментировать происходящие события и осуществлять сбор, хранение и публикацию собственной информации.

Сохранять сложившееся разделение между медиа и их пользователями становится все труднее, так как последние отказались от роли пассивных наблюдателей. В сложившейся ситуации возросла необходимость осмыслить влияние экономики на рынок медиа (также созданный пользователями) и воздействие нормативного регулирования на функционирование медиа и их финансовое будущее. Сложные вопросы, составляющие экономические аспекты медиа, подразделяются на четыре частично пересекающиеся категории: медиарынок, информация как товар, финансирование медиасреды и политика медиасреды.

Перспективы развития «Каталога»

Мы хотим недвусмысленно подчеркнуть, что наше исследование является одной из первых работ в своей области и поэтому вряд ли может оказаться исчерпывающим и окончательным. Мы рассматриваем «Каталог» как первую пробную попытку разобраться с вопросами, которые сделают возможным переход дискуссии на новый, практический уровень. Мы не претендуем на право формулировать категоричные мнения – мы знаем, что хотя мы, со своей стороны, сделали все

возможное и привлекли опытных профессионалов, «Каталог» нуждается в дальнейшем развитии, дополнении и исправлении. Вот почему он публикуется по бесплатной лицензии «Creative Commons Attribution – Share Alike 3.0 Poland»: мы ожидаем, что и другие организации, в том числе государственные и международные, будут развивать его, совершенствовать и предлагать для критики со стороны общественности. Наш «Каталог» представлен на сайте проекта «Цифровое Будущее»: www.cyfrowaprzyszlosc.pl. Поскольку он призван служить нуждам сегодняшних пользователей, использующих доступную им технологию, мы сознаем, что при стремительном развитии техники в этой области потребуются внесение соответствующих дополнений и исправлений. Однако если говорить о практических технологиях, то следует заметить, что мы должны были довольствоваться теми, которые доступны нам, сознавая, что в этом случае присутствует риск быстрого забвения нашего научного труда.

«Каталог навыков» является инструментом, который сделает возможным создание набора разнообразных учебных материалов для различных этапов обучения медиа- и информационной грамотности и обучения на протяжении всей жизни. Фонд «Современная Польша» начал этот процесс в текущем году, но мы надеемся, что к нам присоединятся другие организации и учреждения, проявляющие интерес к этой области деятельности. Обширная база учебных материалов будет доступна на бесплатной основе по той же лицензии «CC BY-SA», означающей, что каждый сможет ее бесплатно использовать, копировать, распространять и адаптировать в соответствии со своими потребностями. Мы полагаем, что бесплатный доступ к учебным материалам будет способствовать значительной активизации работ, ведущихся в этой области, а следовательно, повышению уровня медиа- и информационной грамотности польского общества.

Ярослав ЛИПШИЦ

Президент Фонда «Современная Польша»



I. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИИ

Формальное образование – дети

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
Источники информации	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что информация существует в различных формах, например, понимают основные различия между изображением, текстом, фильмом и веб-сайтом. • Знают, что существуют различные источники информации (телевидение, Интернет, радио, книги, газеты, другие люди). • Знают, как использовать выбранные ими источники информации, например, ищут информацию о любимых животных в словаре в картинках или спрашивают о нем у родителей/учителей. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, какие источники информации являются самыми важными с учетом их возраста и уровня образования, и знают, как их использовать, например, используют печатные и электронные энциклопедии и словари для детей. • Знают, как пользоваться школьной библиотекой, следуя инструкциям учителя, например, выбирают литературу на основе рекомендаций учителя. • Знают, что информация из различных источников может отличаться. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают основные критерии оценки источников информации, например, знают, что такое надежность, простота и эффективное использование, а также доступность источников информации. • Знают, как правильно выбирать источники информации, руководствуясь главным образом критерием надежности, например, могут использовать надежные источники информации, такие как энциклопедии и словари, как печатные, так и электронные. • Знают, как пользоваться ресурсами школьной библиотеки, самостоятельно выбирая литературу и соответствующие источники информации для решения конкретных задач. • Знают, что качество источников информации имеет большое значение для получения хороших результатов работы.
Поиск информации	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, на каком этапе им необходима помощь взрослых в процессе сбора информации, например, просят родителей найти некоторую информацию для них. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что «компьютерный» язык отличается от разговорного, например, знают, что компьютер всегда делает то, что ему говорят, поэтому нужно научиться отдавать ему команды. • Знают, как использовать основные методы поиска в традиционных и электронных источниках. • Знают, что при поиске информации можно использовать операции над множествами, например, могут применять простые логические операции (кошка И/ИЛИ собака и т.д.). • Знают, как использовать простые личные записи и рубрики, вводить простые запросы в поисковые системы и энциклопедии, например, ищут информацию о своих любимых животных в словаре в картинках или в детской электронной энциклопедии и в Интернете. • Понимают, что умение находить информацию является очень полезным в жизни, например, понимают, что будут принимать различные решения на основе найденной информации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают основные различия в построении записей на естественном языке и на языке информационной системы, например, в рубриках видят различия в описании животных. • Знают, что существуют различные модели информационного поведения. • Знают, как найти информацию в данных традиционных и электронных источниках. • Знают, как сформулировать простые запросы информации, например, найти расписание движения поездов. • Знают, что информационные запросы должны быть точно сформулированы. • Знают, что результат поиска зависит от того, как сформулирован запрос.

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
Критический подход к информации	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что, если информация вызывает сомнения, ее необходимо обсудить со своими родителями или воспитателем. • Знают, как задать вопрос о достоверности информации, например, спрашивают: «Мама, это правда, что ...?» 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что информация может быть неверной, неполной, неточной. • Знают, что думать о том, как использовать информацию, и говорить об этом, – это хорошо. • Знают, что адресант информации может оказывать на них влияние и вызывать определенную реакцию. • Знают, как отличить истинные и ложные сведения, руководствуясь своей интуицией. 	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают, что такое манипулирование информацией. • Знают, что информация может варьироваться в зависимости от намерений адресанта, например, сравнивают, как одна и та же информация представлена в различных средах. • Знают, что информация плохого качества приводит к неправильным выводам. • Могут поставить под сомнение достоверность информации. • Знают, как проверить информацию, сравнивая ее в различных источниках. • Осознают разницу между информацией и сплетнями. • Знают, что такое манипулирование информацией.
Использование информации		<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что информационные ресурсы должны быть организованы таким образом, чтобы ими можно было легко управлять и по мере необходимости извлекать данные. • Знают, как вводить, сохранять и извлекать результаты своей работы, например, сохраняют их с помощью текстового редактора. • Знают, как использовать простые диаграммы для организации информации, как объединять и систематизировать материал, например, умеют сортировать, классифицировать, создавать и описывать каталоги и папки. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что, представляя результаты своей работы, необходимо учитывать потребности аудитории. • Знают, как использовать ИКТ для создания, улучшения и сохранения работы, например, как использовать электронную почту, чтобы отправить свои работы соученикам. • Знают, как использовать ИКТ, чтобы поделиться своими идеями с другими, применяя различные формы представления информации, например, вместе с одноклассниками создают проект с помощью текста, диаграмм и иллюстраций. • Знают, как эффективно организовать свои информационные ресурсы для облегчения их использования. • Понимают, к каким последствиям может привести неудачная обработка и организация информации. • Презентуя информацию, понимают потребности конкретных групп аудитории, например, адаптируют характер сообщения в зависимости от того, какой группе оно адресовано: сверстникам, родителям или учителям.

Формальное образование – молодые люди

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (высшее звено)	Высшее образование
Источники информации	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что необходимо сознательно выбирать источники информации с учетом информационных потребностей и назначения информации. • Знают, как умело выбрать источники информации, используемой в процессе обучения, руководствуясь определенными критериями отбора, например, в зависимости от ситуации используют Википедию или другие источники. • Понимают последствия использования неподходящих источников информации в ходе обучения. • Понимают различия между каналом и источником информации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают самые важные источники научной информации и знают, как использовать их на самом элементарном уровне, например, используют электронные каталоги научных библиотек. • Могут выбирать источники информации с учетом дополнительных критериев, таких как актуальность, эффективность и простота использования. • Понимают важность выбора соответствующих источников информации для получения определенных результатов. • Понимают причины ограничения организации информационных систем, например, понимают последствия того, что языки информационных запросов являются искусственными. 	<ul style="list-style-type: none"> • Чувствуют разницу между источниками информации, используемой в научной работе и в повседневной жизни. • Знают, как выбирать оптимальные источники научной информации. • Знают, как выбирать информационные системы в соответствии с требованиями работы. • Понимают последствия неправильного использования источников в научной работе. • Понимают необходимость ссылок на используемые источники, например, знают, как и почему необходимо использовать сноски и библиографии.
Поиск информации	<ul style="list-style-type: none"> • Знают основные методы и стратегии поиска информации, такие как способ сужения результатов поиска. • Знают, как осуществлять поиск информации в традиционных и электронных источниках, таких как веб-сайты, блоги, порталы и печатные материалы. • Знают, как использовать комплексные стратегии поиска на основе известных моделей информационного поведения в соответствии с ситуацией. • Знают, как использовать выбранные методы поиска, например, с помощью логических операций. • Знают, как создать запрос на языке информационной системы. 	<ul style="list-style-type: none"> • Владеют более сложной стратегией поиска. • Знают, как эффективно искать информацию, создавая стратегии поиска, основанные на самых важных моделях информационного поведения. • Знают, как перевести информационный запрос, выраженный на естественном языке, на язык информационной системы. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, как искать научную информацию в различных источниках. • Свободно используют наиболее важные источники научной информации, например, могут умело пользоваться библиотечными каталогами, используя дополнительные параметры, а также базами данных научной литературы. • Знают, как разработать эффективную стратегию поиска информации.

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)	Высшее образование
Критический подход к информации	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что источник всегда имеет решающее значение. • Знают, какие источники использовать для проверки информации, например, используют энциклопедию, чтобы подтвердить информацию, найденную в блоге. • Знают, как выбрать информацию, проверяя ее достоверность. • Знают, как оценивать использование ИКТ в своей работе. • Знают, как определять различия между информацией и другими сообщениями, в том числе мнениями, суждениями, критикой, например, сравнивают статьи из различных газет, обсуждая их особенности. • Знают, как отличить черты и функции информации от слухов, например, могут сравнить тексты ежедневной газеты и желтой прессы. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что способность критически оценивать информацию имеет решающее значение в процессе выполнения задания. • Знают, что у используемых в работе источников информации и средств ИКТ есть свои недостатки, преимущества и ограничения. • Могут предоставить подтверждающую информацию о недостатках, преимуществах и ограничениях источников информации и средств ИКТ. • Понимают последствия отсутствия критического подхода к использованию информационных источников и инструментов ИКТ. • Понимают последствия принятия определенной позиции в работе с информацией, например, понимают, что результаты опроса о политических предпочтениях можно интерпретировать по-разному в зависимости от убеждений и политических симпатий автора. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, как использовать результаты обсуждений недостатков, преимуществ и ограничений информационных источников и инструментов ИКТ для оценки качества своей работы. • Понимают влияние таких факторов, как право, этика, экономика, на развитие сектора ИКТ и используют это знание в процессе решения информационных задач.
Использование информации	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, как правильно представить результаты своей работы, например, знают, что презентация должна быть ясной, не перегруженной текстом или иллюстрациями. • Знают, как добавлять, совершенствовать и связывать информацию в различных формах, взятую из разных источников. • Знают, как использовать в процессе представления результатов своей работы такие ИКТ, как мультимедийные презентации, знают, как подготовиться и выступить с публичным докладом. • Знают, как организовать информацию наиболее подходящим образом. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, как развивать и улучшать результаты своей работы с использованием ИКТ. • Знают, как объединять информацию из различных источников надлежащим образом, чтобы представить их аудитории. • Знают, как выбирать соответствующие средства ИКТ для выполнения конкретных задач. • Понимают причины ограничения использования ИКТ в решении определенных задач, например, понимают ограниченность перевода различного рода задач на алгоритмический язык, чтобы выполнить их с помощью инструментов ИКТ. 	

Обучение на протяжении всей жизни

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Источники информации	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, какие источники информации в современном мире являются наиболее важными. • Знают, что источники информации необходимо выбирать сознательно, с учетом информационных потребностей и назначения информации. • Знают, как использовать основные источники информации для удовлетворения своих потребностей в информации. • Знают, как интуитивно оценить достоверность источников информации. • Знают, как правильно выбирать источники информации, принимая во внимание такие критерии, как надежность, актуальность, простота и эффективность использования. • Понимают, какое значение информация имеет в XXI веке. • Понимают, что эта информация будет меняться в зависимости от ее источника и намерения адресанта. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что решения всегда должны приниматься на основе актуальной и достоверной информации. • Знают, какие модели информационного поведения являются самыми важными. • Знают, как быстро выбирать источники информации, используемой в процессе обучения, руководствуясь соответствующими критериями. • Понимают важность выбора соответствующих источников информации, их влияние на результаты своей работы. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что такое организация информационных источников и потоки информации в обществе. • Знают, как выбрать эффективный источник информации в зависимости от вида деятельности и специфики задач. • Понимают, каковы могут быть последствия использования ненадлежащих источников информации, какое влияние это может оказать на результаты работы и задачи, которые необходимо разрешить.
Поиск информации	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что поиск информации требует соответствующих навыков. • Знают, что информационные запросы должны быть четко сформулированы. • Знают, как использовать основные методы поиска в традиционных и электронных источниках. • Знают, как использовать простые личные записи и рубрики, вводить запрос в поисковых системах и энциклопедиях. • Знают, что результат поиска зависит от того, как сформулирован запрос. • Понимают последствия своих решений, основанных на неполной или устаревшей информации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают основные методы и стратегии поиска информации. • Знают самые важные модели информационного поведения. • Знают основные различия в строении естественного языка и языка информационной системы. • Знают, как эффективно искать информацию, создавать стратегии поиска, основанные на самых важных моделях информационного поведения. • Знают, как использовать расширенные методы поиска информации. • Знают, как добавлять, улучшать и связывать информацию в различных формах, полученную из различных источников. 	<ul style="list-style-type: none"> • Владеют сложными стратегиями поиска. • Знают, как разработать эффективную стратегию для поиска информации.

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Критический подход к информации	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что отправитель информации может оказывать на них влияние и провоцировать определенное поведение. • Знают, что намерения отправителя и специфика среды имеют решающее влияние на содержание и форму информации. • Знают основные критерии оценки источников информации. • На интуитивном уровне чувствуют разницу между истинной и ложной информацией. • Знают, как поставить под сомнение достоверность информации. • Знают, как проверить информацию, сравнив различные источники. • Способны замечать различия между информацией и другими сообщениями, в том числе мнениями, суждениями, критикой. • Понимают, что такое манипулирование с помощью информации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что способность критически оценивать информацию имеет решающее значение в процессе выполнения заданий. • Понимают последствия принятия определенной позиции (идеологической, политической) в работе с информацией. 	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают влияние на развитие сектора ИКТ таких факторов, как право, этика, экономика, и могут использовать это знание в процессе решения информационных задач.
Использование информации	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что в презентации результатов своей работы необходимо учитывать потребности аудитории. • Знают, как вводить, сохранять и восстанавливать результаты своей работы. • Знают, как использовать ИКТ для создания, улучшения и сохранения работы. • Знают, как отбирать необходимую информацию, проверяя ее точность. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что у источников информации и средств ИКТ, используемых в работе, есть свои недостатки, преимущества и ограничения. • Знают, как использовать ИКТ в процессе представления результатов работы. • Знают, как оценивать использование ИКТ в своей работе. • Знают, как использовать результаты обсуждения недостатков, преимуществ и ограничений информационных источников и инструментов ИКТ для оценки качества работы. • Понимают причины ограничения организации информационных систем. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, как объединять информацию из различных источников, как надлежащим образом представить ее аудитории. • Знают, как правильно выбирать инструменты ИКТ, соответствующие конкретным задачам. • Понимают последствия отсутствия критического подхода к использованию источников информации и средств ИКТ.



II. ОТНОШЕНИЯ В МЕДИЙНОЙ СРЕДЕ

Формальное образование – дети

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
Образ	<ul style="list-style-type: none"> Осознают свои характерные особенности и особенности ближайшей среды, например, распознают общее сходство мест и объектов в средствах массовой информации, замечают похожие предметы или объекты. Отличают себя от других (имеют чувство собственной индивидуальности), например, распознают на картинках или в фильмах собственные черты в сравнении с другими (рост, цвет волос). 	<ul style="list-style-type: none"> Знают, что не всегда и не везде стоит сообщать информацию о себе, например, в разговоре с незнакомым человеком в онлайн-чате не называют номер своего телефона или электронный адрес. Определяют различия между собственной личностью, способностями и умениями и характеристиками компьютерного персонажа, например, играя в компьютерные игры, знают, что после окончания игры у них не будет трех «жизней», как у персонажа. 	<ul style="list-style-type: none"> Знают, что образ можно сформировать и преподнести разными способами, например, что человек по ту сторону экрана может притвориться кем-то другим. Знают, какие действия в медиасреде могут привести к негативным последствиям, например, что забавный ролик с их личным участием, произвольно выложенный в Сеть, может быть использован не в их интересах или кого-то расстроить. Умеют сознательно создавать свой образ на базовом уровне, например, при регистрации на новом сайте следуют руководству по безопасности и выбирают информацию, которой готовы поделиться с другими.
Общение	<ul style="list-style-type: none"> Умеют выражать элементарные потребности и эмоции относительно СМИ, например, соприкасаясь с каким-либо средством (будь то книга или игра), показывают, что им нравится, выбирают именно ту книгу, которую хотят прочитать. Используют доступные им информационные каналы, например, различают способы использования разнообразных средств информации на элементарном уровне, знают, что радио (музыку) нужно слушать, а телевизор (видео) – смотреть. 	<ul style="list-style-type: none"> Используют различные виды передачи информации (официальной и неофициальной), например, осознают, что общаются с одноклассниками и учителем посредством различных каналов и разными способами. Используют основные инструменты общения, например, общаются с помощью мобильного телефона и мгновенных сообщений. Знают основные виды передачи сообщений и их функции (изображение, звук, слово), например, могут сопоставить музыкальный элемент с соответствующей иллюстрацией. 	<ul style="list-style-type: none"> Умеют создавать сообщения в зависимости от контекста, например, по-разному пишут сообщение в блог и электронное письмо учителю. Умеют находить и общаться в Сети с людьми со схожими интересами, например, могут создать тему на форуме или присоединиться к уже существующей группе рассылки. Умеют выбирать инструменты/технологии в зависимости от потребностей общения, например, сознательно включают или выключают веб-камеру в процессе общения с помощью мгновенных сообщений. Различают прямое общение и общение с помощью медиа, например, могут объяснить различия и схожие черты между отправителем и получателем сообщения и берут на себя ответственность за содержание разговора.

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
Среда	<ul style="list-style-type: none"> • Способны находить в медиаконтенте элементы, присутствующие в их окружении, например, различают знакомые места. • Интуитивно используют на начальном уровне средства информации, доступные в их среде, например, не прибегая к помощи взрослых, переключают телевизионный канал на мультфильмы или включают любимую игру на мобильном телефоне. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что представленный в СМИ мир не является точно таким же, что и познаваемый ими в реальности, например, осознают, что не все, что возможно в играх, возможно в реальности. • Знают о необходимости соблюдать правила «гигиены» и безопасности при использовании средств информации, например, знают, что не стоит засиживаться перед экраном телевизора или монитором. • Знают, что благодаря средствам информации можно исследовать мир, например, осознают, что на конкретном телевизионном канале или в сети Интернет можно увидеть то, что недоступно нам в ближайшем окружении (например, в программах о природе). • Используют различные источники и каналы информации, например, умеют искать информацию в Сети. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают о возможностях и рисках, связанных с использованием различных средств информации, например, знают о необходимости соблюдать осторожность при общении с незнакомыми людьми в Интернете. • Активно используют новые средства информации, например, могут подписаться на рассылку, принимать в ней активное участие или присоединиться к чату. • Сознательно используют различные каналы информации, например, могут найти несколько разных источников, относящихся к одной и той же теме, и изучить их. • Понимают основные принципы безопасности в цифровом пространстве, например, не загружают контент из неизвестных или ненадежных сетевых источников.

Формальное образование – молодые люди

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)
Образ	<ul style="list-style-type: none"> • Умеют создавать и изменять свой образ в зависимости от собственных потребностей, например, при присоединении к какой-либо группе в Сети делятся выборочной информацией о себе. • Понимают возможности и риски, связанные с созданием своего образа, например, обращают внимание на то, какая личная информация находится в общем доступе в Сети и где именно; знают о том, что удаление данных из Сети не гарантирует, того, что они будут удалены бесследно. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, из каких элементов состоит образ, и могут их описать, например, знают, что для достижения определенных целей общественные деятели используют особый язык и жесты (в частности, чтобы добиться поддержки избирателей). • Умеют осознанно создавать свой образ в зависимости от контекста, например, при написании комментариев в социальных сетях осознают, что становятся частью этих ресурсов в глазах других, включая будущих работодателей. • Понимают необходимость осознанного подхода к созданию своего образа и последствия этого, например, не позволяют фотографировать себя на вечеринках.
Общение	<ul style="list-style-type: none"> • Знают правила общения с другими пользователями средств информации, например, знают и умеют применять правила сетевого этикета. • Используют различные типы сообщений для передачи различного контента в зависимости от целей и потребностей. • Знают о понятиях «фан-сообщество» и «фанфик», например, знают, как создаются социальные сети в Интернете, в том числе группы, объединяющие членов «фан-субкультур». 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, какие факторы могут повлиять на ход общения, например, осознают, что правильное понимание сообщений, отправленных ими в СМС или по электронной почте, зависит от ситуации и возможностей получателя. • Умеют правильно и эффективно общаться с другими с помощью различных каналов коммуникации.
Среда	<ul style="list-style-type: none"> • Знают общие принципы работы СМИ и используют различные средства передачи информации в зависимости от конкретной среды, например, по мере необходимости общаются с помощью мобильного телефона, мгновенных сообщений или интернет-форумов. • Знают, как группы и окружающая среда влияют на их жизнь, например, замечают влияние комментариев из социальных сетей на свой выбор, решения и предпочтения. • Активно участвуют в избранных интернет-сообществах, например, обмениваются информацией, высказывают мнения и ведут дискуссии в различных социальных сетях. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что различные группы, существующие в медиасреде, имеют свой характер, правила организации и динамику, например, выделяют различия между интернет-сообществами людей, которые никогда не встречались друг с другом, и тех, кто знает друг друга со школы. • Умеют использовать потенциал социальных сетей в своих целях, например, знают, как найти желаемый продукт или услугу и получить о ней отзыв от других пользователей. • Понимают процессы формирования групп и создания социальных сетей, например, различают способы участия в группе самопроизвольно объединившихся людей и параллельной группе регулярно встречающихся онлайн-игроков.

Обучение на протяжении всей жизни

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Образ	<ul style="list-style-type: none"> Распознают элементы своего виртуального образа и образов других людей. Умеют присоединяться к выбранному сообществу и участвовать в его жизни путем правильного создания своего образа, например, активно участвуют в сообществах по интересам, а также в образовательных, терапевтических и политических группах. Понимают различия между познанием мира через собственный реальный опыт и через информацию медиа, осознают связь между этими мирами, например, создают аккаунты в социальных сетях с учетом своего образа, поскольку знают о возможных последствиях пренебрежения им, в том числе о возможном негативном влиянии на карьеру. 	<ul style="list-style-type: none"> Умеют создавать устойчивые проблемно-ориентированные социальные сети, например, в зависимости от контекста совершенствуют свой образ в Сети, чтобы он соответствовал различным средам и ролям. Сознательно и ответственно создают свой образ в Сети и используют его для достижения конкретных целей, например, используют блог для формирования своей позиции в профессиональной среде. Понимают различия между постоянным и кратковременным образом, например, создают разные образы при регистрации в социальных сетях, на тематических форумах и в чатах. Осознают возможности и преимущества принадлежности к определенной группе, например, используют свои знания в планировании карьеры посредством присоединения к группе экспертов из определенной области и создания аккаунтов на профессиональных веб-сайтах. 	<ul style="list-style-type: none"> Создают интернет-сообщества, совместно формируя цифровую среду, а также такие социальные группы, как группы по интересам или политическим взглядам, например, сами руководят форумом, администрируют веб-сайт или создают необходимые цифровые средства. Способны формировать свой образ в Сети в зависимости от различных контекстов, например, в одной и той же социальной сети могут создавать несколько совершенно разных образов в зависимости от контекста и необходимости.

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Общение	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что анонимность в Сети зачастую иллюзорна, осознают, что каждое их движение в Сети оставляет след. • Избегают неприемлемого общением поведения в процессе общения, например, не провоцируют ссоры, не оскорбляют и не «троллят» других пользователей. • Умеют уверенно и эффективно общаться в медиасреде, например, способны в ясной, открытой и честной форме выразить свою точку зрения, желания, потребности и чувства, а также отвергнуть предложение, представляющее для них угрозу. • Способны различать фальшивые, агитационные сообщения, созданные с целью манипуляции, например, замечают различные элементы манипуляции при просмотре телевизионной рекламы. • Понимают разницу между формальным и неформальным общением, например, учитывают особенности получателя и контекст ситуации при создании сообщений. • Способны находить в Сети людей со схожими интересами и общаться с ними, например, могут создать новую тему на форуме или присоединиться к уже существующей группе рассылки. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают правила общения с другими пользователями СМИ, например, знают и могут применять на практике правила «сетевой этикета». • Знают, какие факторы могут повлиять на ход общения, например, осознают, что правильное понимание сообщений, отправленных ими по телефону или электронной почте, зависит от конкретной ситуации. • Способны взаимодействовать с людьми, живущими в различных частях планеты, знают, как могут повлиять на общение культурные различия, например, способны активно участвовать в международных сообществах. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны выявлять противозаконные или неприемлемые обществом действия, совершенные членами сообщества или против них, а также реагировать на эти действия, например, администраторы форумов модерировать и контролируют информационный поток. • Способны преодолевать информационные барьеры, запрет на контактную информацию и информационную асимметрию, например, могут создавать учебные материалы и соответствующие медианструменты для людей, имеющих сложности в нахождении своего места в медиасреде.

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Среда	<ul style="list-style-type: none"> • Используют новые технологии на уровне, достаточном для участия в информационном сообществе. • Способны активно участвовать в выбранных ими интернет-сообществах, например, обмениваться информацией, делиться своей точкой зрения и вести дискуссии в различных социальных сетях. • Знают правила «гигиены» и безопасности при использовании средств информации; • Формируют отношения в средствах информации, не препятствующие реальным отношениям, например, используют СМИ не для замены, а для дополнения прямых связей. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что Интернет не просто средство передачи информации, а новый вид реальности, где проходит параллельная жизнь, иногда такая же реальная, как и за пределами интернет-пространства, а общение через средства информации – такой же законный способ общения. • Осознают риск привыкания к Сети. • Знают, что различные группы, существующие в медиасреде, имеют свой характер, правила организации и динамику, например, могут называть различия между интернет-сообществом людей, которые никогда не встречались друг с другом, и тех, кто знает друг друга по работе. • Умеют использовать потенциал социальных сетей в своих целях, например, способны найти желаемый продукт и услугу и получить о ней отзыв от других пользователей. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны управлять ИТ-инфраструктурой; имеют соответствующие технические навыки, позволяющие выбирать для конкретных задач конкретные инструменты и технологии, например, способны с нуля создать и успешно позиционировать веб-сайт или веб-службу. • Понимают процесс создания и управления группами и социальными сетями.



III. ЯЗЫК МЕДИА

Формальное образование – дети

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
Языковая природа медиа	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что персонажи, представленные СМИ, в том числе и телевидением, могут быть вымышленными, например, знают, что телевизионные герои мультфильмов, такие как мишки Гамми или Дональд Дак, в действительности не существуют, а являются лишь продуктами человеческого воображения. • Понимают различия между прямым общением и общением посредством медиа, например, знают, что во время телефонного разговора мы только слышим голос звонящего, который может находиться очень далеко. • Знают, что существуют различные способы записи и передачи слов, изображений и звуков, а также что люди обмениваются информацией с помощью различных устройств, например, знают, что можно записывать и воспроизводить звуки природы и собственную речь, нарисовать картинку, затем отсканировать ее и посмотреть на экране компьютера, телевизора или телефона. • Знают и различают устройства передачи информации, например, способны распознать и описать своими словами, для чего используются радио, телевидение, мобильный телефон или компьютер, подключенный к Сети. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что визуальная коммуникация даже с реально существующим персонажем отличается от общения в реальности, например, люди, увиденные по телевизору, в фильмах или на мониторе компьютера, в реальной жизни могут быть совершенно другими. • Умеют различать обывденный язык, которым общаются со своими родителями и ровесниками, и телевизионную речь, например, различают язык мультфильмов, спортивных трансляций и разговорную речь. • Знают разные формы аудио- и аудиовизуальных сообщений, их различия и различия между способами их передачи; способны отличить сказку, записанную на DVD или аудионоситель, показанную по телевидению, изданную в виде традиционной печатной или электронной книги. • Способны различать текстовые, аудио- и видео-сообщения, а также указывать преимущества и недостатки получения таких сообщений, например, знают, что чтение печатного текста требует большего внимания, чем просмотр телепередачи, поскольку напечатанный текст в большей степени воздействует на наши мысли, а телевидение – на эмоции; знают, что прослушивание радио позволяет в то же время заниматься сторонними делами и в меньшей степени привлекает наше внимание. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают о понятиях аналоговых и цифровых технологий, например, о том, что цифровые медиа основаны на сообщениях, зашифрованных в двоичном коде. • Способны выразить своими словами различия между аналоговыми и цифровыми записями, а также привести примеры как аналоговых, так и цифровых устройств записи и воспроизведения, например, знают разницу между цифровой и пленочной фотографией, а также различия в способах их создания. • Знают основные понятия, относящиеся к языку цифровых и аналоговых фильмов или фотографий (например, «кадр», «монтаж»), понимают процесс создания фотографии или фильма с помощью аналоговой и цифровой технологий. • Имеют представление о мультимедиа как о технологии интеграции различных способов коммуникации, например, знают, что мультимедиа сочетают в себе звуковые, текстовые, фото- и видеозаписи. Также знают, что благодаря цифровым технологиям появилась возможность не только совершенствовать, но и сочетать различные формы общения.

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
Функции медиасообщений	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что некоторые медиасообщения могут побудить нас к определенным действиям, например, покупке конкретного продукта, игрушки или просмотру мультфильма по телевизору. • Знают, какие сообщения имеют развлекательный характер, а какие связаны с серьезными вопросами или информируют о конкретных событиях, например, способны отличить сказку от детской информационной программы. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знакомы с понятием рекламы и способны определить ее формы в окружающей их среде, например, способны распознать и сравнить рекламу, размещенную на улице, в газетах, по телевидению и в сети Интернет. • Способны различать медиасообщения, вызывающие различные эмоции, такие как страх, грусть, радость. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают основные элементы медийной информации, например, могут проанализировать телевизионные новости посредством вопросов: почему, кто, что, когда и где. • Понимают различия между информацией и мнением, умеют создавать сообщения с разными функциями, в том числе в социальных сетях, например, умеют обмениваться информацией и делиться мнениями о социальных или культурных проектах, различают данные два вида медиаформулировок.
Культура общения с помощью медиа	<ul style="list-style-type: none"> • Способны выразить мнение о медиасообщении и своими словами обосновать его, например: «Мне нравится этот мультфильм, потому что в нем забавные персонажи». • Знают, что слова и изображения несут определенную смысловую нагрузку, например, знают, что информацию можно передать словами или посредством изображений. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны оценить медиасообщения с точки зрения эстетики и обосновать свое мнение, например, могут сказать, что в фильме интересные спецэффекты, но плохой сценарий, объяснить, почему главный герой достоин восхищения. • Используют символы эмоций в СМС-сообщениях и Интернете; знают символы :-) и :(. • Знают и понимают различия между общением с помощью слов и жестов; знают жест «ОК» (большой палец вверх) или «V» («победа»), а также жесты, считающиеся оскорбительными в данной культуре. 	<ul style="list-style-type: none"> • Осознают процесс вульгаризации медиакультуры и способны выбирать сообщения или программы для борьбы с ней, например, могут критиковать игру или фильм за его плохое качество (отсутствие зрелищности или идеи, недостаточная аудиовизуализация, плохой звук, агрессия). • Способны переводить зашифрованные символами эмоции в выражающие их и объясняющие их причины фразы, например, используют такие предложения, как «Мне грустно» или «Я разочарован», вместо символа :(.

Формальное образование – молодые люди

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)	Высшее образование
Языковая природа медиа	<ul style="list-style-type: none"> • Знакомы с понятием гипертекста и могут объяснить разницу между линейным и гипертекстом, например, знают, что гипертекст состоит из электронного текста со ссылками, облегчающими образование ассоциаций и знаний, а также что чтение гипертекста отличается от чтения напечатанной книги. • Способны различать основные теле- и киножанры, например, могут своими словами описать особенности триллера, романтической комедии, документального фильма и ток-шоу. • Осознают процесс сближения медиажанров, например, знают, что можно слушать и смотреть традиционные радио- и телепередачи через Интернет в виде подкастов, видеокастов или потоковых передач, а также осведомлены о том, как это влияет на содержание сообщений. • Знают, как один и тот же текст медийной культуры можно представить с помощью различных средств информации и рекламы, таких как веб-сайты, кинофильмы, DVD и гаджеты, связанные с серией книг о Гарри Поттере. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают отличительные особенности текстовых сообщений, адаптированных для различных медиа; могут скорректировать форму коммуникации в соответствии со средством передачи информации, например, знают различия между текстом, написанным в линейной форме, веб-сайтом, электронным письмом, мгновенным сообщением, СМС-сообщением, публикацией в социальных сетях или книгой. • Имеют понятие об интерфейсе в рамках отношений пользователь-медиа, например, способны охарактеризовать различия в использовании планшета и газеты, графического интерфейса пользователя (GUI) и текстового интерфейса приложений. • Знакомы с понятием экрана, способны описать его роль и изменения в аудиовизуальной культуре, например, осознают различия между просмотром фильма в кинотеатре, по телевидению или на компьютере/планшете. 	<ul style="list-style-type: none"> • Имеют понятие об освещении реальности в СМИ и способны описать его роль и недостатки восприятия, например, знают, как авторы создают медиасообщения, чем аудиовизуальное общение отличается от непосредственного восприятия реальности и почему его называют «образом» реальности. Способны объяснить явление дистанционного присутствия предмета познания с философской точки зрения. • Знакомы с понятием текста в широком культурном смысле, понятиями шифрования и дешифрования, символа и семиотики, например, способны воспринимать фильм, скульптуру, архитектуру как сложный культурный текст, состоящий из символов и языковых кодов. • Имеют понятие о новых видах медиаграмотности, например, могут с точки зрения медиажанров описать не только аудиовизуальные средства коммуникации, но и социальные сети, видеоигры, а также проанализировать и охарактеризовать созданный данными сообщениями образ мира.

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)	Высшее образование
Функции медиасообщений	<ul style="list-style-type: none"> • Принимают участие в дискуссиях, формируют собственную точку зрения о социальных медиа, относясь к другим участникам с уважением и концентрируясь на сути сообщения, например, знают основные правила языкового этикета интернет-коммуникации. • Умеют убеждать других и находить аргументы, отстаивая свою точку зрения, например, могут выразить свою позицию, выделить ключевые моменты, подкрепить их примерами, использовать при этом изображения и статистические данные, представленные в визуальной форме. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны создавать информационные и рекламные тексты, например, о социальных и культурных проектах, в которых участвуют. • Знают, что некоторые информационные сообщения могут содержать элементы развлечения, способны выделить примеры такого сочетания в различных типах СМИ, например, могут заметить, что в выбранном аудиовизуальном сообщении является частью телевизионного шоу, а что имеет какое-то образовательное значение. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знакомы с положениями современных теорий о влиянии на общество элементов рекламы и маркетинга, например, могут выделить примеры способов аудиовизуального воздействия, к которому прибегают политики и продавцы с целью убедить людей в своей правоте или в незаменимости продукта. • Знакомы с понятием информационных программ и обучения с элементами развлечения, могут сочетать элементы обучения на основе речевой коммуникации с задействованием аудио- и визуальных презентаций, включающих в себя не только информацию, но и визуальные сообщения, выражающие конкретные эмоции, используют язык юмора при обмене информацией.
Культура общения с помощью медиа	<ul style="list-style-type: none"> • Знают основную терминологию эстетики и культурной критики, например, способны написать обзор о медиапрограмме или проекте, используя примеры и сравнения с другими аудиовизуальными работами. • Осознают важность жестов, мимики, положения тела или расстояния между двумя людьми и могут привести примеры использования всего вышеперечисленного в СМИ, например, могут определить отношение политика к обсуждаемой проблеме по его поведению в телестудии. 	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают и способны описать правила хорошего тона, относящиеся к коммуникации посредством медиа, например, знают, когда удобнее позвонить человеку в зависимости от его роли или как обратиться к гостю в телестудии и т.д. • Способны использовать в процессе прямой коммуникации соответствующие формулировки, интонацию и язык жестов, а также использовать символы при аудиовизуальной коммуникации, например, сопоставляют изображения с презентациями, выражающими различные эмоции и отношения. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны использовать основные риторические понятия, например, могут подготовить речь и выступить с ней на занятии в университете или принять участие в радио- или телепрограмме. • Понимают проблемы коммуникации и медиакультуры, например, могут описать основные модели общения и характер изменений в культуре (например, в языке), вызванных техническим прогрессом.

Обучение на протяжении всей жизни

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Языковая природа медиа	<ul style="list-style-type: none"> Различают медиажанры, например, могут отличить новостную программу, дебаты, телесериал, триллер, шоу талантов и описать их основные особенности. Способны создавать различные формы информационных сообщений, в том числе с помощью таких интерактивных средств общения, как электронная почта, чат, голосовая почта, Skype. 	<ul style="list-style-type: none"> Разбираются в особенностях медиажанров, а также в других вопросах, связанных, например, с кадровой синхронизацией в фильме, формами и правилами общения в Сети и интернет-сообществах. 	<ul style="list-style-type: none"> Способны грамотно создавать средства информационного общения (аудиовизуальные, мультимедийные), используя различные жанры журналистики и медиа, например, с помощью соответствующих прикладных программ могут создать веб-сайт или блог, любительский фильм или электронную газету.
Функции медиа-сообщений	<ul style="list-style-type: none"> Различают информационные сообщения, мнения и речевое воздействие, например, в рекламе, заявлениях политиков. Различают информацию и развлечение, например, могут описать, какие элементы сообщения имеют образовательное значение, а какие несут эмоциональную составляющую. 	<ul style="list-style-type: none"> Способны создавать корректные, ясные и последовательные информационные сообщения, как в устной, так и письменной форме, с помощью таких интернет-коммуникаций, как электронная почта, чат, голосовая почта. Используют для создания увещательного сообщения различные медиа, например, интернет-форумы. Эффективно используют в сообщениях риторику, в случае необходимости могут провоцировать эмоции, например, могут подготовить речь и выступить с ней. 	<ul style="list-style-type: none"> Способны эффективно формулировать информационные сообщения, как в устной, так и письменной форме, а также адаптировать их к различным медиа, например, уверенно используют публицистический, официально-деловой и научный язык.
Культура общения с помощью медиа	<ul style="list-style-type: none"> Осознают специфику и необходимость адаптации языка коммуникации к потребностям аудитории, например, знакомы с психологическими и социальными характеристиками языка, которым обращаются к детям, подчиненным, начальству, властям, журналистам. Осознают значимость языка жестов, распознают основные жесты, позы, выражения лица, понимают важность близости к человеку в процессе общения, выбора интонации, могут привести примеры из общественной жизни. 	<ul style="list-style-type: none"> Создают медиасообщения как для работы, так и в личных целях. Обеспечивают логичность, ясность и удобочитаемость своих сообщений. Способны делиться своим мнением и принимать участие в радио- и телепередачах или в интернет-обсуждениях, учитывая характер дискуссии и с уважением относиться к остальным участникам. 	<ul style="list-style-type: none"> Без труда адаптируют свои сообщения под конкретного человека и конкретную коммуникационную ситуацию. Свободно используют язык жестов на публичных выступлениях или пользуются традиционными средствами информации. Способны адаптировать сообщения под конкретную медийную ситуацию, жанр и формат. Спокойно относятся к записыванию на пленку своего выступления, знают, как язык жестов и интонации голоса влияют на человека, и используют это знание. Могут передавать другим свои знания и навыки, связанные с общением, например, могут проводить обучение и мастер-классы, посвященные медиаобразованию и этикету общения.



IV. ТВОРЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕДИАСРЕДСТВ

Формальное образование – дети

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
Создание	<ul style="list-style-type: none"> Знают, какие медиаинструменты можно использовать для создания фотоизображения, аудиозаписи, короткого видео, рисунка. Знают о таких понятиях, связанных с использованием медиа, как «клик» или «иконка». Используют медиаинструменты, например, сенсорную панель или мышку. Могут с помощью медиаинструментов запечатлеть субъективное изображение мира, например, фотографируют игрушки. 	<ul style="list-style-type: none"> Способны подготовить с помощью элементарного оборудования: картинку, запись собственного голоса и сторонних звуков, способны с помощью соответствующих программ записать видеоролик, нарисовать простой рисунок, написать короткий текст. Способны совместно с одноклассниками с помощью одного вида медиасообщений создать простую презентацию, например, серию фотографий, рисунков или видеороликов, сделанных разными учениками. 	<ul style="list-style-type: none"> Способны создать простую фотографию окружающей среды или предмета, самостоятельно записать звуковой или видеоролик, нарисовать несложный рисунок, с помощью специальной программы создать простую графическую форму, написать текст. Способны совместно с одноклассниками (при поддержке учителя) с помощью одного медиа создать простое медиаповествование (каждый ученик готовит свой элемент) с применением коротких текстовых элементов для описания сцены и объявления следующей. Создают простые медиапрезентации, используя различные коммуникационные средства (цифровое повествование).
Обработка	<ul style="list-style-type: none"> Знают, что можно обрабатывать простой медиа контент. Пробуют использовать несложные программы для редактирования фотографий или графических изображений, например, играют с программами редактирования фотоизображений или инструментами для рисования. 	<ul style="list-style-type: none"> Способны на базовом уровне с помощью простейших программ обрабатывать доступный медиа контент (фотографии, графические изображения, видео, звук). Знают, что аналоговый контент можно преобразовать в цифровой. 	<ul style="list-style-type: none"> Способны обрабатывать доступный, заранее подготовленный медиа контент (фотографии, графические изображения, видео, звук). Могут совместно с одноклассниками создать цифровую презентацию на основе заранее подготовленного или отредактированного классом медиа контента. Способны сканировать документы и изображения, а также редактировать их с помощью простейших программ.
Презентация	<ul style="list-style-type: none"> С помощью взрослых могут представить созданные и обработанные ими сообщения в группе. 	<ul style="list-style-type: none"> Знают, как с помощью мультимедийных устройств (например, компьютер с мультимедийным проектором) преподнести медиа контент, подготовленный самостоятельно или в группе. 	<ul style="list-style-type: none"> Умеют обращаться с графопроектором или другим подобными устройствами, например, используют их для отображения отдельных сообщений: изображений, текста, слайдов мультимедийной презентации, фильмов, веб-сайтов. Имеют представление о веб-сайтах, блогах, инструментах коллективного создания интернет-контента.

Формальное образование – молодые люди

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)
Создание	<ul style="list-style-type: none"> • Умеют делать фотографии, видеоролики, рисунки, аудиозаписи на заданную тему. • Умеют грамотно соединять и подбирать различный контент, а также создавать большие цифровые презентации на заданную тему. • Способны совместно с одноклассниками создать презентацию на заданную тему с использованием различных медиа, предварительно планируя совместную работу в расширенном медиаредакторе или обмениваясь информацией о подготовке и ходе выполнения задания в блоге. • Умеют коллективно создавать простые тексты и мультимедийные презентации с помощью инструментов для работы в Сети. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны создать комплекс различного медиаконтента на заданную тему. • Умеют грамотно соединять и подбирать различный контент, а также создавать на его основе большие цифровые презентации, например, коллекции и цифровые архивы, блоги, интернет-энциклопедии, гипертекстовые рассказы, веб-сайты, интернет-газеты или любые другие формы, основанные на гипертексте. • Способны совместно с одноклассниками выполнить медиапроект, распределив задания, касающиеся подготовки медиасоставляющих и их монтажа, например, могут организовать подготовку групповых заданий и принять участие в коллективной работе, используя медиainструменты, руководить работой коллектива, использовать сетевые технологии групповых работ, такие как образовательные порталы, интернет-энциклопедии, блоги, текстовые редакторы или мультимедийные презентации, а также совместно созданные социальные сети. • Способны коллективно с помощью специальных интерактивных инструментов создать текст или мультимедийную презентацию. • Могут описать и прокомментировать окружающую среду и происходящие в ней процессы, например, создать текст, фотографию, видео- или аудиоотчет или проект в виде подкаста, интервью. Также умеют оцифровывать образцы работ.
Обработка	<ul style="list-style-type: none"> • Способны обрабатывать большие объемы заранее подготовленного медиаконтента, в том числе фотографии, графические изображения, видео- и аудиоконтент. • Умеют совместно с одноклассниками создавать большие цифровые презентации, видео и гипермедиа на основе найденных или обработанных учениками материалов. • Способны самостоятельно оцифровать аналоговый контент, например, могут отсканировать книгу, документ или рисунок. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны на высоком уровне отредактировать подготовленные крупные мультимедийные ресурсы и гиперсредства. • Умеют коллективно создавать перспективные цифровые презентации, видео и гипермедийные проекты на основе контента, отредактированного другими участниками проекта, и сложных медиасообщений. • Способны коллективно оцифровать аналоговый контент, например, совместно с одноклассниками выполнить проект по цифровизации.

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)
Презентация	<ul style="list-style-type: none"> • Используют средства синхронной презентации контента (презентации в режиме реального времени). • Используют несинхронные инструменты презентации контента (мультимедийные презентации в режиме реального времени и в автономном режиме). • Способны использовать инструменты интерактивного общения со звуком и видеоизображением. • Умеют преподнести контент в блоге, используют инструменты коллективного создания контента. • Могут совместно с одноклассниками приготовить контент, используя систему «вики», а также начать и модерировать обсуждение в Сети с помощью списка адресатов, форума и социальных сетей. • Знают основные принципы интернет-журналистики и могут публиковать контент о своем сообществе после предварительной подготовки, например, знают, что представляет собой «гражданская журналистика», и пытаются действовать в ее рамках. • Способны создать простой архив оцифрованных материалов. 	<ul style="list-style-type: none"> • Используют системы управления контентом, управляют списками авторов и публикуемым контентом, добавляют, редактируют и удаляют контент с помощью таких инструментов, как блог или офисный пакет. • Самостоятельно или коллективно обмениваются информацией, например, используют социальные сетевые сервисы для создания публикации на конкретную тему. • Знают, как работает редакция в сети Интернет; используют основные навыки публикации (самостоятельно или коллективно подготовленной) актуальной информации о своем сообществе. • Способны создать сложный архив оцифрованных материалов.

Обучение на протяжении всей жизни

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Создание	<ul style="list-style-type: none"> • Умеют делать фотографии, видеоролики, рисунки, аудиозаписи на заданную тему. • Умеют грамотно соединять и подбирать различный контент, а также создавать большие цифровые презентации на заданную тему. • Способны коллективно создавать презентации на заданную тему с использованием различных медиа, предварительно планируя совместную работу в расширенном медиаредакторе или обмениваясь информацией о подготовке и ходе выполнения задания в блоге. • Умеют коллективно создавать простые тексты и мультимедийные презентации с помощью инструментов для работы в Сети. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны создать комплекс различного медиа-контента на заданную тему. • Умеют грамотно соединять и подбирать различный контент, а также создавать на его основе большие цифровые презентации, например, коллекции и цифровые архивы, блоги, интернет-энциклопедии, гипертекстовые рассказы, веб-сайты, интернет-газеты или любые другие формы, основанные на гипертексте. • Способны коллективно выполнять медиапроекты, распределив задания, касающиеся подготовки медиасоставляющих и их монтажа, например, могут организовать подготовку групповых заданий и принять участие в коллективной работе, используя медиаинструменты, руководить работой коллектива, использовать сетевые технологии групповых работ, такие как образовательные порталы, интернет-энциклопедии, блоги, текстовые редакторы или мультимедийные презентации, а также совместно созданные социальные сети. • Способны коллективно с помощью специальных интерактивных инструментов создать текст или мультимедийную презентацию. • Могут описать и прокомментировать окружающую среду и происходящие в ней процессы, например, при помощи создания текста, фотографии, видео- или аудиоотчета или проекта в виде подкаста, интервью. Также умеют оцифровывать образцы работ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Координируют деятельность группы, занимающейся подготовкой контента медиапроекта. • Способны обучать других подбирать контент и создавать на его основе большие цифровые презентации. • Умеют руководить медиапроектом, распределять задания по подготовке компонентов и монтированию собранного материала, организовывать работу группы над совместным медиапроектом. • Способны обучать других подготовке презентаций, создавать медиапрезентации на профессиональном уровне. • Умеют обучать описанию процессов окружающей среды, например, при помощи создания текста, фотографии, видео- или аудиоотчета и других типов проектов в виде радиоподкастов или интервью. Также умеют оцифровывать образцы работ.

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Обработка	<ul style="list-style-type: none"> • Способны обрабатывать большие объемы заранее подготовленного медиаконтента, в том числе фотографии, графические изображения, видео- и аудиоконтент. • Умеют, работая в группе, создавать большие цифровые презентации, видео и гипермедиа на основе найденных или обработанных членами группы материалов. • Способны самостоятельно оцифровать аналоговый контент, например, могут отсканировать книгу, документ или рисунок. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны на высоком уровне отредактировать подготовленные крупные мультимедийные ресурсы и гиперсредства. • Умеют коллективно создавать сложные цифровые презентации, видео и гипермедийные проекты на основе контента, отредактированного другими участниками проекта, и комплексные медиасообщения. • Способны коллективно оцифровать аналоговый контент, например, выполнить в группе проект по цифровизации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны решать проблемы, связанные с передовыми технологиями редактирования мульти- и гипермедийного контента. • Способны проводить обучающие семинары по редактированию медиаконтента для пользователей разных уровней. • Умеют координировать работу команд по созданию больших медиапрезентаций, видео- и гипермедийных проектов на основе отредактированного контента. • Умеют координировать процесс цифровизации.

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Презентация	<ul style="list-style-type: none"> • Используют средства синхронной презентации контента (презентации в режиме реального времени). • Используют несинхронные инструменты презентации контента (мультимедийные презентации в режиме реального времени и в автономном режиме). • Способны использовать инструменты интерактивного общения со звуком и видеоизображением. • Умеют преподнести контент в блоге, используют инструменты коллективного создания контента. • Могут совместно с другими участниками приготовить контент, используя систему «вики», а также начать и модерировать обсуждение в Сети с помощью списка адресатов, форума и социальных сетей. • Знают основные принципы интернет-журналистики и могут публиковать контент о своем сообществе после предварительной подготовки, например, знают, что представляет собой «гражданская журналистика», и пытаются действовать в ее рамках. • Способны создать простой архив оцифрованных материалов. 	<ul style="list-style-type: none"> • Используют системы управления контентом, управляют списками авторов и публикуемым контентом, добавляют, редактируют и удаляют контент с помощью таких инструментов, как блог или офисный пакет. • Самостоятельно или коллективно обмениваются информацией, например, используют социальные сетевые сервисы для создания публикации на конкретную тему. • Знают, как работает редакция в сети Интернет; используют основные навыки публикации (самостоятельно или коллективно подготовленной) актуальной информации о своем сообществе. • Способны создать сложный архив оцифрованных материалов. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны решать проблемы, связанные с использованием систем управления контентом. • Способны стимулировать работу интерактивных сетевых сообществ и обучать других управлению социальными сетями. • Умеют организовывать сетевую редакцию, координировать ее работу и использовать для активизации местного сообщества. • Способны создать большой цифровой архив, могут обучать пользователей различных уровней созданию цифровых архивов.



V. ЭТИКА И ЦЕННОСТИ В ИНФОРМАЦИОННОЙ И МЕДИЙНОЙ СРЕДЕ

Формальное образование – дети

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
<p>Коммуникация и медиа как предмет этического анализа</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Могут на базовом уровне различать плохое и хорошее в средствах массовой информации и коммуникации, например, могут указывать на плохое поведение героя фильма. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что дилемма добра и зла, лжи и истины также существует в средствах массовой информации и коммуникации, например, знают, что по телевидению можно услышать ложную информацию или что некоторые игры могут быть плохими. • Знают, что существуют определенные правила общения и использования средств массовой информации и что их необходимо соблюдать. • Знают, как определить этические риски, связанные с использованием средств массовой информации, например, могут описать проблему лжи в телевизионной рекламе. 	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают, почему моральные нормы и ценности распространяются также на средства массовой информации и коммуникации, например, понимают, почему оскорбление в Интернете так же плохо, как и оскорбление вживую.
<p>Этические проблемы в содержании массовой информации и коммуникации</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Понимают необходимость соблюдения ограничений на доступ к медиаконтенту, которые существуют для их собственного блага, например, запрет на просмотр определенных телепрограмм. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что имеют право на доступ к информации и средствам коммуникации. • Понимают, почему при использовании материалов, доступных в Интернете, следует уважать работу других, например, понимают, почему необходимо ссылаться на источник, используя фотографии, загруженные из Интернета, в мультимедийной презентации. • Могут указывать на фундаментальные ценности в сообщениях медиа, например, могут описать ценности, которые лежат в основе поступков героя какого-либо фильма. • Понимают, что ценности, провозглашаемые средствами массовой информации и коммуникации, зависят от многих факторов, например, понимают, что реклама не является объективной информацией о продукте, так как ее основная функция заключается в стимулировании покупки продукта, в создании особых потребностей и т.д. • Осознают понятие свободы слова с точки зрения средств массовой информации и коммуникации. • При контакте с медиаконтентом понимают необходимость критической терпимости и открытости (также к другим культурам).

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
Этические проблемы в общении через средства массовой информации		<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что имеют право на анонимность и конфиденциальность, например, знают, что могут запретить фотосъемку, совершаемую незнакомцем, или что нормально отказаться давать свой домашний адрес человеку, с которым познакомились онлайн. • Понимают, что общение через средства массовой информации по-прежнему остается общением между людьми, например, понимают, что по ту сторону экрана находится другой человек, которого следует уважать. • Понимают, что общение через средства массовой информации не может быть достаточной альтернативой межличностному общению, например, понимают недостатки дружбы онлайн. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что их частная жизнь и частная жизнь других людей является ценной, например, знают, почему плохо давать кому-то номер телефона другого человека без его согласия. • Знают, как применять правила сетевого этикета при интернет-коммуникации. • Понимают принципы критической открытости и терпимости при общении через средства массовой информации, например, понимают, что в онлайн-дискуссиях они не всегда оказываются правы и иногда стоит принимать аргументы другой стороны.
Правовые нормы в средствах массовой информации и коммуникации		<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что закон также распространяется на средства массовой информации и коммуникации. • Понимают обязательность соблюдения законов в сфере массовой информации и коммуникации, например, могут объяснить, почему кража в Интернете равнозначна краже товара из обычного магазина. 	

Формальное образование – молодые люди

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)
<p>Коммуникация и медиа как предмет этического анализа</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Могут задавать вопросы о влиянии коммуникации и использования средств массовой информации на свое собственное поведение и переживания с точки зрения этики, например, публикуя в своем блоге информацию о радикальных способах похудения, могут размышлять о последствиях и моральных оценках. • Понимают, что этические проблемы в средствах массовой информации и коммуникации существуют и за пределами их собственного опыта, и знают, как задать о них вопрос, например, могут описать моральные задачи управления интернет-активностью работника работодателем; могут задавать вопросы о характере проблемы (границы частной жизни работника, требования честного и эффективного труда и т.д.). 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны выявлять и анализировать этические проблемы в средствах массовой информации и коммуникации за пределами своего личного опыта, и знают, где найти помощь в их решении, например, способны к критическому анализу этических аспектов онлайн-мошенничества на основе психологического поведения, доступных исследований и т.д. • Могут анализировать этичность коммуникаций и средств массовой информации с разных точек зрения (бизнес, реклама, политика, образование, наука), принимая во внимание различные моральные системы. • Понимают проблему языка при обсуждении этики в средствах массовой информации и коммуникации, например, осознают проблему определения понятия компьютерного пиратства.

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)
<p>Этические проблемы в содержании массовой информации и коммуникации</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, какие факторы обуславливают наличие и модель определенных ценностей в средствах массовой информации и коммуникации и их форму, например, знают, что политическая фракция, контролирующая средства массовой информации, может влиять на преобладание в сообщениях СМИ определенных ценностей. • С учетом этого знания способны критически анализировать содержание средств массовой информации и коммуникации, например, понимать принципы существования желтой прессы и ее бизнес-модели; способны критически описывать, какие ценности насаждают определенные издания. • Признают право на несогласие или активное противодействие контенту, предлагаемому некоторыми средствами массовой информации и коммуникации, например, понимают, почему можно протестовать против размещения рекламных баннеров в школе, понимают, что установка блокировки рекламного контента в браузере является примером соблюдения их права на контроль получаемого контента. • Знают о праве на доступ и об ограничениях доступа к информации, например, понимают ценность чьих-либо конфиденциальных данных и знают, что это ограничивает право на доступ к информации; понимают, что такое публичная информация, и знают о своем праве на доступ к ней. • Понимают проблемы контента, содержащего сцены насилия, изображения обнаженного тела, информацию интимного характера, понимают, что эта проблема также относится к историческому содержанию, например, понимают, что люди должны думать о форме и стиле фотографий при посещении музея Аушвиц. • Понимают, что такое журналистская этика, и могут показать, как она работает на примере различных контент-провайдеров. • Осознают положительные стороны вмешательства в информационные ресурсы для настройки системы (среды) в соответствии с поставленными целями. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, как практически выявлять проблемы, касающиеся журналистской этики, применять их к другим контент-провайдерам с позиций различных нравственных систем, например, могут противопоставить принципы журналистской этики кадрам насилия, предоставленным военным корреспондентом. • Знают, как решить проблему свободы слова и плюрализма в сфере массовой информации в конкретной ситуации, например, могут анализировать работу Wikileaks с позиции свободы слова и политики безопасности государства. • Знают, как увязать проблему общественного блага и систему массовой информации и коммуникации путем применения таких концептов, как культура дарения и открытости (связанных с открытыми образовательными ресурсами, открытой наукой, бесплатными лицензиями и т.д.), например, способны анализировать модель Википедии с точки зрения общественного блага, подчеркивая важность используемой авторами лицензии Creative Commons. • Знают, как дать критический анализ проблемы общественного блага и открытости относительно содержания информации, например, могут найти и предоставить аргументы для опубликования результатов научных исследований онлайн, а также проанализировать проблему телевизионного лицензирования и его вклад в функционирование средств массовой информации как общего блага.

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)
Этические проблемы в общении через средства массовой информации	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают проблемы морального суждения о коммуникативном поведении, например, понимают, что высмеивание кого-то в Интернете имеет такое же нравственное значение, что и высмеивание кого-то при непосредственном общении. • Понимают концепцию разжигания ненависти в Интернете и могут отнести ее к деятельности, которая отслеживается онлайн, а также связать ее с идеей свободы слова. • Понимают значимость сотрудничества интернет-пользователей (в отношении таких явлений, как движение за открытые ресурсы, Википедия, краудсорсинг, совместное производство и т.д.). 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают правила ограничения права на неприкосновенность частной жизни в средствах массовой информации, например, могут дать примеры ситуаций, когда необходим доступ к личным данным, что будет являться ограничением права на частную жизнь (например, общественная безопасность), могут выявить и оценить негативные последствия нарушения права на неприкосновенность частной жизни (например, контроль над интернет-пользователями в Китае, проблемы Торгового соглашения по борьбе с контрафакцией). • Способны критически подходить к кодифицированным правилам сетевого этикета. • На основе своего опыта могут разработать собственные правила, касающиеся отношений в коммуникационной среде через СМИ.
Правовые нормы в средствах массовой информации и коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что правовая система не всегда достаточно быстро реагирует на новые события в средствах массовой информации, например, знают, что такое «сталкинг» и что он был признан преступлением лишь недавно. • Понимают, что не все правила общения и деятельности средств массовой информации должны регулироваться законом, например, могут объяснить принципы и значимость культуры обсуждений на форумах и показать, какие из этих правил появились не в силу законодательных ограничений, но тем не менее действуют. 	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают проблему соотношения гражданского права и морали, особенно с точки зрения авторского права, права собственности и права на неприкосновенность частной жизни в медиасреде, а также лингвистические проблемы при обсуждении этих вопросов, например, понимают сложность моральных суждений о компьютерном пиратстве, могут определить, является ли незаконное использование компьютерных программ для образовательных целей этическим. • Понимают, что стандарты работы средств массовой информации могут отличаться в разных правовых и нормативных системах. • Способны решить эту проблему в попытке дать этическую оценку данной медиаситуации, например, понимают, что работа портала Redwatch в американской правовой культуре допускается как выражение свободы слова, в то время как в Польше это рассматривается как преступление. Понимают проблемы, возникающие из-за разнообразия правовых и нормативных систем при попытке дать этическую оценку такого явления.

Обучение на протяжении всей жизни

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Коммуникация и медиа как предмет этического анализа	<ul style="list-style-type: none"> • Могут задавать вопросы об этических последствиях общения и использования средств массовой информации касательно собственного поведения и переживаний, например, думают: «Может быть, я не должен был загружать этот файл?» 	<ul style="list-style-type: none"> • Могут анализировать этические проблемы в отношении массовой информации и коммуникации за пределами личного опыта (в целом, на абстрактном уровне) и знают, куда обратиться за помощью для критического анализа и разрешения ситуации, например, размышляют о том, при каких условиях незаконное скачивание файлов является неэтичным. • Понимают проблему языка при обсуждении журналистской этики. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, как начать процесс этического анализа средств массовой информации и коммуникации между учащимися и участниками семинара, например, спрашивают: «Вы когда-нибудь чувствовали, что некоторые материалы не должны быть представлены в новостях, потому что это неуместно или несправедливо по отношению к кому-либо?» • Знают, как развивать субъективные этические нормы общения и использования средств массовой информации и постоянно соблюдать их.
Этические проблемы в содержании массовой информации и коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> • Знают о праве на доступ к информации и ограничениях, связанных с этим. • Могут указывать на основные ценности в выбранном медиасообщении. • Понимают, что ценности, отражаемые в контенте средств информации и коммуникации, зависят от многих факторов. • Знают, что при использовании материалов из Интернета следует уважать работу других. • Знакомы с понятием журналистской этики. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, какие факторы влияют на наличие и форму определенных ценностей в средствах массовой информации и коммуникации. • С помощью этого знания могут критически проанализировать контент средств массовой информации и коммуникации. • Понимают право возражать и высказывать противоположную точку зрения в отношении идей, транслируемых средствами массовой информации и коммуникации. • Понимают проблемы медиаконтента, содержащего сцены насилия, изображения обнаженного тела, информацию интимного характера (а также данные исторического характера). • Понимают значимость равноправного доступа к информации. • Знают, как практически определить проблемы журналистской этики и соотнести их с деятельностью других контент-провайдеров. 	<ul style="list-style-type: none"> • Могут соотнести некоторые ситуации в медиасреде с проблемой свободы слова и плюрализма СМИ. • Знают, как увязать проблему общественного блага и систему массовой информации и коммуникации путем применения таких концептов, как культура дарения и открытости (связанных с открытыми образовательными ресурсами, открытой наукой, бесплатными лицензиями и т.д.). • Осознают положительные стороны вмешательства в информационные ресурсы для настройки системы (среды) в соответствии с поставленными целями.

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Этические проблемы в общении через средства массовой информации	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что имеют право на анонимность и конфиденциальность. • Понимают, что общение через средства массовой информации остается общением между людьми. • Знают, что их частная жизнь и частная жизнь других людей является ценностью. • Знают, как применять правила сетевого этикета в интернет-коммуникации. • Понимают необходимость критической терпимости и открытости (в том числе к другим культурам) при взаимодействии с медиаконтентом. 	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают проблемы морального суждения о коммуникативном поведении. • Понимают концепцию разжигания ненависти в Интернете и могут отнести ее к деятельности, которая отслеживается онлайн, а также связать ее с идеей свободы слова. • Понимают значимость сотрудничества интернет-пользователей (в отношении таких явлений, как движение за открытые ресурсы, Википедия, краудсорсинг, совместное производство и т.д.). 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны критически подходить к кодифицированным правилам сетевого этикета. • На основе своего опыта могут разработать собственные правила, касающиеся отношений в коммуникационной среде через средства массовой информации.
Правовые нормы в средствах массовой информации и коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают обязательность соблюдения законов в отношении массовой информации и коммуникации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что правовая система не всегда достаточно быстро реагирует на новые события в средствах массовой информации. • Понимают, что не все правила общения и деятельности средств массовой информации должны регулироваться законом. • Понимают, что стандарты функционирования средств массовой информации могут различаться в разных правовых и нормативных системах. 	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают проблему отношения между гражданским правом и моралью, особенно с точки зрения авторского права, права собственности и права на неприкосновенность частной жизни в СМИ. • Могут рассматривать вопросы, которые возникают в связи с разнообразием правовых и нормативных систем в попытке этической оценки той или иной ситуации, например, размышляют: если в США не запрещено продвигать идеи нацизма (в силу принципа свободы слова), значит ли это, что подобное должно быть разрешено и в Польше?



VI. БЕЗОПАСНОСТЬ В ИНФОРМАЦИОННОЙ И МЕДИЙНОЙ СРЕДЕ

Формальное образование – дети

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
Защита личной информации и репутации	<ul style="list-style-type: none"> • Могут противиться участию в нежелательной коммуникационной ситуации, например, если не хотят, чтобы их снимали на видео, фотографировали или не хотят говорить по телефону. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что нельзя делиться личной информацией с незнакомыми людьми; при наличии сомнений обращаются к родителям или опекунам. • Знают разницу между сохранением и публикацией работы. • Способны противостоять публикации своей работы или использованию своего изображения другим человеком (ребенком или взрослым), например, просмотру видеоролика со своим участием. 	<ul style="list-style-type: none"> • Различают личное общение и публичное.
Анонимность		<ul style="list-style-type: none"> • Знают о понятии «анонимности». 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают о том, что Интернет предусматривает анонимное пользование. • Могут привести пример ситуации, в которой желательно оставаться анонимным пользователем.
Безопасность общения, работы и сделок	<ul style="list-style-type: none"> • Могут сообщить о том, что данный контент их пугает, но не обязательно знают, как решить эту проблему (например, сознательно переключив канал). 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают о таком понятии, как «секрет», и используют это знание в коммуникационной ситуации. • Способны выбирать получаемый контент, например, могут выключить телевизор, включить другой фильм, перевернуть страницу. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что определенная информация должна быть «секретной», например, пароль от электронной почты. • Знают, что есть способы защиты «секретной» информации, и умеют их применять. • Знают, что покупки можно совершать как в магазине на оживленной улице, так и в интернет-магазине или на интернет-аукционе, могут привести примеры подобных служб. • Знают, что такое «спам», и способны распознать наиболее явные его примеры.
Надзор за деятельностью в Сети			<ul style="list-style-type: none"> • Знают о таком понятии, как «цензура». • Знают, что такое «перехват информации» в контексте Интернета, например, понимают, что письмо, отправленное человеку через Интернет, может прочесть и кто-то другой.

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
Привыкание и гигиена при использовании средств информации			<ul style="list-style-type: none"> Распознают ситуации, в которых превышает предел гигиенического регламента при использовании медиа, например, когда мать слишком много играет в компьютерные игры или друг слишком много говорит по телефону. Знают, что отношения, установленные с помощью медиа, влияют на непосредственные отношения, а действия, осуществляемые с помощью медиа, могут иметь вполне реальные последствия (например, онлайн-платежи).

Формальное образование – молодые люди

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)	Высшее образование
Защита личной информации и репутации	<ul style="list-style-type: none"> Способны решать, должна ли конкретная коммуникационная ситуация быть конфиденциальной или публичной. 	<ul style="list-style-type: none"> Умеют правильно определять, предполагают ли средства информации (например, чат в социальных сетях) действительно конфиденциальное общение или только его видимость. Используют инструменты, увеличивающие степень конфиденциальности, например, расширения для браузеров, настройки приватности. Знают предназначение положений и условий на страницах, которые используют в Сети. 	<ul style="list-style-type: none"> Владеют методами и средствами защиты конфиденциальности. Читают и вникают в положения и условия на веб-страницах, а также принимают сознательные решения о принятии данных положений или отказе от них.
Анонимность	<ul style="list-style-type: none"> Знают о существовании специальных средств повышения анонимности в Сети и о том, как получить информацию о них. Знают, что анонимность в Сети может быть обманчива и что зачастую можно вычислить лицо, являющееся источником информации, даже если оно скрывается за никнеймом. Знают, что если в процессе общения выявлены идентификационные данные (например, домашний адрес), то факт, что общение осуществляется с помощью средств обеспечения анонимности, не является достаточным для ее реального поддержания. 	<ul style="list-style-type: none"> Знают, какие инструменты повышают степень анонимности (TOR, анонимный прокси-сервер, Linux TAILS и т.д.). 	<ul style="list-style-type: none"> Принимают осознанные решения, связанные с анонимностью в различных коммуникационных ситуациях, например, иногда целенаправленно деактивируют службы геолокации в своем браузере.

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)	Высшее образование
Безопасность общения, работы и сделок	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что личные данные могут быть проданы. • Используют основные средства обеспечения безопасности коммуникаций, например, применяют расширение HTTPS на веб-сайтах банковского обслуживания или в социальных сетях. • Знают, что после завершения работы необходимо выходить из системы. • Осведомлены о различных способах оплаты через Интернет с разными уровнями защиты. • Знают основные правила безопасности совершения покупок в Сети. 	<ul style="list-style-type: none"> • Уверенно опознают спам и попытки фишинга, например, замечают неправильность написания адреса интернет-банка. • Обращают внимание на сертификаты, например, не принимают автоматически каждый сертификат, признанный браузером некорректным. • Знают о существовании дополнительных инструментов повышения безопасности коммуникации и способны найти информацию о них (межконцевое шифрование, программы PGP/GPG, OTR и др.). 	<ul style="list-style-type: none"> • Грамотно используют средства повышения безопасности коммуникации. • Знакомы с такими средствами межконцевого шифрования, как PGP/GPG, OTR, и умеют их использовать.
Надзор за деятельностью в Сети	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что Интернет может кем-то контролироваться. • Осведомлены о том, что этот контроль может принимать различные формы, в том числе цензуры и перехвата информации. • Знают, что для наблюдаемого лица этот контроль может быть незаметным, например, осознают, что результатом подобного надзора может стать изменение результатов поиска, которое трудно идентифицировать. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают и могут перечислить причины осуществления контроля, например, защита детей, использующих Интернет, дополнительный доход корпораций от продажи личных данных пользователей. • Знают, что контроль может быть законным и незаконным и осуществляться государственными органами (полиция), частными лицами или корпорациями. • Знакомы с методами предотвращения надзора и могут привести их примеры, например, намеренное размещение ложной информации или шифрование не только уязвимых данных, но и несущественного контента в целях затруднения идентификации в процессе общения, требующего защиты. 	<ul style="list-style-type: none"> • Используют инструменты, затрудняющие надзор. • Сознательно подходят к выбору инструментов для конкретных целей, учитывая возможность того, что за коммуникационной ситуацией или деталями контента может наблюдать третья сторона.

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)	Высшее образование
Привыкание и гигиена при использовании средств информации	<ul style="list-style-type: none"> Знают, что определенная модель поведения может привести к привыканию. Способны выявлять действия, противоречащие технике безопасности, и избегать их. Знают о понятии «сталкинга». 	<ul style="list-style-type: none"> Сознательно формируют свои привычки, связанные с использованием технических средств. Замечают в своем и чьем-либо поведении признаки привыкания. Способны прогнозировать последствия действий в Сети, приводящих к возникновению опасной ситуации, например, не рассказывают открыто о планах уехать на долгое время из дома в социальных сетях, где имеется их адрес. Могут распознать признаки преследования и знают, как защититься в подобной ситуации. Способны управлять своим образом в Интернете, осознанно принимают решение о том, насколько сильно он должен отражать истинную личность, например, не публикуют персональные данные. 	<ul style="list-style-type: none"> Знают, как реагировать на негативную манеру общения, например, могут прибегнуть к профессиональной помощи. Распознают связь между своими действиями в медиа и другими аспектами жизни, способны управлять этой связью.

Обучение на протяжении всей жизни

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Защита личной информации и репутации	<ul style="list-style-type: none"> Знают, что конфиденциальность имеет большое значение и у каждого есть на нее право. Знают, что для защиты репутации необходима защита личной информации. Осведомлены о том, что личные данные могут быть проданы. Знают, что необходимо сохранять приватность определенных сообщений, в то время как другие сообщения можно оставлять в открытом доступе. Понимают, что участие в коммуникационной ситуации делает их потенциально ответственными за репутацию других, например, работодателя при использовании корпоративного адреса электронной почты. 	<ul style="list-style-type: none"> Используют основные средства защиты личной информации, такие как дополнения для браузеров, деактивирующие cookie-файлы. Способны точно определить, передачу каких сообщений необходимо осуществлять конфиденциально, а какие сообщения могут находиться в открытом доступе. Знают, что сбор даже анонимных данных в большом количестве может повлечь за собой вмешательство в частную жизнь. Знают и принимают тот факт, что их решения, связанные с конфиденциальностью, могут отличаться от решений других. Умеют подстраивать свой образ под ситуацию или роль. 	<ul style="list-style-type: none"> Сознательно создают свой образ в Сети в различных контекстах. Грамотно используют методы и средства защиты личной информации. Принимают обоснованные решения о том, стоит или не стоит делиться личной информацией о себе и своих друзьях с учетом их представлений о приватности.

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Анонимность	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что Интернет предполагает анонимное использование. • Осведомлены о том, что анонимное использование не исключает возможности вычисления автора сообщения. • Знают о существовании методов отслеживания деятельности пользователей в Сети без их ведома (таких как cookie-файлы). 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают о наличии средств повышения анонимности (дополнения к браузерам, системы TOR, I2P, прокси-сервер). • Способны настроить параметры браузера под свои нужды в целях повышения анонимности. 	<ul style="list-style-type: none"> • Грамотно используют средства и методы обеспечения анонимности при использовании сети Интернет. • При необходимости обеспечивают анонимность с помощью ряда инструментов, таких как режим приватности, TOR, блокировка cookie-файлов.
Безопасность общения, работы и сделок	<ul style="list-style-type: none"> • Используют основные средства обеспечения безопасной передачи информации (HTTPS). • Знают, что после завершения работы необходимо выйти из системы. • Внимательно относятся к предупреждениям о просроченных/недействительных сертификатах, при наличии сомнений не принимают их автоматически, могут навести справки об этой проблеме. • Ценят важность сохранения конфиденциальности определенной информации, понимают, что недопустимо давать кому-либо сведения о своих паролях (даже в случаях, когда это удобно). • Способны поддерживать «IT-гигиену», например, принимать во внимание сообщения, появляющиеся на мониторе, и не соглашаться на непонятные предложения; знают о таких угрозах, как вирусы; используют в браузерах так называемый «приватный режим». 	<ul style="list-style-type: none"> • Самостоятельно принимают решения, касающиеся безопасности коммуникации в конкретной ситуации (например, стоит или не стоит принимать просроченный/недействительный сертификат). • Знают о рисках, связанных с централизацией сетей и служб; способны привести примеры централизованных сетей (например, Facebook, Google) и обозначить опасности, которые они влекут (например, потеря контроля над коммуникацией, перехват информации). 	<ul style="list-style-type: none"> • Грамотно используют системы межконцевого шифрования (PGP/GPG, OTR). • Следят за важными отчетами о нарушениях защиты, способны выбрать наилучший способ для решения проблемы. • Принимают обоснованные решения об использовании средств, учитывая и нетехнические причины, например, факт того, что все используемые информационные каналы могут контролироваться одной организацией. • Осознают преимущества децентрализации и учитывают их в процессе выбора инструментов. • Способны выполнить простую неофициальную проверку безопасности, выделяя при этом недостатки конкретной ситуации, и, например, посоветовать шифрование информации.

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Надзор за деятельностью в Сети	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что общение в сети Интернет может контролироваться без ведома пользователя. • Знают, что контроль может быть законным и незаконным. • Знакомы с методами предотвращения надзора и могут привести их примеры. • Знают, что контроль может привести к формированию цензуры. 	<ul style="list-style-type: none"> • Используют средства предотвращения потенциального контроля в сети Интернет. • Знают, что надзор за коммуникацией в Сети осуществляется на разных уровнях. • Знают, какие информационные каналы в большей степени поддаются контролю, чем другие. • Могут привести примеры ситуаций, в которых контроль может быть оправдан и неоправдан. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны обходить контроль в Сети с помощью различных специализированных средств. • Способны грамотно определить, какие информационные каналы могут быть под контролем с большей вероятностью и в каких целях.
Привыкание и гигиена при использовании средств информации	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что определенная модель поведения может привести к привыканию. • Знают, что отношения, установленные с помощью средств информации, влияют на непосредственные отношения, а действия, осуществляемые с помощью медиа, имеют вполне реальные последствия (например, онлайн-платежи). • Способны прогнозировать последствия действий в Сети, которые могут привести к опасным ситуациям как в ее пределах, так и в реальной жизни. • Знают о понятии «преследования» и способны его распознать. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны идентифицировать опасную модель поведения и предотвратить возникновение приводящих к ней ситуаций. • Сознательно формируют привычки, связанные с использованием технических средств. • Распознают в собственном поведении и поведении других признаки привыкания. • Знакомы с основными средствами и методами защиты от рисков, связанных с общением посредством медиа. 	<ul style="list-style-type: none"> • Умеют реагировать на негативную модель поведения, например, прибегают к профессиональной помощи. • Способны идентифицировать попытку атаки в медиасреде (например, целенаправленный фишинг) и защитить себя.



VII. ПРАВО В ИНФОРМАЦИОННОЙ И МЕДИЙНОЙ СРЕДЕ

Формальное образование – дети

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
Виды, источники и юридические процедуры в контексте СМИ	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают значения слов. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают общие правила общения и могут применять их в типичных ситуациях, например, знают, когда сказать «доброе утро», «добрый вечер», «спасибо», «прошу прощения». • Знают, что закон также применяется к общению с другими людьми и его нарушение может быть наказуемо. 	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают концепции свободы слова, права на личную жизнь, защиты репутации. • Могут указать примеры своих прав и обязанностей в сфере коммуникации, такие как право на тайну переписки. • Знакомы с понятием договора. • Знают, что использование услуг связи включает в себя заключение договора.
Средства массовой информации и права человека, гражданина и ребенка	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что средства массовой информации связывают людей. • Знают, что люди не должны оскорблять других как при непосредственном общении, так и через средства массовой информации. • Знают, как сообщить родителям или опекуну о неприятной ситуации, в которую они оказались вовлечены при использовании СМИ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что имеют право на анонимность и не обязаны раскрывать свое настоящее имя, например, при подписании рисунка могут использовать псевдоним. • Знают, как выражать несогласие на нарушение правил коммуникации. • Знают, что каждый человек имеет право на доступ к знаниям. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают свои права в сфере общения как ребенка, ученика, а также свои гражданские права (право на участие в культурной жизни, на свободу слова и т.д.), также понимают, почему права важны, например, знают, что имеют право на чтение книг, право на общение с другими людьми и т.д. • Способны замечать нарушения прав, свобод, равенства и неприкосновенности частной жизни в средствах массовой информации. • Понимают, что закон направлен на защиту пользователей СМИ.
Исключительные права и интеллектуальные монополии	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что у каждой работы есть свой автор. • Знают, что нельзя выдавать чужие работы за свои. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что являются как авторами, так и пользователями информации, например, когда рисуют или смотрят мультфильмы. • Знают, что автор принимает решение о публикации работы, например, могут сами решать, когда рисунок закончен и когда показать его одноклассникам. • Знают, что такое плагиат. • Знают, что такое цитата. • Знают, как дать указание на цитату в своих выступлениях и в выступлениях других людей. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что существуют различные исключительные права: авторские права, патенты, товарные знаки. • Знают, что такое личное и общественное справедливое использование, например, право на копирование информации. • Знают, как должным образом привести цитату и указать авторство. • Могут привести примеры производных произведений, таких как переводы.

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
Закон о телекоммуникациях		<ul style="list-style-type: none"> • Могут сообщить взрослым о технической проблеме и попросить о помощи. 	<ul style="list-style-type: none"> • Могут описать различия между типами телекоммуникационных услуг. • Могут привести примеры платных услуг. • Знают, что операторы услуг имеют определенные обязанности, и могут привести их примеры. • Знают, что не могут заключать договоры самостоятельно (например, не могут создать учетную запись на веб-сайте). • Знают, как попросить взрослого о помощи в создании учетной записи.
Закон о СМИ и общественные медиа	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что газеты, радиостанции и порталы имеют свои редакционные отделы. • Знают, что есть книги, газеты, радио-, телепрограммы и приложения, разработанные специально для детей. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что в средствах массовой информации редакторы несут ответственность за содержание. • Способны распознавать признаки, которые говорят о том, что конкретная программа предназначена для детей. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что газеты и порталы являются частной собственностью, а радио и телевидение могут быть как частными, так и государственными. • Знают свои права на доступ к информации и на внесение исправлений. • Знают, что реклама и рекламные материалы должны быть обозначены соответствующим образом. • В состоянии распознавать рекламу.
Права людей с ограниченными возможностями	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что каждый человек имеет право на использование средств массовой информации независимо от способностей. • Знают, что люди с ограниченными возможностями испытывают трудности при использовании средств массовой информации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что люди с ограниченными возможностями имеют равные права на самовыражение в средствах массовой информации. • Могут привести пример барьеров для доступа к образовательному, информационному и культурному контенту. • Могут привести примеры специальных условий для людей с ограниченными возможностями, например, знают, что можно увеличить размер букв, чтобы их проще было прочитать, а также можно добавить субтитры к фильму. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны распознавать типичные барьеры на пути доступа к СМИ. • Могут видеть нарушение прав в медиаконтенте. • Знают, как выявить и описать косвенные барьеры на пути доступа к информации, например, отсутствие субтитров.

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
Защита данных	<ul style="list-style-type: none"> Знают, что не должны говорить и писать о себе или семье, если это не является необходимым, например, не должны говорить с незнакомыми людьми о месте жительства или автомобиле родителей. 	<ul style="list-style-type: none"> Понимают, что значит неприкосновенность частной жизни, защита данных, и знают свои права на такую защиту. 	<ul style="list-style-type: none"> Знают, что электронная коммуникация подразумевает сбор и хранение информации о пользователях. Могут распознавать ситуации вымогательства данных. Могут отказаться от предоставления личной информации. Знают, как создать учетную запись, используя псевдоним.

Формальное образование – молодые люди

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)	Высшее образование
Виды, источники и юридические процедуры в контексте СМИ	<ul style="list-style-type: none"> Знают, что могут получить защиту в суде в случае нарушения их прав на коммуникацию. Знают, что существуют правовые положения, касающиеся коммуникации через средства массовой информации (законы о телекоммуникации, авторском праве, печати, защите данных и т.д.) Знают, что сетевой этикет представляет собой совокупность норм обычного права для общения онлайн. 	<ul style="list-style-type: none"> Могут осознанно заключить договор на услуги связи, а также указать на соответствующие права и обязанности. Могут реализовать свои права. Знают, как обратиться за помощью к регулирующим органам и представителям различных групп, например, в случае нарушения прав на неприкосновенность частной жизни или авторских прав. Знают, как применять правила, декларируемые договором, конституцией и законопроектом, к своей ситуации. 	<ul style="list-style-type: none"> Знают, как интерпретировать правовые нормы и применять их в постоянно меняющейся технологической среде.
Средства массовой информации и права человека, гражданина и ребенка	<ul style="list-style-type: none"> Знают, какие именно права ребенка, человека и гражданина касаются СМИ (например, тайна переписки). Знают, что необходимо защищать свободу общения. Могут описать примеры нарушения своих прав и свобод в сфере коммуникации и свою реакцию на это. 	<ul style="list-style-type: none"> Знают о роли регулирующих органов, юристов, национальных и европейских судов в сфере СМИ. Знают, как обратиться за поддержкой к государственной службе, омбудсмену или представителю пресс-службы для защиты своих прав и прав других людей. Понимают необходимость активно защищать права и свободы в области коммуникации. 	<ul style="list-style-type: none"> Знают, как использовать СМИ, чтобы публично защитить свои права и права других людей.

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)	Высшее образование
<p>Исключительные права и интеллектуальные монополии</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Различают типы исключительных прав, могут указать, какой закон применяется к конкретной ситуации. • Понимают, что исключительные права ограничивают свободу пользователей. • Знают, что такое лицензия. • Понимают и могут использовать личные права автора: указать авторство и защищать неприкосновенность работы. • Знают, что исключительные права имеют ограничение по времени. • Знают, что такое бесплатные лицензии и зачем они нужны. • Знают, что такое общественное достояние. • Понимают пределы справедливого использования цитат. 	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают причины введения авторского права. • Знают, что монополия на творчество является компромиссом между правами пользователей и правами автора. • Могут описать, каким образом создаются различные эксклюзивные права и насколько долговечна их защита, например, знают, что произведение после его создания охраняется, но патент и торговую марку необходимо зарегистрировать. • Знают, каковы цели организации по охране авторского и смежного прав. • Могут описать области, охраняемые авторским правом и патентной монополией, например, знают, что авторское право не распространяется на официальные документы и патентная защита не относится к научным открытиям, математике и компьютерным программам. • Могут описать противоречие между защитой исключительных прав и свободой доступа к контенту. • Знают, как использовать свободные лицензии, и понимают, для чего они существуют. • Знают, что такое сохранение прав копирования. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, как определить правовой статус работы или технического решения. • Понимают конфликт между монополией на распространение и моделью сетевого взаимодействия. • Понимают причины и последствия выбора лицензии для своей работы. • Понимают суть споров о патентах на программное обеспечение, обязательства посредников, права и свободы лиц, участвующих в культурной жизни. • Понимают принципы защиты патента и товарных знаков. • Знают, что такое защита базы данных.

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)	Высшее образование
Закон о телекоммуникациях	<ul style="list-style-type: none"> • Могут описать роль и задачи поставщика сетевых услуг. • Могут привести примеры взаимных обязательств, вытекающих из договоров с поставщиками услуг, например, сроки действия договора, способы расторжения договора, стандарты обслуживания. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что такое общие услуги. • Знают, как защитить свои права, если оператор отключает их от служб или данных, например, знают, как подать жалобу, искать поддержку у государственных служащих. • Знают, как проверить и оценить качество обслуживания. • Знают, что определенные услуги регулируются конкретными службами, могут назвать компетентные институты. 	<ul style="list-style-type: none"> • Могут подать заявку на предоставление общих услуг. • Понимают обязанности агента / оператора, вытекающие из уведомления о нарушении условий или закона.
Закон о СМИ и общественные медиа	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что радио и телевидение контролируются специальной службой. • Могут описать роль средств массовой информации, их задачи и способы финансирования, такие как телевизионные и радиодоли, реклама, субсидии. • Могут описать бизнес-модели частных средств массовой информации, такие, как реклама, подписка или доступ по требованию. • Распознают скрытую рекламу. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что такое лицензия на программу и распределение пропускной способности. • Способны распознавать скрытую рекламу и маркетинговые сообщения. • Могут применить право на исправление. • Способны различать информацию, комментарии и развлечения. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, как подготовить пресс-релиз и найти тех, кто может или обязан опубликовать его. • Способны распознать нарушение обязательств издательства или вещательной компании. • Знают, как проверить регистрационные данные медиасреды.
Права людей с ограниченными возможностями	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что такое Конвенция о правах инвалидов. • Могут заметить и описать косвенные барьеры доступности, такие как слишком мелкий шрифт, неправильные цвета, хаотическое расположение информации. • Знают, как реагировать на нарушение прав инвалидов. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают об установленных законодательством средствах для людей с ограниченными возможностями, которые должны использоваться издательствами и вещательными компаниями (звуковое описание, сурдоперевод, субтитры). • Знают о стандартах доступности и необходимости им следовать, например, знакомы с руководством по обеспечению доступности веб-контента (WCAG). • Знают, что информация, представленная в доступной форме, может привлечь больше клиентов, а несоблюдение стандартов доступности приведет к исключению некоторых граждан, таких как пожилые люди. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны проверить, соответствует ли обслуживание стандартам доступности, например, используют инструменты для самостоятельной проверки доступности. • Знают, как правильно реагировать на нарушения стандартов доступности.

Вопрос	Среднее образование (младшее звено)	Среднее образование (старшее звено)	Высшее образование
Защита данных	<ul style="list-style-type: none"> • Могут привести примеры сбора и хранения информации о пользователях (биллинг, геолокации, электронные письма, сообщения, посты на форумах и в социальных СМИ). • Фактически способны защитить себя и конфиденциальность других. • Знают, что администраторы данных обязаны информировать о тех данных, которые будут у них храниться, например, знают, что могут получить информацию о любых личных данных, хранящихся у владельца сайта. • Знают о Законе по защите персональных данных. • Могут описать обязанности поставщиков услуг в области защиты персональных данных. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что такое политика конфиденциальности. • Знают содержание Закона о защите персональных данных. • Понимают концепцию обработки персональных данных и данных администратора. • Знают, что такое уязвимая информация. • Могут описать проблемы, связанные с защитой данных (утечка баз данных, объединение данных из различных источников, чувствительные данные). • Знают название службы защиты данных и могут описать ее задачи. 	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают политику конфиденциальности компании, услугами которой пользуются. • Знают, как применять принципы защиты данных в отношении своих публикаций и услуг. • Знают, как отправить запрос в службу защиты данных для вмешательства или объяснения правил. • Знают, как проверить свои данные, собранные различными поставщиками услуг или учреждениями. • Знают, как зарегистрировать базу данных и проверить, зарегистрирована ли определенная база данных.

Обучение на протяжении всей жизни

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Виды, источники и юридические процедуры в контексте СМИ	<ul style="list-style-type: none"> • Знакомы с общепринятыми нормами коммуникации. • Знают, что закон также применяется к общению с другими людьми и его нарушение может быть наказуемо. • Знают, что могут получить защиту в суде в случае нарушения их прав на коммуникацию. • Знакомы с понятиями свободы слова, права на неприкосновенность частной жизни (тайну переписки), защиты репутации. • Могут привести примеры своих прав и обязанностей в области коммуникации. • Знакомы с понятием договора. • Знают, что использование услуг связи включает в себя заключение договора. • Знают, что сетевой этикет представляет собой набор общепринятых правил общения онлайн. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что существуют правовые положения, касающиеся коммуникации через средства массовой информации (законы о телекоммуникации, авторском праве, печати, защите данных и т.д.) • Знают, как применять правила, декларируемые договором, конституцией и законопроектом, к своей ситуации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны отстаивать свои права. • Способны обратиться за помощью к регулирующим органам или юристам, например, в случае нарушения прав на неприкосновенность частной жизни или авторского права. • Знают, как интерпретировать правовые нормы и применять их в постоянно меняющейся технологической среде.
Средства массовой информации и права человека, гражданина и ребенка	<ul style="list-style-type: none"> • Знают о своем праве на анонимность и о том, что это вовсе не означает безнаказанность. • Умеют достойно вести себя в коммуникационных ситуациях. • Понимают, что каждый имеет право на образование и доступ к знаниям. • Знают о своем праве на общение, которое вытекает из прав человека и гражданина. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны распознавать и правильно реагировать на нарушение прав, свобод, равенства и конфиденциальности в медиа. • Осознают значение права на образование и участие в культурной жизни. • Знают, какие права человека и гражданские права относятся к области средств информации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают о роли регулирующих органов, юристов, национальных и европейских судов в сфере СМИ. • Знают, как обратиться за поддержкой к государственной службе, омбудсмену или представителю пресс-службы для защиты своих прав и прав других людей. • Понимают необходимость активно защищать права и свободы коммуникации. • Знают, как использовать СМИ, чтобы публично защитить свои права и права других людей.

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Исключительные права и интеллектуальные монополии	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что решение опубликовать свою работу принимает сам автор. • Знают, что такое плагиат. • Знают о различных исключительных правах (авторское право, патенты, торговые марки). • Умеют правильно цитировать и обозначать авторство. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что такое лицензия. • Понимают и могут использовать личные права автора: указывать авторство и защищать неприкосновенность работы. • Знают, что исключительные права имеют ограничение по времени. • Знают, что такое свободные лицензии и зачем они нужны. • Знают, что такое общественное достояние. • Могут привести примеры производных произведений, таких как переводы. • Понимают пределы справедливого использования цитат. • Различают типы исключительных прав, могут указать, какой закон применяется к конкретной ситуации. • Понимают, что исключительные права ограничивают свободу пользователей. • Могут описать, каким образом создаются различные эксклюзивные права и насколько долговечна их защита. 	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают причины введения авторского права. • Знают, что монополия на творчество является компромиссом между правами пользователей и правами автора. • Могут описать конфликт между защитой исключительных прав и свободой доступа к контенту. • Знают, как использовать свободные лицензии и понимают, для чего они существуют. • Знают, что такое сохранение прав копирования. • Знают, как определить правовой статус работы или технического решения. • Понимают конфликт между монополией на распространение и моделью сетевого взаимодействия. • Понимают причины и последствия выбора лицензии для своей работы. • Понимают суть споров о патентах на программное обеспечение, обязательства посредников, права и свободы лиц, участвующих в культурной жизни. • Понимают принципы защиты патента и товарных знаков. • Знают, что такое защита базы данных.
Закон о телекоммуникациях	<ul style="list-style-type: none"> • Могут описать роль и задачи поставщика сетевых услуг. • Могут привести примеры взаимных обязательств, вытекающих из договоров с поставщиками услуг. • Знают, что такое общие услуги. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, как защитить свои права, если оператор отключает доступ к услуге или данным, например, знают, как подать жалобу, искать поддержку у государственных служащих. • Знают, как проверить и оценить качество обслуживания. • Знают, что определенные услуги регулируются конкретными службами, могут назвать компетентные институты. 	<ul style="list-style-type: none"> • Могут подать заявку на предоставление общих услуг. • Понимают обязанности агента / оператора, вытекающие из уведомления о нарушении условий или закона.

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Закон о СМИ и общественные медиа	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что в средствах массовой информации редакторы несут ответственность за содержание. • Способны распознавать указания на то, что определенная программа подходит для детей и подростков. • Знают, что газеты и порталы являются частной собственностью, а радио и телевидение могут быть как частными, так и государственными. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают свои права на доступ к информации и на внесение исправлений. • Знают, что реклама и рекламные материалы должны быть обозначены соответствующим образом. • Способны распознать обычную и скрытую рекламу. • Знают, что радио и телевидение контролируются специальной службой. • Могут описать роль средств массовой информации, их задачи и способы финансирования. • Могут описать бизнес-модели частных средств массовой информации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что такое лицензия на программу и распределение пропускной способности. • Умеют пользоваться правом внесения исправлений. • Знают, как подготовить пресс-релиз и найти тех, кто может или обязан опубликовать его. • Способны распознать нарушение обязательств издательства или вещательной компании. • Знают, как проверить регистрационные данные медиасреды.
Права людей с ограниченными возможностями	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что люди с ограниченными возможностями имеют равные права на самовыражение в средствах массовой информации. • Могут привести пример барьеров для доступа к образовательному, информационному и культурному контенту. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знакомы со стандартами доступности. • Знакомы с Конвенцией о правах инвалидов. • Могут опознать и описать прямые и косвенные барьеры для доступа. • Обращают внимание на нарушения прав в медиаконтенте и умеют на них правильно реагировать. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что в соответствии с законом издательства и вещательные компании должны обеспечивать обслуживание людей с ограниченными возможностями. • Способны проверить, соответствует ли обслуживание стандартам доступности. • Знают, как правильно реагировать на нарушения стандартов доступности.
Защита данных	<ul style="list-style-type: none"> • Знакомы с понятиями конфиденциальности, защиты данных, знают о своих правах на подобную защиту. • Знают, что коммуникация с помощью электронных средств включает в себя сбор и хранение информации о пользователях. • Способны распознать ситуацию вымогательства информации. • Способны отказать в доступе к своей личной информации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знакомы с понятием политики конфиденциальности. • Знакомы с понятием ценной информации. • Знают, какое ведомство отвечает за защиту данных. • Знают, что включает в себя разрешение на обработку информации. • Знают, что администраторы данных отчитываются о хранящихся у них данных. • Знакомы с законом о защите личной информации. • Могут обозначить обязанности поставщиков услуг, касающиеся защиты личной информации. • Способны обозначить проблемы в сфере защиты данных. • Фактически способны защитить себя и конфиденциальность других. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, какие данные собирает и хранит поставщик услуг. • Понимают суть закона о защите личной информации. • Знакомы с политикой конфиденциальности компаний, предоставляющих им услуги. • Знают, как применять принципы защиты данных в отношении своих публикаций и услуг. • Знают, как отправить запрос в службу защиты данных для вмешательства или объяснения правил. • Знают, как проверить свои данные, собранные различными поставщиками услуг или учреждениями. • Знают, как зарегистрировать базу данных и проверить, зарегистрирована ли определенная база данных.



VIII. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЙСТВИЯ МЕДИА

Формальное образование – дети

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
Медийный рынок	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что существуют различные виды средств информации и могут привести примеры (детские журналы, телепередачи, аудиокниги, онлайн-игры и т.д.). • Знают, что у средств информации есть потребители / пользователи. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что средства информации совместно с пользователями формируют медийный рынок. • Могут назвать традиционные виды медиа: газеты, радио, телевидение. • Знают и понимают, что Интернет – это отдельный вид средств информации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знакомы с различными типологиями средств информации (традиционные и новые медиа, СМИ и социальные медиа, печатная пресса и электронные СМИ, открытые и конфиденциальные медиа). • Могут назвать основные различия между данными видами медиа. • Знают, что существуют организации, работающие в медийной сфере, и что в них, как и во всех других организациях, имеются свои руководители и персонал. • Понимают связь между средствами информации и их пользователями (обмен, участие и совместное создание).
Информация как экономическое благо	<ul style="list-style-type: none"> • Интуитивно понимают, что такое информация, например, знают, на каком канале идет их любимый мультфильм или в какое конкретно время. • Могут обмениваться информацией с другими. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что информацию можно передавать с помощью медиа как прямо, так и опосредованно (пресса или электронные СМИ). • Знают, что на языке медиа информация называется «новостями». • Имеют понятие о рекламе; знают, что сообщения могут быть увещательными или информативными. 	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают, что именно по контексту можно определить, имеем ли мы дело с увещательным или с абсолютно информативным сообщением. • Понимают разницу между рекламой и информацией. • Знают, что реклама также содержит элемент информации, но в ней все же преобладает компонент побуждения.

Вопрос	Дошкольное образование	Начальное образование (1–3 классы)	Начальное образование (4–6 классы)
Финансирование медиа	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что в сообщениях содержится реклама, например, могут распознать ее в любимом журнале или в перерывах между мультфильмами по телевидению. • Знают, что доступ к средствам информации стоит денег, например, что газеты покупают в киоске. • Знают, что товары можно приобрести как в магазине, так и в Интернете. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что существуют игры с бесплатными базовыми функциями, но дополнительный функционал стоит денег. • Знают, что несовершеннолетние лица не могут осуществлять транзакции в Интернете. • Могут идентифицировать способы приобретения товаров, например, в магазине торгового центра, в интернет-магазине, на онлайн-аукционе. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают о существовании файлообменников и игр, в которых базовые функции не требуют платы, а дополнительные являются платными; понимают, что закон не позволяет взимать подобную плату. • Знают, что иногда скрытую информацию о дополнительных платежах за пользование услугой трудно обнаружить и расшифровать (например, стоимость СМС-сообщения или звонка на специальный номер для голосования на телевидении зачастую зашифрована в первых цифрах номера). • Знают, что в Интернете существуют скрытые платежи. • Осведомлены о том, что оплате подлежит только доступ к медиасообщениям, а не их содержание, отсюда и необходимость в финансировании медиа из других источников, например, на некоммерческих телеканалах программы не прерываются на рекламу, но при этом необходимо оплатить телелицензию. • Знают, что реклама – один из способов финансирования средств информации. • Понимают, что не могут самостоятельно производить транзакции в Сети.
Политика в области медиа			<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что политика в области медиа заключается в деятельности, связанной с функционированием средств информации (нормы, регулирование, контроль), и способны идентифицировать элементы данной политики, например, могут привести примеры правил медийного рынка.

Формальное образование – молодые люди

Вопрос	Среднее образование (среднее звено)	Среднее образование (старшее звено)	Высшее образование
Медийный рынок	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что медийный рынок формируется не только средствами информации и их пользователями, но и контролирующими его государственными организациями. • Знают, что у медиакомпаний есть: владелец, руководящий орган, особая юридическая и организационная форма, а также редакционная политика. 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны отличить общественные средства информации от частных, знают об основных последствиях подобного разграничения (обязательство приобретать лицензию на вещание, различия в финансировании). • Знакомы с такими явлениями медийного рынка, как конкуренция и концентрация. • Способны назвать различия в регулировании традиционных и новых средств информации. • Понимают, что регулирующие органы могут создавать барьеры для доступа (лицензия или регистрация). 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что представляет собой медийный плюрализм, и понимают, почему необходимо защищать конкуренцию на медиарынке. • Знают о существовании теневой экономики в области медиа, в большой степени или абсолютно недостижимой для государственной политики, о ее положениях и налоговом обложении. • Могут привести примеры теневой экономики в области медиа, например, веб-сайты с совместным доступом к файлам. • Знакомы с понятиями «консолидация» и «концентрация прав собственности медиа»; понимают, что лежит в их основе, могут описать их влияние, иногда (необязательно) могут перечислить их (экономия от масштаба, выгода от величины объекта, эффект синергии). • Различают вертикальную концентрацию (издатель газеты покупает или создает радиостанцию) и горизонтальную (владелец одной радиостанции покупает другую). • Понимают принцип работы цепочки создания стоимости медиа и знают, что ни один компонент не преобладает над другими.

Вопрос	Среднее образование (среднее звено)	Среднее образование (старшее звено)	Высшее образование
Информация как экономическое благо	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что информация – это товар. • Знают, что не все имеют доступ к информации. • Знакомы с понятием информационной асимметрии. • Знают, что, когда меняется экономика, а в мире распространяются цифровые технологии, информация начинает играть все более важную роль (снижается информационная асимметрия). • Понимают, что создание информации, как и ее передача, влечет за собой траты, причем получатели информации (читатели, слушатели, зрители) не всегда осознают это, поскольку расходы покрываются продюсерами. • Знают, что расходы на создание информации не всегда равны ее цене. • Знакомы с понятием экономики дарения и могут распознать ее элементы в медиасреде. • Знают, что одним из принципов бизнеса в Интернете является «экономика внимания», и способны объяснить ее основу, например, на примере истории поиска в браузере. • Знают о правах на интеллектуальную собственность (в том числе о законе об авторском праве) и о том, что эти права влияют на экономическую стоимость и доступность товара. • Понимают, что цена является результатом соглашения – продавец предлагает цену, а покупатель либо принимает ее, либо отказывается. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что между традиционными медиа и потребителями происходит экономический обмен (экономика внимания для интерактивных средств информации), но получатель не платит непосредственно за информацию, что обусловлено способом финансирования медиа. • Знают, что действующие положения об интеллектуальной собственности могут влиять на восприятие информации и цену товара, например, знают, что у идеи нет собственника, но если она зафиксирована автором на бумаге, то автоматически становится предметом правовой защиты. • Осознают экономические и юридические последствия существующих правил, касающихся интеллектуальной собственности, например, ограничений, связанных с использованием личных копий фильмов на DVD. • Знают, что такое публичная информация. 	<ul style="list-style-type: none"> • Могут анализировать влияние законодательства на информационную и медиаполитику.

Вопрос	Среднее образование (среднее звено)	Среднее образование (старшее звено)	Высшее образование
Финансирование медиа	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что в зависимости от способа финансирования средства информации делятся на частные и публичные. • Знакомы с понятием радио- и телелицензии и целями ее введения. • Знают, что некоторые блоги спонсируются организациями, и видят разницу между побуждением к покупке товара и информацией о нем. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что сервисы, продающие контент, скорее являются исключением, чем правилом финансирования медиа, например, знают, что в Интернете можно купить исключительный доступ к чему-либо (например подписку на фондовом рынке). • Знакомы с основными правилами электронной коммерции и онлайн-платежей, например, пользуются онлайн-аукционами. • Грамотно используют такие термины, как доход от рекламы, субсидии, подписки, а также понимают их значение в контексте медиа и коммуникации. • Видят связь между снижением информационной асимметрии в цифровой среде и ценой на определенные товары в Интернете, например, осознают влияние информационно-поисковых систем, сайтов, посвященных сопоставлению цен, а также платформ для электронной коммерции на снижение показателей рентабельности товаров в Интернете. 	
Политика в области медиа	<ul style="list-style-type: none"> • Могут привести примеры и дать описание элементов политики в области медиа. • Способны объяснить различия между публичными и частными средствами информации с учетом контроля и управления (структура собственности). 	<ul style="list-style-type: none"> • Способны объяснить концепцию политики в области медиа и описать ее цели и средства (закон о СМИ и телекоммуникациях, регулирование и экономико-правовая среда). 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают о международном масштабе медийной политики и роли в ней международных организаций: ЕС, МСЭ, ВТО, ОЭСР. • Способны идентифицировать источник политического и экономического давления, оказываемого на средства информации и обусловленного схемой их финансирования. • Осознают влияние медийной политики на экономические явления, происходящие на медийном рынке, например, на создание барьеров для доступа, концентрацию, финансирование медиа.

Обучение на протяжении всей жизни

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Медийный рынок	<ul style="list-style-type: none"> • Знакомы с различными видами средств информации (радио, телевидение, Интернет, пресса). • Знают, что собой представляет радио- или телелицензия. • Различают частные и общественные медиа. • Знают о том, что медийный рынок находится под контролем. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что частным радиостанциям или телеканалам, в отличие от общественных, для вещания необходима лицензия. • Знают, что для рынка свойственна конкуренция и концентрация, могут привести соответствующие примеры. • Знают, что медийный рынок состоит из средств информации, их пользователей и регулятивных органов. • Могут назвать органы регулирования и саморегулирования средств информации. 	<ul style="list-style-type: none"> • Осознают последствия консолидации и концентрации медиа. • Различают горизонтальную и вертикальную концентрацию. • Способны идентифицировать барьеры для доступа к медийному рынку.
Информация как экономическое благо	<ul style="list-style-type: none"> • Имеют понятие об информационном контексте (могут обрабатывать информацию, полученную через медиа). • Различают информативные и рекламные сообщения. • Знают, что информация является экономическим благом и обычно необходимо оплачивать доступ к ней, а не платить за нее (например, плата за использование кабельной телесети). 	<ul style="list-style-type: none"> • Имеют представление об информационной асимметрии и осознают ее сокращение в цифровой среде. • Знают, что расходы на создание информации не всегда равны ее цене, например, расходы на производство мобильных телефонов отличаются от их рыночной стоимости, что обуславливается различными скидками и распродажами. • Имеют представление о правах на интеллектуальную собственность (в том числе и об авторском праве) и осознают их юридические и экономические последствия. • Могут привести пример экономики дарения и экономики внимания. 	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают, как изменился в цифровой среде подход к информации как товару. • Понимают основы экономики внимания и дарения. • Осознают экономическое влияние положений об интеллектуальной собственности. • Имеют представление о свободе слова и связанных с ней гражданских правах.

Вопрос	Базовый уровень	Средний уровень	Продвинутый уровень
Финансирование медиа	<ul style="list-style-type: none"> • Знакомы с основными правилами электронной коммерции и онлайн-платежей, например, используют интернет-аукционы. • Знают, что некоторые услуги не требуют платы за базовые функции, но дополнительные опции являются платными. • Знают, что иногда скрытую информацию о дополнительных платежах за пользование услугой трудно обнаружить и расшифровать (например, что стоимость СМС-сообщения или звонка на специальный номер для голосования на телевидении зачастую зашифрована в первых цифрах номера). • осведомлены о том, что оплате подлежит только доступ к медиасообщениям, а не их содержание, отсюда и необходимость в финансировании медиа из других источников (реклама или телелицензия). • Знают, что исходя из способа финансирования, медиа делятся на частные и общественные. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знакомы с понятием радио- и телелицензии и целями ее введения. • Знают, что некоторые блоги спонсируются организациями, и видят разницу между побуждением к покупке товара и информацией о нем. • Осведомлены о скрытых платежах в Интернете. • Знают, как безопасно и эффективно осуществлять онлайн-транзакции, понимают правила электронной коммерции и онлайн-платежей. 	<ul style="list-style-type: none"> • Могут идентифицировать источники политического и экономического давления, оказываемого на средства информации и обусловленного схемой их финансирования. • Знают, что сервисы, продающие контент, скорее являются исключением, чем правилом финансирования медиа, например, знают, что в Интернете можно купить исключительный доступ к чему-либо.
Политика в области медиа	<ul style="list-style-type: none"> • Знают, что медийный рынок контролируется. 	<ul style="list-style-type: none"> • Знают о существовании неофициальных медиасистем, в большой степени или абсолютно недостижимых для государственного надзора. • Осведомлены о международном масштабе медийной политики и могут привести примеры влияющих на нее международных организаций. • Распознают элементы медийной политики. 	<ul style="list-style-type: none"> • Понимают основные функции, цели и средства медийной политики. • Могут привести примеры влияния медийной политики на работу средств информации (способ финансирования, появление новых медиа).