

ИНТЕРНЕТ И РАЗВИТИЕ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ: АСПЕКТЫ ПЛАНИРОВАНИЯ

Екатерина Якушина, старший научный сотрудник лаборатории медиаобразования Института содержания и методов обучения (ИСМО) РАО, кандидат педагогических наук

Медиаобразовательные умения работы с информацией на сегодняшний день приобрели высокую важность в связи с процессом информатизации образования, охватившим все школы России. Информатизация образовательного процесса — это комплекс мероприятий, связанных с насыщением образовательной системы информационными технологиями. Но что такое техника без умений работать с основным продуктом, который она предоставляет, — информацией?

Под «медиаобразованием», как и многие отечественные и зарубежные специалисты, понимаем образование, ориентированное на:

- приобретение учащимися знаний о коммуникациях и средствах массовой информации;
- использование средств коммуникации для приобретения различных знаний и творческого самовыражения;
- оценку достоверности информации;
- соотнесение информации и знания;
- умение правильно организовать информационный процесс, оценить и обеспечить информационную безопасность.

Цели медиаобразования ориентированы на формирование умений работать с информацией:

- формирование навыков целенаправленного поиска информации;
- развитие критического мышления;
- умение понимать скрытый смысл того или иного сообщения —

адекватное понимание медиатекстов;

- формирование навыков восприятия, переработки и представления информации;
- умение противостоять манипулированию сознанием индивида со стороны СМИ.

Суть медиаобразования — изучение сообщений средств массовой информации. Но необходимо помнить, что массмедиа не отражают, а репрезентируют действительность. Поэтому и возникает явление «параллельной школы» — учащиеся впитывают ту информацию, которую получают по каналам СМИ, не вникая в её достоверность, корректность, надёжность и т.д. Одной из задач медиаобразования в школе должно стать обучение извлечению смыслов из символического представления окружающего мира и процессов, протекающих в нём. Это возможно в том случае, если учащиеся будут понимать, по каким законам «живёт» информация в массмедиа, как и с какой целью она распространяется.

Для того чтобы научить школьников медиаобразовательным умениям, преподавателю необходимо учитывать два основных момента:

1) **психологические** возможности школьников по **восприятию информации**;

2) **содержательный аспект** той информации, которая **воздействует** на индивида.

Остановимся на **первом** моменте. Применение определённых средств воздействия, таких, например, как использование технических средств обучения, имеет своё психолого-педагогическое значение, направленное на достижение психологической эффективности обучения работе с информацией. Эти средства оказывают влияние как на психические процессы — повышение уровня внимания, восприятия, понимания, развития мышления и творческих способностей, так и на общий уровень образования учащихся.

Но воздействие бывает различного плана — одно дело педагогическое воздействие с образовательными целями, другое дело то, что существует помимо школы так называемая «параллельная школа», о которой уже упоминалось.

И тут вступает в действие **второй** момент — **содержательный**.

Обратим внимание на то содержание информации, которое в настоящее время окружает современного школьника. Это телевидение и радио, печатные издания (книги, газеты, журналы), DVD-диски, компьютерные игры, обучающие программы и, конечно же, Интернет, который отвечает требованиям, предъявленным к перспективной и современной информационной системе. Сеть — это хранилище информации, снабжённое процедурами её ввода, поиска, размещения и выдачи, что, в свою очередь, отличает её от простых скоплений информационных материалов.

В настоящее время прослеживаются две тенденции наполнения вышеперечисленных средств содержанием. Первая тенденция связана с совершенствованием информационных систем для профессиональных пользователей, образования и науки, вторая — с удовлетворением утилитарных, коммерческих подходов: популярная информация для каждого желающего, коммерция и реклама. Сегодня в большей мере учитывают интересы заказчика, удовлетворяют его запросы. Разрабатываются методы и приёмы привлечения и удержания аудитории, изучаются объекты и цели воздействия. Предложение, как и в других аналогичных случаях, формирует спрос.

Образовательный потенциал напрямую связан с содержанием информации, находящейся в информационных системах. Часть образовательной информации создаётся целенаправленно, различными научными и образовательными сообществами, часть — стихийно проникает в эту область. Содержание информации в информационных системах весьма различно, она бывает как позитивного, так и негативного свойства. В связи с этим, а также со специфической формой её представления, возникает ряд проблем. Например, проблемы этики, достоверности, надёжности информации, воздействия на психику и подсознание людей.

Достоверность сетевой информации — уникальный прецедент в истории, так как проверить её часто не представляется возможным. На многих сайтах нет никаких данных об авторах, организациях, занимающихся разработкой и предоставлением информации, в отличие от книг, у которых всегда имеются выходные данные.

Это является одной из проблем, решение которой может частично взять на себя преподаватель, предупреждающий, что сведения, которые

учащиеся могут получить через сеть, не всегда будут надёжными, объясняющими различия между достоверной информацией и информацией, предлагаемой в надежде продать тот или иной продукт.

Интернет даёт возможность найти любую информацию, но вместе с тем представляет опасность для распространения по всему миру лживых утверждений, мошенничества или других негативов. Поскольку Интернет усиливает возможности человека реализовать права или злоупотреблять ими, предполагается, что люди должны нести большую ответственность за свои действия и за мир, который они создают. Это также необходимо донести до сознания подростков.

В настоящее время очень много информационных источников существует в основном за счёт рекламы. Опасность рекламной информации в том, что она зачастую может содержать умышленные ошибки. Поскольку лишь что-то необычное, сенсационное может привлечь внимание людей, изданиям подобного рода свойственно вольное обращение с фактами. Реклама манипулирует потребителем, формулируя за него его собственную потребность (которую человек изначально мог даже не осознавать) и вариант её удовлетворения.

Научная недостоверность сообщения может быть результатом того, что автор не включает в сообщение информацию в полном объёме. Здесь можно выделить два случая:

- автор сам не владеет всей информацией — недостаточные знания о предмете сообщения;
- автор умышленно скрывает от потребителя часть информации — селекция информации.

Внимание может привлекаться к какому-то одному свойству материального объекта или явления, может быть предпринята неудачная попытка популяризации научных знаний.

Адаптация информационного сообщения к тезаурусу и возрастным особенностям объекта информационного воздействия может привести к значительному искажению информации, вплоть до научных ошибок.

Ещё один способ манипулирования сознанием заключается в неточном переводе текста рекламы с иностранного языка. В результате появляются слова-гибриды, похожие на научные термины, которые оказывают на потребителя информации магическое действие. В связи с этим необходимо научить школьников правильно реагировать на рекламные сообщения.

Сотрудники лаборатории медиаобразования РАО проводили эксперимент в одной из московских школ. Учащимся был представлен популярный ролик, в котором рекламировалась зубная паста, и был задан ряд вопросов. 100% учеников ответили текстом из рекламы, хотя сведения были явно не научного характера. Информацию по этому вопросу учащиеся разбирали на уроке химии некоторое время назад. После того как им был показан правильный ответ, они очень удивились, что отвечать надо было «как на уроке». Получается, что рекламная информация более глубоко завладела умами детей, нежели сведения, полученные в школе.

Также важен вопрос об аргументации информации. Если что-то обосновывается, то это уже верно, закон достаточного основания выполняется, высказывания хорошо аргументированы, но обоснование может быть как корректным, так и некорректным. К примеру, если спорящие стороны интересуют не истина, а победа в споре, то они прибегают к способам, запрещённым логикой.

Наиболее распространёнными произвольными способами защиты и опровержения являются:

- доводы к личности, к публике;
- аргументы к авторитету;

- сведение к абсурду выдвинутого положения;
- двойственная оценка одного и того же;
- бездоказательная оценка утверждений противника;
- аргументы к жалости, к силе;
- подмена вопроса об истинности тезиса вопросом о вреде и опасности его;
- принятие простой последовательности события во времени за их причинную связь, поспешное обобщение;
- аргумент к тщеславию и т.п.

Вторая проблема — форма подачи информации. Неоспоримыми плюсами мультимедийного представления информации являются изображения, ссылки на различные веб-сайты, видеоизображения в режиме реального времени. Это положительная сторона вопроса. Проблема же заключается в том, что информация, представленная в компьютерном мультимедийном виде, обладает иными свойствами, чем информация из учебников, книг и пр.

Следует подчеркнуть принципиальное различие между восприятием «печатного слова» и информации, которую получает учащийся с экрана компьютера. Книга, с появлением книгопечатания, всегда была «собеседником», строилась как диалог читателя и текста. Напротив, компьютер, как показывают психологические исследования, сводит этот диалог к минимуму.

Образность, как специфичность формы подачи информации в Интернете, может быть вырвана из общего образовательного контекста. Внимание приковано к фрагменту текста, причём один фрагмент одного и того же сообщения может умышленно противоречить второму фрагменту. После простого наблюдения за образами появляются разрозненные факты, эмоциональные отклики и отдельные звуки, которые не имеют никакой

структуры. Это также может использоваться для манипулирования сознанием людей с коммерческой, политической или какой-либо другой целью.

В отличие от книги, которая заставляет думать, преобразовывать слова в идеи и доводы, служит для изменения модели видения мира, при мультимедийной подаче информации возникает трудность формулирования того, что представлено, «мультимедиа часто не даёт самого главного: знания и понимания, формируется лишь образ, не имеющий никакой структуры».

Без помощи преподавателя и специальных информационных умений сложно критически осмысливать информацию. В связи с этими тенденциями необходимо научить детей совмещать работу с мультимедийной информацией с другими видами познавательной активности.

Необходимо помочь подростку сформировать целостное впечатление об информационном ресурсе. К примеру, использование дополнительных материалов (в том числе и школьных учебников) помогает определить достоверность, научность того или иного информационного сообщения. Образовательный потенциал сети может быть использован полностью только в том случае, если подростки научатся чётко формулировать то, что узнали и сравнивать это со сведениями, полученными в школе, из учебников или из других печатных источников.

Третья проблема заключается в том, что современная информация представляется в различных жанрах, стилях, имеет различную адресную направленность, по-разному интерпретируются одни и те же факты. Насколько подростки эту информацию воспримут, будет зависеть от того, обучены или не обучены они аналитической работе с информацией, обладают ли критическим мышлением, информационными умениями

ми. Это, в свою очередь, порождает необходимость усиления внимания на обучение школьников восприятию информации и формированию информационной культуры, что можно рассматривать как важнейшее условие реализации образовательного потенциала.

В связи со свободным течением информации через Интернет и прочие каналы возрастает ответственность педагогов при обучении инструментальным и медиаобразовательным навыкам деятельности, которые поднимают человека на более высокий уровень информационных и интеллектуальных возможностей.

Для дополнения и уточнения знаний детей, получаемых из различных источников, можно предложить конкретные приёмы работы по подбору дополнительного материала к рассматриваемой проблеме, по использованию учащимися других источников информации, учебников, книг, которые заставляют думать, впитывать слова и преобразовывать их в идеи и доводы. С их помощью дети учатся формулировать то, что узнали. Приёмы обучения — концентрация на самой информации. Предполагается, что учащиеся уже умеют пользоваться техническим инструментарием сети и приобрели пользовательские навыки.

1. Обратите внимание на то, что не вся информация, представленная в сети (или полученная с помощью того или иного технического средства) может быть объективной, часть информации направлена на рекламу и продажу тех или иных продуктов. Также часть информации может быть заведомо ложной, негативной, доверять в сети нужно не всем. Чтобы избежать манипулированием сознанием, необходимо критически оценивать смысл информационных сообщений.

2. Для того чтобы самостоятельно сформулировать то, что хотел пре-

поднести нам автор конкретного информационного ресурса, подберите дополнительную информацию из трёх источников для иллюстрирования материала, представленного на нём.

3. Для того чтобы использовать информацию с конкретного информационного ресурса, продумайте, вся ли информация, там представленная, может быть использована для цитирования, реферирования. Решите, для какого учебного предмета она подходит.

4. Просмотрите подобную информацию на нескольких англоязычных ресурсах. Понимаете ли вы общий смысл информационного сообщения, представленного там? Опишите в общих чертах смысл данных информационных сообщений.

5. Для того чтобы понимать информацию в различных формулировках и контекстах, ознакомьтесь с информацией, попробуйте самостоятельно изложить её в другой формулировке. Предложить к ней несколько учебных заданий.

6. Для того чтобы научиться систематизировать предложенную или самостоятельно подобранную информацию по заданным признакам, вспомните, с какими информационными ресурсами вы познакомились на этой неделе? Назовите три самых лучших. Обоснуйте свой выбор. Проранжируйте предложенную информацию по её социальной значимости.

7. Для того чтобы дать сравнительную характеристику одной и той же информации по интересующей вас теме, но представленной на разных информационных ресурсах, используйте для анализа учебники, книги для чтения, художественные произведения. Составьте сравнительную таблицу.

8. После ознакомления с информацией на информационном ресурсе ответьте на следующие вопросы:

- Раскройте смысл нижеследующего высказывания (сообщения).

- Согласны ли вы с данными там утверждениями? Какие факты подтверждают или опровергают их?

- Дайте ответ, наиболее точно соответствующий вашим собственным позициям по отношению к данной информации. Обоснуйте свой выбор.

Приведём несколько примеров решения медиаобразовательных задач в школе.

Прежде всего, возможна интеграция медиаобразования в систему как профильных, так и основных дисциплин. Для этого можно предложить следующие практические моменты:

1. Включение в процесс урока сообщений из СМИ и рекламной информации

В данном случае лучше, чтобы преподаватель самостоятельно находил сообщения, в которых содержатся заведомо ложные, недостоверные сведения, ошибки научного характера. На уроке ученики вместе с преподавателями будут анализировать эти сообщения, искать ошибки, некорректную информацию, информацию, подтверждающую рассказ учителя либо информацию из учебной литературы.

Например, на уроке биологии и географии можно разбирать сложные экологические ситуации, на уроке истории и обществознания — политические события, новости, на уроке химии — рекламные сообщения, содержащие явные ошибки (реклама зубной пасты, жевательной резинки, сигарет, алкоголя.).

Пример работы над рекламным сообщением:

Пейте ПИВО пенное — будет жизнь отменная!

(Можно использовать рекламные видеоролики, они дают более широкий материал для обсуждения.)

Задания:

- Назовите полезные и вредные качества пива. Каких качеств оказалось больше?

- На ваш взгляд, полезна ли такая реклама? К каким последствиям она может привести?

- С какой целью рекламируется пиво, какие аргументы приводятся?

- Можно ли отнести рекламу алкоголя к высказыванию: «Есть вещи, ради которых стоит жить!»?

- А ради чего, на ваш взгляд действительно стоит жить? Напишите короткую заметку рекламного характера.

- В качестве дополнительной информации используйте поисковые системы, информационный ресурс <http://theme.orthodoxy.ru/pivo/> — «Вред пива и пивной алкоголизм», статьи, энциклопедии, учебник.

Также можно использовать приёмы работы по подбору дополнительного материала к рассматриваемой проблеме, описанные выше.

Для справки:

Помните, что алкоголь необратимо разрушает клетки мозга (в любом количестве). Для здорового человека не существует полезного алкоголя — он вреден в любых количествах и видах. Это давно известно, но замалчивается из корыстных целей. На сегодняшний день наблюдается пиар нездорового образа жизни — реклама окупается в разы, правда, ценой здоровья миллионов. Курение также ведёт к печальным последствиям, часто необратимым. Курящие и пьющие люди менее трудоспособны, поэтому в развитых странах их стараются не брать на работу, особенно на значимые должности, подобная тенденция заметна в крупных успешных российских компаниях¹.

¹ Шевчук Д.А. Реклама и рекламная деятельность: конспект лекций [Электронный ресурс] // Lib.aldebaran.ru: Библиотека Альдебаран. М., 2012. URL: http://lib.aldebaran.ru/author/shevchuk_denis/shevchuk_denis_reklama_i_reklamnaya_deyatelnost_konspekt_lectii (дата обращения: 3.12.2012).

По опыту, подобные задания с большим интересом воспринимаются детьми. Так, например, проведённая работа по критическому анализу рекламы сигарет наглядно показывает негативные последствия курения для организма человека. Это позволяет не только научить ребёнка правильно реагировать на рекламные сообщения, но и избежать появления вредных привычек в будущем.

Занятия с использованием сообщений из СМИ лучше проводить в игровой форме, можно распределить роли между детьми — выбрать «политика» («эколога», «физика», «математика», «химика»), «журналиста», «зрителей» (если инсценируется телеигра).

В ходе занятий также используется:

- Подготовка детьми собственных сообщений (в различной форме, в том числе и мультимедийной), построенных на медиаобразовательных принципах (обязательны ссылки на использованные источники информации).

- Изложение хода рассуждений.

- Дискуссии, дебаты, обсуждения в группе.

2. Включение медиаобразования в систему дополнительного образования

Здесь возможно проведение спецкурсов по темам «Юный журналист», «Жанры информационных сообщений», «Информационная защита», факультативов по различным предметам. Тематика разнообразна, программа составляется также в соответствии с формированием основных медиаобразовательных умений. При проведении факультативов по предметам преподаватель может сам подбирать информационные сообщения, в которых содержатся ошибки и анализи-

ровать их вместе с детьми, а также поручать поиск данной информации учащимся.

При подготовке любых занятий педагог может включить в план урока элементы медиаобразования. В таком случае необходимо чётко следить за формированием у школьников нижеперечисленных умений и выделять их:

- находить информацию в различных источниках;

- систематизировать её по заданным признакам;

- включать информацию в систему формируемых в школе знаний, использование этих знаний при восприятии и критическом осмыслении информации;

- интерпретировать информацию, понимать её суть, адресную направленность, цель информирования;

- переводить визуальную информацию в вербальную знаковую систему и наоборот;

- чётко формулировать то, что узнали из мультимедийного информационного источника;

- принимать личностную позицию по отношению к скрытому смыслу, аргументировать собственные высказывания, находить ошибки в получаемой информации и вносить предложения по их исправлению;

- воспринимать альтернативные точки зрения и высказывать обоснованные аргументы «за» и «против» каждой из них;

- устанавливать ассоциативные и практически целесообразные связи между информационными сообщениями;

- вычленять главное в информационном сообщении, отчленять его от «белого шума»;

- самостоятельно трансформировать, представлять информацию (в сети, в печатном издании, в презентации); видоизменять её объём, форму, знаковую систему, носитель и др.

Приведём пример практического задания, направленного на формирование медиаобразовательных умений работы с информацией. Тема информационных сообщений может быть любая, выбранная педагогом или предложенная детьми.

В качестве такого рода задания предложено обсуждение заметки в одном из СМИ — «*Козье молоко вредно для здоровья*».

Цель: определение достоверности полученной информации.

Задачи:

1. Найти несколько различных информационных источников, в которых подтверждается или опровергается данное заключение, не менее 10.

2. Проанализировать информационные источники.

3. Представить свою версию доказательства или опровержения данной информации.

Рекомендуется осуществлять поиск информации в различных информационных системах: энциклопедии, книги, учебники, газеты и журналы, Интернет. В процессе учащиеся отрабатывают технологию поиска информации, работы с библиотечными каталогами, гипертекстовыми поисковыми системами. Роль преподавателя — корректировать работу учащихся, обучать их грамотно составлять поисковые запросы, подбирать ключевые слова и пр.

В процессе анализа информационных источников на предмет научности, достоверности информации, наличия ошибок формируется умение критически оценивать информацию, ранжировать её, определять жанры, искать скрытый смысл. В качестве конкретных примеров вопросов и заданий по заметке про козье молоко можно поставить следующие:

- В каком жанре написана заметка?
- Укажите адресную направленность данной заметки.

- Перечислите полезные свойства козьего молока.

- Перечислите вредные свойства козьего молока.

- Для кого может быть вредно козье молоко?

- С какой целью написана заметка?

- Представьте свою версию данной информации в любом жанре (обозначьте его и сформируйте правильно оформленный список информационных источников).

На этапе представления информации можно попросить учащихся представить её в виде научной статьи, рекламного сообщения, рассказа и даже сказки или стихов. Важно аргументировать свою точку зрения, подкрепляя её фактами.

Здесь важно учитывать следующий момент. Дети должны быть подготовлены к такого рода работе: для того чтобы лучше понимать информацию и самостоятельно представлять её, учащимся необходимо овладеть навыками определения жанра того или иного информационного сообщения и умениями представлять материал в соответствии с ним. Можно представить следующую классификацию жанров [Материалы из свободной энциклопедии «Википедия»]:

Информационные жанры — заметка, репортаж, отчёт, интервью — отличаются оперативностью, наличием в материалах событийного повода, рассмотрением отдельного факта, явления.

Заметка — самый распространённый информационный жанр. Он сообщает о важном факте, событии общественной жизни. Основные его черты — сжатость изложения, высокая оперативность. Отвечает читателям на вопросы: что, где, когда? Не даёт анализа событий, то есть не отвечает на вопрос: почему? В заметке должна содержаться новость, отражённая в конкретном факте общественной жизни — новый факт.

Причём не просто факт, а факт, имеющий общественное значение.

Интервью представляет собой беседу журналиста с одним или несколькими лицами, имеющую общественный интерес. Изложение фактов, высказывание о событиях ведётся от имени человека, которого интервьюируют. Именно этим — мнением специалиста, компетентного в данном вопросе авторитетного лица — и ценно интервью для читателей.

Репортаж не просто сообщает о фактах, событиях, а показывает их через непосредственное восприятие автора, как бы воссоздавая картину происходящего. В основе репортажа всегда находится общественно значимое событие, которое развивается на глазах у читателя. Это своего рода история события. Характерные особенности жанра — оперативность, динамичность, наглядность происходящего, активно действующее авторское «я», которое помогает создавать так называемый «эффект присутствия», позволяет читателю как бы находиться рядом с репортёром и вместе с ним видеть, ощущать событие.

Аналитические жанры — корреспонденция, комментарий, статья, рецензия, обзор печати, письмо, обозрение — имеют более широкие временные границы, в них содержится изучение и анализ системы фактов, ситуаций, обобщения и выводы. Сегодня исследователи журналистики расширяют диапазон аналитических жанров, вводя в их число беседу, журналистское расследование, эксперимент, версию, консультацию, социологическое резюме, аналитический пресс-релиз, рейтинг.

Статья — это жанр журналистики, в котором автор ставит задачу проанализировать общественные ситуации, процессы, явления, прежде всего, с точки зрения закономерностей, лежащих в их основе. Такому жанру, как статья, присуща широта теоретических и практических обобщений,

глубокий анализ фактов и явлений, чёткая социальная направленность. В статье автор рассматривает отдельные ситуации как часть более широкого явления. Автор аргументирует и выстраивает свою позицию через систему фактов.

В статье выражается развёрнутая обстоятельная аргументированная концепция автора или редакции по поводу актуальной социологической проблемы. Также в статье журналист обязательно должен интерпретировать факты (это могут быть цифры, дополнительная информация, которая будет правильно расставлять акценты и ярко раскрывать суть вопроса).

Художественно-публицистические жанры — очерк, фельетон, памфлет — сочетают в себе понятийные и образно-выразительные средства, обладают большой эмоциональной силой, раскрывают типическое через индивидуальное.

Очерк — одна из разновидностей малой формы эпической литературы — рассказа, отличная от другой его формы, новеллы, отсутствием единого, острого и быстро разрешающегося конфликта и большей развитостью описательного изображения. Оба отличия зависят от особенностей проблематики очерка. Очерковая литература затрагивает не проблемы становления характера личности в её конфликтах с устоявшейся общественной средой, как это присуще новелле (и роману), а проблемы гражданского и нравственного состояния «среды» (воплощённого обычно в отдельных личностях) — проблемы «нравоописательные»; она обладает большим познавательным разнообразием. Очерковая литература обычно сочетает особенности художественной литературы и публицистики.

Рассказ — большая литературная форма письменной информации в литературно-художественном оформлении и относительно большом объёме

текста эпического (повествовательно-го) произведения в прозе, при сохранении его в виде какого-либо печатного издания. В рассказах малое количество действующих лиц и небольшое содержание, зачастую имеющее лишь одну сюжетную линию, при характерном наличии какой-то одной проблемы; нет пестроты художественных красок, богатства любовных интриг и переплетений в событиях — в отличие от повести или романа, которые могут описывать множество конфликтов и широкий круг разнообразных проблем и действий.

Сказка — жанр литературного творчества. Сказка фольклорная — эпический жанр письменного и устного народного творчества: прозаический устный рассказ о вымышленных событиях в фольклоре разных народов. Сказка литературная — эпический жанр: ориентированное на вымысел произведение, тесно связанное с народной сказкой, но, в отличие от неё, принадлежащее конкретному автору, не бытовавшее до публикации в устной форме и не имевшее вариантов.

Стихотворение — написанное стихами литературное произведение небольшого объёма.

Детям можно дать задание расширить данный перечень, найти в раз-

личных источниках информации подробное описание жанров, выделить главное, суть в каждом жанре, подготовить презентацию и выступление, организовать дискуссию.

При оформлении своих работ учащиеся должны обязательно ставить ссылки на источники информации. Причём необходимо учить детей правильно оформлять ссылки на публикации, в соответствии с ГОСТом. Информацию можно получить на страницах «ГОСТ Р 7.0.5–2008. Справки по оформлению списка литературы» (<http://www.psystudy.ru/index.php/forauthors/gost2008.html>) и «Требования ГОСТов к оформлению научных работ» (<http://mass-pr.ru/2011/05/16/gost/>).

Таким образом, овладев медиаобразовательными умениями, человек будет защищён от негативного воздействия рекламной и прочей информации, сможет применить в жизни научные знания, полученные в школе, со слов учителя, из книг, учебников и энциклопедий, а также самостоятельно представлять информацию в одном из информационных жанров и правильно оформлять ссылки на использованные источники информации.