

## **ИНСТРУМЕНТ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ- ИНТЕРНЕТ- ОБУЧЕНИЕ**

Стажер- исследователь- соискатель Бекназарова Саида Сафибуллаевна

Ташкентский Университет информационных технологий

### **Аннотация:**

В статье доказывается актуальность медиаобразования в связи с качественными изменениями коммуникативной среды. Каждый человек в повседневности сталкивается с относительно новыми задачами. С одной стороны, нужно учиться извлекать полезную информацию из расширяющегося информационного потока, с другой — иметь способность противостоять манипулятивному влиянию масс-медиа. В этом смысле медиаобразование оказывается мощным нормализующим фактором социальности.

### **Ключевые слова:**

медиакультура, информационная культура, дистанционное образование, e-Learning.

Вооруженные новейшими технологиями, информационно-коммуникативные практики (СМИ, реклама, политтехнологии, PR) формируют «данную нам в ощущении» реальность, не оставляя возможности осваивать ее самостоятельно и непосредственно. Следовательно, возникает социальная потребность в выработке культурных норм восприятия посланий различных информационно-коммуникативных практик: журналистики, PR, рекламы, — т.е. потребность в медиакультуре.

Медиакультура — это особый тип культуры информационной эпохи, являющийся посредником между обществом и государством, социумом и властью, но главное — между медиа и личностью. Медиакультура подразумевает нормы восприятия и передачи информации, то есть способность личности ее воспринимать, анализировать, оценивать, а также заниматься медиаторством, адаптироваться к меняющейся медиасреде.

Близким к понятию «медиакультура» является понятие «информационная культура». Актуальность исследования проблем информационной культуры вызвана существенным увеличением информационных потоков, усложнением информационных технологий и необходимостью выработки культурных норм работы с информацией. Под информационной культурой подразумевается не только элементарная пользовательская грамотность, но и способность ориентироваться в киберпространстве, способность отличать качественную информацию от некачественной, знать и соблюдать этические правила поведения в киберсреде. Конечно, все это зависит от общей культуры личности, интуиции и интеллекта, однако этому можно учить посредством педагогической трансляции критериев качества информации. Впрочем, прежде их необходимо выработать, что является отдельной научной проблемой, имеющей прямое отношение к содержанию медиаобразования на всех уровнях и для всех аудиторий.

Информационная и медиакультура сегодня — это неотъемлемые компоненты общечеловеческой культуры, а их выделение является следствием цивилизационного процесса формирования информационного общества. Вместе с тем эти понятия часто различают: информационная культура понимается как компьютерная грамотность или как навыки пользования библиотекой, а медиакультура — как норма взаимодействия со СМИ. По моему мнению, подобная суженная трактовка этих фундаментальных феноменов культурного процесса не идет на пользу пониманию того, с чем мы сталкиваемся на самом деле. Возможно, нет смысла различать эти понятия, поскольку у них имеется достаточно определенная общая зона ответственности. Задача формирования и информационной, и медиакультуры сводится к нормированию индивидуального мировоззрения, индивидуальной картины мира, индивидуальной философии, опосредованных взаимодействием с многообразными областями социально-коммуникативных практик.

Сегодня появляется необходимость и возможность говорить о массовом медиаобразовании. Его предпосылкой является развитие новых технологий, прежде всего — компьютерных. На наш взгляд, одним из плацдармов, на котором можно эффективно и целенаправленно развернуть формирование и информационной, и медиакультуры, являются дистанционные технологии образования средствами Интернета (e-Learning).

К сожалению, задачи и принципы медиаобразования пока не входят непосредственно в содержание образовательных программ. Иными словами, можно констатировать, что дистанционное образование является до сих пор неиспользованным ресурсом формирования и медиа-, и информационной культуры.

Интерактивный гипертекстовый сектор медиaprостранства — это неограниченный и пополняемый ресурс самой разнообразной информации, которую можно рассматривать и как основу для наполнения образовательных программ, и как предмет учебных исследовательских работ. Кроме того, Интернет является внешней референтной аудиторией, которой можно поручить апробацию выполненных учебных заданий.

Иными словами, слияние медиа и образовательных технологий в ДО происходит само по себе, но будучи сознательно направляемым, даст шанс сформировать личность, способную ориентироваться и выбирать, что, в свою очередь, не может не повлиять на систему образования в целом. «Потому что e-Learning — это неотъемлемая часть образовательного процесса в любой форме получения образования, а использование e-Learning как инструмента предполагает создание новых путей развития методик и форм обучения, в частности обогащение традиционных форм обучения, реализацию смешанных моделей обучения, различные комбинации обучения на рабочем месте с другими формами получения образования. E-Learning в этом смысле позволяет преобразовывать контент образования, повышать мобильность и креативность учебных планов и программ, открывает возможности

проектирования и конструирования разнообразных инструментов формирования профессиональной компетенции» [1].

Литература:

1. Рубин Ю. E-Learning: от экстремального обучения к упорядоченной системе // Высшее образование в России. 2007. №11. С. 36.