

УДК 373

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ МЕДИАГРАМОТНОСТИ УЧАЩИХСЯ**Герцен Н. Е.**МБОУ СОШ Средняя общеобразовательная
школа №14, г. Прокопьевск

***Аннотация:** В статье рассматриваются некоторые вопросы медиаграмотности, в современной России медиаобразование школьников и студентов осуществляется посредством различных СМИ, но, самыми популярными у молодежи в последнее время становятся интернет.*

***Ключевые слова:** медиаобразование, интернет, информация, образование, информатизация.*

***Annotation:** The article deals with some issues of media literacy, in modern Russia media education of schoolchildren and students is carried out through various media, but the most popular among young people in recent years are the Internet.*

***Key words:** media education, Internet, information, education, Informatization.*

В начале нового века проблематика медиаобразования во многом связана с обучением школьников медиаграмотности. Высокое развитие технологий массовой коммуникации, технологий получения обратной связи, интерактивности возводит категорию медиаграмотности в особый ранг специальных и общих умений, затребованных в обществе, как в России, так и за рубежом.

Необходимость владения медиаграмотностью особенно важна для развития гражданского общества в России, так как является одним из атрибутов гражданской компетенции любого члена общества. На данный момент медиаобразование не является инвариантным компонентом в содержании обучения в России ни в основной, ни в старшей школах.

Одним из эффектов процесса информатизации общества, как утверждает Л. М. Землянова, является его медиатизация, а именно: изменение средств общения, и их техники [1].

Такие умения как, общение по электронной почте, поиск информации в сети Интернет стали уже давно привычными, как учителям, так и учащимся, а самое главное – широкому кругу пользователей, которые связаны с этими технологиями по роду деятельности. Явно выраженная информатизация общества, как российского, так и мирового не стоит на месте, а претенциозно движется в сторону расширения, углубления, и, что более важно, изменения функционального наполнения сути межличностного общения, что, в свою очередь, изменяет статус субъектов общения, превозносит их в активную позицию в цепи общения двух или нескольких субъектов, а также влияет на посредников общения – технические средства коммуникации.

Вопросами изучения взаимоотношения человека и компьютера занимаются многие известные исследователи и философы.

Среди них работы У. Тоффлера, Герхарда Фоллмера – автора эволюционной теории познания, А. Тойнби, труд, работы В. С. Степина, экономиста Питер Ф. Друкера, С. С. Хоружего, изучающего философские проблемы виртуальной реальности, а также работы М. К. Мамардашвили, А. Тьюринга, А. Болонкина и И. А. Ильина, который особо отмечает, что образование ныне перестало быть только педагогическим процессом, в основе которого лежат отношения учителя и ученика, оно стало жизнедеятельностью, включающей множе-

ство иных форм общения, и потому требует иного осмысления.

Таким образом, в классическом варианте общения доминируют пассивные способы получения информации, такие как чтение книг, журналов, другой литературы, восприятие информации через каналы телевидения, радиовещания, а также поиск информации в сети Интернет, равно как и обратные процессы – создание информации, через обработку данных, с последующей публикацией в классических литературных средах, и в сети Интернет, для завершения цепи общения.

Характерной чертой современного информационного пространства является то, что процесс решения коммуникативной задачи повседневного общения, изменятся на парадигмальном уровне, что связано с изменением процесса работы с информацией. Думается, что вскоре понятия «сбор информации» будет мало отличаться от понятия «общение», так как будет обусловлено их вложенностью и глубокой взаимосвязанностью.

К примеру, для того, чтобы найти путь решения какой-либо проблемы человек может пойти более простым путем, чем поиск в книгах, опрос друзей, коллег или вышестоящих органов, а может прямо, без осложнений, задержек, задавать вопросы в форумах, на досках объявлений, получать данные из систем поиска и банков данных. В этой связи, имеет место, во-первых, вопрос обсуждения понятия сайта, как средства решения коммуникативной задачи, а, во-вторых, как средства решения задачи массового информирования.

В современной практике преподавания информатики и информационных технологий, элективные курсы, даже судя по названию, являются новой ступенью развития отечественной школы, создают ситуацию персонального выбора, ответственности за свое будущее и так далее.

По характеру своей организационной структуры они очень напоминают американскую образовательную модель.

Одним из явлений в наборе педагогических инноваций в современной методике преподавания информатики (равно как и уровень спроса на биржах труда) является то, что в массовом порядке стали появляться разнообразные элективные и факультативные курсы по «сайтостроительству». Аналогичные курсы появляются и в коммерческих образовательных центрах.

Исследователи пробуют использовать различные подходы к решению проблемы методики преподавания таких курсов. Встречаются разделы, направленные на изучение специализированных курсов: HTML, Java, DHTML, CSS, PHP, MySQL, существуют комплексные курсы изучения аналогичных тематик, однако отсутствует реальная связь этих компонентов с их целевой ориентировкой.

Зачем вводят такой курс? Для того, чтобы дети стали веб-программистами, операторами он-лайн баз данных, Интернет дизайнерами, менеджерами электронной торговли? Очевидно, что этот вопрос необходимо решать другим путем.

Необходим курс, который будет четко отображать функции Интернета настоящего времени, его содержание, его задачи, а также возможные способы решения коммуникативных задач.

Такой курс, который будет не просто делать акцент на важность наличия потребности формирования знаний, умений работы с интерактивным контентом и динамической средой, но и на факт того, что необходимо научить, как создавать динамический контент, как правильно вести взаимодействие в общении с посетителями сайтов, ведь на самом деле создается не сайт в прямом смысле этого слова, а средство общения, взаимодействия, которое прямым или косвенным образом оказывает влияние на тот субъект, который «заказал» сайт или реализовал его самостоятельно.

Таким образом, в процессе создания сайта решается коммуникативная задача, а не только задачи информирования общественности.

Список литературы:

1. Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: Московский университет. 2004. 80 с.