

Велитченко С.Н.  
**Медиаобразование и  
конвергентные технологии  
трансляции информации:  
опыт Казахстана**

В статье рассматривается роль медиаобразования в современном мире с точки зрения развития конвергентных технологий и формирования национальной медиасистемы. Медиаобразование в современном мире рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Автор отмечает, что в Казахстане стоит задача формирования инновационных методов управления медийными ресурсами.

**Ключевые слова:** медиа, медиаобразование, медиаграмотность, информация, информационные технологии.

---

Velitchenko S.N.  
**Media education and information  
broadcast convergence  
technology: experience of  
Kazakhstan**

The article discusses the role of media in the modern world in terms of the development of convergent technologies and the formation of a national media system. Media education in the modern world is seen as a process of development of the personality with the help and on the material of the mass media (the media) with a view to creating a culture of communication with the media, creativity, communication skills, critical thinking, perception skills, interpretation, analysis and evaluation of media texts, teaching different forms expression using technology. The author notes that the task of formation of innovative media resources management in Kazakhstan.

**Key words:** media, media education, media literacy, information, information technology.

---

Велитченко С.Н.  
**Медиа білім беру және ақпарат  
таратудың конвергентті  
технологиялары:  
Қазақстандағы тәжірибе**

Мақалада медиа білім беру конвергентті технологиялар мен ұлттық медианы қалыптастыруды дамыту тұрғысынан қарастырылады. Қазіргі кездегі медиа білім беру бұқаралық коммуникация құралдары (медиа) көмегімен жеке тұлғаны дамытушы үдеріс ретінде қолданылады. Медиатехникалардың көмегімен медиа мәтіндерді оқу, қабылдау, түсіну, талдау жасау және қарым-қатынас мәдениетін қалыптастырудағы медиа білім беру зор маңызға ие. Автор Қазақстанда медиаресурстарды басқарудың инновациялық әдістерін қалыптастыру міндеті тұрғанын атап өтеді.

**Түйін сөздер:** медиа, медиа білім беру, медиа сауаттылық, ақпарат, ақпараттық технологиялар.

**МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ  
И КОНВЕРГЕНТНЫЕ  
ТЕХНОЛОГИИ  
ТРАНСЛЯЦИИ  
ИНФОРМАЦИИ: ОПЫТ  
КАЗАХСТАНА**

В настоящее время медиа- и информативное образование выступает важнейшей частью формирования личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа). Сегодня в СМИ произошли серьезные изменения: рост интернет-журналистики; смена ролевых функций (читатель – журналист); появление новых медианосителей; появление новых веб-платформ и др. Это диктует необходимость изучения и повышения медиаграмотности, правильного и адекватного восприятия массовой информации с изучением её влияния на развитие общества в целом и на формирование отдельной личности.

Суть новой информационной среды не только в мультимедийности, но и в интерактивности, что заставляет кардинально пересмотреть устаревшую модель медиа и создать новую, соотносящуюся с целями и задачами нового информационного общества. В этом случае также возникает необходимость в инновационном обучении журналистов, оснащении новой техникой.

Медиаобразование является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию и является инструментом поддержки демократии. Об этом было заявлено еще в 1999 в материалах конференции ЮНЕСКО Education for the Media and the Digital Age (Вена, 1999), «медиаобразование связано со всеми видами медиа оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми» и др.

Медиаресурсы государства, транслируя информационные потоки по заданным направлениям, играют значительную роль в трансформации духовной жизни людей, формируют ценностные приоритеты населения и регулируют их функционирование. По мнению Э. Тоффлера, знания и информация стали важнейшим ресурсом управления: «информация – это катализатор изменений, происходящих на любом уровне. Вот что делает её власть такой устрашающей». Организованное государством медиапространство усиливает властные ресурсы политической системы, позволяет превратить противников в союзников, убедить людей в значимости пропагандируемых ценностей.

Документы ЮНЕСКО определяют медиаобразование (англ. mediaeducation от лат. media – средства) следующим образом: «Медиаобразование (mediaeducation) связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как: 1) анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты; 2) определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст; 3) интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа; 4) отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории; 5) получить возможность свободного доступа к медиа как для восприятия, так и для продукции. Медиаобразование является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию и является инструментом поддержки демократии [1].

Медиаобразование в современном мире рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники.

Очень часто в зарубежной литературе встречается термин «медиаграмотность» (*medialiteracy*). Оксфордская энциклопедия дает этому понятию следующее определение: «Медиаграмотность» (*medialiteracy*) – процесс подготовки медиаграмотного человека, обладающего развитой способностью к восприятию, созданию, анализу, оценке медиатекстов, к пониманию социокультурного и политического контекста функционирования медиа в современном мире, кодовых и репрезентационных систем, используемых медиа; жизнь такого человека в обществе и мире связана с гражданской ответственностью» [2].

Медиакомпетентность личности – это совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный,

контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный/оценочный, практико-операционный/деятельностный, креативный), способствующих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме.

Медиаобразование, медиаграмотность и медиакомпетентность тесно связаны друг с другом (некоторые педагоги считают даже, что это синонимы; вариант: медиаграмотность/медиакомпетентность – знания и умения человека, полученные в результате медиаобразования), они помогают людям активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета; лучше понять медийный язык.

Для современного общества наиболее актуальны идеи свободы и демократии суверенной личности, прав и свобод граждан, роли свободной прессы. Сегодняшняя действительность показывает, что человечество вступило в новую информационную фазу своего развития. Информационное воздействие СМИ на государство, общество, гражданина сейчас более эффективно и экономично, чем политическое, экономическое и даже военное. Информация становится реальной силой, и влияние средств массовой информации на человека и общественное сознание становится одной из главных причин развития культурных ценностей человека и общества, искусства и науки, нравственности и духовности, образования и воспитания подрастающего поколения.

С конца 60-х годов XX века и до наших дней предложено множество научных гипотез того, что такое информационное общество. При всём разнообразии акцентов, степени внимания, уделяемого тем или иным технологическим, экономическим или социальным процессам, информационное общество рассматривается в рамках основных концепций как обладающее по крайней мере следующими характеристиками. Прежде всего, это высокий уровень развития компьютерной техники, информационных и телекоммуникационных технологий, наличие мощной информационной инфраструктуры. Отсюда – такая важная черта информационного общества, как увеличение возможностей доступа к информации для всё более широкого круга людей. Наконец, практически все концепции и программы развития информационного общества исходят из того, что информация и знания

становятся в информационную эпоху стратегическим ресурсом общества, сопоставимым по значению с ресурсами природными, людскими и финансовыми.

Массовая коммуникация, как известно, является средством формирования «моделей» социальной реальности, циркулирующих в обществе. Коммуникативные отношения и существование системы значений, определяющие способ бытия социальной реальности, являются предметом изучения ряда социально-философских теорий (Т. Парсонс, М. Вебер, П. Бурдьё, Ю. Хабермас). В результате анализа представлений в масс-медиа социально-политических интересов появились теории массовой коммуникации или массовой информации (К. Левин, У. Шрамм, Т. Питерсон) и получил широкое распространение термин «медиазация политики», характеризующий взаимосвязь медийной и политической систем, изменение самого содержания политики под влиянием медиа.

С точки зрения лингвистов, медиазация – это процесс и результат глобального воздействия на мышление индивидов при помощи медиа, выражающегося в формировании картины мира посредством специфических медийных структур познания и представления реальности, возникающих при взаимодействии индивида с глобальным информационным пространством [4]. Таким образом, в широком смысле медиазация – это возрастание объема и роли процессов распространения и получения опосредованной информации, заменяющей непосредственный опыт людей.

Реструктуризация информационной сферы прессы обуславливает изменение самого понятия «информация». Сегодня оно представляет собой не сумму слов, образов, восприятий, а целостный интегрированный субъект. Информационное поле СМИ автономно формирует мифы и стереотипы, оказывающие определяющее влияние на образ мыслей людей и характер восприятия ими действительности, позволяет перестраивать человеческое сознание. Сейчас, когда СМИ обладают монопольным правом на создание нужной им картины мира, под сомнение ставится один из основополагающих принципов классической концепции демократии – свобода получения и распространения информации. Отличительная особенность нашего времени – переход к новому состоянию общества, которое характеризуется резким повышением роли информационных процессов и, в частности, созданием целой индустрии производства информации.

Пути развития современного общества, скорость и направление социальных и политических изменений во многом определяются параметрами медиапространства и развитием медиа и медийной техники. Так, медиапространство уже создает вектор трансформации механизмов формирования политического поля через изменение базовых технологий взаимодействия государства и общества. Можно утверждать, что современное состояние национального медиапространства определяется степенью интегрированности в региональное и мировое медиапространство; темпами развития информационно-компьютерных технологий медиаотраслей.

В связи с вхождением в мировое информационное пространство, объявлением Казахстана открытым государством, распространением Интернета в стране резко возросло количество источников самой разной информации. Соответственно, информационный ландшафт не однозначен по контенту, психологическому и эмоциональному воздействию, по качеству изготовления и формам подачи. Аудитория, не имеющая опыт потребления информационного продукта, часто не взыскательна, использует самые простые и, порой просто вредные каналы информации, что влияет на формирование личности, его оценки и гражданскую позицию. Особенно это важно в молодежной и подростковой аудитории. Не менее важен также и полиэтничный аспект, которым характеризуется аудитория Казахстана.

Выводы. Развитие медиаобразования непосредственно связано с формированием медиазнаний и медиакомпетенциями с использованием конвергентных технологий трансляции информации. Анализ практики ряда развитых стран, использующих медиаобразование в контексте национальной информационной безопасности, определяет значимость разработки технологий в сфере медиа, а также задачи казахстанской науки по развитию медиаобразования.

Исходя из результатов исследования, представляется возможным выделить следующие аспекты развития медиаобразования в Республике Казахстан:

- 1) разработка исследовательского материала, проведение эмпирических исследований в аспекте формирования и развития медиаобразования в Казахстане;
- 2) выявление базовых составляющих медиаграмотности, системы ценностей, предпочтения медиаисточников;

3) определение новейших конвергентных технологий, влияющих на повышение качества трансляции казахстанских национальных духовных ценностей, разработка оригинальных методик и обучающих программ для сотрудников масс-медиа.

Значимость исследованной темы на национальном уровне определяется:

а) проведением мониторинга формирования медиасистемы Казахстана в эпоху цифровых технологий;

б) необходимостью обоснования социально-структурных аспектов медиапространства Казахстана;

в) совершенствованием системы управления медийными ресурсами в контексте становления гражданского общества;

г) разработкой механизмов функционирования информационного общества.

Значимость темы исследования в международном масштабе определяется:

а) разработкой новейших технологий в медиаобразовании Казахстана в рамках вхождения в мировое информационное пространство;

б) исследованием специфики социально-культурных аспектов мирового медиапространства;

в) формированием нового механизма информационно-коммуникативного воздействия на общество.

г) развитием национальных государственных ценностей, направленных на развитие индивидуума.

Социальный спрос в реализации проекта развития медиаобразования и получении его результатов определяется:

а) необходимостью совершенствования механизмов трансляции и восприятия информации;

б) эффектом в оздоровлении морально-психологического состояния общества.

в) разработкой информационно-коммуникационных технологий, направленных на развитие национальной медиасистемы Казахстана;

г) разработкой инновационных методов управления медийными ресурсами;

д) в прогнозировании перспективы становления национального медиапространства Казахстана.

Результаты подобного исследования применимы в разработке научных концепций в сфере развития медиаобразования как составляющей гражданского общества и развития инновационного потенциала; в реализации государственной информационной политики, направленной на обеспечение национальной безопасности; в использовании информационно-коммуникативных технологий, влияющих на развитие политической культуры казахстанцев от личностно-национального до массово-общественного сознания; в деятельности национальных, международных центров, которые используют достижения медиаобразования в ситуации предупреждения и предотвращения общественных конфликтов; в области массовой коммуникации, политологии, социологии, культурологии.

#### Литература

- 1 Жилавская И. О современной концепции медиаинформационной грамотности и медиаобразования // <http://mic.org.ru>
- 2 Корконосенко С. Преподаем журналистику. Профессиональное и массовое медиаобразование. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2010.
- 3 Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов. – М.: Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании, 2012.

#### References

- 1 Zhilavskaya I.O. O sovremennoi konceptzii mediainformazionnoi gramotnosti I mediaobrazovania//<http://mic.org.ru>
- 2 Korkonosenko S. Prepodaem journalistiku. Professsionalnoe I massovoe mediaobrazovanie. – SPb.: Izd-vo Mihailova, 2010
- 3 Mediiinaya I informazionnaya gramotnost: programma obuchenia pedagogov. – M.: Institut UNESCO po infrmazionnym technologiam v obrazovanii, 2012