

ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК НЕОБХОДИМЫЙ КОМПОНЕНТ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

З.С. Хабекирова, доцент

З.К. Хачецукова, доцент

А.А. Калашаова, доцент

А.Р. Шхумишхова, доцент

**Адыгейский государственный университет
(Россия, г. Майкоп)**

DOI:10.24412/2500-1000-2022-4-1-161-163

***Аннотация.** В статье раскрывается сущность информационной культуры. Рассматривается медиаобразование в современном мире как педагогический процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой информации (массмедиа). Актуализируется разработка подходов к использованию потенциала новых инфокоммуникативных технологий для развития личности обучаемого.*

***Ключевые слова:** инфокоммуникативное пространство, «информационный взрыв», медиаобразование, массмедиа, инфокоммуникативные технологии.*

В современном российском обществе средства массовой информации, понятие которых в связи с интенсивным развитием инфокоммуникативного пространства в последние годы значительно расширилось, играют наиважнейшую роль, создавая определенный идеологический фон и пропагандируя ту или иную систему ценностей. В настоящее время СМИ, к которым сегодня относятся не только газеты, журналы, радио и телевидение, но и реклама, Интернет, различные видеозаписи и пр., считаются одной из самых мощных и влиятельных сфер речеупотребления, оказывающей огромное воздействие на сознание, поведение и культуру социума. В условиях падения уровня школьного образования, снижения интереса к чтению классической литературы средствами массовой информации отводится роль одного из главных институтов формирования человеческой личности, развития ее творческого потенциала, компетенций и способностей.

Деятельность СМИ неразрывно связана с выполнением присущих им функций. Если раньше среди основных функций средств массовой информации отмечались информационная, идеологическая, образовательная и воспитательная функции, то теперь многие ученые, работающие в разных областях гуманитарного знания, не

просто выделяют, а подчеркивают наличие манипулятивной функции, которая наиболее заметно проявляется в период обострения каких-либо конфликтов: политических, экономических, социальных, культурных.

Манипулирование, под которым понимается специфический, скрытый вид психологического воздействия, возбуждающий у человека заданные намерения, рассматривается как важная составляющая управления обществом. «Печать, радио и телевидение в современной России не просто производят и распространяют информацию, они организуют массовые информационные процессы и главное – управляют – и тем самым активно участвуют в общественно-политической жизни страны» [1; 4-5].

В результате активизации манипулятивной функции средства массовой информации, скорее всего, не отражают представления людей о мире, а создают эти представления, воздействуя на мнения и установки, подталкивая к определенному виду действий. При этом способы влияния, которые используют СМИ в процессе создания необходимого ракурса общественного мнения и достижения той или иной цели, могут представлять серьезную угрозу информационно-психологической безопасности социума. В связи с этим значи-

тельно повышается актуальность медиаобразования, непосредственно связанного с формированием информационной культуры. Значимость информационной культуры определяется, с одной стороны, возросшей потребностью каждого гражданина в постоянном повышении квалификации, обновлении знаний, освоении новых видов деятельности, а с другой стороны, наличием защиты от манипулятивных воздействий и негативного влияния со стороны СМИ.

Действительно, информационное общество, атрибутом которого является повсеместное распространение инновационных технологий, открывает для человека невиданные ранее возможности доступа к информации и знаниям, позволяет каждому человеку реализовать свой потенциал и улучшить качество жизни. Но в то же время информационное общество, нередко называемое «обучающимся обществом», несет многочисленные риски и опасности, избежать которых поможет только медиаграмотность, предполагающая умение перерабатывать полученную информацию, анализировать медиатексты, а также создавать их.

О том, что специальная информационная подготовка человека относится к серьезным проблемам нашего общества, требующим особого внимания, говорят многие исследователи. «В условиях колоссальных объемов информации все труднее становится ориентироваться, получать и перерабатывать нужную информацию. Мощь современной информационной техники и технологии порождает опасность манипулирования сознанием и поведением человека, угрожает дегуманизацией. Поэтому во всем мире все сильнее осознается необходимость решения глобальной проблемы – подготовить людей к новым условиям жизни и профессиональной деятельности в высокоавтоматизированной информационной среде, научить их эффективно использовать ее возможности и защищаться от негативных воздействий» [2, с. 57].

В настоящее время информационная культура включает три аспекта:

1) информалогический (совокупность умений, знаний и навыков поиска, отбора и анализа информации);

2) культурологический, под которым в данном случае подразумевается способ бытия человека;

3) мировоззренческий, определяющий степень активного участия личности в преобразовании мира. Таким образом, в обществе, испытывающем «информационный взрыв», информационная культура становится не только и не столько набором прикладных знаний, позволяющих ориентироваться в библиотеках, медиатеках, компьютерных сетях, сколько определенным критерием всестороннего развития личности.

Достичь высокого уровня информационной культуры позволяет эффективно выстроенная система медиаобразования, использующая современные методики и техники, которые направлены на развитие способности к восприятию, анализу и оценке медиатекстов. «Формирование информационного общества делает объективным процесс информатизации образования. В связи с этим актуализируется разработка подходов к использованию потенциала новых инфокоммуникативных технологий для развития личности обучаемого, повышения уровня его креативности, развития способностей к альтернативному мышлению, формирования умений разрабатывать стратегию поиска решений, как учебных, так и практических задач, прогнозировать результаты реализации принятых решений» [3, с. 215].

Медиаобразование в современном мире рассматривается как педагогический процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой информации (массмедиа) с целью формирования культуры общения с медиа, а также творческих и коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки различной медиапродукции. Учитывая то, что потоки неконтролируемой информации наиболее сильное влияние оказывают на подрастающее поколение, формирование информационной культуры, а вместе с тем и медиаграмотности, явля-

ющейся одним из факторов успешной профессиональной деятельности в будущем, необходимо начинать уже с младшего школьного возраста.

В рамках модернизации российского образования и создания новой образовательной модели, ориентированной не только на успешное усвоение предметов общеобразовательных стандартов, но и на получение надпредметных универсальных знаний и умений, следует более активно

использовать широкие возможности медиаобразования как среди школьников, так и студентов, с тем чтобы эффективно подготовить их к жизни и деятельности в условиях высоко развитого информационного общества. Разработка и практическая реализация педагогического комплекса, направленного на формирование информационной культуры, – одна из самых актуальных задач новой образовательной системы.

Библиографический список

1. Грабельников А.А. Средства массовой информации постсоветской России. – М.: Изд-во РУДН, 1996. – 167 с.
2. Гендина Н.И. Информационная культура, творчество и креативность выпускников высшей школы в контексте проблемы развития человеческого капитала // Информационное общество. – М., 2009. Вып. 1. – С. 57-63.
3. Гриценко Г.Д. Инфокоммуникативные технологии и вопросы качества учебного процесса в современном вузе // Информационное образование и профессионально-коммуникативные технологии XXI века: Материалы Международной научно-практической конференции. – Одесса, 2011. – С. 215-218.

INFORMATION CULTURE AS A NECESSARY COMPONENT OF MEDIA EDUCATION

Z.S. Khabekirova, Associate Professor
Z.K. Khachetsukova, Associate Professor
A.A. Kalashova, Associate Professor
A.R. Shkhumishkhova, Associate Professor
Adyghe State University
(Russia, Maikop)

***Abstract.** The article reveals the essence of information culture. Media education in the modern world is considered as a pedagogical process of personality development with the help and on the material of mass media (mass media). The development of approaches to using the potential of new infocommunication technologies for the development of the student's personality is being updated.*

***Keywords:** info-communicative space, "information explosion", media education, mass media, info-communicative technologies.*