

телепублицистике, проблемам освещения терроризма в СМИ, зарубежным материалам в медиа о Казахстане.

Глава III. «Гуманитарные науки: проблемы и перспективы» освещает вопросы, стоящие перед научным сообществом гуманитарных направлений. Это – работа библиотек в современных условиях, деятельность молодых педагогов при чтении новых курсов, иноязычие, евразийская интеграция.

Глава IV. «Научное творчество молодых» представляет собой публикации молодых исследователей трех стран: журналистов, филологов, педагогов, историков, специалистов по связи с общественностью. Темы, освещаемые в этой главе, разнообразны и интересны: блогосфера, PR, визуальная культура, будущее казахских газет, казахская журналистика в Китае и Монголии. Предположение о древнем расположении желтых уйгуров.

В главе V. «Имиджевая политика страны» опубликованы три статьи о центре ЮНЕСКО по журналистике и коммуникации в Казахском Национальном университете имени аль-Фараби; истории создания Профцентра города Алматы, планы и перспективы; издательская деятельность на факультете журналистики и ее тенденции роста.

Научный потенциал авторов статей высок: 4 профессора, доктора наук, 19 доцентов и кандидатов наук, 13 магистрантов и студентов.

В настоящее время сдано в издательство 10 номер сборника научных трудов «PR и СМИ в Казахстане».

**МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ
И МЕДИАГРАМОТНОСТЬ:
ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА
(учебное пособие)**

Ахметова Л.С., Веревкин А.В., Лифановой Т.Ю.

*Казахский национальный университет
имени аль-Фараби, Алматы,
e-mail: laila_akhmetova@mail.ru*

В учебном пособии рассматривается комплекс теоретических и практических вопросов, связанных с обеспечением медиаграмотности и информационной безопасности Республики Казахстан, с активизацией функций СМИ Республики Казахстан в формировании интеллектуального потенциала нации, воспитании культуры межэтнических и межконфессиональных взаимоотношений с использованием новейших достижений в области медиаобразования.

Пособие подготовлено на основе комплексного научно-практического исследования, целью которого является анализ процессов становления информационного общества в Казахстане с использованием преимуществ междисциплинарной методологии, и выявление на основе методов социального проектирования особен-

ностей и перспектив формирования медиаграмотности и медиаобразования в Казахстан

Книга предназначена для студентов, магистрантов и преподавателей гуманитарных специальностей, социологов, философов, журналистов, а также для всех, кто интересуется проблемами развития современной информационной цивилизации, актуальными вопросами информационной безопасности и развития СМИ.

Актуальность темы. В настоящее время медиаобразование принято рассматривать, прежде всего, как процесс развития личности посредством и на основе средств массовой коммуникации, выступающих в роли посредников (медиа). Цель этого процесса – сформировать навыки работы с медиа – использования различных форм самовыражения при помощи медиатехники либо использования их как гносеологического инструментария; творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, навыков целостного восприятия, понимания, интерпретации, анализа и оценки текстов. Во многих странах (Канада, Австралия, Великобритания, Франция и др.) существует сложившаяся система медиаобразования в средних и высших учебных заведениях. В ряде стран медиаобразование интегрировано в школьные предметы, а в Австралии, например, изучение его начинается еще в дошкольном возрасте. Еще в 1987 году Совет Европы принял «Резолюцию по медиаобразованию и новым технологиям», где медиаобразованию придавалось огромное значение: «Медиаобразование должно начинаться как можно раньше и продолжаться все школьные годы в качестве обязательного для изучения предмета». К сожалению, в казахстанском образовании остаются открытыми вопросы подготовки профессиональных медиапедагогов.

Важно также отметить, что с 27 по 28 мая 2014 года в штаб-квартире ЮНЕСКО в Париже проходил первый Европейский форум по вопросам медийной и информационной грамотности (МИГ). Участники Форума приняли Парижскую декларацию о медийной и информационной грамотности в эпоху цифровых технологий (2014 г.). Декларация вновь подтверждает важность медийной и информационной грамотности и призывает сделать новый упор на её распространение в условиях современной цифровой среды.

Интенсивное развитие и распространение новых информационных и телекоммуникационных технологий приобретает сегодня характер глобальной информационной революции, которая оказывает возрастающее влияние на политику, экономику, управление, финансы, науку, культуру и другие сферы жизнедеятельности общества в рамках национальных границ и в мире в целом. В целом, можно отметить, что с позиции социального анализа наибольший интерес представляет исследование социальных параметров информационного общества,

частью которых и являются социальные сети, порождающие новые формы социального группобразования. Если в индустриальной культуре развитие человеческой личности связывалось в основном с уровнем развития производства и возможностью обладания его продуктами, то в современном обществе первенство переходит к информационной инфраструктуре. В этом случае тезис «тот кто владеет информацией, владеет миром» становится доминирующим в процессе формирования внутреннего мира человека, основанного на дискурсивном мышлении, эмоционально-образном впечатлении, на готовности к культуротворческой деятельности. Вместе с тем, следует помнить, что духовный мир человека как субъекта культуры уязвим и почти беззащитен перед деструктивными мыслепостроениями, распространяемыми средствами массовой информации (СМИ). Сегодня с помощью СМИ подрывается духовное здоровье современного человека, становится под сомнение безопасность социума, усиливается тревога за сохранность культурной целостности человечества.

Необходимо учитывать и феномен развития сетевых сообществ, являющийся социальным фактом, требующим дальнейшего осмысления и эмпирического изучения. Однако можно утверждать, что в основе формирования сетевого сообщества на базе специализированных Интернет сервисов (чаты, форумы и пр.) лежит заинтересованность его участников в достаточно постоянном и регулярном взаимодействии. Необходимо отметить именно коммуникативную функцию сетевых технологий, обеспечивающую непрерывность информационного обмена в сферу которого попадает вся накапливаемая научная, профессиональная, культурная информация, знания и умения специалистов всех отраслей и сфер жизни, интеллектуальное, моральное и культурное развитие каждого отдельного человека, то есть то, что и составляет интеллектуальный капитал нации.

Говоря об актуальности научно-практического исследования проблем медиаобразования, следует также упомянуть, что в целях осознания возможностей, предоставленных информационно-коммуникационных технологий для реализации приоритетных целей развития современного общества, Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, ЮНЕСКО) учредила Программу «Информация для всех», реализация которой не возможна без формирования высокой степени медиаграмотности в казахстанском обществе. Медиаобразование (media education) 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 способно-

стей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Приобретенные в результате этого процесса навыки называются медиаграмотностью.

Как отмечается в материалах ЮНЕСКО: «Медиаобразование 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. Медиаобразование рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального образования и обучения в течение всей жизни человека.

Рассуждая о медиаобразовании, нужно иметь в виду, что оно затрагивает практически все виды воспитания: умственное, нравственное, эстетическое, правовое, экологическое и т.д. Очевидно, что основные функции личности творческое освоение общественного опыта и включения человека в систему общественных отношений являются основой реализации программы «Интеллектуальная нация», а общественный опыт приобретает человеком наряду с другими источниками и при помощи медиа. Таким образом, медиаобразование может осуществляться на всех ступенях развития подрастающего поколения, а также в последующие периоды жизни человека.

Новизна данного проекта определена необходимостью впервые в казахстанской науке подробно и комплексно проанализировать основные этапы исторического развития медиаобразования в Казахстане, и выработать рекомендации и предложения по развитию технологий медиаобразования в контексте формирования интеллектуального потенциала казахстанского общества.

Перспективность исследования определяется именно тем, что проведение комплексно-междисциплинарного исследования в сфере медиаобразования связано с целым комплексом перспективных социально-исторических тенденций развития казахстанского общества, в числе формирования интеллектуальной нации, дальнейшее реформирование системы казахстанского образования и формирование университетов исследовательского типа в соответствии с ведущими мировыми образцами, обеспечение информационной безопасности Республики Казахстан. Стратегия модернизации отечественного образования направлена на развитие ключевых компетенций в интеллектуальной, общественно-политической, коммуникационной, информационных сферах. Компетентностный подход, акцентирующий внимание на результативности образования, заключается не в определенной сумме приобретенных школьником или студентом знаний или количестве усвоенной информации, а в способности «человека действовать в различных проблемных ситуациях».

Однако опыт отечественного и зарубежного медиаобразования демонстрирует огромные возможности медиапедагогики (развитие творческих способностей, самостоятельного мышления, воображения), которые в полной мере могут быть раскрыты в различных и многообразных формах. Данное исследование станет отправной точкой для ряда последующих научных изысканий в данной области, позволит сопоставлять тенденцию развития аналогичных процессов в будущем и станет индикатором для определения уровня развития медиаобразования в Казахстане.

Данное исследование является отправной точкой для ряда последующих научных изысканий в данной области, позволит сопоставлять тенденцию развития аналогичных процессов в будущем и станет индикатором для определения уровня развития медиаграмотности в Казахстане. Материалы, полученные в ходе исследования, являются методологической основой дальнейших разработок в данной области.

Определяя значимость проекта в национальном и международном масштабе следует также упомянуть, что в целях осознания возможностей, предоставленных информационно-коммуникационных технологий для реализации приоритетных целей развития современного общества, ЮНЕСКО учредила Программу «Информация для всех». С 2013 г. в Казахстане также начата реализация новой государственной программы «Информационный Казахстан – 2020» целью которой является создание условий для перехода к информационному обществу, реализация которой в свою очередь не возможна без формирования высокой степени медиаграмотности в казахстанском обществе.

ПРИНЦИПЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ (учебник)

Ахметова Л.С.

*Казахский национальный университет
имени аль-Фараби, Алматы,
e-mail: laila_akhmetova@mail.ru*

Сегодня общепризнан век коммуникаций. Новые вызовы времени показывают не только актуальность и важность этого вопроса, но и дают нам убедительные факты необходимости знаний делового общения при любых проявлениях жизни, будь то производство, общественная и даже личная жизнь.

Пожалуй, нет сейчас человека, который бы не работал в области новых технологий по самым разным отраслям экономической, политической, социальной и общественной жизни.

Слушать и слышать, знать и уметь, видеть, чувствовать и быть активным – вот задача, стоящая сейчас перед человеком во всем и всегда

Учебник имеет три части: сyllabus, 15 лекций, рекомендации по самостоятельной работе студентов. Все это дает полноценные знания по предмету «Принципы делового общения» в курсе специальности «Связь с общественностью» для высшего образования в Республики Казахстан. Учебник был подготовлен автором на протяжении нескольких лет чтения данного предмета на факультете журналистики Казахского Национального университета им. аль-Фараби.

Курс раскрывает роль и значение в развитии эффективных коммуникативных технологий делового общения. Акцентирует внимание на содержании, основных направлениях, методах и принципах делового общения. Показывает основные философские социальные, антропологические аспекты социальных технологий (психотехники, манипуляции сознанием и т.п.). Сейчас, когда в стране все более утверждается рыночная экономика, часть серьезных бизнесменов вынуждена обратиться к зарубежному опыту делового общения, чтобы не выглядеть нелепо на мировом рынке, предлагая свои товары и услуги.

Цель курса – максимально полно представить основные принципы делового общения в их взаимосвязи и взаимообусловленности. Сформировать у студентов целостное представление о роли этических принципов, правил и норм в жизни занятого в трудовой деятельности человека.

Задачи курса: раскрыть важнейшие составляющие этики человека в деловой сфере, моральные ориентиры и принципы существования в деловой среде; представить этические стандарты и ценности общества, его различных групп; показать универсальность и значимость этических правил и норм, регулирующих отношения в разных сферах делового общения; сформировать общее представление об этической составляющей разных форм делового