



Білім, ғылым
және мәдениет
саласы бойынша
Біріккен Ұлттар Ұйымы

Кэролайн Уилсон, Алтон Гриззл, Рамон Туазон,
Кваме Акъемпонг, Чи-Ким Чун

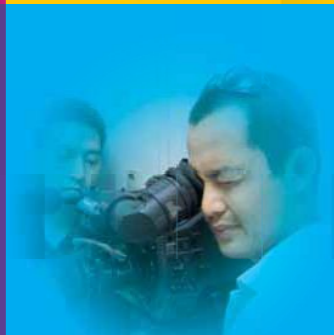
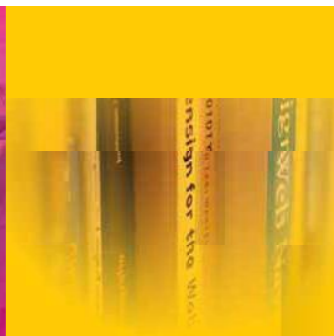


МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚ: ОҚЫТУШЫЛАРҒА КӨМЕКШІ ҚҰРАЛ

Медиа және ақпараттық сауаттылық:

оқытушыларға көмекші құрал

Кэролайн Уилсон
Алтон Гриззл
Рамон Туазон
Кваме Акъемпонг
Чи-Ким Чун



МЕДИА
ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ
САУАТТЫЛЫҚ

ОҚЫТУШЫЛАРҒА
КӨМЕКШІ ҚҰРАЛ

ӘОЖ 070 (075.8)
КБЖ 76.01 я 73
М 39

Баспаға әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
журналистика факультетінің
Ғылыми кеңесі мен Редакциялық-баспа кеңесі
шешімімен ұсынылған
(№3 хаттама 17 наурыз 2017 жыл)

Пікір жазғандар:

филология ғылымдарының кандидаты, доцент **Есенгүл Кәпқызы**
PhD, филология магистрі **Әйкерім Әлімжанова**

Авторлары:

Кэролайн Уилсон, Алтон Гриззл, Рамон Туазон,
Кваме Акьемпонг, Чи-Ким Чун

Орыс тілінен аударғандар:

саяси ғылымдарының докторы, профессор **Г. Сұлтанбаева**
журналистика магистрі, аға оқытушы **Б. Әліқожа**

Ғылыми редакторы:

журналистика факультетінің магистранты **А. Елғондинова**

М 39 **Медиа және ақпараттық сауаттылық: оқытушыларға көмекші құрал / Кэролайн Уилсон, Алтон Гриззл, Рамон Туазон [және т.б.]; орыс тілінен ауд.: Г. Сұлтанбаева, Б. Әліқожа. – Алматы: Қазақ университеті, 2018. – 194 б.**
ISBN 978-601-04-2791-4

Басылым мақсаты – қоғамның медиа және ақпараттық сауаттылығын дамытуға және халықаралық қарым-қатынасты өрістетуге шақырған кешенді стратегияның алғашқы қадамы. Медиа және ақпараттық сауаттылық индикаторларының жаһандық жүйесін жасау; медиа және ақпараттық сауаттылықтың университеттік желісін құру; медиа және ақпараттық сауаттылық саласында ұлттық саясат пен стратегия жасауға қатысты ұсыныстар дайындау және БҰҰ-ның өркениет Альянсымен бірге медиа және ақпараттық сауаттылықтың халықаралық ақпараттық қызметін ашу – басылым авторлары мен жұмыс тобының таяу болашақтағы міндеттері.

Педагогтарды даярлаудағы қажеттіліктерді ескере отырып, Қазақстанда ЮНЕСКО медиа-сауаттылық керуені жұмысының нәтижесінде «Медиа және ақпараттық сауаттылық» бағдарламасы академиялық білім беру үдерісіне енгізіле бастады. Медиа және ақпараттық сауаттылық керуені цифрлық қоғамның үндеулері аясында жана білім мен дағдыны, оқу қорларын, ақпараттық контенттерді дамытатын әлеуетті күшке айналады деген сенімдеміз.

ӘОЖ 070 (075.8)
КБЖ 76.01 я 73

ISBN 978-601-04-2791-4

© Кэролайн Уилсон, Алтон Гриззл, Рамон Туазон [және т.б.];
орыс тілінен ауд.: Сұлтанбаева Г., Әліқожа Б., 2018
© Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2018

Медиа және
ақпараттық
сауаттылық:

оқытушыларға
көмекші құрал

1-бөлім:

Білім беру бағдарламасы
және құзыреттілік жүйесі

2-бөлім:

Негізгі және қосымша модульдер

Басылды.
Білім, ғылым және мәдениет жөніндегі Біріккен Ұлттар Ұйымы,
Пляс де Фонтенуа 7, 75352 Париж 07 SP, Франция

Байланыс және ақпарат секторы
www.unesco.org/webworld

© ЮНЕСКО 2011
Барлық құқық қорғалған.

ISBN 978-92-3-104198-3

Осы басылымда пайдаланылған белгілер мен материалдар ЮНЕСКО-ның қандай да бір елдің, аумақтың, қаланың, ауданның немесе оның органдарының құқықтық мәртебесі туралы және шекараларын делимитациялау туралы кез-келген пікірін білдірмейді.

Автор кітаптағы фактілердің таңдауы мен ұсынылуына және ЮНЕСКО пікіріне қатысы жоқ, ұйымға міндеттелмейтін пікірі үшін жауапты.

Элтон Гризля и Кэролин Уилсонның редакторлық басқаруымен

Фото

Сыртқы қаттама (солдан оңға, жоғарыдан төменге):

1. © iStockphoto
2. С.С. Родриго Галиндез
3. © iStockphoto
4. © 2008 Эдсон Е. Уитни, Photoshare көрсетілген.
5. © 2005 Аднан Кабир, Photoshare ілтипатпен ұсынылды.
6. © iStockphoto
7. © iStockphoto
8. © 2007 Rajal Thaker, Courtesy of Photoshare
9. © iStockphoto
10. © iStockphoto
11. © iStockphoto
12. © 2005 Ален Б. Лабрик / JHSPH,

Photoshare ілтипатпен ұсынылды.

стр. 13 и 43 (солдан оңға, жоғарыдан төменге):

1. CC BY Video Volunteers (VV)
2. © 2009 Др Орвиш Джош, Photoshare ілтипатпен ұсынылды.
3. © 2006 Хью Ригби / КПК, Photoshare ілтипатпен ұсынылды.
4. CC BY Video Volunteers (VV)
5. © 2008 Боб Санги, Photoshare ілтипатпен ұсынылды.
6. © 2009 Фредерик Норонья, Фотосессия ілтипатпен ұсынылды.
7. CC BY C G-K

8. © 1997 CCP, Photoshare ілтипатпен ұсынылды.
9. © 2007 Раджаль Такер, Photoshare ілтипатпен ұсынылды.
10. © 2001 CCP, Photoshare ілтипатпен ұсынылды.
11. © 2007 Арун Халдар, Courtesy of Photoshare
12. © 2008 Эдсон Е. Уитни, ілтипатпен ұсынылды.

Photoshare

- п. 58: С.С. Родриго Галиндез
п. 77: © UN Photo / Мартина Перрет
п. 90: © 2008 Эдсон Э. Уитни, фотосурет.
п. 100: © ОБСЕ / Стефан Вайслер / Австрия
п. 106: CC BY Горски
п. 117: © 2003 Джастин Фахей, Photoshare көрсетілген.
п. 125: © 2006 Хью Ригби / КПК, Photoshare көрсетілген.
п. 133: © 2006 Сара Фельдман, Photoshare көрсетілген.
п. 144: © 2007 Иллиам Онгала, Photoshare көрсетілген.
п. 152: CC BY Video Volunteers (VV)
п. 157: © 2009 Др Орвиш Джош, Photoshare көрсетілген.
п. 170: CC BY Video Volunteers (VV)
п. 174: © 2007 Альфредо Л.Форт, Photoshare көрсетілген.
п. 176: CC BY Пол Келлер
БҰҰ-ға арналған терім.
БҰҰ басылған.
Францияда басылған.
CLD 491,11
-

ЮНЕСКО-ның Жарғысы

«... әр халықтың бір-бірінің өмірі турасында нақты әрі айқын ұғымды қалыптастыру, объективті ақиқатты еш кедергісіз тауып, білім алмасу мақсатында жарғының қатысушылары – мемлекеттердің үкіметтері барлық адамдарға білім алуға толық әрі тең мүмкіндік береді».

АЛҒЫС БІЛДІРЕДІ

Аталмыш оқу бағдарламасының бастапқы жұмысынан соңына дейін елеулі үлес қосқаны үшін авторлар Виджаянанда Джайавера (Wijayananda Jayaweera) мен Владимир Гайға (Vladimir Gai) алғыс білдіреді. Сонымен қатар авторлар келелі кеңес пен тұжырымды пікір білдіргені үшін төмендегі әріптестеріне алғыс білдіреді:

— Рецензенттер:

Ирмгарда Касинскайте-Буддебергке (Irmgarda Kasinskaite-Buddeberg), бағдарлама маманы, ЮНЕСКО, Париж;

Эндрю Пуддефатке (Andrew Puddephatt), Global Partners and Associates директоры, Лондон, Ұлыбритания;

Факсон Бандқа (Fackson Banda), бағдарлама маманы, ЮНЕСКО, Париж;

Боян Радойковқа (Boyan Radoikov), әмбебап қол жеткізу және қауіпсіздік бөлімінің бастығы, ЮНЕСКО, Париж;

Индраджит Банерджиге (Indrajit Banerjee), ақпараттық қоғам бөлімінің директоры, ЮНЕСКО, Париж;

Ральф Каттсқа (Ralph Catts), Schools and Social Capital Network Scottish Applied аға ғылыми қызметкері, Educational Research Scheme (AERS)

Жако Дю Туа (Jaco Du Toit), байланыс және ақпарат жөніндегі кеңесші, ЮНЕСКО, Виндхук;

Мисако Ито (Misako Ito), байланыс және ақпарат жөніндегі кеңесші, ЮНЕСКО, Рабат;

Эйбел Кэйнге (Abel Caine), бағдарлама маманы, ЮНЕСКО, Париж;

Тоби Менделге (Toby Mendel), құқық пен демократия орталығының атқарушы директоры, (Centre for Law and Democracy)

— және басқаларға:

Ютте Кролл (Jutta Croll), атқарушы директор, Stiftung Digitale Chancen, Берлин, Германия.

— Жиынға қатысып, аталмыш оқу бағдарламасына қажетті ұсыныстарды ұсынған Халықаралық сарапшылар:

Квам Акъемпонгке (Kwame Akyempong), Халықаралық білім беру орталығының директорының орынбасары, Суссекса университеті, Брайтон, Ұлыбритания;

Эвелин Бевор (Evelyne Bevort), директор орынбасары, Centre de Liaison de l'Enseignement et des Moyens d'Information (CLEMI), Париж, Франция;

Факсон Бандке (Fackson Banda), SAB Limited, БАҚ және демократия жөніндегі ЮНЕСКО кафедрасының меңгерушісі, Родес университеті, Грэхемстаун, Оңтүстік Африка;

Альберт К. Букхорстке (Albert K. Voekhorst), шақырылған профессор, информатика факультеті, Претори университеті, Оңтүстік Африка;

Чи-Ким Чунге (C. K. Cheung), оқытушыларды оқыту жөніндегі нұсқаушы, Білім беру факультеті, Гонконг университеті, Қытай;

Ноэль Чикуюку (Noel Chicuecue), ұлттық қызметкер, ЮНЕСКО, Мозамбик;

Бандуле П. Дайаратнеге (Bandula P. Dayarathne), оқу бағдарламасын әзірлеу және маман біліктілігі, ұлттық педагогика институты және медиа-білім беру орталығы, Коломбо университеті, Шри Ланка;

Кармилле Флойд (Carmilla Floyd), жазушы, журналист және медиа нұсқаушысы, Стокгольм, Швеция;
Дивин Фрау-Майгске (Divina Frau-Meigs), Халықаралық зерттеулер, БАҚ және байланыс ассоциациясының вице-президенті (IAMCR), Сорбонна университеті, Париж, Франция;

Мартин Хадлоуге (Martin Hadlow), Байланыс және әлеуметтік өзгерістер орталығының директоры, Журналистика және байланыс мектебі, Квинсленд университеті, Брисбейн, Австралия;

Хесус Лауге (Jesus Lau), USBIVER кітапханасының директоры, Веракрус университеті, Мексика;

Мари Эстер Мансебоға (Maria Ester Mancebo), білім беру саясатының профессоры, Монтевидео университеті, Уругвай;

Пенни Мурге (Penny Moore), білім беру мәселелері жөніндегі кеңесші және атқарушы, Халықаралық кітапханалар қауымдастығының директоры, Веллингтон, Жаңа Зеландия;

Ренато Оперттиге (Renato Opertti), Халықаралық білім бюросы, ЮНЕСКО, Женева;

Каролин Понтефракте (Caroline Pontefract), оқытушылар даярлау бөлімінің меңгерушісі, ЮНЕСКО, Париж;

Рашу Омарға (Rasha Omar), Жалпы және жоғары білім министрлігінің оқу бағдарламалары жөніндегі Палестинадағы ғылым және технология орталығының директоры, Рамаллах, Палестина автономиясы;

Хосе Мануэлю Перес Торнеро (José Manuel PerezTornero), Еуропа көрермендерінің мүдделерін қорғау қауымдастығының вице-президенті (EAVI), Халықаралық Медиа Білім Ассоциациясының Бас хатшысы (MENTOR), Барселона автономды мемлекеті, Испания;

Мануэл Кинтеро Кинтерогге (Manuel Quintero Quintero), Латын Америкасының байланыс институтының бас директоры, Мексика;

Сэми Тайеге (Samy Taïe), Халықаралық Медиа Білім Ассоциациясының Президенті (MENTOR), Каир, Египет;

Туассен Чичиге (Toussaint Tchitchi), Абоми Калави университеті, Бенин;

Рамон Р. Туазонге (Ramon R. Tuazon), жоғары білім беру жөніндегі техникалық комитеті Комиссиясының төрағасы және Азияның журналистика мен байланыс институтының президенті (CHED), Филиппин;

Кэролайн Уилсонға (Carolyn Wilson), Медиа сауаттылық ассоциациясы президенті (AML) Онтарио, Канада, және білім беру саласындағы зерттеулер бойынша Онтарио Институты нұсқаушысы, Университет Торонто, Канада.

— Оқу бағдарламасы алғашқы жобасын талдауға арналған сараптау тобы екінші халықаралық кеңесінің қатысушыларына:

Клемент Ламбертке (Clement Lambert), Вест-Инд Университеті, Ямайка Педагогикалық институты сауаттылық бойынша білім беру/оқыту лекторы;

Сьюзан Мюллерге (Susan Moeller), Медиа және қоғам мәселелері бойынша халықаралық орталық директоры (ICMPA), Зальцбург, Австрия;

Роксана Мордуховичке (Roxana Morduchowicz), Халықтық білім беру Министрлігі мектеп және медиа бағдарламалар директоры, Буэнос-Айрес, Аргентина;

Ютте Кроллға (Jutta Croll), басқарушы директор, Stiftung Digitale Chancen, Берлин, Германия;

Пер Лундгрентге (Per Lundgren), Балалар мен жасөспірімдерге арналған Бүкіләлемдік саммит директорлар кеңесі мүшесі, Карлштадт, Швеция;

Моуна Бенслимане (Mouna Benslimane), информатика мектебі мұғалімі, Марокко;

Ане Найдоға (Ana Naidoo), Претория университеті педагогика факультеті деканының орынбасары, Оңтүстік Африка;

Асим Абдул Саттарға (Asim Abdul Sattar), Мальдивы жоғары мектеп колледжі педагогика факультеті деканы, Мальдивы;

— Оңтүстік Африка, Латын Америкасы, Кариб бассейні және Оңтүстік Азия елдерінің нұсқаушылары мен кеңесшілеріне арналған сериялық аймақтық оқу семинарларына қатысушылар:

► Оңтүстік Африка

Финдиле Морин Ньюмалоға (Phindile Maureen Nxumalo), Уильяма Питчер Колледжі педагогикалық факультеті меңгерушісі, Свазиленд;

Вандиле Сифундзаға (Wandile Sifundza), Мұғалімдердің ұлттық ассоциациясы Бюллетені редакторы, Свазиленд;

Муса Хлофеге (Musa Hlophe), математика оқу бағдарламаларының әзірлеушісі, Оқу бағдарламалары ұлттық орталығының ақпарат бойынша жауаптысы, Оңтүстік Африка;

Мафата Пол Мафатаға (Mafata Paul Mafata), Лесото педагогикалық колледжі, Лесото;

Мабатаунг Метсинге (Mabataung Metsing), Оқу бағдарламалары ұлттық орталығы, Оңтүстік Африка;

Джон Ньямбеге (John Nyambe), Білім беру дамуының ұлттық институты, Намибия;

Герхард Нгалангиге (Gerhard Ngalangi), Рунду педагогикалық колледжі дәріскері, Рунду, Намибия;

Ален Чайдаға (Allen Chaida), Каприви педагогикалық колледжі дәріскері, Намибия;

Тулонга Хенокке (Tulonga Henoch), Онгведива педагогикалық колледжі дәріскері, Намибия Элизабет Браунға (Elizabeth Brown), Намибия университеті дәріскері, Намибия;

Эндрю Стивенске (Andrew Stevens), Родес аралдары университеті, Оңтүстік Африка;

Пентекост Нкхомаға (Pentecost Nkhoma), Тшване Технологиялық университеті дәріскері, Претория, Оңтүстік Африка;

Лес Мейрингке (Les Meiring), Нельсон Мандела ат. Метрополитэн университеті дәріскері, Порт-Элизабет, Оңтүстік Африка;

Мэнди Уйске (Mandie Uys), Солтүстік Батыс университеті дәріскері, Оңтүстік Африка;

Геррит Столске (Gerrit Stols), Претория университеті, Оңтүстік Африка;

Ане Найдоға (Ana Naidoo), Претория университеті педагогикалық факультет декан орынбасары, Оңтүстік Африка;

Мэри Энн Худ (Mary Anne Hood), Форт-Харе университетінің лекторы, Шығыс Лондон, Оңтүстік Африка;

Сикхонзиле Ндловуға (Sikhonzile Ndlovu), медиатренинг бойынша менеджер, Gender Links, Йоханнесбург, Оңтүстік Африка;

Марина Рудтқа (Maryna Roodt), Орталық технологиялық университет дәріскері, Блумфонтейн, Оңтүстік Африка;

Ван Хеерденге (Van Heerden), Батыс Кейп университеті дәріскері, Оңтүстік Африка;

Марианне Хикске (Marianne Hicks), халықаралық зерттеулер бойынша дәріскер, Монаш университеті, Оңтүстік Африка;

Ине Фурьеге (Ina Fourie), Претория университеті информатика факультеті доценті, Оңтүстік Африка;

Йохан ван Викке (Johan van Wyk), Претория университеті кітапхана директоры, Оңтүстік Африка;

► Латын Америкасы және Кариб бассейні

Джозеф МакКензиге (Joseph Mckenzie), Педагогикалық колледждің аға дәріскері, Мониг, Ямайка;

Лоррейн Жаннетт Кэмпбеллге (Lorraine Jeanette Campbell), оқу жөніндегі директор, Эдна Мэнли атындағы бейнелеу және орындаушылық өнер колледжі, Кингстон, Ямайка;

Хирфа Моррисонға (Hirfa Morrison), Коммьюнити Эксельсиор Колледжі кітапхана директоры, Кингстон, Ямайка;

Зеллине Дженнингс-Крейгке (Zellyne Jennings-Craig), Вест-Инд университеті педагогикалық мектебі директоры, Мона, Ямайка;

Соня Беннет-Каннигхэмге (Sonia Bennet-Cunningham), VTDI, HEART Trust/NTA Бас директоры, Кингстон, Ямайка;

Дебора Фрэнсиске (Deborah Francis), Сент-Джозеф Педагогикалық колледжі аға дәріскері, Кингстон, Ямайка

Даля Палмерге (Dahlia Palmer), Шортвуд Педагогикалық колледжі дәріскері, Кингстон, Ямайка;

Барбара Фостерге (Barbara Foster), Вест-Инд университеті үйлестірушісі, Мона, Ямайка

Кэтрин Гибсонға (Catherine Gibson), бизнес бойынша нұсқаушы, Эрдистон атындағы Педагогикалық колледжі, Барбадос;

Линда Розенвальдке (Linda Rozenbald), Оқытушылардың біліктілігін арттыру колледжі нұсқаушысы, Лейсвег, Суринам;

Дженнифер Палмер Кроуфордқа (Jennifer Palmer Crawford), Кларенс Фицрой Брайант атындағы оқытушылардың біліктілігін арттыру колледжі факультет меңгерушісі, Гваделупа;

Ройстон Эммануэлге (Royston Emmanuel), Сэр Артур Льюис атындағы Қоғамдық колледж дәріскері, Сент-Люсия;

Жаклин Морриске (Jacqueline Morris), Тринидада және Тобаго университеті дәріскері;

Лайонел Дугласқа (Lionel Douglas), Тринидада және Тобаго университеті доценті;

Валентине Телемакеге (Valentine Telemaque), Солтүстік шығыс біртұтас орта мектебінің ақпараттық және коммуникациялық технологиялар бойынша нұсқаушысы, Уэсли, Доминикан;

Эрика Васкеске (Erika Vasquez), Коста-Рика ұлттық университеті жалпы білім беру дайындық факультеті директоры;

Сильвия Джеймс-Митчеллге (Sylvia James-Mitchell), Т.А.Мэрришоу атындағы коммуникация колледжі дәріскері, Гренада;

Боб Харриске (Bob Harris), тәуелсіз журналист, PBC TV, Кингстон, Ямайка;

Марлон Диксонға (Marlon Dixon), оператор, PBC TV, Кингстон, Ямайка;

Джиллиан Бернадқа (Gillian Bernard), ЮНЕСКО кеңесшісі, Кингстон, Ямайка;

Элизабет Терриге (Elizabeth Terry), ICT 4D төрағасы, Ямайка және «Projects and Partnerships» директоры, HEART Trust/NTA;

Изидро Фернандес-Абаллиге (Isidro Fernandez-Aballi), Кариб бассейні елдері ақпарат және коммуникация бойынша кеңесшісі, ЮНЕСКО, Кингстон, Ямайка;

Эрика Уокерге (Erika Walker), бағдарламалық маман, коммуникация және ақпарат бөлімі, ЮНЕСКО, Кингстон, Ямайка;

Мелоди Палмерге (Melody Palmer), бағдарлама менеджері және желі үйлестірушісі, ICT4D, Ямайка;

► Оңтүстік Азия

Браза Гопал Бхоумикке (Braza Gopal Bhowmick), оқу бағдарламалары мен оқулықтардың Ұлттық дирекциясы хатшысы, Дхака, Бангладеш;

Райана Таслимге (Rayhana Taslim), Педагогикалық колледж доценті, Дхака, Бангладеш;

Шамим Резаға (Shameem Reza), Дхака университеті бұқаралық коммуникация және журналистика доценті, Бангладеш

Джигме Чоденге (Jigme Choden), Ақпарат және коммуникация министрлігі, Тхимпху, Бутан;

Йеше Янге (Yeshey Yang), саясат және жоспарлау бойынша маман, Ақпарат және коммуникация министрлігі, Тхимпху, Бутан;

Мохаммад Ахтар Сиддикке (Mohammad Akhtar Siddiqui), Оқытушыларды оқыту бойынша Ұлттық кеңес төрағасы (NCTE), Нью Дели, Үндістан;

Арулу Сельванға (Arul Selvan), Журналистика және жаңа медиа саласындағы зерттеулер мектебі доценті, IGNOU, Нью Дели, Үндістан;

Махалакшми Джаярамға (Mahalakshmi Jayaram), Азия журналистика колледжі факультетінің бұрынғы деканы, Ченнаи, Үндістан;

Шухудха Ризванға (Shuhudha Rizwan), үздіксіз білім беру орталығының білім беруді дамытуы бойынша маманы, Мале, Мальдива;

Абдул Рашид Алиге (Abdul Rasheed Ali), Мальдива жоғары білім беру колледжі өнер факультетінің деканы, Мале, Мальдива;

Има Нарьян Шрестхаға (Ima Naryan Shrestha), Білім беруді дамыту ұлттық орталығы оқыту бойынша маманы (NCED), Непал;

Шрирам Ламичханеге (Shreeram Lamichhane), оқытушылардың біліктілігін арттыру институты, Непал;

Анджум Зиаға (Anjum Zia), D/O Mass Communication төрайымы, Лароха әйелдер университеті, Пакистан;

Энтони Да Силваға (Anthony D'Silva), Нотр-Дам педагогикалық институты, Карачи, Пакистан;

Прадипа Виджетунгеге (Pradeepa Wijetunge), Кітапханатану және информатика ұлттық институты директоры, (NILIS), Коломбо, Шри-Ланка;

Премила Гамагеге (Premila Gamage), Шри-Ланка саяси зерттеулер институты кітапхана директоры, (IPS), Коломбо, Шри-Ланка.

Мазмұны

Алғы сөз 12

1-бөлім:

Білім беру бағдарламасы және құзыреттілік жүйесі 17

2-бөлім:

Негізгі және қосымша модульдер 47

Глоссарий 184

Алғы сөз

Ақпараттың сапасы белгілі бір деңгейде біздің таңдауымызды қажет ететін әрі іс-әрекетімізді айқындайтын кеңістікте өмір сүріп жатырмыз. Телекоммуникация саласындағы технологиялық жетістіктер бұқаралық ақпарат құралдары мен ақпаратты тасымалдаушы өзге де тәсілдердің (кітапхана, мұрағат, интернет, т.с.с.) кеңінен таралуына ықпал етті. Бұл азаматтардың аса зор көлемдегі ақпаратты алуына және оны бөлісуіне ерекше мүмкіндік туғызды. Бұл құбылыс азаматтардың ақпараттарды құндылығына және сенімділігіне орай бағалауға ұмтылуын одан әрі дамытып, байыта түсті. Бұл ретте олар еркін ой білдіру және еркін ақпаратты алу құқығын толығымен пайдалануға талпынды. Ме-диалық және ақпараттық сауаттылыққа деген сұранысты дәл осы контексте қарастырған жөн секілді. Бұл қайта құрудың басты субъектісі саналатын педагогтарға үлкен міндет жүктей отырып, азаматтық білім беру жолындағы қозғалыс көлемін кеңейтеді. Педагогтарды медиа және ақпараттық сауаттылыққа оқытуға арналған бұл бағдарлама – ЮНЕСКО-ға мүше мемлекеттер үшін маңызды қайнар көз болып табылмақ. Бұл – медиа ақпараттық сауаттылыққа тікелей қатысы бар Грюнвальд (1982) және Александрия декларацияларында бекітіліп, Париж (2007) күн тәртібінде бекітілген бағдарламадағы мақсаттарға қол жеткізу үшін бірлесе қимылдауға шақырған шара.

12

Біздің бағдарлама – осы саладағы жаңа дүние: біріншіден, бұл жаңашыл және радио мен телевиденияның, интернет, газет, кітап, электронды мұрағаттар мен кітапхананы үлкен бір платформаға айналдыратын конвергенцияның жаңа тенденцияларына иек сүйейді, сондай-ақ тұңғыш рет медиа және ақпараттық сауаттылыққа бірыңғай жол іздейді; екіншіден, бұл дайындықтарын ресми жүйеге топтастыруға мүдделі педагогтардың қажеттілігін қаперге ала отырып жасалған. Сөйтіп, ол миллиондаған адамдарды қамтуға тиіс және олардың қабілетін дамытуға ықпал ететіндей процесті іске қосады.

Педагогтарды медиа және ақпараттық сауаттылыққа оқыту бағдарламасын жүйелі және кешенді түрде дайындау барысында ЮНЕСКО шын мәнісінде барын салды. Дайындық барысы бағдарлама жобасын жасау, оны талдау және білімнің әртүрлі саласындағы сарапшылардың бағалауын қорытындылау, медиа, ақпарат, ақпараттық технологиялық коммуникация, білім беру және оқу бағдарламаларын жасау секілді кешенді жұмыстарды қамтыды. Жұмыс 2008 жылы басталды және оқыту бағдарламасын жасау стратегиясы бойынша халықаралық сарапшылар тобының ұсыныстарын қорытындылау; әлемдегі білім беру ресурстарының медиа және ақпараттық сауаттылық бойынша жасалған оқыту бағдарламаларының тізімін жасау; бағдарлама жобасын жасау тапсырылған 4 сарапшыны жұмысқа тарту; бағдарлама жобасын сараптау және Оңтүстік Африка, Латын Америкасы, Кариб бассейні және Оңтүстік Азия елдерінде оқыту семинарлары мен кеңес беру барысында апробациядан өткізу үшін сарапшы тобының екінші жиынын өткізу; бағдарламаның соңғы нұсқасын дайындау және ғылыми-стилистикалық тұрғыдан редакторлаудың соңғы кезеңін жасау үшін халықаралық топтың жиынын өткізуді мойнына алады. Бұл басылым екі бөлімнен тұрады.

I бөлім оқу бағдарламасының сипаттамасын және медиа ақпараттық сауаттылық құзыреттілігі жүйесінен тұрады. Онда бағдарламаның логикасы, құрылымы және басты тақырыптары қамтылған. Онда 2008 жылы ЮНЕСКО тарапынан дайындалған

«оқытушылардың ақпараттық коммуникациялық технологиялық құзыреттілігі» (ICTs Competency Framework for Teachers) сипатталады. II бөлім оқыту бағдарламасының негізгі және қосымша модульдарын сипаттайды. Оқытушыларды медиа және ақпараттық сауаттылыққа баулудың оқыту бағдарламасы араб, француз, орыс және испан, уақыт өте келе әлемнің өзге де тілдеріне аударылатын болады.

Бұл басылымның дайындалуы – қоғамның медиа және ақпараттық сауаттылығын дамытуға және халықаралық қарым-қатынасты өрістетуге шақырған кешенді стратегияның алғашқы қадамы ғана. Біздің болашақтағы жоспарымызда – медиа және ақпараттық сауаттылық индикаторларының жаһандық жүйесін жасау; медиа және ақпараттық сауаттылықтың университеттік желісін құру; медиа және ақпараттық сауаттылық саласында ұлттық саясат пен стратегия жасауға қатысты ұсыныстар дайындау және БҰҰ-ның өркениет Альянсымен бірге медиа және ақпараттық сауаттылықтың халықаралық ақпараттық қызметін ашу.

ЮНЕСКО бағдарламаның дайындалу барысындағы бағдарламаға деген халықаралық ықыласты қанағаттанарлық деңгейде атап өтеді, сондай-ақ жобаның екінші бөлімінде – әлемнің әр бұрышындағы педагогикалық институттарда бағдарламаның алғашқы жобасын сынау және бейімдеу кезеңінде бұл ықылас нақты түрде іске асады деген сенімдеміз. Біз біздің бағдарлама білім берудегі инновацияларға бастайтынына және оның барлық деңгейін жаңа биікке көтеретініне сенімдіміз.

Бізге баға жетпес көмек көрсеткен әріптестерімізге ерекше алғыс айтамыз.

Янис Карклиньш (Jānis Kārklīņš)

ЮНЕСКО-ның коммуникация және ақпарат жөніндегі

Бас директордың орынбасары

ЮНЕСКО медиасауаттылық керуені

ЮНЕСКО-ның «Медиа және ақпараттық сауаттылық» бағдарламасы Қазақстанда академиялық білім беру үдерісіне енгізіле бастады. ЮНЕСКО Алматы Кластерлік бюросы мен әл-Фараби атындағы ҚазҰУ Медиа және ақпараттық сауаттылықты дамыту бойынша бірқатар іс-шаралар өткізді. Соның қатарында ЮНЕСКО медиа және ақпараттық сауаттылықтың жаһандық апталығы аясында Қырғызстанда өткен «Тұрғындардың медиа және ақпараттық сауаттылығы: мақсат немесе қоғамның тұрақты дамуы құралы» III Журналистика және коммуникация Халықаралық Жазғы мектебінде ұсынылған кепілдемелер (9-12 шілде 2015 ж.) нәтижесінде 6M050400 – Журналистика мамандығының магистратурадағы оқу жоспарына «БАҚ-тағы ақпараттық сауаттылық» модулі бойынша «Медиа сауаттылықты зерттеу әдістері», «Ақпараттық сауаттылықты жоспарлау және болжау» атты екі курс оқу үдерісіне енгізілді.

Оқу модулінің мақсаты – қоғамды ақпараттандырудың қазіргі міндеттерімен таныстыру, медиа сауаттылықты зерттеу технологиялары, қоғамдағы ақпараттық сауаттылықтың деңгейін объективті бағалау негізінде ақпараттық тасқынды басқару болып саналды. Магистрлік курсты оқу нәтижесінде білім алушы меңгеруі құзыреттіліктер қатарында 2005 жылғы ЮНЕСКО-ның Александрия декларациясында жарияланған «Ақпараттық қоғамның маятнигі» білім беру мен ақпараттық сауаттылықтың негізгі үдерістерін көрсете білу; ақпараттық сауаттылықтың ғылыми әдістерін игеру; ақпараттық сауаттылық контексіндегі ақпараттық қауіпсіздіктің маңызды рөлін ашу; медиа-ақпараттық қауіпсіздік тұжырымдарын толыққанды әлемдік өзгеріс түсінігі ретінде айқындау; ақпараттық қауіпсіздікті қалыптастыру үдерістеріндегі (БҰҰ, ЮНЕСКО және т.б.) халықаралық ұйымдардың рөлін объективті бағалау. Оқу модулі нәтижесінде магистранттарға ұсынылатын курс материалдары Баспасөз және электронды БАҚ кафедрасында талқылаудан өтті.

14

ЮНЕСКО оқу модельдерін академиялық ортада енгізу мен ықпал ету аясы жылдан жылға артуда. Соның келесі бағыты – Алматыдағы ЮНЕСКО Кластерлік бюросы қолдауымен 2016 жылы 3-5 мамырда БҰҰ-ның тұрақты даму мақсаттары шеңберінде БҰҰ-ның Бүкіләлемдік баспасөз бостандығы күніне арналған «Шымкент – тұрақты даму қаласы: медиа-ақпаратты сауатты халық» атты Халықаралық мобильді медиа мектебі. Медиа керуен жұмыстары Шымкент – Шәуілдір – Арыстанбаб – Түркістан – Кентау – Шаян – Ақмешіт – Домалақ-Ана – Шымкент бағыттарын қамтыды. Мобильдік мектеп жас және тәжірибелі журналистерді оқытудың медиа диалог алаңы болып келеді. Ұлы Жібек жолындағы медиакеруенге қатысушылар Орталық Азияның тарихымен, мәдениетімен жақын танысты. Медиакеруен жұмысы бойынша кепілдемелер Журналистика мамандығы бойынша білім беретін жоғары оқу орындарында, БАҚ өкілдеріне арнап өткізілетін шараларда, медиялық жоспар құру барысында басылым және онлайн редакцияларында, журналистер өздерінің сараптамалық материалдарында, «Журналистика» бағдарламасы бойынша лекциялық материалдар мен практикалық істер мақсатында Қазақстан, Қырғызстан университеттері оқытушылары мен қызметкерлеріне пайдалануға болады.

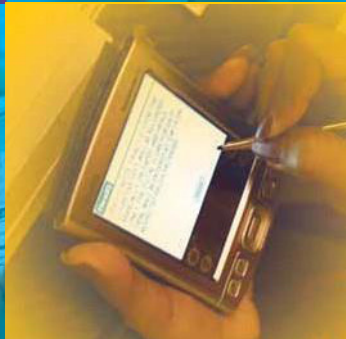
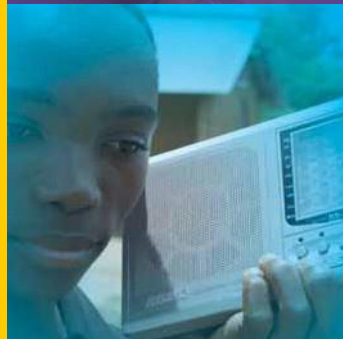
2018 ж. 24 қазанда Астана қ. Назарбаев университетінде медиа және ақпараттық сауаттылық пилоттық жобалар таныстырылып, Қырғызстан, Тәжікстан және Қазақстан тәжірибелері сарапталды. Осы шараның қатысушылары озық тәжірибелерді алмасу мен медиа және ақпараттық сауаттылық бойынша кепілдемелерді дамыту мақсатында

жұмыс тобын құрды. Орталық Азиядағы медиа және ақпараттық сауаттылық жай-күйін талқылай келе, халықаралық декларациялар, бастамаларды негізге алып ұсынған кепілдемелер қатарында қатысушы елдердің министрліктеріне Медиа және ақпараттық сауаттылық енгізудің ұзақмерзімді стратегиясын жасауды, оқу бағдарламаларын орта және жоғары оқу орындарына, сондай-ақ ақпарат пен коммуникация бойынша мемлекеттік органдарға ақпараттық контенттердің стратегиялары мен саясатын дайындау және енгізуді ұсынды.

Қатысушы елдердің бұқаралық ақпарат құралдары халықаралық ұйымдарына Орталық Азия елдерінде медиа және ақпараттық сауаттылықтың ұлттық бағдарламаларын қолдауды, білім беру қорларын қатысушы елдердің мемлекеттік тіліне аударуды ұсынды. Бұл жұмысқа Орталық Азия елдері кітапхана ассоциацияларының қатысуы да құжатта аталды.

Ақпараттық және медиа сауаттылық: негіздері мен тәжірибесі оқытушыларға көмекші құрал басылымын қазақ тіліне аударуда редакция сарапшыларға алғыс айтады. Медиа және ақпараттық сауаттылық керуені цифрлық қоғамның үндеулері аясында жаңа білім мен дағдыны, оқу қорларын, ақпараттық контенттерді дамытатын әлеуетті күшке айналады деген сенімдеміз.

Қазақ басылымы редакциясы



1-бөлім

Білім беру
бағдарламасы
және құзыреттілік
жүйесі



КІРІСПЕ.....	20
МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚ ТҮСІНІКТЕРІНІҢ БІРІГУІ.....	22
МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚТЫҢ АРТЫҚШЫЛЫҚТАРЫ МЕН ТАЛАПТАРЫ.....	24
ОҚЫТУШЫЛАРҒА АРНАЛҒАН МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚ БАҒДАРЛАМАСЫНЫҢ НЕГІЗГІ ТАҚЫРЫПТАРЫ.....	25
БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫНЫҢ ҚҰРЫЛЫМЫ.....	26
САЯСАТ ЖӘНЕ БОЛАШАҚ.....	28
ДЕМОКРАТИЯЛЫҚ ДИСКУРС ПЕН ҚОҒАМДЫҚ ӨМІРГЕ ҚАТЫСУДАҒЫ МЕДИА МЕН АҚПАРАТТЫҢ МӘНІ.....	29
МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫ БАҒАЛАУ.....	31
МЕДИА МЕН АҚПАРАТТЫ ЖАСАУ ЖӘНЕ ҚОЛДАНУ.....	32
ОҚЫТУШЫЛАРДЫҢ НЕГІЗГІ ҚҰЗЫРЕТТІЛІКТЕРІ.....	33
МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚТЫ ОҚЫТУ ЖӘНЕ ОҚУ ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ТӘСІЛДЕРІ. ҚОЗҒАЛЫСТАҒЫ ОҚЫТУ БАҒДАРЛАМАСЫ.....	39
ҚОСЫМША: МЕДИА-АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚ БОЙЫНША ТАҢДАУЛЫ МАТЕРИАЛДАР.....	43

КІРІСПЕ

Адам құқығының жалпы декларациясының 19-бабында: «Әрбір адамның наным-сенім бостандығына және де оларды еркін түрде білдіруге құқығы бар; бұл құқық мемлекеттік шекараға қарамастан, өзіндік нанымдарды кедергісіз ұстану және ақпаратты іздеу, қабылдау және тарату барысында кез келген құралдарды қолдану еркіндігін де қарастырады». Медиа және ақпараттық сауаттылық адамдарды білім және дағдылармен қаруландырады.

Бұл құқықтың жүзеге асырылу барысы медиа білім беру бойынша 1982 жылы өткен Грюнвальд декларациясынан бастау алады. Бұл декларацияда саяси және білім беру жүйелері азаматтардың бойына коммуникация құбылысының қажеттілігін түсіну керектігі атап өтілді. Бұл мақұлдау медиа және ақпараттық сауаттылық өмір бойғы оқытудың бастауы болып анықталатын 2005 жылғы жалғасын Александрия декларациясында тапты. Декларация кез келген мамандық өкілдеріне «ақпаратты іздеу, бағалау, қолдану және ойлап табуды барлық салаларда өзіндік, әлеуметтік, профессионалдық және білім беру мақсаттарына қол жеткізуге» мүмкіндік беретін медиа және ақпараттық сауаттылықтың ролін растайды. Медиа және ақпараттық сауаттылық барлық адамның сандық әлемдегі негізгі құқығы болып табылады.

Медиа және кітапхана, мұрағат және интернет сияқты өзге де ақпараттық қызметтер адамдарға ақпараттың толықтығын ескере отырып, шешім қабылдауға көмек беретін бүкіл әлемдегі маңызды құралдар екендігі айқын. Сонымен қатар олар қоғам өздері туралы шындықты білетін, халықпен әңгіме-дүкен құрып, ынтымақ-бірлік сезімін қалыптастыратын құрал болып табылады. Коммуникация және ақпарат арналары өмір бойғы білім беруге ықпал етуге қабілетті. Сондықтан азаматтар медиа және өзге де ақпарат қызметтерінің (кітапханалар, мұрағаттар, интернет және т.б.) жұмысын түсініп, оларға дұрыс баға берулері керек. Медиа және ақпараттық сауаттылықтың міндеті – білімді қолданушыларға бере білуде.

20

Медиа және ақпараттық сауаттылық негізгі ұғымдарды топтастырды:

(а) медиа, кітапханалар, мұрағаттар және өзге де ақпараттық қызметтердің демократиялық қоғамдардағы функциялары;

(б) БАҚ пен ақпараттық қызметтер бұл функцияларды сапалы орындау шарттары;

(в) ұсынылған контент және қызмет көрсетулер арқылы бұл функциялардың жұмыс сапасын бағалау әдістері. Бұл түсінік өз кезегінде қолданушыларға коммуникация және ақпарат арналарымен ойланып, бірлесіп жұмыс жасауға мүмкіндік береді. Медиа және ақпараттық сауаттылық арқылы пайда болған құзыреттіліктер азаматтардың бойында медиа мен өзге де ақпарат жеткізушілерден жоғары сапалы қызмет көрсетуді талап ететін сыни тұрғыдан ойлау дағдыларын дамытады.

Ұжыммен жұмыс істеу арқылы олар медиа және өзге де ақпараттық қызметтерге жоғары сапалы қызмет көрсетулер ұсыну кезінде жақсы шарттар жасалуына мұрындық болады.

Географиялық және мәдени қолжетімділігі бойынша БАҚ өзге медиаларға қарағанда бұл оқыту бағдарламасы мен құзыреттілік жүйесінде айқын орын алады. Олар ақпараттық ағымдардың көп өлшемді жүйесін құрайды. Арнаулы институт бола тұра, БАҚ демократиялық қоғамдарда орындалатын ерекше функцияларды жүзеге асырады. БАҚ үлкен аудиторияға хабар таратады, оның диапазоны шектеулі болғандықтан,

баспа өнімдері бұндай реттеуге бағынбайды. БАҚ-тағы мемлекеттік реттеудің балама әдісі ретінде өздігінен реттеу қарастырылады.

Өздігінен реттеудің осындай жүйесі белгілі бір этикалық құндылықтар мен принциптерге негізделеді. БАҚ-тың қоғам тарапынан сыналуын талап етуге болады. Нәтижесінде осындай жүйе үлкейткіш әйнек сияқты әсер етеді. Ол арқылы БАҚ-ты оның атқарылған функциялары, шарттары және істерінің нәтижесі аудиторияның қабылдау деңгейі арқылы бағалауға болады.

Оқышылардың медиа және ақпараттық сауаттылықтарын арттыру оқытушылардың медиа және ақпараттық сауаттылықтарының артуынсыз жүзеге аса алмайды. Тиімділіктің бірнеше есе артуын қамтамасыз ететін басты стратегия ақпараттық сауатты оқытушыларға негізделеді. Медиа және ақпараттық сауаттылықты меңгерген оқытушылар ізденушілерге тиімді деңгейде көмектесе алады. Медиа және ақпараттық сауаттылыққа үйрету оқытушылардың аудиториямен тікелей байланысы арқылы қабылданады: біріншіден, олардың ақпараттандырылған және ойлау қабілеті бар азаматтарды тәрбиелей алу мүмкіндігі; екіншіден, олардың тәрбие, ағартушылық ролі беретін өзгерістер айқындалады.

Оқытушылар біздің медиа және ақпараттылық сауаттылық бойынша білім беру бағдарламасын әдістемелік жұмыстарының сапасын жоғарылатуға бағытталған педагогикалық стратегияларына сәйкес жақсы қабылдайды. Білім беру саласындағы өзгерістерді ынталандыру медиа және ақпараттық сауаттылықты енгізудің салдары болып қалмақ.

МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚ ТҮСІНІКТЕРІНІҢ БІРІГУІ

ЮНЕСКО сарапшыларымен қолға алынған оқыту бағдарламасы мен құзыреттілік жүйесі медиа және ақпараттық сауаттылық саласында екі түрлі саланы – медиа сауаттылық және ақпараттық сауаттылықты бір жалпы «медиа және ақпараттық сауаттылық» терминіне біріктірді. Әр терминнің жеке-дара мағынасынан медиа және ақпараттық сауаттылықтың эле-менттерін біріктіретін жалпы түсінікке өтеміз.

1-сурет. Ақпараттық және медиа сауаттылықтың маңызды нәтижелері / элементтері

Ақпараттық сауаттылық

Ақпараттық қажеттіліктерді анықтау және тұжырымдау	Ақпаратты табу және қол жеткізу	Ақпаратты бағалау	Ақпаратты жүйелендіру	Ақпаратты этикалық нормаларды сақтай отырып қолдану	Ақпаратты беру	Ақпаратты өңдеу үшін ИКТ-мен жұмыс істеу дағдыларын қолдану
--	---------------------------------	-------------------	-----------------------	---	----------------	---

Медиа сауаттылық

Демократиялық-қоғамдағы медианың ролі мен функцияларын түсіну	Медиа өзінің функцияларын орындай алатын шарттарын түсіну	Медианың мазмұны сыни тұрғыда бағалау	Қоғамдық процестерге қатысу және өзін-өзі білдіру үшін медиамен байланыс жүргізу	Ақпаратты этикалық нормаларды сақтай отырып қолдану	Қолданушы контентін құру үшін дағдыларды өзекті ету
---	---	---------------------------------------	--	---	---

22

Ақпараттық сауаттылық ақпаратқа қол жеткізуге, оны бағалау мен этикалық қолдану маңыздылығына баса назар аударады. Ал медиа сауаттылық медианың функцияларын түсіне отырып, сол функцияларды бағалауды басты назарға қояды. Оқытушыларды медиа және ақпараттық сауаттылыққа үйрету бағдарламасы екі тәсілді біріктіреді. Ерекшеліктері мен концептуалды нұсқаларына қарамастан, медиа және ақпараттық сауаттылыққа үйрету теориялары құзыреттілікпен байланысты.

Бұл екі өзара байланысқан бағыттардың (медиа сауаттылық және ақпараттық сауаттылық) байланысын түрліше баяндайтын екі ғылыми мектеп бар. Бір мектептің өкілдері ақпараттық сауаттылықты зерттеудің басты саласы болса, медиа сауаттылық қосымша сала болып табылады. Екінші мектеп ақпараттық сауаттылықты медиа сауаттылықтың бір бөлігі ретінде қарастырады. Алайда ЮНЕСКО шақырған сарапшылардың халықаралық тобы медиа және өзге де ақпараттық қызметтердің тек ерекшеліктерін емес, ұқсастықтарын да қарастырған. Төменде біздің қарастырып отырған сала бойынша әлемнің түрлі нүктелеріндегі мамандардың қолданылатын терминдері берілген:

- Медиа сауаттылық
- Ақпараттық сауаттылық
- Пікір білдіру еркіндігі және ақпараттық сауаттылық
- Интернет-сауаттылық
- Сандық сауаттылық
- Киносауаттылық

- Кітапханалық сауаттылық
- Жаңалықтық сауаттылық
- Компьютерлік сауаттылық
- Электронды ойындар қолданысындағы сауаттылық
- Телевизиялық сауаттылық, жарнама саласындағы сауаттылық

Бұл түсініктер арасында айқын байланыс бар. Бұл оқыту жүйесінде барлығы қарастырылмайды. Бірақ түсініктер тәжірибелік тапсырмалар ретінде берілген. Медиа және ақпараттық сауаттылық саласында оқытушылардың біліктілігін арттырған са-йын бұл терминдер көбірек кездесетін болады. Берілген термин-дердің көпшілігі дау шығаратын тақырыптар ретінде қабылданады. Жаһандық ауқымда көптеген ұйымдар өзіне медиа сауаттылық пен ақпараттық сауаттылықты біріктіретін «медиа білім беру» терминін қолданады. Платформалардың конвергенттілік шарттарында ЮНЕСКО медиа және ақпараттық сауаттылық терминін қолданады.

ЮНЕСКО мамандары қолға алған медиа және ақпараттық сауаттылық оқыту бағдарламасы және құзыреттілік жүйесі оқытушыларды оқыту жүйелерін толықтыруға арналған. Сонымен қатар ЮНЕСКО оқытушылардың бұл құрылымды жақсартып, оны жобалау мен байытудағы ұжымдық процесіне қатысады деп жорамалдауда. Сондықтан бұл оқыту бағдарламасы тек негізгі құзыреттіліктер мен дағдыларға бағытталған.

2-сурет. Медиа және ақпараттық сауаттылық экожүйесі: медиа және ақпараттық сауаттылықтың негізгі түсініктері



МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚТЫҢ АРТЫҚШЫЛЫҚТАРЫ ЖӘНЕ ТАЛАПТАРЫ

Медиа және ақпараттық сауаттылық адамдарға өзінің негізгі құқықтарын кеңейте қолдануға мүмкіндік береді. Мысалы, Адам құқықтарының жалпыға бірдей декларациясының 19-бабында былай делінген: «Әр адам наным-сенім бостандығына және оларды білдіру бостандығына құқылы».

Медиа және ақпараттық сауаттылықтың артықшылықтары:

1. Медиа және ақпараттық сауаттылықты оқу және оқыту барысында оқытушылар кең көлемдегі біліммен қаруланып, оларды өскелең ұрпаққа жеткізеді.
2. Медиа және ақпараттық сауаттылық демократиялық қоғамдағы медиа және ақпараттық арналардың жұмыс істеуі жайлы білім береді. Бұл функцияларды сапалы түрде орындап, негізгі дағдыларды дамытады.
3. Медиа және ақпараттық сауатты қоғам бос, тәуелсіз және плюралистік медиа және ашық ақпараттық жүйелердің дамуына әсер етеді.

24

Медиа және ақпараттық сауаттылықтың артықшылықтарын толыққанды қолдану үшін келесі шарттарды жүзеге асыру керек:

1. Медиа және ақпараттық сауаттылық тұтас түсінік ретінде қарастырылып, өзіне құзыреттілік кешенін (білім, дағды) жинақтау керек.
2. Медиа және ақпараттық сауаттылық аясында оқушылар мен студенттерге өмірде керекті дағдыларды үйрету.
3. Азаматтар ақпаратты қайдан тауып, қалай алуды және оны қалай құруды білу керек.
4. Ақпаратқа қолжетімділік ерлер мен әйелдер, мүмкіндіктері шектеулі жандар, т.б. арасында тең дәрежеде болуы керек.
5. Медиа және ақпараттық сауаттылық мәдениетаралық диалог кезіндегі халықтардың және мәдениеттердің өзара түсіністігін жүзеге асыратын өмірге қажетті құрал ретінде қабылдануы қажет.

ОҚЫТУШЫЛАРҒА АРНАЛҒАН МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚ БАҒДАРЛАМАСЫНЫҢ НЕГІЗГІ ТАҚЫРЫПТАРЫ

Медиа және ақпараттық сауаттылық білім беру бағдарламасы мен құзыреттілік жүйесін ол қолданылып келген контекст арқылы қарастыру керек. Осылайша, оны қолдануға икемділік қажет. Бағдарлама құрылымы медиа және ақпараттық сауаттылық бойынша оқыту бағдарламасын қалай жобалау керектігін түсіндіреді. Құзыреттіліктер біздің бағдарлама дамытатын білім, дағдыларды анықтайды.

Жалпы алғанда медиа және ақпараттық сауаттылық бойынша оқыту бағдарламасы оқытушыларға көмек ретінде құрастырылған және келесі сұрақтарды қарастырады:

- медиа және өзге де ақпараттық қызметтердің функциялары: қалай жұмыс істейді, функцияларды сапалы орындау үшін қандай шарттар керек;
- берілген ақпаратты сыни тұрғыдан бағалауды қалыптастыру;
- редакциялық тәуелсіздік тұжырымдамасы мен журналистиканың мамандық ретінде қызмет атқаруы;
- медиа мен өзге ақпараттық қызметтердің негізгі еркіндікке ықпал жасауы;
- медиа және ақпараттық этика;
- әр адамның медиа мен ақпаратқа қатысты мүмкіндігі, құқығы және міндеті;
- халықаралық стандарттар (Адам құқығының декларациясы), ақпарат бостандығы, пікір білдіру бостандығының конституциялық кепілдіктері;
- медиа және өзге де ақпараттық қызметтерге келтіретін күту және талаптары (плюрализм, көптүрлілік);
- сақтау жүйесі мен ақпаратты жүйелендірудің қайнар көздері;
- қолжетімділік, ақпараттық сұрақ және белгілі бір ақпараттық қажеттіліктерді алу процестері;
- ақпарат іздеу құралдары;
- ақпаратты түсіну, жүйелендіру және бағалау;
- ақпаратты түрлі форматтарда құрастыру және ұсыну;
- қолдануға қолайлы форматтарда ақпаратты сақтау, көп рет қолдану, жазу, мұрағаттау және ұсыну;
- ақпаратты мәселелерді шешу үшін қолдану.

БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫНЫҢ ҚҰРЫЛЫМЫ

Медиа және ақпараттық сауаттылық бойынша ЮНЕСКО сарапшылар тобының ұсынысын негізге ала отырып, бір-бірімен байланысқан маңызды және оқыту бағдарламасына енген үш тақырыптық бағытты анықтады:

1. Медиа мен ақпараттың демократиялық дискурс пен қоғам өміріне қатысудың маңыздылығын білу және түсіну;
2. Медиамәтіндер мен ақпараттың қайнар көздерін бағалау;
3. Медиа мен ақпаратты өндіру және пайдалану.

Бұл бағыттар оқытушыларды дайындау мен біліктілігін арттыру бағдарламасының басты алты саласымен салыстырылады.

Бағдарламаның құрылымы мен оның құрамына кіретін модульдер міндетті емес, бұл олардың ғаламдық, аймақтық және ұлттық стратегияларға деген бейімделуін оңайлатады. Олар түрлі білім беру жүйелерінде бейімделу мүмкіндіктерін қамтамасыз етеді. Дегенмен ЮНЕСКО оқытушыларға арналған медиа және ақпараттық білім беру бойынша оқыту материалдары Адам құқықтарының декларациясының 19-бабына сәйкес болуы керек деп санайды. Оқыту бағдарламасының кез келген бейімделген нұсқасы оқытушылардың негізгі тәуелсіздіктің маңызын түсінуге көмектесу керек.

26

Медиа және ақпараттық сауаттылық оқыту бағдарламасы мерзімді басылымдар, бұқаралық ақпараттың аудиовизуальды түрімен де жұмыс жасауға тең дәрежеде қолайлы. Осылайша оқытушыларға арналған медиа және ақпараттық сауаттылық оқыту бағдарламасы тек заманауи технологияларға бағытталған деп санауға болмайды.

1-кесте. Медиа және ақпараттық білім беру оқыту бағдарламасының құрлылымы

ОҚЫТУ БАҒДАРЛАМАСЫНЫҢ ПАРАМЕТРЛЕРІ

Бағдарламаның басты бөлімдері	Демократиялық дис-курсқа арналған медиа және ақпараттың ролін білу және түсіну	Медиа және ақпаратты бағалау	Медиа және ақпаратты өндіру және қолдану
Саясат және болашақ	Медиа және ақпараттық сауатты оқытушыларды дайындау	Медиа және ақпараттық сауатты оқушыларды да-йындау	Медиа және ақпараттық сауатты қоғамды қалыптастыру салдары
Оқыту бағдарламасы және бағалау	Медиа, кітапханалар, мұрағаттар және ақпараттық қызмет көрсетулер жайлы білу, олардың функциялар мен оларды орындау шарттары	Медиа мәтіндер мен ақпараттың көздерін бағалау және критерийлерін түсіну	Ақпараттық және медиамәтіндерді жазу әдістерін зерттеу дағдылары
Педагогика	Аудиорияларда оқыту барысында медиа және ақпараттың интеграциясы	Мәселелерді шешуге арналған медиа және ақпараттық қызметтердің мазмұнын бағалау	Қолданушы контенті және оның білім беру мен білім алуға қолданылуы
Медиа және ақпарат	Мерзімді басылымдар: газет-журналдар; ақпараттық қызметтер: кітапхана, мұрағат, кітаптар, журналдар, т.б.	Хабар беретін медиа: радио және телевизия	Жаңа медиа: интернет, әлеуметтік желілер, ақпарат беру платформалары
Ұйымдастыру және басқару	Оқыту ұйымдарының ұйымдастыру құрылымын білу	Медиа және ақпараттық сауаттылық арқылы серіктестік жүргізу	Медиа және ақпараттық сауатты-лықты өмір бойғы оқытуда қолдану
Оқытушылардың кәсіби дамуы	Азаматтық білім алу үшін медиа және ақпараттық білу	Медиа және ақпараттық бағалау және басқару	Көшбасшылық және азамат моделі; оқы-тушылар мен оқу-шыларды дамыту үшін медиа және ақпараттық сауатты-лықты қолдану

САЯСАТ ЖӘНЕ БОЛАШАҚ

Медиа және ақпараттық сауаттылықтың жүйелі және дәйекті қосылуы ұлттық саясат болмаған кезде оқыту жүйесінің барлық деңгейлерінде болуы мүмкін емес. Ұлттық саясаттың білім беру саласындағы түсінігі, пікір білдіру және ақпарат еркіндігі жайлы заңдар басты нүкте болып саналады. Медиа және ақпараттық сауаттылық саласындағы саясат тұжырымдалмаса, «оқытушылар медиа және ақпараттық сауаттылықта қандай рөл ойнай алады?» деген сұрақты қою керек. Ондай саясат бар болса, талаптарға қандай дәрежеде сәйкес келеді? Қаншалықты дәрежеде халықаралық стандарттар мен тәжірибеге сәйкес келеді? Оны өзекті ету үшін не істеу керек? Осылайша, медиа және ақпараттық сауаттылық оқыту бағдарламасының маңызды аспектісі – «Саясат, медиа және ақпараттық сауаттылық саласындағы болашағы, олардың білім беру жүйесі мен оқытушыларды дайындауға әсері» тақырыбындағы дискуссия. Бұл талқылау саясат және олардың медиа және ақпараттық сауатты оқушылар мен оқытушыларды дайындаудағы болашағынан шығады. Ол оқытушылардың медиа және ақпараттық сауатты қоғам қалыптастыруларына әсер етеді.

ДЕМОКРАТИЯЛЫҚ ДИСКУРС ПЕН ҚОҒАМДЫҚ ӨМІРГЕ ҚАТЫСУДАҒЫ МЕДИА МЕН АҚПАРАТТЫҢ МӘНІ

Бұл бөлімнің мақсаты – медиа мен ақпараттың оқытушылардың қабілеттерін арттыратын ролін сыни тұрғыда қалыптастыру. Бұл бөлімде бір-бірімен байланысқан медиа және ақпараттың түсінігі мен қызметін анықтайтын түрлі аспектілер қарастырылған:

- азаматтар бір-бірімен байланыса алатын каналдарды қамтамасыз ету;
- хабар, идея және ақпаратты тарату;
- бәсекелес жеке компаниялар арасындағы теңсіздікті жою;
- әлеуметтік процестердің қатысушылары арасында пікірталас жүргізуге көмектесу;
- демократиялық тәсілдер арқылы даулардың шешілулеріне ынталандыру;
- қоғамға өзі туралы ақпарат беріп, қоғамдастық сезімін қалыптастыру;
- мәдениетті түрде өзін-өзі жария ету, бір ұлт ішіндегі және интернационалды мәдени байланыстардың механизмдерін қамтамасыз ету;
- экономикалық тиімділікті көтеру механизмінің функциясын орындау;
- демократиялық процестерді ынталандыру және еркін әрі әділ сайлауды қолдау;
- плюреализм құндылықтарын (мысалы, жаңалықтық медиа) құрметтейтін тәуелсіз қорғаушы және әлеуметтік серіктес қызметтерін орындау;
- қоғамның ұжымдық жад (мысалы, кітапхана) ретінде жұмыс жасау;
- мәдени мирасты сақтау;
- ақпарат алу нүктесін қамтамасыз ету;
- кітапханадағы ақпараттық ресурстардың барлық типін қолдануға ынталандыру;
- оқыту мен оқуға, сонымен қатар оқыту дағдыларын меңгеруге көмек көрсету;
- кітапхана қолданушыларын оқыту.

Ашық медиа және ақпараттық жүйелерсіз жауапты басқаруға кепілдік беру қиын. Медиа және ақпараттық жүйелер мықты азаматтық қоғамның немесе «азаматтық мәдениеттің» құрылуына мынадай функцияларды орындау арқылы ынталандырады:

- халықтың түрлі топтарына түсінікті әрі қызықты ақпарат пен білімді қамтамасыз ету;
- демократия және жауапты басқарумен байланысты нормаларға тәрбиелеу.

Медиа және ақпараттық сауаттылық білім беру бағдарламасы оқытушыларға медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту үдерісіне енгізген контент ұсынады. Күн тәртібіне медиа және ақпараттық ресурстармен байланысты қалай пайдалану және ол үшін не істеу керек деген сұрақ қойылады.

Медиа және ақпараттық қызметтер азаматтардың кәсіби білім алуларындағы бағдарларын кеңейтеді. Бұл платформалар оқытушылардың кәсіби дамуы үшін бірнеше мемлекетте ашық және қашықтан оқыту бағдарламаларында қолданылады. Бұл оқыту бағдарламасында медиа мен ақпараттық ресурстардың түрлі әдістер арқылы қолданылуы қарастырылған. Түрлі әлеуметтік жағдайларда Жер шарының әр жерінде жұмыс істейтін оқытушылар білім беру, кәсіби оқыту және тәжірибе жайлы ақпаратпен бөліседі.

3-сурет. Медиа, ақпараттық қауіпсіздік және оның демократия арқылы жауапты басқарудағы мағынасы



МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫ БАҒАЛАУ

Мәселелерді шеше білу және сыни тұрғыдан ойлау оқытатын пәндер мен күнделікті өмірдің барлық аспектілерінде кездеседі. Медиамәтіндер мен ақпаратты сыни бағалау үшін мәселелер қолданылады.

Бұл бөлімде біз оқытушыларды негізгі көздерді талдауға, ақпаратты бағалауға үйрету мақсатын қойдық. Тағы бір талап ақпараттық қызметтердің өзіндік функцияларын орындамаған жағдайларда оқытушыларды қолданатын әрекеттерге үйретуден тұрды. Оқытушылар медиа мазмұн мен өзге де ақпараттың қалай пайда болатынын және де ақпаратты түрлі мақсаттарда қалай қолдануына талдау жасап, түсінулері керек. Сонымен қатар оқытушылар түрлі медиа және ақпараттық жүйелерде ақпаратты репрезентациялауды талдай білу керек. Және де оқытушылар оқушыларының медиа хаттар мен түрлі қайнар көздерден алынған ақпаратты қаншалықты деңгейде түсінгендерін бағалай білу керек.

МЕДИА МЕН АҚПАРАТТЫ ЖАСАУ ЖӘНЕ ҚОЛДАНУ

Медиа және ақпараттық сауаттылық білім беру бағдарламасы оқытушыларды медиа және ақпараттық платформалармен байланыс орнататын құзыреттілікпен қамтамасыз етеді. Бұл құзыреттіліктер қатарына медиа және ақпараттық этиканың принциптерін меңгеру кіреді. Белгілі бір оқушының тартып алу, бейімдеу және / немесе материал мен медиа және ақпараттық сауаттылық құралдарын жобалау қабілеті оның тағы бір дағдысына айналуы тиіс. Сонымен қатар оқытушылар оқыту барысында оқушыларға көмек көрсету дағдыларын дамыту керек.

Медианы жасау мен қолдану педагогикалық әдістердің дамуына жол ашу керек. Тапсырмаларды орындау арқылы білім алу – XXI ғасырда білім алудың маңызды әдісі. Медианы құру оқушыға оқу үдерісіне енуге мүмкіндік береді. Оқытушылар бұл процес-те белсенді көмектесулері керек.

Қолданушы контенті жаңа және дәстүрлі медиаға назар аударудың басты факторы бо-лып табылады. Жастардың интернетті қолдануының басты себебі – әлеуметтік желілерде өзге қолданушыларымен өзара байланыс жасау. Әңгіме тек экономикалық дамыған ел-дер жайлы ғана емес: Африка және Оңтүстік Азия елдерінде азаматтардың біршамасы ұялы медиаға қолдары жетеді және олар медианы хат жолдап, қабылдауға қолданады.

32

Оқытушылардың өз құзыреттіліктерін арттыру жағдайына қарай олар педагогикада медианы құру және қолдану барысында сенімді қатысады. Медиа және ақпараттық сауаттылықты оқытуда түрлі мақсаттағы біліктілігін арттыра отыра, олар медиа, ақпа-раттық сауаттылықты жалпы білім беретін жүйеге және барлық қоғамға енгізу процесін басқара бастайды.

ОҚЫТУШЫЛАРДЫҢ НЕГІЗГІ ҚҰЗЫРЕТТІЛІКТЕРІ

2-кестеде бағдарламаның мақсаттары мен оқытушылардың бойында қажет болатын дағдылар сипатталған. Бұл дағдыларға ие болып, оқытушылар негізгі құзыреттіліктерді көрсетеді. Оқытушылардың игерген дағдыларының сапасын бағалау үшін 2-кестеде күтілетін нәтижелер көрсетілген.

2-кесте. Медиа және ақпараттық сауаттылық білім беру бағдарламасының мақсаттары мен оқытушылардың дағдылары.

Бағдарлама бөлімдері	Бағдарлама мақсаттары	Оқытушылар дағдылары
Саясат және болашақ	Оқытушыларға медиалық және ақпараттық сауаттылықтың әдістері мен даму болашағын түсіндіру	Білім беру саласы мен қоғамда медиа және ақпараттық сауаттылықты жарнамалауға қажетті саяси қадамдарды түсіну. Медиа және ақпараттық сауаттылықтың азаматтық білім берудің дамуы барысындағы үлесін түсіну.
Оқыту бағдарламасы және баға	Медиа және ақпараттық сауаттылық ресурстарын қолдану мен жүзеге асыруға назар аудару	Медиа және ақпараттық сауаттылықты мектеп бағдарламасында қолдану. Оқытушылар медиа мәтіндер мен ақпарат көздерін сыни тұрғыдан бағалай алулары керек. Олар оқытушылардың медиа және ақпараттық сауаттылық саласындағы білімдерін бағалай алулары керек.
Медиа және ақпарат	Медиа мен өзге ақпараттық қызметтердің барлық түрлері бойынша білімді келесі деңгейге көтеру	Оқытушылар медиа мен өзге де ақпараттық қызметтердің қалай дамығанын біліп, түсінулері қажет. Оқытушылар түрлі аудиториялармен жұмыс үшін қолжетімді технологиялардың даму дағдыларын дамытулары қажет. Олар түрлі медиалар мен ақпарат көздерін қолданулары керек.
Ұйымдастыру және басқару	Оқыту кеңістігіндегі барлық процестерге қатысу арқылы және оқу арқылы оқытушылардың қабілеттерін дамыту.	Медиа және ақпараттық сауаттылықты меңгерген оқытушылар оқыту аудиториясын ұйымдастырып, оқытуға жағдайлар тудырып, түрлі медиа мен өзге де ақпараттық қызметтерді қолдануға жағдай жасау.
Педагогика	Оқыту әдістеріндегі оқыту процесіне медиа және ақпараттық сауаттылық пәнін қосып, керекті өзгерістер енгізу.	Медиа және ақпараттық сауаттылықты меңгерген оқытушылар бұл бағдарламаны оқытушылар мен студенттерге үйрету үшін педагогикалық әдістемелерді меңгеру қажет. Олар медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыта білу керек. Олар медианың қолданылуын білу керек.
Оқытушылардың кәсіби дамуы	Медиа және ақпараттық ресурстармен жұмыс барысында оқытушыларды оқытудың идеясын насихаттау.	Олар медиа және технологияларды қолданатын дағдыларға ие болулары, сонымен қатар пәндік саланы меңгеріп, өзіндік дамуға қажет педагогикалық білім алулары керек.

Бағдарлама құрылымы негізгі 9 модуль, 2 қосымша модуль және 3 факультативті блокты құрайды. Модульдер мазмұнының қысқаша сипаттамасы мен тәжірибелік тапсырмалардан тұрады. Төменде медиа және ақпараттық сауаттылық білім беру бағдарламасының модульдері, блоктары және тақырыптарымен байланысты құзыреттіліктер тізімі берілген. Медиа және ақпараттық сауаттылық білім беру белгілі бір жоспарға арналған модульдер арқылы жүзеге асады.

Медиа және ақпараттық сауаттылықтың №1 құзыреттілігі. Демократия үшін медиа мен ақпараттың мағынасын түсіну.

Бұл құзыреттілікке медиа және ақпараттық сауаттылық білім берудің келесі модульдері сәйкес келеді:

1-модуль. Азаматтық ұстаным, пікір білдіру және ақпарат еркіндігі; ақпаратқа қолжетімділік, демократиялық дискурс және өмір бойғы оқыту; **2-модуль.** Жаңалықтарды, медиа және ақпаратты құру этикасын түсіну; **9-модуль.** Коммуникация, медиа, ақпараттық сауаттылық және білім беру.

Медиа және ақпараттық сауаттылықтың оқытушысы медиа және өзге де ақпараттық қызметтермен таныса бастайды.

34

Бұл құзыреттілікті меңгеру нәтижесінде оқытушы:

- халыққа қызмет көрсету функцияларын идентификациялап, сипаттап, бағалай алады;
- пікір білдіру еркіндігі, ақпаратқа қолжетімділік және негізгі құқықтар сияқты ұғымдарды түсінгенін көрсету;
- медиа және ақпараттық сауаттылықтың байланысын, азаматтық ұстанымын және демократияны түсіндіріп, сипаттау;
- медианың плюрализмін түсіндіру;
- редакциялық тәуелсіздіктің түсінігін беру;
- журналистиканы ақпаратты тексеру бағыты ретінде қарастыру;
- медиа және ақпарат саласында этикалық нормаларды сипаттау.

Медиа және ақпараттық сауаттылықтың №2 құзыреттілігі. Медиа контентті және оны қолдану нұсқаларын көтеру.

Бұл құзыреттілікке медиа және ақпараттық сауаттылық білім беру бағдарламасының келесі модульдері сәйкес келеді:

2-модуль. Жаңалықтар, медиа және ақпараттың этикасын түсіну; **3-модуль.** Медиа және ақпарат құралдарындағы шараларды беру; **4-модуль.** Медиа және ақпараттағы тіл; **10-модуль.** Аудитория; **5-модуль.** Жарнама.

Медиа, ақпараттық сауаттылықтың оқытушысы жеке және кәсіптік өмірде, азаматтар мен медиа контенттің арасындағы қатынастар барысында медианы түрлі мақсаттарды қолдануда оны қолданудың түрлі әдістерін біліп, түсінуін көрсете алады.

Бұл құзыреттілікті меңгеру нәтижесінде оқытушы:

- медиа мәтіндерді талдап, олардың арасында байланыс орнату;
- медиадағы стереотиптерді талдау үшін қабылданған тәсілдерді (мысалы, визуалды
- медиада қолданылатын тәсілдерді анықтау) қолдану;
- халықаралық стандарттар мен тәртіп нормаларына сай емес жарнама тәсілдерін анықтау, талдау және сынау;
- медиа мәтіндер мен ақпараттағы оқиғаларды дұрыс және бұрыс беру, мүлде бермеу
- жағдайларын зерттеу;
- мемлекеттік телерадиокомпаниялардың ерекшеліктері мен мағынасын сипаттап, түсіну.

Медиа және ақпараттық сауаттылықтың №3 құзыреттілігі. Ақпаратқа сапалы және жылдам қолжетімділік.

35

Бұл құзыреттілікке Медиа және ақпараттық сауаттылық оқу бағдарламасының келесі модульдері сәйкес келеді:

1-модуль. Азаматтық позиция, пікір білдіру және ақпарат еркіндігі; ақпаратқа қолжетімділік, демократиялық дискурс және өмір бойғы оқыту; **7-модуль.** Интернеттің мүмкіндіктері мен қауіптері; **8-модуль.** Ақпараттық сауаттылық пен кітапханаларды қолдану дағдылары.

Медиа және ақпараттық сауаттылық оқытушысы белгілі бір тапсырманың орындалуы үшін керек ақпараттың типін анықтап, ақпаратты сапалы және тез арада ала алады.

Бұл құзыреттілікті меңгеру нәтижесінде оқытушы:

- керек ақпаратқа қол жеткізудің сапалы және жылдам әдістерін таңдау;
- қызықтыратын ақпаратқа қол жеткізу үшін кілтті сөздер мен терминдерді анықтау;
- потенциалды ақпарат көздерінің түрлі типтері мен форматтарын анықтау;
- қабылданған ақпаратты есепке алып, шешім қабылдау критерийлерін сипаттайды.

Медиа және ақпараттық сауаттылықтың №4 құзыреттілігі. Ақпарат пен ақпарат көздерін сыни тұрғыдан бағалау.

Бұл құзыреттілікке Медиа және ақпараттық сауаттылық оқу бағдарламасының келесі модульдері сәйкес келеді:

3-модуль. Медиа мен ақпараттағы оқиғаларды қарастыру; **5-модуль.** Жарнама; **7-модуль.** Интернеттің мүмкіндіктері мен қауіптері; **8-модуль.** Ақпараттық сауаттылық пен кітапханаларды қолдану дағдылары; **9-модуль.** Коммуникация, медиа, ақпараттық сауаттылық және білім беру.

Медиа және ақпараттық сауаттылықтың оқытушысы ақпарат пен оның көздерін сыни тұрғыдан бағалап, өңделген ақпаратты мәселелерді шешу мен идеяларды талдауға қолдана алады.

Бұл құзыреттілікті меңгеру нәтижесінде оқытушы:

- ақпарат көзінің сенімділік, шындық, нақтылығын бағалау үшін әртүрлі көздерден алынған ақпаратты зерттеп, салыстыра білу;
- ақпарат көздерін (веб-сайт, деректі материалдар, жарнама, жаңалықтық бағдарламалар) бағалау үшін түрлі критерийлерді (түсініктілік, нақтылық, бейтараптылық, фактілерге сүйену) қолдану;
- алдау және манипуляцияны анықтау;
- ақпарат құрудағы мәдени, әлеуметтік және өзге де контекстерді анықтау, олардың ақпараттық түсіндірілуінің ықпалын түсіну;
- медиамен байланысты технологиялар ауқымын түсініп, идеялардың байланысын талдау;
- қосымша ақпарат, қақтығыс және ақпараттың өзге де сипаттамаларын анықтау үшін жаңа білімді өткенмен салыстыру;
- ақпараттың сенімділігі мен жасалған қорытындылардың қисындылығына күмән келтіріп, нақты дәлдігін құру;
- медиа мәтіндерді түсіндіру (қорытынды жасау, қаралған материалдарды талдау, визуалды медиадағы бейнеге жүгіну, т.б.) үшін әдістердің кең ауқымын қолдану.

36

Медиа және ақпараттық сауаттылықтың №5 құзыреттілігі. Жаңа және дәстүрлі медиа форматтарды қолдану.

Бұл құзыреттілікке Медиа және ақпараттық сауаттылық оқу бағдарламасының келесі модульдері сәйкес келеді:

6-модуль. Жаңа және дәстүрлі медиа; **7-модуль.** Интернеттің мүмкіндіктері мен қауіптері; **3-модульдің 5-блогы.** Санды монтаж және компьютерлік ретуштау; **4-модульдің 4-блогы.** Басты идеяны беру үшін түрлі пландарды қолданып, түрлі бұрыштардан түсірілім жүргізу.

Медиа және ақпараттық сауаттылықтың оқытушысы сандық технология, коммуникация құралдары мен ақпаратты жинау және шешім қабылдау желілерінің қолдану нұсқаларымен танысады.

Бұл құзыреттілік нәтижесінде оқытушы:

- сандық технологиялар, коммуникация құралдары мен желілері негіздерін тану;
- идеяларды білдіру үшін медианың түрлерін (мерзімді басылымдар, сандық басылымдар, т.б.) қолдана отырып, медиа мәтіндердің кең ауқымын қолдану;
- қарапайым ақпарат іздестіруді онлайн режимде жүргізу;
- жастардың интернетті қай мақсатпен қолдануын түсіну.

Медиа және ақпараттық сауаттылықтың №6 құзыреттілігі. Медиа контенттің әлеуметтік-мәдени контекстін анықтау.

37

Бұл құзыреттілікке Медиа және ақпараттық сауаттылық оқу бағдарламасының келесі модульдері сәйкес келеді:

1-модуль. Азаматтық ұстаным, пікір білдіру және ақпарат еркіндігі; ақпаратқа қолжетімділік, демократиялық дискурс және өмір бойғы оқыту; **2-модуль.** Жаңалықтарды, медиа және ақпаратты құру этикасын түсіну; **3-модуль.** Медиа және ақпарат құралдарындағы шараларды беру; **11-модуль.** Ғаламдық контекстегі медиа.

Медиа және ақпараттық сауаттылықтың оқытушысы белгілі бір әлеуметтік және мәдени контексте медиа контент құру процесін біліп, түсінгенін көрсете алады.

Бұл құзыреттілік нәтижесінде оқытушы:

- нақты мақсат пен нәтижеге жету үшін медианың белгілі бір жанрына сәйкес стандарттармен манипуляцияны талдап, түсіндіру;
- ақпаратты түрлі позиция мен көзқараста берілген мәтіндерден медиа мәтіндерді құру;
- медиа және өзге де ақпараттық қызметтерді мәдениетаралық диалог ретінде көрсету;
- жергілікті медиа мен негізгі идеялар ролі контентін сыни тұрғыдан бағалау қабілетін көрсету;
- визуальді медианың мағынасы мен оны құрайтын ақпаратқа монтаждың әсерін түсіну.

Медиа және ақпараттық сауаттылықтың №7 құзы-реттілігі. Медиа және ақпараттық сауаттылықтың оқушылар арасында жарнамалау және қажетті өзгерістерді басқару.

Бұл құзыреттілікке Медиа және ақпараттық сауаттылық оқу бағдарламасының келесі модульдері сәйкес келеді:

1-модуль. Азаматтық ұстаным, пікір білдіру және ақпарат еркіндігі; ақпаратқа қолжетімділік, демократиялық дискурс және өмір бойғы оқыту; **9-модуль.** Коммуникация, медиа және ақпараттық сауаттылық және білім беру.

Медиа және ақпараттық сауаттылық оқытушысы медиа және ақпараттық сауаттылыққа үйренген кезде қабылдаған білім мен дағдыларын бағдарламаны оқушылар арасында жарнамалау үшін қолдана алады.

Бұл құзыреттілікті меңгеру нәтижесінде оқытушы:

- оқушылардың медиа мен өмірде болып жатқан оқиғалар жайлы хабарламаларды өзгертіп қолдануларын түсіну;
- оқушылардың медиа және ақпараттық сауаттылық саласында тәжірибелік тапсырмалардың кең көлемін түсініп, қолдану;
- оқушыларға қажет ақпаратқа қол жеткізу үшін керек болатын құралдарды таңдау (ақпараттық іздеу жүйелері) кезінде көмектесу;
- оқушыларға ақпарат пен оның көздерін сыни тұрғыда бағалауға көмектесу;
- сапалы вербальді және вербальді емес коммуникацияны медиа әдістерін білу, оқушыларды белсенді іздеуге, ұжымдық жұмысқа және еркін, ашық коммуникацияға ынталандыру;
- оқушының бойындағы сыни оқу, көру және тыңдау білімі мен дағдыларын дамыту мақсатында формальді және формальді емес бағалау стратегиясын түсіну, қолдану;
- оқушының білім беру ортасына белсенді түрде енуі үшін медиа және ақпараттық сауаттылықтың ресурстарын қолдану;
- мектепте және одан тыс білім берудің арасында берік байланыс орнату мақсатында медианың ескі, жаңа технологияларын қолдану;
- медианы ақпараттық компьютерлік технологиялы сыныптарда қолдану;
- медиа және ақпараттық сауаттылықты білім беруді кеңейту құралы ретінде қолдану;
- медиа және ақпараттық сауаттылықты оқу барысында алынған білім мен дағдыларды оқушылардың бойында медиа және кітапханалық мәліметтерді зерттеу және оқыту құралдары ретінде қолдану;
- медиа және ақпараттық сауаттылықты оқу барысында алынған білім мен дағдыларды медиа мен ақпаратты бағалау, медиа және ақпараттық сауаттылыққа байланысты этикалық сұрақтарды түсіну үшін қолдану.

МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚТЫ ОҚЫТУ ЖӘНЕ ОҚУ ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ТӘСІЛДЕРІ. ҚОЗҒАЛЫСТАҒЫ ОҚЫТУ БАҒДАРЛАМАСЫ

Медиа және ақпараттық қауіпсіздік сауаттылық оқыту бағдарламасының барлық модульдерінде қолданылатын стратегиялар негізінде келесі педагогикалық әдіс-тәсілдер жатыр.

I. «Тақырыптық іздеу» әдісі

Белгілі бір тақырып бойынша ақпарат іздеу негізінде оқыту – бұл оқытудағы жаңа, студенттердің назарын аударатын тәсіл, тақырыптары заманауи қоғамдағы медиа және ақпараттық сауаттылықпен байланысты. Бұл тәсіл мәселелерді шешу мен шешім қабылдауды, оқушылардың жаңа білім мен дағдыларды үйренуді қамтиды. Бұл тәсіл медиа және ақпараттық сауаттылықты оқытуда қолданады, себебі оқушыларға мәселені тереңінен қарастыруға мүмкіндік береді.

Медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту барысында бұл әдісті қолдану мысалдарына мыналар жатады: медианы талдау негізінде гендерлі және нәсілдік сұрақтарды меңгеру; жеке өмірге қол сұғылмайтындығын меңгеру; этнографиялық зерттеулер нәтижесінде кибербуллингті меңгеру.

II. Мәселелі-бағдарлы оқыту

Мәселелі-бағдарлы оқыту – бұл бір мезгілде пәнаралық білімдер мен дағдыларды, сыни тұрғыдан ойлау мен мәселелерді шешудегі оқыту бағдарламасы мен оқудың жобалау жүйесі. Бұл оқыту әдісі Онтариодағы (Канада) МакМастер атындағы медициналық университетте жобаланған. Бұл кооперативтік оқытудың құрылымдық формасы жеке және ұжымдық білімнің деңгейін жоғарылату үшін әзірленген. Оқушылар өздері оқудың мақсатын анықтайды, ақпаратты сұрау, іздеу әдістерін тұжырымдайды және шыққан нәтижелерді талдайды.

Медиа және ақпараттық сауаттылыққа қатысты мәселелі-бағдарлы оқытудың мысалы: белгілі бір аудиторияға арналған әлеуметтік жарнаманың сапалы кампаниясын жобалау.

III. Ғылыми зерттеу

Ғылыми зерттеу барысында тәлімгерлер түрлі процедураларды қамтиды және алынған мәліметтер негізінде өздерінің түсіндірмелерін ұсынады. Зерттеу процесі көбіне іс-әрекеттердің жеңілдетілген «зерттеушінің циклі» аталатын жиынтығында білдіріледі. Ол бақылаулар жүргізу; белгілі фактілерді анықтау; тәжірибе нәтижесінде алынған мәліметтерді талдау; жинау, талдау және мәліметтерді түсіндіру үшін құралдарды қолдану; түсіндірмелерді жобалау; нәтижелерді хабарлауды көздейді. Бұл әдісті де медиалық және ақпараттық сауаттылықты оқытуға бейімдеуге болар еді.

Ғылыми зерттеу әдісін қолданудың мысалы ретінде медиадағы қатыгездіктің көрінісін оқу мен онлайн қауымдастықтардың ролін меңгеру қарастырылады.

IV. Нақты жағдайды талдау (кейс-стади)

Нақты жағдайды талдау әдісі бір оқиға немесе жағдайды тереңінен талдауды қарастырады. Ол студенттер теориялық білімді нақты жағдайларға қолдануды түсіну үшін өмірде болған оқиғаларды талдау арқылы жүзеге асады. Мына тәсіл Гарвардтың бизнес мектебінде аса танымалдыққа ие. Бұл әдісті медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту кезеңінде қолдануға болады, себебі оқушылар күн сайын медиа мен өзге де ақпарат көздерінен түрлі хабарламалар қабылдайды. Ол оқиғаларды талдауға, мәліметтерді жинауға, ақпаратты талдауға және нәтижелер жайлы хабарламаларды дайындауға жүйелі тәсіл қолдануды ұсынады. Оқушылар неліктен басқаша емес, дәл осылай болғанын түсіне алады. Сонымен қатар кейс-стади гипотезалардың жобалануы мен тексерілуінде қолданылады.

40

Мысалы, оқушылар кейс-стади стратегияларын табысты фильмнің премьерасымен, бестселлер кітаптың немесе өзге де танымал медиа өнімнің шығуына байланысты маркетингтік кампанияларды өткізе алады.

V. Кооперативтік оқыту

Кооперативтік оқыту – бұл оқушылардың ортақ мақсатқа жету үшін бірлесе жұмыс жасайтын оқыту әдісі. Кооперативті оқыту қарапайым жұппен жұмыс істеуден түрлі жобаларды жүзеге асыратын күрделі режимдерге дейін өзгере алады. Оқытудың бұл формалары концептуалды түсінуді және жоғары деңгейдегі ойлауды түсіну сияқты мақсаттарға жетуге бағытталған. Сонымен қатар олар сыныптағы оқу процесін басқаруға мүмкіндік береді. Бұл әдіс медиамен жұмыс жасау мәдениетін оқыту мен оқуға сәйкес келеді, себебі идеялармен алмасып, бір-бірінен білім алуға мүмкіндік беруді ұсынады.

Вики кеңістігінде бірлесіп жұмыс жасау ұжымдық оқытуға мысал бола алады.

VI. Мәтінді талдау

Оқушы түрлі медиа жанрлардың кодтары мен сим-волдарын сәйкестендіру арқылы мәтінді талдауды үйренеді. Осындай семиотикалық талдау негізгі концепцияларды тереңінен қабылдауды қамтамасыз етуге бағытталған. Осылайша оқушылар тілдік кодтар мен шартты белгілерді қалай қолдануды меңгереді. Оқушыларды кез келген медиа мәтіннің «техникалық», «символдық» және «әңгімелейтін» (сюжеттік) кодтарын үйретеді. Бұны мүмкін жерлерде мәтіндік талдаудың бұл типін мазмұнды контексте қолдану керек.

Мысалы: тәлім алушылардан медиа мәтіннің қызықтырған бөлігін таңдауды сұрау керек. Бұл соңғы оқиғалар жайлы репортаж, YouTube-тағы видео немесе онлайн-жаңалықтардағы бейнеклип болуы мүмкін. Оқушыларды топтарға бөліп, мазмұнының мақсаты, авторы, техникалық / мәтіндік ерекшеліктерін аудиторияны талдау барысында басқаруға болады.

VII. Мәтінмәндік (контекстілік) талдау

Оқушыларға негізгі контекстілік талдауды теориялық әдістерді қолданып, қалай өткізуді көрсетеді.

Контекстілік талдауды педагогикалық тәсіл сияқты Аустралияда қабылданған фильмдердің классификация жүйесін, медиаға телевизиялық бейне ойындар немесе жекеменшіктік құқықтық әсер етуді меңгеруді мысал ретінде қолдануға болады.

41

VIII. Трансляциялар

Бұл педагогикалық тәсіл түрлі формаларды қабылдап, түрлі медиа салаларда қолданыла алады. Оқушылар университетте болған оқиға жайлы жазған газет мақаласын алып, оны жаңалықтық радио-репортажға айналдыра алады. Тағы бір нұсқа: балалар фильмінен кішкентай үзінді көргеннен кейін, топтарда жұмыс істей отырып, көрген оқиғаға байланысты түсірілім бұрышын, монтаждық ауысымдарды анықтап, сценарий жазу.

Қосымша мысалдар келтірсек: оқушылар ертегі негізінде фильм сценарийін дайындай алады немесе адам өмірі туралы визуалды материалдарды жинақтап, соның негізінде сол адам туралы қысқаша деректі фильмнің түсірілім жоспарын жасау.

IX. Имитация (еліктеу)

Имитацияны фильм өндіру және медиа оқыту бағдарламаларындағы блоктардағы стратегия ретінде жиі қолданады. Оқытушылар медианы меңгерудің қалай болатынын оқушыларға көрсету үшін имитацияны қолданады. Басқаша айтқанда, оқытушы сыныптағы мұғалім функциясын атқарады, ал оқушылар тәртіпті оқушы кейпінде болады. Бұл стратегия оқушылар арасында педагогикалық процесс ретінде қарастырылады.

Мысал ретінде жастарға, радиожурналистерге немесе интернет басылымдардың журналистеріне арналған телевизиялық бағдарламалар бойынша жұмыс жасағанда оқушылар отбасы мүшелерін ойнаған жағдайларды келтіруге болады.

X. Ақпараттық және медиа өнім құру

Бұл әдіс ХХІ ғасырда білім алу барысында маңызды орын алатын тәжірибелік оқытуды қарастырады. Оқушыларды пәндерді тереңірек меңгеру үшін күрделі деңгейде ынталандыру керек. Медиа және ақпараттық контентті өндіру оқушылар мен студенттер үшін тәжірибелік тапсырмалар орындай отырып, оқуға көңіл бөлуге мүмкіндік береді. Медиа мәтіндерді (мысалы, аудио-, видео- және басылым мәтіндері) құру барысында оқушылар өз идеялары мен көзқарастарын айта отырып, өнер мен өзін-өзі білдіру процесін меңгере алады.

42

Мысал ретінде оқушылардың кез келген өзекті мәселеге байланысты бір минуттық репортаж жасау үшін iMovie немесе Moviemaker (немесе өзге де тегін бағдарламалар) сияқты бағдарламаларды қолданатын жағдайларды қарастыруға болады.

Қосымша: Медиа-ақпараттық сауаттылық бойынша таңдаулы материалдар

1. Медиа білім беру: оқытушылар, оқушылар, ата-аналар және кәсібилер үшін материалдар жинағы (Media Education: A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals).

Жинақ ЮНЕСКО аясында араб, ағылшын және француз тілінде шығарылған. Жұмыстардың бір бөлігі Еуропалық Комиссияның қолдауымен ЮНЕСКО-ның бастамасымен MENTOR бағдарламасы аясында орындалды. Бұл – Медиа және ақпараттық сауаттылық саласындағы кешенді құралдарды жобалаудағы бірінші әрекет. Бұл оқытушыларға арналған медиа және ақпараттық сауаттылық оқыту бағдарламасы оқытушыларды оқыту міндеттеріне сәйкес құралдарды толықтырады және жақсартады.

43

Жинақ мынандай сұрақтарға жауап беруге бағытталған: Медиа және ақпараттық сауаттылық саласындағы оқыту қандай компоненттерден тұруы керек? Бұл оқытуды кім жүргізу керек? Оны оқыту жоспарына қалай енгізуге болады? Мектептер жасап жатқан әрекеттерге ата-аналар қосылуы керек пе? Мамандарды тартуға бола ма, болса, қалай? Медианы сапалы қолдану мен олардың кемшіліктерін жеңу үшін қандай стратегияларды қабылдау керек?

Жинақ модельдік модульдік оқыту бағдарламасын, оқушыларға арналған, ата-аналарға арналған, мамандармен этикалық қарым-қатынас бойынша және интернет-сауаттылық бойынша оқу құралдарын қамтиды.

Сілтемені қараңыз: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf>.

2. Медианың дамуы бойынша ЮНЕСКО көрсеткіштері (UNESCO Media Development Indicators)

Бұл халықаралық деңгейде келісілген және шарттарды бағалау үшін көптеген тілдерге аударылған көрсеткіштер жинағы. Көрсеткіштер өзара байланысқан бес шартты бағалауға көмектесуге арналған: басқару жүйесі; плюреализм және медианың әртүрлілігі; демократиялық дискурстың платформасы ретіндегі медиа; кәсіби деңгейін арттыру; инфрақұрылым.

Сілтемені қараңыз: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf>.

3. Медиа білім беру бойынша халықаралық жиналыс – алға жылжу, кедергілер, Грюнвальдтік конференциядан кейінгі жаңа тенденциялар

Бұл халықаралық жиналыс 2007 жылғы маусымда Париж қаласында ЮНЕСКО істері бойынша Франция Комиссиясы мен ЮНЕСКО-ның серіктестігімен, Францияның білім беру Министрлігімен, Еуропа Кеңесінің қолдауымен өткізілді.

Сілтемені қараңыз: http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Synthesis_en.pdf.

4. Медиа білім беру арқылы мүмкіндіктерді кеңейту (Empowerment through Media Education)

Ағылшын тіліндегі басылым ЮНЕСКО-ның қолдауымен Гетеборгтік университеттің Ақпаратты жинау, өңдеу және тарату жөніндегі халықаралық орталығымен (NORDICOM) шығарылған. Кітаптың негізін Эль-Рияда 2007 жылдың наурызында ЮНЕСКО және медиа білім беру бойынша «Алға жылжу, кедергілер, Грюнвальдтік конференциядан кейінгі жаңа тенденциялар» халықаралық конференциясының қолдауымен өткен медиа білім беру бойынша бірінші халықаралық жиналыстың материалдары құрайды.

44

Демократия және дамумен байланысты сұрақтарды талқылай отырып, олардың басты шарты азаматтардың медиа сауаттылығы екенін жиі ұмытып кетеміз. Азаматтардың мүмкіндіктерін кеңейту үшін керек шарт – медиа және ақпараттық сауаттылықты жоғарылату бойынша келісілген іс-әрекеттер, яғни сыни тұрғыдан ойлау мен коммуникативті дағдыларды дамытуға көмектесетін іс-әрекеттер.

Медиа және ақпараттық қауіпсіздік барлық азаматтарға қажет, ал жас ұрпаққа азамат және қоғам мүшелері ретіндегі рөлдерінде де, білім алу, мәдени сәйкестендіру және өзін-өзі дамыту тұрғысынан да өмірлік маңызы бар мағына береді. Медиа және ақпараттық сауаттылықты қалыптастыру бойынша негізгі іс-әрекет элементі – медиа білім беру. Бірақ біз қарастыратын сұрақтар талданғанда, батыс әлемінің медиа мәдениеті мәселелерді қарастыру аясында болады. Күн тәртібінде батыстық емес идеялар мен мәдениетаралық әдістер үшін ашық болу өзекті мәселесі тұр. Интернационализм байытады әрі ол біздің қызығушылығымызды арттырады.

Сілтемені қараңыз: http://www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php?portal=publ&main=info_publ2.php&ex=258&me=3.

5. Ақпараттық сауаттылықты түсіну: бастауыш топқа арналған (Understanding Information Literacy: A Primer).

Бұл басылымда «Ақпарат барлығы үшін» ЮНЕСКО бағдарламасы медиа сауаттылықтың түсінігін спецификалық техникалық терминдерсіз қарапайым түсінікті формада береді.

Басылым кең аудиторияға негізделген: мемлекеттік қызметкерлер, үкіметаралық комиссия, ақпараттық жұмысшылар мен оқытушылардан мемлекеттік және жекеменшік ұйымдардағы кадрлық қызметтердің басшыларына дейін.

Басылымнан үзінді келтірейік:

«Өмір бойында қаншалықты көп оқысаңыз, соншалықты көп білесіз және ең маңыздысы, дағды, әдет және әдістерді қаншалықты жылдам меңгеріп, шебер қолдана бастасаңыз – сізді қызықтыратын ақпараттың қалай, қайда, кімде және қашан іздеп, алуға болатынын түсіну – соншалықты ақпаратты сауатты боласыз. Сіздің бұл дағды, әдет және әдістерді қолдану және пайдалану қабілетіңіз сізге және отбасыңызға қатысты саналы түрде және уақытында шешім қабылдауға мүмкіндік береді».

Сілтемені қараңыз: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf>.

6. Ақпараттық сауаттылықтың көрсеткіштеріне жол (Towards Information Literacy Indicators)

45

Бұл жұмыс ақпараттық сауаттылықтың деңгейін өлшеуге арналған жүйелік әдіс болып табылады. Ол ақпараттық сауаттылықтың түсінігін, моделін және білім берудегі ақпараттық сауаттылықтың стандарттарын сипаттауды қамтиды.

Ақпараттық қауіпсіздік үлкен адам меңгеруі тиіс дағдылардың біріктірілген жиынын құрайды. 2005 жылғы Александрия декларациясында жазылғандай, ақпараттық сауаттылық – бұл адамдардың қабілеті:

- өзінің ақпараттық қажеттіліктерін тану;
- ақпаратты тауып, оның сапасын анықтау;
- ақпаратты іздеу және сақтау;
- ақпаратты қолданудың тиімді және этикалық формаларын табу;
- білімді қабылдау және беру үшін ақпаратты қолдану.

Жетістіктерді көрсетіп, кейінгі іс-әрекетті жоспарлайтын ақпараттық сауаттылықтың көрсеткіштерін жобалау. Ақпараттық сауаттылық аурулармен күрес және жаңа жұмыс орындарын құру сияқты мыңжылдықтың көптеген даму мақсаттарының негізінде жатыр. Ақпараттық сауаттылық көрсеткіштері елдерге өзінің медиа сауаттылыққа бағытталған саясатының тиімділігін анықтауға көмектеседі.

Сілтемені қараңыз: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001587/158723e.pdf>.

7. Оқытушыларға арналған АКТ құзыреттіліктерінің стандарттары (ICT Competency Standards for Teachers)

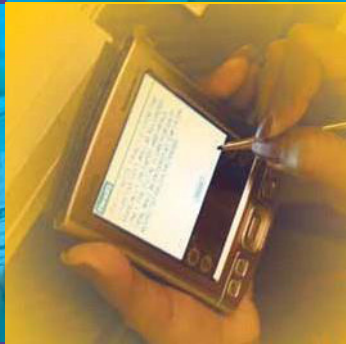
АКТ-ны есепке ала отырып, ұлттық білім беруге арналған стандарттарды жобалаудың маңыздылығын түсініп, ЮНЕСКО Cisco, Intel, Microsoft, International Society for Technology in Education, Вирджиния политехникалық институты және Вирджиния штатының университетімен бірігіп жұмыс істей бастады.

Жоба ИКТ көмегімен оқытушылардың жұмыс әдістерін қалай жетілдіруге болатынын көрсетуге және олардың дағдыларына жаңа бағытта жетілуіне мүмкіндік беруге бағытталған.

«Оқытушыларға арналған ИКТ құзыреттіліктерінің стандарттары» – бұл 3 буклет:

- логика, құрылым және тәсілдерді түсіндіретін ICT-CST жобасында қабылданған стратегиялық негіздер;
- білім беру реформасының компоненттерін біріктіретін құзыреттілік стандарттарының модульдері;
- нақты дағдыларды сипаттайтын стандарттарды енгізетін нұсқаулық.

Сілтемелер: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156207e.pdf>
<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156209E.pdf>
<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156210E.pdf>



2-бөлім

Негізгі
және қосымша
модульдер



– КІРІСПЕ: МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚТЫ ОҚЫТУ БАҒДАРЛАМАСЫМЕН ЖҰМЫС ЖАСАУ КЕРЕК 55

медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту бағдарламасының мақсатты аудиториясы.....	55
медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту бағдарламасының негізгі сипаттамалары.....	56
медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту бағдарламасы бойынша ұсыныстар.....	57
Интеграциялық стратегиялар.....	58

БАЗАЛЫҚ МОДУЛЬДЕР61

– 1-МОДУЛЬ. АЗАМАТТЫҚ ҰСТАНЫМДЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУ, ПІКІР БІЛДІРУ ЕРКІНДІГІ, АҚПАРАТҚА ҚОЛЖЕТІМДІЛІК, ДЕМОКРАТИЯЛЫҚ ДИСКУРС ЖАСАУ ЖӘНЕ ӨМІР БОЙЫ БІЛІМ БЕРУ 62

ПРЕАМБУЛА.....	63
----------------	----

1-БЛОК.

МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚ ТҮСІНІГІ: ТАҚЫРЫПҚА КІРІСПЕ. 64

Негізгі сұрақтар.....	64
Оқыту мақсаттары.....	64
Педагогикалық әдістер және тәжірибелік тапсырмалар.....	65

2-БЛОК.

МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚТЫҢ ҚОҒАМДЫҚ ӨМІРДЕГІ ОРНЫ. 68

Негізгі сұрақтар.....	68
Оқыту мақсаттары.....	68
Оқыту әдістемесі және практикалық міндеттері	68

3-БЛОК.

МЕДИА ЖӘНЕ КІТАПХАНА, МҰРАҒАТ ЖӘНЕ ИНТЕРНЕТ СИЯҚТЫ ТҮРЛІ АҚПАРАТТЫҚ ҚЫЗМЕТТЕРМЕН БАЙЛАНЫС 72

Негізгі сұрақтар.....	72
Оқыту мақсаттары.....	72
Оқыту әдістемесі және практикалық міндеттері	73

4-БЛОК.

МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚ: ОҚЫТУ ЖӘНЕ ОҚУ 76

Негізгі сұрақтар.....	76
Оқыту мақсаттары.....	76
Оқыту әдістемесі және практикалық міндеттері	76
Ақпарат көздері.....	79

– 2-МОДУЛЬ. ЖАҒАЛЫҚТАР, БАҚ ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҢ ЭТИКАЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ..... 80

ПРЕАМБУЛА.....	80
----------------	----

1-БЛОК.

ЖУРНАЛИСТИКА ЖӘНЕ ҚОҒАМ..... 81

Негізгі сұрақтар.....	81
-----------------------	----

Оқыту мақсаттары.....	82
Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар	82
Бағалау критерийлері.....	83
Оқуға арналған қосымша тақырыптар.....	83
2-БЛОК.	
БОСТАНДЫҚ, ЭТИКА ЖӘНЕ ЖАУАПКЕРШІЛІК.	83
Негізгі сұрақтар.....	83
Оқыту мақсаттары.....	83
Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар	84
Бағалау критерийлері.....	85
Оқуға арналған қосымша тақырыптар.....	85
3-БЛОК.	
ЖАҢАЛЫҚТАР МӘНІ: КРИТЕРИЙЛЕРДІ ТАЛДАУ.	85
Негізгі сұрақтар.....	85
Оқыту мақсаттары.....	86
Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар.	86
Бағалау критерийлері.....	87
Оқуға арналған қосымша тақырыптар.....	87
4-БЛОК.	
ЖАҢАЛЫҚТАРДЫ ҚҰРУ ПРОЦЕСІ: «КІМ, НЕ, ҚАШАН, ҚАЙДА НЕГЕ ЖӘНЕ ҚАЛАЙ?» .	87
Негізгі сұрақтар.....	87
Оқыту мақсаттары.....	87
Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар.	88
Бағалау критерийлері.....	89
Оқуға арналған қосымша тақырыптар.....	89
Ақпарат көздері.....	89
– 3-МОДУЛЬ. МЕДИАДА АҚПАРАТТЫ ҰСЫНУ.....	91
ПРЕАМБУЛА.....	91
1-БЛОК.	
ОҚИҒАЛАР ТУРАЛЫ РЕПОРТАЖДАР ЖӘНЕ БЕЙНЕЛЕРДІҢ ӘСЕРІ	93
Негізгі сұрақтар.....	93
Оқыту мақсаттары.....	93
Оқыту әдістемесі және практикалық міндеттері	93
Гендерлік теңдік және әйелдер құқықтары.	94
Бағалау критерийлері.	95
2-БЛОК.	
ПЛЮРАЛИЗМ МЕН РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ БОЙЫНША КӘСІБИ КОДЕКСТЕР.....	96
Негізгі сұрақтар.....	96
Оқыту мақсаттары.....	96
Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар.....	96
Бағалау критерийлері.	97
3-БЛОК.	
ТЕЛЕВИЗИЯ, ФИЛЬМДЕР, КІТАП БАСЫЛЫМДАРЫ.....	97
Негізгі сұрақтар.....	97
Оқыту мақсаттары.....	97
Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар.....	97
Бағалау критерийлері.	99

4-БЛОК.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ МЕН МУЗЫКАЛЫҚ КЛИПТЕР 99

Негізгі сұрақтар 99

Оқыту мақсаттары 100

Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар 100

Бағалау критерийлері 101

Ақпарат көздері 101

– 4-МОДУЛЬ. МЕДИА МЕН АҚПАРАТ ТІЛІ 103

ПРЕАМБУЛА 103

1-БЛОК.

МЕДИА МӘТІНДЕР МЕН ДӘСТҮРЛІ МӘТІНДЕРДІ ОҚУ 104

Негізгі сұрақтар 104

Оқыту мақсаттары 104

Оқыту әдістемесі және практикалық міндеттері 104

Бағалау критерийлері 105

2-БЛОК.

КОММУНИКАЦИЯ ЖӘНЕ ХАБАРЛАМА ҚҰРАЛДАРЫ: МЕРЗІМДІ БАСЫЛЫМДАР ЖӘНЕ АУДИОВИЗУАЛЬДІ БАҚ-ТАҒЫ ЖАҢАЛЫҚТАР 105

Негізгі сұрақтар 105

Оқыту мақсаттары 106

Оқыту әдістемесі және практикалық міндеттері 106

Бағалау критерийлері 106

3-БЛОК.

ФИЛЬМ ЖАНРЛАРЫ МЕН ӘҢГІМЕЛЕУ ӨНЕРІ 107

Негізгі сұрақтар 107

Оқыту мақсаттары 107

Оқыту әдістемесі және практикалық міндеттері 107

Бағалау критерийлері 108

Оқуға арналған қосымша тақырыптар 108

Ақпарат көздері 108

– 5-МОДУЛЬ. ЖАРНАМА 109

ПРЕАМБУЛА 109

1-БЛОК.

ЖАРНАМА, КІРІСТЕР ЖӘНЕ РЕТТЕУ 111

Негізгі сұрақтар 111

Оқыту мақсаттары 111

Оқыту әдістемесі және практикалық тапсырмалар 111

Бағалау критерийлері 112

2-БЛОК.

ӘЛЕУМЕТТІК ЖАРНАМА 113

Негізгі сұрақтар 113

Оқыту мақсаттары 113

Оқыту әдістемесі және практикалық тапсырмалар 113

Бағалау критерийлері 115

3-БЛОК.	
ЖАРНАМА: ШЫҒАРМАШЫЛЫҚ ПРОЦЕСС.	116
Негізгі сұрақтар.....	116
Оқыту мақсаттары.....	116
Оқыту әдістемесі және тәжірибелік тапсырмалар.	116
Бағалау критерийлері.	117
4-БЛОК.	
ЖАРНАМА ЖӘНЕ САЯСИ САХНА.	118
Негізгі сұрақтар.....	118
Оқыту мақсаттары.....	118
Оқыту әдістемесі және тәжірибелік тапсырмалар.	118
Оқуға арналған қосымша тақырыптар.....	119
Ақпарат көздері.....	119
– 6-МОДУЛЬ. ЖАҢА ЖӘНЕ ДӘСТҮРЛІ МЕДИА.	121
ПРЕАМБУЛА.....	121
1-БЛОК.	
ДӘСТҮРЛІ БАҚ ЖӘНЕ ЖАҢА МЕДИА-ТЕХНОЛОГИЯЛАР	122
Негізгі сұрақтар.....	122
Оқыту мақсаттары.....	122
Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар.....	122
2-БЛОК.	
ЖАҢА МЕДИА ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ҚОҒАМДА ҚОЛДАНУ: БҰҚАРАЛЫҚ КОММУНИКАЦИЯ ЖӘНЕ САНДЫҚ КОММУНИКАЦИЯ.	124
Негізгі сұрақтар.....	124
Оқыту мақсаттары.....	124
Оқыту әдістемесі және тәжірибелік тапсырмалар.	124
3-БЛОК.	
АУДИТОРИЯДА ЭЛЕКТРОНДЫ ОЙЫНДАРМЕН ҚОСА ИНТЕРБЕЛСЕНДІ МУЛЬТИМЕДИАНЫ ҚОЛДАНУ.	126
Негізгі сұрақтар.....	126
Оқыту мақсаттары.....	127
Оқыту әдістемесі және тәжірибелік тапсырмалар.	127
Ақпарат көздері.....	129
– 7-МОДУЛЬ. ИНТЕРНЕТТІҢ МҮМКІНДІКТЕРІ МЕН ҚАУІПТЕРІ.	130
ПРЕАМБУЛА.....	130
1-БЛОК.	
ВИРТУАЛДЫ ӘЛЕМДЕГІ ЖАСТАР.	131
Негізгі сұрақтар.....	131
Оқыту мақсаттары.....	131
Оқыту әдістемесі және тәжірибелік тапсырмалар.	131
2-БЛОК.	
ВИРТУАЛДЫ ӘЛЕМДЕГІ СЫН-ҚАТЕРЛЕР МЕН ТӘУЕКЕЛДЕР.	133
Негізгі сұрақтар.....	133
Оқыту мақсаттары.....	133
Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар.....	133

– 8-МОДУЛЬ. АҚПАРАТТЫҚ ЖӘНЕ КІТАПХАНАЛЫҚ САУАТТЫЛЫҚ	138
ПРЕАМБУЛА.....	138
1-БЛОК.	
АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚТЫ ТҮСІНДІРУ ЖӘНЕ ҚОЛДАНУ.....	139
Негізгі сұрақтар.....	139
Оқыту мақсаттары.....	140
Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар.....	140
2-БЛОК.	
ОҚЫТУ ШАРТТАРЫ ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚ.....	143
Негізгі сұрақтар.....	143
Оқыту мақсаттары.....	143
Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар.....	143
3-БЛОК.	
САНДЫҚ АҚПАРАТ САЛАСЫНДАҒЫ САУАТТЫЛЫҚ.....	146
Негізгі сұрақтар.....	146
Оқыту мақсаттары.....	146
Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар.....	146
Ақпарат көздері.....	148
– 9-МОДУЛЬ. КОММУНИКАЦИЯ, МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ	
ҚАУІПСІЗДІК ПЕН ОҚЫТУ	149
ПРЕАМБУЛА.....	149
1-БЛОК.	
КОММУНИКАЦИЯ, ОҚЫТУ ЖӘНЕ ОҚУ.....	150
Негізгі сұрақтар.....	150
Оқыту мақсаттары.....	150
Оқыту әдістері және тәжірибелік тапсырмалар.....	150
2-БЛОК.	
ОҚЫТУ ТЕОРИЯЛАРЫ МЕН МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ ҚАУІПСІЗДІК.....	152
Негізгі сұрақтар.....	152
Оқыту мақсаттары.....	152
Оқыту стратегиялары.....	152
3-БЛОК.	
МЕКТЕПТЕРДЕ МАС ҮШІН ҚОЛАЙЛЫ ОРТА ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫ ҚАДАҒАЛАУ.....	154
Негізгі сұрақтар.....	154
Оқыту мақсаттары.....	154
Оқыту стратегиялары.....	154
Ақпарат көздері.....	155

ҚОСЫМША МОДУЛЬДЕР..... 157

– 10-МОДУЛЬ. АУДИТОРИЯ..... 158

ПРЕАМБУЛА.....	158
Негізгі сұрақтар	159
Оқыту мақсаттары.....	159
Оқыту әдістері және тәжірибелік тапсырмалар.....	160
Бағалау критерийлері.	161
Ақпарат көздері.	161

– 11-МОДУЛЬ. МЕДИА, ТЕХНОЛОГИЯЛАР ЖӘНЕ ҒАЛАМДЫҚ АУЫЛ. 163

ПРЕАМБУЛА.....	163
----------------	-----

1-БЛОК.

ЗАМАНАУИ ЖАҒАНДЫҚ АУЫЛДАҒЫ МЕДИАҒА МЕНШІК ҚҰҚЫҒЫ. 165

Негізгі сұрақтар	165
Оқыту мақсаттары.....	166
Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар.....	166
Бағалау критерийлері.	167
Оқуға арналған қосымша тақырыптар.....	167

2-БЛОК.

МЕДИАНЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-МӘДЕНИ ЖӘНЕ САЯСИ АСПЕКТІЛЕРІ. 168

Негізгі сұрақтар	168
Оқыту мақсаттары.....	168
Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар.....	169
Бағалау критерийлері.	170
Оқуға арналған қосымша тақырыптар.....	170

3-БЛОК.

АҚПАРАТТЫҢ ТАУАРҒА АЙНАЛУЫ..... 171

Негізгі сұрақтар	171
Оқыту мақсаттары.....	171
Оқыту әдістері және тәжірибелік тапсырмалар.....	171
Бағалау критерийлері.	172
Оқуға арналған қосымша тақырыптар.....	172

4-БЛОК.

БАЛАМАЛЫ МЕДИАНЫҢ ӨСУІ..... 173

Негізгі сұрақтар	173
Оқыту мақсаттары.....	173
Оқыту әдістері және тәжірибелік тапсырмалар.....	174
Бағалау критерийлері.	175
Оқуға арналған қосымша тақырыптар.....	175
Ақпарат көздері.....	175

-3-МОДУЛЬ, 5-БЛОК. САНДЫҚ МОНТАЖДАУ ЖӘНЕ КОМПЬЮТЕРМЕН СУРЕТТЕРДІ ӨҢДЕУ 176

Негізгі сұрақтар	176
Оқыту мақсаттары.....	176
Педагогикалық әдістер.....	177
Бағалау критерийлері.	177

- 4-МОДУЛЬ, 4-БЛОК. НЕГІЗГІ ИДЕЯНЫ ЖЕТКІЗУ МАҚСАТЫНДА ӘРТҮРЛІ ПЛАНДА ЖӘНЕ РАКУРСТА ТҮСІРІЛІМ 178

Негізгі сұрақтар	178
Оқыту мақсаттары.....	178
Оқыту әдістері және тәжірибелік тапсырмалар.....	179
Бағалау критерийлері.	180

- 5-МОДУЛЬ, 5-БЛОК. ТРАНСҰЛТТЫҚ ЖАРНАМА ЖӘНЕ СУПЕРБРЕНДТЕР..... 181

Негізгі сұрақтар	181
Оқыту мақсаттары.....	181
Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар.....	182
Бағалау критерийлері.	183

КІРІСПЕ: БҰЛ МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚ БАҒДАРЛАМАСЫМЕН ҚАЛАЙ ЖҰМЫС ЖАСАУ КЕРЕК

Медиа және ақпараттық сауаттылық медиа мен кітапхана, мұрағат пен интернет сияқты өзге де ақпараттық қызметтердің ролі мен функцияларын қарастырады. Ол әр адамның хабарласу және пікірін білдіру, ақпаратты іздеу, қабылдау және тарату құқығын насихаттайды. Ол медиа мен ақпарат жеткізушілердің қызметін бағалауға ынталандырады.

Ақпарат пен білімге негізделген қоғамда:

- медиа және ақпараттық сауаттылық азаматтардың жеке өмірі мен қоғам өміріне араласуы үшін қажет;
- медиа және ақпарат демократиялық процестерде басты рөлді ойнайды;
- медиа және өзге де ақпараттық қызметтер адамдардың нанымдары мен қарым-қатынасының қалыптасуында маңызды рөл ойнайды;
- қолданушылық контенттің көлемінің өсуі, виртуалды кеңістіктің және азаматтық журналистиканың қолданылуы байқалады.

Медиа сауаттылықты ақпараттық сауаттылықпен біріктіріп, Медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту бағдарламасы күнделікті өмір мен жұмыста қажет сауаттылыққа деген кешенді тәсілді құрайды. Бағдарлама – өзіне мерзімді басылымдар, электронды медиа мен ақпараттық жүйелерді қосатын сауаттылықтың кең анықтамасында мұқтаждыққа жауап. Сонымен қатар медиа және ақпараттық сауаттылық ақпараттық қызметтер ретіндегі кітапханалар, мұрағаттар мен мұражайлардың маңызды ролін мойындайды.

МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚТЫ ОҚЫТУ БАҒДАРЛАМАСЫНЫҢ МАҚСАТТЫ АУДИТОРИЯСЫ

Біздің бағдарламамыздың негізгі мақсатты тобын оқытушылар құрайды. Бұл кең ұғымға жұмыс істейтін және оқып жатқан жалпы білім беретін мұғалімдер мен жоғары оқу орындарының оқытушылары жатады. Бағдарлама арнайы педагогикалық институттарға – колледж және университеттерге арналып жобаланған. Бірақ бағдарлама кейінгі бейімделуді есепке алып құралғандықтан, оны колледж бен университеттердің медиа және ақпараттық сауаттылықпен байланысты өзге де факультеттерінде қолдануға болады. Бағдарлама үкіметтік емес ұйымдар, мемлекеттік қызметкерлер, министрліктер және қоғамдық ұйымдарға пайдасын тигізеді.

МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚТЫ ОҚЫТУ БАҒДАРЛАМАСЫНЫҢ НЕГІЗГІ СИПАТТАМАЛАРЫ

Бұл бағдарламада бір-бірінен бөлек түрде қолданылып келген екі ұғым – медиа және ақпараттық сауаттылықты біріктіру әрекеті көрсетілген. Медиа және ақпараттық сауаттылық ақпаратпен байланысты және медиа, кітапхана, мұрағат және өзге де ақпарат берушілердің функциясын түсінуді, олардың байланысу тәсілдерін, ақпарат және құндылықтарды таратуды қамтамасыз етеді.

Медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту бағдарламасы жан-жақты және жалпы сипатқа ие. Ол әмбебап нұсқама ретінде емес, мынадай бейімделуге қабілетті құжат ретінде жобаланған.

Бағдарлама модульдері келесі бөлімдерден тұрады:

- преамбула;
- кілтті сұрақтар;
- оқыту мақсаттары;
- педагогикалық әдістер және тәжірибелік тапсырмалар;
- бағалау критерийлері;
- қайнар көздері.

56

«Оқыту мақсаттары» бөлімі әр модуль шеңберіндегі оқытудың негізгі мақсаттарын анықтайды, сонымен қатар әр модульдің соңында оқытушылардың меңгеру керек деген білім және дағдылардың тізімін құрайды. Бейімделу жоспарын құрған кезде бұл бөлім **«Медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту бағдарламасы және құзыреттілік жүйесі»** жалпы құжатына енуі керек еді.

«Преамбула» бөлімі модуль тақырыбының талдауын, оның мазмұнын және контекстін құрайды. Пікірлер толық еместігін айта кету керек. Олардың мақсаты – оқытушылар меңгере алған бар немесе мүмкін бағыттарды көркемдеу.

«Педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмалар» бөлімі жайлы дәл соны айтуға болады. Ол оқытушылардың әр модульдің соңында меңгерген білім мен дағдыларды көрсетудің түрлі тәсілдерін көркемдеп көрсетуге арналып жобаланған. Бұл педагогикалық әдістер мен тәжірибелік тапсырмаларды мысал ретінде ғана қарастыру қажет. Оқытушылар жергілікті және мәдени ерекшеліктерді ескере отырып, оларды негіз ретінде қолданулары абзал. Оқытушыларға көмек көрсету үшін ЮНЕСКО медиа және ақпараттық сауаттылыққа байланысты жаттығуларды құрайтын деректер қорын құруға көмектеседі.

«Бағалау критерийлері» бөлімі қалыптасқан және соңғы бағаға сәйкес ұсыныстарды қамтиды. Бұл ұсыныстар мүмкін бағаның сипатын, оның ішінде оқыту бағасын және оқыту нәтижесінің бағасын қамтиды.

Және кейбір модульдер **«Қайнар көздері»** бөлімімен аяқталады. Бұл бөлімде модульді меңгеру барысында оқуға ұсынылатын материалдар берілген. Оқытушылар бұл тізімді материалдармен толықтыра алады.

МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚТЫ ОҚЫТУ БАҒДАРЛАМАСЫ БОЙЫНША ҰСЫНЫСТАР

Бағдарламаның кез келген бөлімінің енгізілуі мен бейімделуі барысында оқытушыларды дайындайтын нақты оқу орнының шындығына назар аудару керек. Келесі ұсыныстар медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту бағдарламасы оқу орындары мен бастауыш және орта мектеп оқытушыларына арналады:

- негізгі қызығатын адамдарды анықтау және басқару комитетін қалыптастыру;
- бастапқы кезеңде медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту бағдарламасы мен құзыреттілік жүйесіне кешенді талдау жасау керек. Бұл бағдарламаның оның қажеттіліктеріне сәйкес келетін басым тұрған бөліктерін анықтауға мүмкіндік береді;
- сәйкес оқу орындары немесе мемлекеттеріндегі оқытушыларды дайындайтын ағымдағы бағдарламаларды оларда медиа және ақпараттық сауаттылық элементтерінің бар-жоғына қарай бағалау.
- әр оқу орны өзіне медиа және ақпараттық сауаттылықты енгізуге оңтайлы тәсілін анықтау керек. Келесі сұрақтарға жауап алу керек: медиа және ақпараттық қауіпсіздікті қалай анықтауға болады? Бұл бағдарламаны оқу орнының ағымдағы бағдарламаларына қалай біріктіруге болады? Бұл оқу орнында медиа және ақпараттық сауаттылық бойынша мамандар бар ма? Болмаса, оларды қайдан табуға болады? Қажет материалдар мен ресурстарға қолжетімділік бар ма? Болмаса, оларды қайдан табуға болады?
- Медиа және ақпараттық сауаттылыққа оқыту бағдарламасы әр оқу орнының мұқтажының ескере отырып, бейімделу керек. Жоғарыда берген ойларды қамту үшін, бағдарламаның жеке нұсқасы керек болуы мүмкін. Бұл жағдайда ЮНЕСКО-ның білім беру ресурстарының ашық платформасы – Open Educational Resources (OER) Platform, www.unesco.org/webworld/en/oer көмектесе алады;
- аяқталған бейімделу бағдарламасы немесе оқыту бағдарламасының арнайы нұсқасы тестілеуден өтуі тиіс;
- бағалаудың негізінде бағдарламаның бейімделген нұсқасына керекті өзгерістер енгізіп, оларды енгізу бойынша ұсыныстармен толтыру керек;
- бұл кезеңде оқыту бағдарламасының интеграциялануына барлығы дайын болуы керек.

ИНТЕГРАЦИЯЛЫҚ СТРАТЕГИЯЛАР

Медиа және ақпараттық сауаттылыққа оқыту бағдарламасының интеграция стратегияларына қарастырылуға келесі стратегиялар ұсынылады:

- Тәуелсіз курс: бағдарлама сынақтық балдардың есептеуі бойынша тәуелсіз курс ретінде ұсыныла алады. Ол барлық оқытушыларға арналған негізгі немесе факультативті курс ретінде ұсыныла алады. Оқытушылар үшін бағдарлама біліктілікті арттыру сертификатталған бағдарлама ретінде бейімделе алады.
- Қысқа мерзімді курс: Осындай курс 1-2 апталық, кейін 2-3 ай мерзімінде жүзеге асыратын жобалық тапсырма негізінде жекелей интенсивті оқытуды қарастырады. Бұл дайындық жоспары бойынша да балдар қо-сылады.
- Көп құзыреттілікті интеграция: Медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту бағдарламасының түрлі компоненттері мұғалімдерге арналған мағынасы ұқсас курстарға енгізілуі мүмкін. Бұған мысал ретінде педагогикалық технология, сауаттылық, әлеуметтік зерттеулер, т.б. қарастыруға болады.
- Онлайн курс. Бұндай курс мұғалімдерді дайындау, біліктілікті арттыру үшін онлайн режимде ұсынылуы мүмкін. Бұл курсты өзге оқу орнымен бірге отырып та жасауға болады. Педагогикалық институттарға өзіндік онлайн курс ашу міндетті емес, оны өзге университетпен серіктестік негізінде жасауға болады.

Ұзақ мерзімді келешекте екі не одан көп берілген стратегиялардың интеграциясын қарастыруға болады. Бейімделу процесі мен қолданылатын стратегиялардың интеграциясы түрлі оқу орнында әртүрлі болады.

Бейімделу және медиа, ақпараттық сауаттылықты оқыту бағдарламасын ЮНЕСКО платформасы негізінде ұжымдық қолдану

ЮНЕСКО-ның «Open Educational Resources» (www.unesco.org/webworld/en/oer) платформасы – қолданушыларға ашық білім беру ресурстарының лицензияланған статусында ЮНЕСКО-ның ең таңдаулы жарияланымдарын ұсынуға мүмкіндік беретін жаңа бастама. Ашық білім беру ресурстары – бұл Creative Commons* сынды лицензия аясында жарыққа шыққан оқыту материалдары.

Бұл платформаның көмегімен тәжірибешілердің ғаламдық топтары ашық түрде көшіріп, бейімдеп және өздерінің ресурстарымен алмаса алады.

Оқытушыларды дайындайтын институттарды сендіре отырып және оларға платформаны бағдарламаның бейімделген нұсқасымен алмасу базасы ретінде қолдануға көмектеседі.

Платформа оқу орындары арасындағы серіктестік қатынастарды дамытуды ынталандырады. 2011 жылдың соңында бағдарламаны іске қосқаннан кейін біз Creative Commons* негізінде потенциалдың өсуіне көмектесе аламыз.

Creative Commons* лицензиялары авторлық құқықтардың дәстүрлі қорғау әдістерін қолданып, авторларға қандай құқықты қорғайды, қандай құқықтан бас тартатындарына ерік береді.

Базалық модульдер



1-МОДУЛЬ. АЗАМАТТЫҚ ҰСТАНЫМДЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУ, ПІКІР БІЛДІРУ ЕРКІНДІГІ, АҚПАРАТҚА ҚОЛЖЕТІМДІЛІК, ДЕМОКРАТИЯЛЫҚ ДИСКУРС ЖАСАУ ЖӘНЕ ӨМІР БОЙЫ БІЛІМ БЕРУ

«Егер біз білім беру миссиясына жалпы анықтама бере алатын болсақ, оның басты мақсаты – оқушыларға мемлекеттік, қоғамдық және экономикалық өмірге қатысу үшін оқудан пайда алу».

«Жаңа Лондон тобы» («New London Group»)

ПРЕАМБУЛА

Медиа мен ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың жылдам дамуы және коммуникация мен ақпаратқа байланысты конвергенция адамның мүмкіндіктері мен құқықтарын кеңейтетін медиа және ақпараттық сауаттылықты шарасыздан қарастыру керек. Медиа және ақпараттық қауіпсіздік білім беру мен ақпарат пен білімге деген қолжетімдікке ынталандыру ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың қолданылуының маңызды алғышартына айналды. Біз медиа мен ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың түрлі формаларының болуын назардан тыс қалдыра алмаймыз. Осындай шарттарда адамға кез келген жаста қоғам өміріне тиімді ат салысу үшін жаңа құзыреттіліктер (білім, дағды, көзқарас) керек екені түсінікті.

2009 жылғы соңғы статистикалық мәліметтер «Электробайланыс арқылы бүкіләлемдік көрсеткіштер және АКТ» деректер қорынан алынды. Бұл деректер қоры 1,3 млрд үй шаруашылықтары немесе теледидары бар 4,9 млрд адам; компьютерге қол жетімді 0,6 млрд үй шаруашылықтары (1/3) немесе 1,9 адам. 2009 жылдың соңына ұялы телефон абоненттері саны 4,6 млрд-қа жетті. Бұл санға 2,5 млрд-тан астам радио-тыңдармандарды қосыңыз. Бүкіләлемдік газет ассоциациясының 1,4 млрд газет жазылушылары бар. ЮНЕСКО-ның статистика институтының бағалауы бойынша жыл сайын 1 млн-дай жаңа кітап басылып шығады. Телерадиостанция, газет, ұялы телефондар, интернеттен алынған ақпарат, кітаптар, кітапханалар, жарнама және видео ойындар ақпарат көлемінің үлкен бөлігін құрайды.

Медиа және өзге де ақпарат жеткізушілер демократия мен жауапты басқару үшін өмірлік мәні бар, себебі олар демократиялық дискурсқа арналған платформа және ақпарат пен білімнің қайнар көзі ретінде қарастырылады. Егер медиа демократияны қолдауға шақырса, азаматтарға медианы сыни тұрғыдан бағалауды білу қажет. Өз елдерінің азаматтары бола тұра адамдар белгілі құзыреттіліктерге (білім, дағды және көзқарас) ие болулары керек. Медиа және ақпараттық сауаттылық XXI ғасырға қажетті құзыреттіліктер жиынтығынан тұрады.

63

Дәстүрлі сауаттылықтың түрлі аспектілері қайта қарастырылды. Адамдарға оқи, жаза, санай білу жеткіліксіз. Бұл бастапқы дағдылардың маңызын азайтпай, медиа және ақпараттық сауаттылықтың қосылуы жастардың медиа және өзге де ақпарат жеткізушілердің функцияларын түсіну керектігін айтады. Сонымен қатар жастар талдай білу және өзін-өзі білдіре алу үшін сыни тұрғыдан ойлаудың негізгі дағдыларына ие болуы қажет. Бұл әр адам өздігінен оқып, ақпаратқа ие азамат ретінде өз істерінің мамандары болып, өз еліндегі басқару мен демократиялық процестерге қатысуы үшін керек.

Бұл модуль 3 бағанға негізделген: сыни тұрғыдан ойлау, өзін-өзі білдіру және қатысу. Модульде медиа және ақпараттық қауіпсіздік әртүрлі салаларға қажетті фактор ретінде қарастырылады. Модульде мынадай сұрақтар қарастырылады:

- Ақпарат деген не? Медиа деген не? Неге оларды меңгеру керек? Неліктен олар маңызды?
- Медиа сауаттылық дегеніміз не?

- Ақпараттық сауаттылық дегеніміз не?
- Ақпараттық және медиа сауаттылық не үшін қажет?

Модуль медиа және ақпараттық сауаттылықты тек оқыту пәні ретінде емес, оқыту процесі ретінде қарастырады. Сондықтан оқытушылар бұл модульде негізгі сұрақтар мен концепциялар жайлы ақпаратты таба алады. Бұл оқытушыларға «медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту» мен «медиа және ақпараттық сауаттылықты меңгеру барысында оқытудың» айырмашылығын түсінуге көмектеседі. Бұл тәсілдің мақсаты – оқытушыларды медиа және ақпараттық сауатты адамдарға айналдырып, олардың бойында медиа және ақпараттық сауаттылықты интеграциялау сияқты құзыреттіліктер мен дағдыларды дамыту.

Блоктар

1. Медиа және ақпараттық сауаттылық түсінігі: тақырыпқа кіріс-пе.
2. Медиа және ақпараттық қауіпсіздік және қоғамдық өмірге қатысуы.
3. Медианың өзге де ақпарат жеткізушілермен байланысы.
4. Медиа және ақпараттық сауаттылық: оқыту және оқу.

1-БЛОК. МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚ ТҮСІНІГІ: ТАҚЫРЫПҚА КІРІСПЕ

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- «Ақпарат» және «медиа» түсініктері.
- Медиа мен өзге де ақпарат жеткізушілердің ролін талдау.
- Медиа және ақпараттық сауаттылықты оқытудың негізгі нәтижелерін сипаттау.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Модульді аяқтағанда оқытушылар:

- медиа және ақпараттық сауаттылықты оқытудың негізгі нәтижелерін анықтауы;
- «медиа және ақпараттық сауаттылық» мағынасын түсіну, оның заманауи оқытушылар мен оқытушылар үшін мағынасы мен құндылығын түсінуі;
- медиа мен кітапхана, мұрағат және интернет сияқты өзге де ақпараттық қызметтердің ролін талдауы;
- медиа мәтіндер мен ақпараттық мәтіндер негізінде олардың ролін анықтауы тиіс.

МЕДИА РӨЛДЕРІНІҢ САН ТҮРЛІЛІГІ

Медиа мен өзге де ақпарат жеткізушілер ақпараттық және коммуникациялық процестерде басты рөл атқарады. Олар ақпараттың бір әдісі ретінде қарастырылады. Медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту бағдарламасының мақсаттары үшін біз медианы шынайы және өзекті ақпарат көзі ретінде танимыз.

Медиа кез келген қоғамның коммуникациялық жүйесінің маңызды бөлігін құрайтындықтан, олардың ұйымдастыру формасы медиа емес ақпараттың түрлі көздерімен (кітапхана, мұрағат, интернет) біріктіруді қарастырады.

Медиа түрлі функцияларды атқарады:

- азаматтар ол арқылы бір-бірімен байланысып, ақпарат алмаса алатын ақпарат және білім каналдары ретінде қарастырылады;
- қоғам қайраткерлері арасындағы құзыретті дискуссиялардың өткізілуін ынталандырады;
- қоршаған әлем жайлы басты қайнаркөз болып табылады;
- өзің туралы қоғам ақпарат ала алатын, азаматтың бойында қоғамға тиесілілік сезімді қалыптастыратын құрал болып табылады;
- мемлекеттік органдарды тәуелсіз бақылаушы қызметін атқарады;
- демократиялық процестің өмірлік маңызы бар қозғаушы күші болып табылады;
- мәдениет және мәдени байланыс орнатуды білдіру құралы болып табылады.

65

— АҚПАРАТТЫҢ ҚАЙНАР КӨЗДЕРІН ТАҢДАУ

Медиа және өзге де ақпарат көздерімен берілген ақпаратты дұрыс қолдану – адамдардың өздерінің ақпараттық қажеттіліктерін дұрыс анықтау, ақпаратты тауып, оған қолжетімді болу қабілеттеріне байланысты. Бүгінде ақпараттық материалдар, контент, ресурстардың өте көп сан түрлі жинағы бар және олардың нақтылық, сенімділігі қатты өзгеріп отырады. Сонымен қатар бұл ақпарат түрлі формаларда (мәтін, сурет, статистикалық мәліметтер, электронды не қағаз түрінде) беріледі. Бірақ маңызды фактор ретінде бұл ақпараттың «өте жақсыдан» «жақсыға» дейін өзгеріп отыратын сапасы қалады.

Ақпарат көзін бағаламас бұрын ақпараттың не үшін керектігін шешу керек. Бұл сұраққа жауап ақпараттың сенімді көздерін аша алады. Өзіңе келесі негізгі сұрақтарды қоюға болады: ақпараттың қай қайнар көзі немесе қандай түрі ең сенімді?

Медиа және кітапхана, мұрағат және интернет сияқты өзге де ақпарат көздерінде берілген ақпаратты елестете аламыз. Бұл ақпараттық қызметтер бірнеше функцияларды жүзеге асырады:

- ақпараттандыру;
- оқыту;
- оқыту мен меңгеруге көмектесу;
- ақпараттың барлық типтеріне қолжетімділікті ұсыну;
- ақпараттағы бағдарлауды қамтамасыз ету;
- ақпарат және пікір білдіру еркіндігі сияқты жалпыадамзаттық құндылықтар мен азаматтық тәуелсіздіктерді алға жылжыту;
- қоғамның ұжымдық жадының функцияларын орындау;
- ақпаратты жинақтау;
- мәдени мұраны сақтау;
- көңіл көтеру.

— ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМА

66

- Медианы меңгеріп, жоғарыда көрсетілген функцияларды ұлттық және ғаламдық деңгейлерде көрсететін медиамәтін немесе ресурстарды табыңыз.
- ЮНЕСКО-ның ақпарат құралдарын дамыту талаптарына сәйкестендірілген.
- Колледж және университет кітапханалар немесе қоғамдық кітапханаларды меңгеріп, демократия, әлемнің түрлі аймақтары, түрлі мәдениеттер, қоғамдық және экономикалық өмір т.б. жайлы мәліметтер бар өзге ресурстарды табыңыз. Келесі сұрақтарды қарастырыңыз: кітапхана қорына қандай кітаптарды енгізу керектігін, қандай кітаптың басым маңызға ие болуын кім шешеді; кітапханалар өздеріне артылған міндеттерді орындап жатыр ма?
- Медиа ұлтты дамыту мен біріктіруге көмектесуде маңызды рөл атқарады. Медиаға қатысты қисынсыз шектеулер бұл функцияның орындалуына қандай әсерін тигізетінін талқылаңыз. Медиада ұлттық қызығушылықтарды дамыту сұрақтары бойынша қанша түрлі көзқарас таба аласыз?
- Кітапханалар, мұрағаттар, мұражайлар немесе нақты кітаптардың әскери іс-әрекет нәтижесінде қасақана жойылуы жайлы интернетте іздеу жүргізіңіз. Әр хабарламаның шынайылығын қалай тексере аласыз? Жаттығу 1-блокты меңгергеннен кейін орындалады. Егер оқытушылар бұл сұраққа жауап бере алмаса, келесі сұраққа өту керек. Өз тәжірибеңізге сүйене отыра, осындай іс-әрекеттердің қандай салдарын айта аласыз?
- «Қоғамдық меншіктегі ақпарат» дегеніміз не? Қоғамдық меншіктегі ақпараттың түрлі үкіметтік органдармен қалай байланысқанын меңгеру. Ақпаратқа қолжетімділік үшін елде ұлттық стратегия бар ма? Мемлекетіңізде ақпаратқа қолжетімділік туралы заң қабылданған ба?
- Қабылданған жауаптардың негізінде медиа және ақпараттық сауаттылыққа әсері. Бұл терминнің әрқайсысы нені білдіреді?
- Оқушылар мен оқытушылардың заманауи күнделікті өмірін көрсететін медианың тізімін құрыңыз. Бұл басылымдардың басты функциялары мен ролі қандай? Медиа және өзге де ақпарат көздерінің беретін ақпараттың қайсылары сіздің ойыңызша

«сауатты» болып табылады? Оларға қандай білім, дағды және қабілеттерге ие болу керек?

- Бір күн ішінде медианы қолдану және ақпараттық қызметтерге жүгіну күнделігін жүргізіңіз. Сіздің іс-әрекеттеріңіздің алгоритмі қандай? Медиа мен интернет, телевизия және радио сияқты технологияларды қолдануға қанша уақыт бөлесіз? Медиа және өзге де ақпарат жеткізушілер өміріңізде қандай рөл атқарады?
- Мектеп (колледж, университет) бойымен немесе көшеде қыдырыңыз да, сол аралықтағы медиа мен өзге де ақпарат жеткізушілердің тізімін құрыңыз. Ұйым қандай ролді атқарады?

АЗАМАТТАР ҮШІН МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚТЫҢ МАҢЫЗЫ

Медиа және ақпараттық қауіпсіздік жеке өмір сүріп келе жатқан екі пәнді біріктіреді. Медиа және ақпараттық қауіпсіздік адамдарға медиа мен өзге де ақпарат көздерінің маңызын түсіндіруге тырысады. Адамдар:

- а) ақпаратты ескере отырып шешім қабылдай алады;
- ә) қоршаған ортаны сезінеді;
- б) қоғамға тиесілілік сезімін қалыптастырады;
- в) қоғамдық дискурсты қолдайды;
- г) білім алуға өмір бойы ат салысады.

Сонымен қатар медиа және ақпараттық сауаттылық азаматтарды ақпаратты белсенді құруына ынталандыруы керек. Медиа және ақпараттық сауаттылық өзін-өзі білдіру үшін жаңа және дәстүрлі медианы қолдануға түрткі болады.

— ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

- Медиа және ақпараттық сауаттылықтың сипаттамасын талдаңыз. Әр сипаттаманы талдаңыз. Әр сауаттылықтың өзіңізге нені білдіретіндігін жазыңыз. Бұл сипаттаманы толық деп санайсыз ба? Оған нені қосу керек?
- Медиа және ақпараттық сауаттылыққа қатысты терминдерді талдаңыз:
 - медиа сауаттылық;
 - кітапханалық сауаттылық;
 - компьютерлік сауаттылық;
 - өзін-өзі білдіру сұрақтарындағы сауаттылық;
 - интернет-сауаттылық;
 - сандық сауаттылық;
 - жаңалықтық сауаттылық;

- киносауаттылық;
- электронды ойындарды қолданудағы сауаттылық.

Интернет немесе кітапхана көмегімен түрлі терминдердің мағынасын табыңыз?

Медиа және ақпараттық қауіпсіздік және осы терминдердің арасында байланысты байқайсыз ба?

Бір абзацта қандай логикалық негіздеу бірлестігінің медиа сауаттылық, ақпараттық сауаттылық, құру үшін түсініктеме келтірер едіңіз?

2-Блок. МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚТЫҢ ҚОҒАМДЫҚ ӨМІРДЕГІ ОРНЫ

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

68

- Медиа және ақпарат жеткізушісінің атқаратын қызметтері
- Азаматтардың күтуі БАҚ-қа және басқа да ақпараттық провайдерлерге қатысты. (кітапхана, мұрағаттар, интернет).
- Медиа және ақпараттық сауаттылық оның мағынасы демократия және жауапты басқарма үшін.
- Сөз бостандығы, редакциялық тәуелсіздік, медиа, плюреализм мен түрлі медиа және басқа да ақпарат берушілер.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

- Демократиялық үдерістерді ақпарат пен білім, өзін-өзі білдіру мақсатында қолдану, бұқаралық ақпарат құралдары және басқа да ақпараттық провайдерлердің функциясын түсіну мен сипаттау;
- БАҚ және басқа да ақпараттық қызметтер (кітапханалар, мұрағаттар, Интернет және т.б.) өз функцияларын орындауында шарттарын айқындау маңызды.

ОҚЫТУ ӘДІСТЕМЕСІ ЖӘНЕ ПРАКТИКАЛЫҚ МІНДЕТТЕРІ

Журналистика және медиа қоғамда маңызды рөл атқарады. Журналистер мен БАҚ болмаса, біз «әлемге терезені» жоғалтамыз: айналамыздағы немесе әлемде не болып

жатқанын білуге мүмкіндік өте аз болады. Журналистика тәжірибесінде кейбір негізгі ережелері бар, журналистердің оларды сақтауын азаматтар талап ете алады:

- **білімді жүйелеу** – ақпаратты жүйелеу және оны түсінікті формада беру; арнайы мүдделер әсерінен ресми ұстанымын талдау;
- **ақиқат** – ақпарат көздері дәл көрсетілуі тиіс, азаматтар ақпарат өзектілігіне, сенімділігіне көз жеткізе алатындай етіп; жауапсыз қалдырған маңызды сұрақтар, әсіресе түрлі реакциялар тудыратын;
- **қоғамдық қызығушылық** – өз жұмысында журналистер қоғамдық қызығушылық үшін көп нәрсе істей алады – олар азаматтарға қоғам өміріне қатысу үшін қажетті ақпарат ұсынады;
- **тәуелсіздік** – түсіндіру қажет, азаматтық пікірталас біржақтылыққа бағытталмай құрылуы тиіс, медальдің екі жағын қарау керек (яғни олармен келіскен және келіспеген идеяларды талқылау); журналистер өзінің жұмысында тәуелсіз ойлауды жүзеге асыруы керек;
- **қоғамдық сынға және проблеманы шешу үшін форум** – БАҚ жұртшылықпен қарым-қатынас арналарының әр түрін ұсынуы тиіс (Хаттар, электрондық пошта, телефон немесе қоғамдық форум); азаматтар БАҚ оларға «өз тілінде» өз отандастарына қарым-қатынас үшін платформаны немесе эфир береді деп күтеді;
- **Жауапкершілік** – медиа барлық билікті, үкіметтік мекемелер ғана емес, маңызды мемлекеттік және жеке ұйымдарды бақылап отыруы тиіс; билік өкілдерін жауапқа шақыра отырып, медиа қоғамға ойлануға мүмкіндік береді.
- **Барабар және релевантты жаңалықтар** – азаматтарға маңызды сұрақтар және үдерістер туралы уақтылы ақпарат алуы қажет; құпиялық балансын және ақпарат алу құқығын қамтамасыз ету.

69

АҚПАРАТҚА ҚОЛ ЖЕТКІЗУ

Ақпаратқа қол жеткізу – демократия мен даму үшін аса маңызды болып табылады. Азаматтардың қоғамдық ақпаратқа қол жеткізу бостандығына құқығы бар. Мұндай ақпарат тең дәрежеде барлық азаматтардың меншігі болып табылады. БАҚ және басқа да ақпарат провайдерлері ақпаратқа еркін қол жеткізу үшін әрбір азаматтың құқықтарын көтермелеу керек. Бұқаралық ақпарат құралдары және басқа да ақпараттық провайдерлер ролі осындай ақпараттық және коммуникациялық технологиялар ретінде технологиялардың қарқынды таралуы әсерінен өзгеруде. АКТ бірден дерлік ақпарат пен білімге қол жеткізуді қамтамасыз етеді. Мұндай кітапханалар, мұрағаттар және интернет сияқты бұқаралық ақпарат құралдары мен басқа да ақпарат провайдерлері жаңа қызметтерді қамтамасыз ете алады және қазірдің өзінде, ақпараттық орталықтар немесе ақпараттық провайдерлер болып табылады. Жаңа технологиялар мол мүмкіндіктерге жол ашады және өмір бойы қызмет етеді, ғылыми-зерттеуге, демалыс іс-шараларын ұйымдастыруға, ғылыми қауымдастықтар бірлестігінің қажеттіліктерін қанағаттандырады.

БАҚ және басқа да ақпараттық қызметтер (кітапханалар, мұрағаттар, интернет және т.б.) негізгі функциялары арасында мыналар болып табылады:

- ұлтына, жынысына, кәсіби және діни белгілері бойынша негізделген кез келген шектеусіз ақпараттық ресурстарға ашық қолжетімділікті қамтамасыз ету;
- қоғамдық кітапхана, атап айтқанда, тегін қол жеткізуін қамтамасыз етуге міндетті;
- ұйымның үй-жайларында және мазмұнды онлайн қараған оқырмандарға қатысты құпиялылық және құпиялылығын қорғау;
- саяси, діни немесе тағы да басқа ақпараттық ресурстарға, түрлі кәсіби көзқарастарға қол жеткізуін қамтамасыз ету;
- болашақ ұрпақ үшін ақпаратты жинау және сақтау.

— ПРАКТИКАЛЫҚ МІНДЕТТЕРІ

- Өткен жыл ішінде өткізілген мемлекеттік және халықаралық іс-шаралар, оқиғалар туралы жаңалықтар 5-10 қолданушыға қолайлы болатын кітапхана және интернет ресурстарын пайдаланыңыз. Субъектілер үшін басқа сценарийлерін ұсыну.
- Хабарды немесе оқиға туралы жазбаның өзектісін мұқият таңдаңыз. БАҚ және ақпараттық сауаттылығын, атап айтқанда, журналистикада ақпаратты қолдана білудегі ережелерді білу маңызды.
- Азаматтардың не күтетінін алдын ала талдап алу керек. Бұл мәселе жергілікті халықты қаншалықты қамтиды? Егер азаматтардың үміті ақталмаса, қосымша қандай ізденістер жүргізуге болады?
- Сіз сондай-ақ демократиялық қоғамда азаматтар шешім қабылдау және қатысу үшін ақпаратпен мүмкіндігінше қамтамасыз етілуі керек екендігімен келісесіз бе? Газетке мақала жазып, өз пікіріңізді білдіріңіз.
- Келесі сұрақтарды талқылаңыз: қоғамдағы ақпараттың ролі мен мәні қандай? Ақпарат пен білімнің арасында байланыс бар ма, сондай-ақ ақпарат пен билік арасында ше?

СӨЗ БОСТАНДЫҒЫ, РЕДАКЦИЯЛЫҚ ТӘУЕЛСІЗДІК, ПІКІР АЛУАНДЫЛЫҒЫ

Ақпарат және пікір білдіру еркіндігі – бұқаралық ақпарат құралдары және ақпараттық сауаттылығының негізі. Осы тұрғыда, «ақпарат еркіндігі» термині қоғамдық ақпаратқа қол жеткізу үшін қолданылады. «Ақпарат – әлемді түсіну кілті, өзіне лайықты орнын табу, қолда бар ресурстарды пайдалану мүмкіндігі. Ақпарат санаулы адамдардың немесе элитаның қолында шоғырланған кезде, шешімдер қабылдауға және оларды бағалауға адамдардың қабілеті айтарлықтай азаяды. Этикалық және плюрализм негізінде БАҚ ашықтық, есеп берушілік және заң үстемдігін қамтамасыз ете алады» (UNESCO Freedom of Expression Tool Kit).

— СӨЗ БОСТАНДЫҒЫ ЖӘНЕ БАСПАСӨЗ

Сөз бостандығы – бұл өз пікіріңді білдіру. Сөз бостандығы – адамның негізгі құқықтарының бірі. Сөз еркіндігіне деген құқық, сөз бостандығын ғана емес тағы тасымалдаушының іздеу, пайдалану және ақпарат алмасу мен идеяларды бөлісу әрекеттерін қамтиды. Баспасөз бостандығы ақпарат алмасу мен ақпаратты іске асыруды қамтамасыз етеді. Сондықтан бұл қауымдастықтар азаматтық қоғам құруда және қолдау үшін өте маңызды. Сөз бостандығы қоғамның дамуын, шынайы тиесілі сезімін ынталандыруы мүмкін, қарапайым азаматтардың ойлары мен пікірлерін талдау және білдіруге мүмкіндік береді. Сөз бостандығы сыни ойлау үшін маңызы зор болып табылады, сөз бостандығы азаматтық-құқықтық жауапкершіліктің ажырамас құрамдас бөлігі болып табылады. Сөз бостандығын шектеу басқа адамдардың еркіндігін қорғау үшін қажет болған кезінде ғана рұқсат етіледі. Жек көрушілікке тыйым салатын заңдар қамтитын шектеулер олардың қате пайдалануын болдырмау мақсатында түсіндірілуі тиіс.

— БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНДАҒЫ ПІКІР АЛУАНДЫЛЫҒЫ

Плюрализм, пікір алуандығы (pluralism; лат. pluralis – көп түрлі, сан алуан) – өздерінің мүдделері, көзқарастары мен пікірле-рін білдіру еркіндігін заңмен қамтамасыз ететін, қоғамда түрліше саяси партиялар мен басқа қоғамдық ұйымдардың (кәсіподақ, діни, коммерциялық және т.б.) қатар өмір сүруі мен өзара әрекеттестігі. Плюрализм деп сондай-ақ түрлі пікірлерге төзімділік танытуды айтады. Ал осыны БАҚ-қа бұрып айтатын болсақ, плюрализм, негізінде, түрлі бұқаралық ақпарат құралдарының жиынтығы (республикалық, облыстық және аудандық), әртүрлі платформалар (онлайн, хабар тарату) арқылы ақпараттарлы үйлестіре отырып, әртүрлі деңгейлер секторын қамти отырып, түрлі саяси пікірлерді білдіреді. БАҚ арқылы көптеген арналармен ақпарат таратқанда тіпті танымал емес пікірлерге де алаң табылады. Халықаралық, республикалық және жергілікті бұқаралық ақпарат құралдарының әлеуетін тиімді үйлестіру арқылы демократиялық үдерістерге азаматтардың қатысуы үшін жағдай жасауға болады. Қарама-қарсы пікірлерді түрлі ақпарат көздерінен барынша кеңінен тарату халықтың әл-ауқатына ықпал етеді. Ал газет және хабар тарату арналары орналасқан ортақ медиа меншікке кепілдік бермейді, қайта өзара сын және жарнамалық насихаттауға әкелуі мүмкін.

— РЕДАКТОРЛЫҚ ТӘУЕЛСІЗДІК

Редакциялық тәуелсіздік – бұл дұрыс кәсіби редакторлар ескерер бұқаралық ақпарат құралдары иелерінің ұстанымы немесе кез келген үкіметтік немесе үкіметтік емес ұйымдардың пікірімен санаспай редакторлардың өз беттерінше шешім қабылдауы. Егер БАҚ меншік иелері немесе жарнамаға қатысты наразылықтар тудыруы мүмкін мақалаларды жарияласа, редакциялық тәуелсіздік тексеруге алынады.

— ПРАКТИКАЛЫҚ МІНДЕТТЕРІ

- Иелік және ірі медиа компаниялар мен мемлекеттік монополияларды кім бақылайтынын білу үшін интернет және кітапхана ресурстарын пайдаланыңыз. Олардың ірі холдингтер тізімін атаңыз. Ақпаратқа қол жеткізуге және оны таңдауға осы ұйымдардың меншік құқығы қандай әсер туғызады? БАҚ иелену мен бақылауды реттейтін өз елінің немесе қауымдастықтың заңдарын біліңіз. Сіздің қалаңызда баламалы немесе тәуелсіз бұқаралық ақпарат құралдарының ролін бағалаңыз. Мысалға, бір басылымды таңдап және оның тәуелсіздігін анықтайтын негізгі факторларды сипаттаңыз. Яғни бұл халықтық-демократиялық процеске қатысуға жол аша ма? БАҚ-тың мейн-стримнен қандай айырмашылығы бар?
- Ұйымдардың журналистерді қорғау және бостандығын білдіру жұмысын талдаңыз.
- Журналистер, репортерлер, үкіметтік емес ұйымдардар – осы ұйымдардың қолдауымен журналистердің жұмысына назар аударыңыз және олардың жұмыс орындарында негізгі элементтері қандай қолдауды қажет етеді, оның қызметін анықтаңыз.
- Мемлекеттік редакциялық тәуелсіздік БАҚ құқықтарын құрметтеуге тиіс, талқылаңыз.

3-БЛОК. МЕДИА ЖӘНЕ КІТАПХАНА, МҰРАҒАТ ЖӘНЕ ИНТЕРНЕТ СИЯҚТЫ ТҮРЛІ АҚПАРАТТЫҚ ҚЫЗМЕТТЕРМЕН БАЙЛАНЫС

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Ақпаратты беруге БАҚ қандай әдістерді пайдаланады?
- Оқиғалардың өкілдігі: БАҚ және басқа да ақпараттық провайдерлері, адамдар, мәдениет, сурет, рельеф, т.б.
- Пайдаланушылардың, азаматтардың және аудиторияның ролі.
- Пайдаланушы жасаған мазмұн құру арқылы бұқаралық ақпарат құралдарымен өзара іс-қимыл.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Осы құрылғыны аяқтағаннан кейін мұғалім қабілетті болуы тиіс:

- бұқаралық ақпарат құралдары және басқа да ақпараттық провайдерлер пайдаланатын негізгі ұғымдарды түсіну және сипаттау;
- осы ұғымдардың пайдаланушыларға / азаматтарға қалай көмектесетінін түсіну.

БАҚ сауаттылық негізі БАҚ материалдарының әр түрін жасау, ол арқылы әдістерін түсіну болып табылады; олар туралы ақпаратты және өзге ретсіз және түсінуге қиын фактілер жиынтығы еді, материалды ұйымдастыру үшін пайдаланылатын әдістерді ұсыну. Ол әртүрлі әдістері мен бұқаралық ақпарат құралдары тарапынан қолданылатын «кодтары», сондай-ақ олардың түсіндіру негіздерін түсіну маңызды болып табылады. Сондай-ақ материалды кім талдайды және ықпалы қандай?

Медиа және ақпараттық сауаттылық ретінде, сіз медианы өте мұқият және басқа да ақпараттық провайдерлерін енгізу ірі тақырыптарын бірқатар қарастыру керек, олар ойды қалай таратады, олардың ақпарат бағалануын қалай пайдалануға болады. Астында келтірілген тақырыптар кейінгі осындай оқу бағдарламалары модульдерінің негізін құрайды.

БАҚ ЖӘНЕ АҚПАРАТТАРДЫҢ ТІЛІ

- Мәтін жасаушылар әртүрлі ақпаратты білдіруге қандай әдістер пайдаланады?
- Қоғам бұл әдістерді және техникаға көзқарасы қандай?
- Кодтары, рәміздер, нақты ақпарат құралдарының негізгі компоненттері қандай?
- Marshall McLuhan, бұқаралық ақпарат құралдардың маманы «байланыстың 4 түрі» деп айтқан, трансмиссиялық ақпарат құралдарын (баспа БАҚ, хабар тарату немесе интернет) қарастырады. БАҚ-тың таңдауы біз алған ақпаратқа қалай әсер етеді? БАҚ нысан бойынша берілетін идеяларына қалай әсер етеді?

73

БАҚ ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫ ҰСЫНУ

- Бұқаралық ақпарат құралдарында оқиғалардың көрінісін зерттеңіз.
- Кескінді немесе медиа мәтінді талдаңыз.
- Белгілі бір жағдайды талдаңыз.
- Нақты фактілерді ұсыну мен медиа қабылдаудан кім жеңеді және ұтылады?
- Ақпаратты ойнатуда өзіміз және басқа да адамдар біздің қабылдауымызға қалай әсер етеді?
- Білім мен түсінікке тікелей тәжірибесі қалай әсер етеді?
- Гендерлік теңдік, мүмкіндігі шектеулі, азшылық топ адамдары пікіріне қалай әсер етеді?
- Бұқаралық ақпарат құралдарының редакциялық тәуелсіздік мәтінінде қандай дәрежеде көрсетілетінін тексеріңіз.

КОНТЕНТТИ ҚҰРУ / ПАЙДАЛАНУШЫ КОНТЕНТ

- «Адам факторының» тұжырымдамасына маңыздылығы ерекше берілген: БАҚ мәтіндер мен ақпараттық мәтіндерді кім және қалай құрайды?
- Азаматтар мен мамандардың өзін-өзі білдіруі және олардың құқығымен байланысты бөлім.
- Бөлім пікір білдіру еркіндігі, белсенді азаматтық және бұқаралық ақпарат құралдары және ақпараттық сауаттылығымен байланысты.
- Ресурстар (адами, қаржылық, техникалық және т.б.) мен ережелерге талдау жасау маңызды.

АУДИТОРИЯ ЖИЫНТЫҚ АЗАМАТТАРЫ СИЯҚТЫ ЖӘНЕ ПАЙДАЛАНУШЫЛАР / ТҰТЫНУШЫЛАР

- Мақсатты және белсенді аудитория.
- Белсенді азаматтары мен пайдаланушылар / көпшілік тұтынушылар мәтінді түсіну, қабылдауымен ерекшеленеді.
- Аудиторияларға ашықтық, есеп берушілік және әділдікке сеніп, медиа саласы тарайды.
- Пайдаланушылардың ақпаратқа қатысты белгілі бір талаптары бар: жеке, экономикалық, әлеуметтік және мәдени.

74

ТҰТЫНУШЫЛАР ҚЫЗМЕТТИ ЖЕТКІЗУШІ АЗАМАТТАРЫ РЕТІНДЕ

- Ақпараттық провайдерлер ақпараттық ресурстарды таңдағанда және іріктеудің негізгі критерийлері қандай?
- Ақпараттың жеткізушілері, мысалы кітапханалар ақпараттық ресурстарға қалай жазылады немесе олар кітаптар, мерзімді басылымдар және деректер базасын қалай алады?
- Мемлекеттік және жеке интернет-провайдерлер, соның ішінде ақпараттық провайдерлер қалай қаржыландырылады? Ақпараттық провайдерлер ақпараттық қызметтер көрсетуден түсетін табыстарды қалай алады?

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Осы мәтіннің мақсаты қандай?
- Бұл қалай құрылды?
- Оны кім құрады?

- Қандай аудитория үшін арналған?
- Оның негізгі мағынасы қандай?
- Кімге ол пайдалы және біз үшін қандай пайда әкелді?
- Менің қажеттілігіме қандай ақпарат бар?
- Мен осы қажеттіліктерімді қалай анықтаймын?
- Мені қызықтыратын ақпарат қолайлы нысанда бар ма?
- Егер жоқ болса, мен не істесем болады?
- Ақпаратты түсіну, ұйымдастыру, бағалау үшін не істеу керек?
- Осы ақпаратты оңай форматында пайдалануға не істеу керек?
- Ақпарат, оны қайта пайдалану, есепке алу және мұрағаттау қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін не істеу керек?

— ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

- Мәтінді таңдаңыз және жоғарыда айтылған сұрақтарды қойыңыз. БАҚ және медиа өндірістерді құру туралы осы мәтіннен не үйренуге болады; Ол негізгі идеялар қандай және оның мақсатты аудиториясы қандай?
- Жеке немесе кәсіби қызметін ойлап алыңыз. Өздерінің идеяларын жазып алыңыз. «Менің ақпараттық қажеттіліктерім қандай?» деген сұрақтан бастап, негізгі сұрақтарды қойыңыз.
- Сіз таңертең оянғанда және төсекке жатқан сәттен бастап, күні бойы не істеп, не қойдыңыз бәрін жазыңыз. Шағын топтарда Сізге барлық осы әрекеттерді орындау үшін ақпарат қажет пе? Талдаңыз. Әр әрекеттің жанында қандай ақпарат қажет екенін жазыңыз. Мысалы, сізге ауа райына сай киіну үшін, ауа райының температурасын білу керек, автобуска отыру алдында жолдардағы жағдайды білу керек, кредит алуға экономикадағы жағдайды білу қажет; күнделікті өмірде ақпарат қаншалықты маңызды?
- Талдаңыз. Шешімдер қабылдауға Сізге не көмектесті?
- Кітапхана немесе интернетті пайдаланып, ең танымал телевизиялық және радио бағдарламаларын, соңғы жылдарда берілген фильмдер немесе жарнамаларды қарап шығыңыз.

4-БЛОК. МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚ: ОҚЫТУ ЖӘНЕ ОҚУ

► ҰЗАҚТЫҒЫ: 2 сағат

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

Медиа және ақпараттық сауаттылық және оқыту мен оқу үдерістерінің негіздерін түсіну.

- Медиа және ақпараттық сауаттылықты оқытуда педагогикалық әдістерін пайдалану.
- Медиа және ақпараттық сауаттылық оқыту объектісі және құралы ретінде.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Осы модуль аяқталғаннан кейін, оқытушылар қабілетті болуы керек:

- медиа және ақпараттық сауаттылық оқытушылық оқу процестерін жетілдіру үшін үлес қоса алатын жолдарын анықтау;
- медиа және ақпараттық сауаттылық оқытуда пайдаланылатын педагогикалық әдістерді талдау;
- деректер педагогикалық әдістерді пайдалану негізінде жаттығулар ойлау.

ОҚЫТУ ӘДІСТЕМЕСІ ЖӘНЕ ПРАКТИКАЛЫҚ МІНДЕТТЕРІ

Педагогикалық әдістер және практикалық тапсырмалар:

«ТАҚЫРЫПТЫҚ ІЗДЕНІСТЕР ӘДІСІ»

Негізінде оқу тәуелсіз ақпарат ізденісі – бұл тәсіл білімгерлердің назарын аударады. Бұл тәсіл ақпаратты іздеу үшін оқыту проблемаларын жасау және студенттер жаңа білім мен дағдыларды алатын кезде шешім қабылдау процесіне байланысты көптеген іс-шаралар кіреді, іздеу келесі кезең арқылы өтеді: мәселенің тұжырымдамасы; оның байланған пікірлері мен ойларын анықтау; берілген сұраққа байланысты фактілер мен қағидаттарын түсіндіру, іздеу, ұйымдастыру, сондай-ақ деректерді талдау; мәселенің деректерін түсіндіру және шешу; әрбір қадам салдарын және нәтижелерін іс-қимыл және қайта қарастыруды білімгерге терең зерттеуге мүмкіндік береді, өйткені бұл әдіс, медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту үшін жасалған оңтайлы тәсіл.

Медиа және ақпараттық сауаттылықты оқытуда осы әдістің қолдану мысалдары, бастауыш және орта құжаттарды талдау арқылы медиа практикасына байланысты

этнографиялық зерттеулер арқылы кибербуллингті зерделеудің бұқаралық ақпарат құралдарында негізделген гендерлік және нәсілдік мәселелерін һәм жеке өмірге қол сұғылмаушылық туралы оқиды.

ПРОБЛЕМАЛЫҚ ОҚЫТУ

Проблемалық-бағдарланған оқыту – арнайы әзірленген бағдарламамен оқыту жүйесінде тәлімгерлердің пәнаралық білім мен дағдылары, сыни тұрғыдан ойлау, басқа да қабілеттері дамиды. Бұл оқыту әдісі университеттің медициналық факультетінде әзірленді. Онтарио, Канада McMaster және нақты өмір проблемаларын сыни және терең зерттеуге студенттерді тарту арқылы жеке және ұжымдық білімдерін жақсартуға бағытталған кооперативтік оқыту құрылымдық нысаны болып табылады. Медиа және ақпараттық сауаттылық мысалға қолданылатын проблемалық-бағдарланған оқыту нақты аудитория үшін тиімді әлеуметтік жарнамалық науқандарды дамыту болып табылады.

ҒЫЛЫМИ-ЗЕРТТЕУ

Әлемдік және ұлттық сипаттағы мәліметтер негізінде ғалымдар түрлі анықтамалар ұсынады. Бұл кез келген ғылыми зерттеудің негізгі кезеңдері: ескертулер жасау; фактілерді белгілеу; ғылыми-зерттеуді жоспарлау; эксперименттік дәлелдемелер аясында сынамалар, қолданыстағы білімді талдау; деректерді жинау, талдау және түсіндіру; көлемін дамыту; нәтижелерін жариялау. Бұл әдіс сондай-ақ медиа және ақпараттық сауаттылыққа мұғалімдерді бейімдеуге мүмкіндік береді.

77

КЕЙС-СТАДИ (ЖАҒДАЙДЫ ТАЛДАУ)

Кейс-стади белгілі бір жағдайды немесе іс-шараның терең зерттеуін қамтиды. Бұл студенттерге нақты жағдайларды зерттеуге көмектеседі. Теориялық білімдерін түсіну үшін нақты өмір жағдайын талдау Гарвард бизнес мектебі ұсынымдарымен әзірленді. Әдіс медиа және ақпараттық сауаттылықты оқыту үшін қолайлы. Ол жүйелі іс-шараларды талдау тәсілі, деректер жинау, деректерді талдау және өз кезегінде ғылыми-зерттеу тәлімгерлерді қызықтырады және зерттеу нәтижелерін дайындауға көмектеседі. Кейс зерттеу, сондай-ақ болжамдарын құру және тестілеу үшін қолданылады.

КООПЕРАТИВТІК ОҚЫТУ

Кооперативтік оқыту – ортақ мақсаттарға қол жеткізу үшін бірлесіп оқыту тәсілі. Кооперативтік оқыту жоба барысында неғұрлым күрделі нұсқаларды оқу-материалдық бөлікке дейін бөлшектейді, мұндай жағдайда білім алушылар арасында қарапайым бөліп оқыту әдісі қолданылады. Талқылау барысында іздеуде негізгі сұрақтар мен жауаптар үлесі, әрбір студент біраз уақыт мұғалім болған кезде бір-бірінен үйренеді. Оқыту бұл нысандарының барлығын тұжырымдамалық түсіністік пен жоғары деңгейдегі ойлау қабілетін дамытуға, сондай мақсаттарына жету бағытталған,

тұлғааралық дағдыларды дамыту. Оқыту мүмкіндігі мен студенттердің базалық білім деңгейі өзгереді. Бұл әдіс оқыту және БАҚ-пен жұмыс жасау мәдениеті үшін жарамды болып табылады. Ұжымдық оқыту мысалы кеңістікте бірлесіп жұмыс істеу болып табылады.

МӘТІНДІ ТАЛДАУ

Оқушылар түрлі медиа жанрлардың кодтарын және символдарын анықтау, мәтінді талдауға үйренеді. Бұл жерде негізгі ұғымдарды тереңірек талдауға бағытталған.

Мәтіндік талдау мазмұндық сипатта ғана емес, бұл түрлі жағдайларда жүзеге асырылады. Оқу үкіметтік жаттығулардың бірі ретінде пайдаланылуы тиіс.

Мысалы: қызығушылығы бойынша жүз медиа өнімнен үзінді таңдау тапсырылады. Бұл соңғы әзірлемелер, YouTube немесе онлайн бейне-жаңалықтардан бейне туралы есеп болуы мүмкін.

КОНТЕКСТІК ТАЛДАУ

Білімгерлер ұйымдар мен технологиялардың негізгі ұғымдарын, теориялық әдістерін қолданады. Контексте негізгі талдау жүргізу керектігін көрсетеді.

Осы саладағы контекстік талдау және оқу-әдістемелік мысалдары ойындар мен бейнефильмдерді теледидарда жіктеудің ұлттық жүйесін оқытады. Бұқаралық ақпарат құралдарының меншік және сөз бостандығы мен демократия туралы мәселелерді монополияландыру қатынастарын зерттеуге көмектеседі.

ТРАНСЛЯЦИЯ

Трансляцияда «хабар тарату» ақпараты бір ортадан алынады. Мысалы:

- жаңалық радио баяндамаларында университеттегі оқиғаны баяндайды;
- балалар фильмнен шағын үзінді көріп, білімгерлер бірнеше топтарға бөлініп қаралған сахнаға сәйкес келетін сценарий, камера бұрышын жазуы керек;
- сценарий тарихын түрлендіруге;
- оқитын қарапайым адамның өмірі туралы түрлі көрнекі материалдар жинау, осы адам туралы қысқа метражды деректі фильм жоспарлау.

ЕЛІКТЕУ

Имитациялық оқу бағдарламалары мен киноөндірісінде, бұқаралық ақпарат құралдары саласындағы стратегияларды реттеуде пайдаланылады.

БАҚ зерттеулерден көрінеді, басқаша айтқанда, аудиториядағы оқытушының ролін атқарады. Бұл стратегия педагогикалық процесс ретінде студенттермен талқыланады. Және оларды модельдеуді түрлі тәсілдермен орындауға болады:

- білімгерлер деректі экипаж мүшелері ретіндегі әрекеті жастар үшін ТВ шоу жұмысында қолданылады;
- білімгерлер интернет жарияланымдарын, радиожурналистерді немесе журналистерді бейнелейді;
- талапкерлер үшін университет өмірі туралы қысқа жарнамалық бейне жасап, университеттің маркетинг менеджерлері ретінде көрінеді.

АҚПАРАТТЫҚ ЖӘНЕ МЕДИА ӨНІМДЕРІН ҚҰРУ

Тыңдаушылар неғұрлым күрделі деңгейде субъектілерді жақсы түсіну үшін көтермелеу керек. БАҚ және ақпараттық контентті өндіру білімгерлер үшін практикалық тапсырмаларды зерттеу және жүзеге асыруға жол ашады. БАҚ мәтіндерді (мысалы, аудио, бейне және баспа мәтіндер) құруға ұмтылады. Студенттер өз идеялары мен көзқарастарын ұсыну, шығармашылық және өзін-өзі көрсету барысында оқи алады.

— ПРАКТИКАЛЫҚ МІНДЕТТЕРІ

- Жоғарыда сипатталған 10 кез келген мысалды табуға және сипаттауды тәлімгерлерден сұрау көзделеді.
- Мұғалімдер оларды үйлестіре отырып, осы стратегиялар жұмыс істейтін жаттығулармен дамыту үшін қолданады.

79

АҚПАРАТ КӨЗДЕРІ

- Civic Education for Media Professionals: A Training Manual, <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001804/180402e.pdf>.
- Understanding Informational Literacy: A Primer, <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf>.
Big6, www.big6.com.
- Media Development Indicators: A framework for assessing media development, <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf>.
- Committee of Concerned Journalists, www.concernedjournalists.org/tools/principles/rights.
- Journalism.org, <http://www.journalism.org/resources/principles>.
- Media Education: A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals, <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf>.
- Towards Information Literacy Indicators: Conceptual Framework Paper, www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/InfoLit.pdf.



2-МОДУЛЬ. ЖАҢАЛЫҚТАР, БАҚ ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҢ ЭТИКАЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ

80

«Журналистиканың негізгі міндеті – адамдар өздерін еркін сезініп ақпарат алуы, шындықты айту».

Джек Фуллер

ПРЕАМБУЛА

Жаңа ақпараттық, коммуникациялық технологиялардың жетілуі және дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары (радио, теледидар және газет) әсерінен ақпарат қолжетімді болды, шапшаңдық бірнеше есеге өсті. Мынау ақпараттық заманында, БАҚ журналистері, ақпараттық жұмысшылар мен қызметкерлер (жаңа және ескі де) тікелей адамдардың тәжірибесі шеңберінен шықпайтын, ақпаратқа қол жеткізуді қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады.

Бұл модуль біздің жеке өмірімізге және демократиялық қоғам өміріне (жаңа және дәстүрлі) бұқаралық ақпарат құралдары мен басқа да ақпарат провайдерлер ролі мен функциясын қарастырады. Біз осындай демократиялық бостандықтары мен ақпараттық-этика, патронаттық азаматтық жауапкершілік және азаматтығы, сондай-ақ ашықтық және есептілік қағидаттарына дамыту және сақтау дамыту мәселелері бойынша сөз қозғадық. Біз сондай-ақ, бұдан былай өмірдің қарапайым айна картографиялық құжаттарыңызды шектелген бүгін, БАҚ ролін талдау және қоғамдық талқылау және

азаматтық келісімді орындау үшін ұйымдастырушы тексерулер мен құралдар принципін іске асыру мониторингі үшін «Manager» ақпараттық жүйесін функцияларын өзіне алды. Бұл модуль оқытушылары ақпарат және пікір білдіру еркіндігі, соңғы оқиғалар туралы есеп дәлдігі, есептілік пен ашықтық құнына байланысты мәселелерді талдауға көмектесу үшін арналған.

Мақсатты және пікір алуандығының арқасында, біз шұғыл сыни жаңалықтар мен ақпараттық түрлерін, көздерін бағалау қажеттігін сезіндік. Медиа және ақпараттық сауаттылық қалыптасуы, мұғалімдердің талдау және бағалау критерилері бойынша, олар күнделікті жаңалықтарды алуға, сондай-ақ плюрализм принципі негізінде, шыншыл және дәл есептерді қолдау еркіндігін және тәуелсіз бұқаралық ақпарат құралдарына ұсынуды талап етіп, олардың белсенді азаматтық позициясын көрсету үшін алады.

Блоктар

1. Журналистика және қоғам
2. Еркіндік, этика және жауапкершілік
3. Жаңалықтар мәні: критерийлерді талдау
4. Жаңалық құру процесінде «кім, қайда, қашан, қалай» деген сұрақтардың қойылуы

1-БЛОК. ЖУРНАЛИСТИКА ЖӘНЕ ҚОҒАМ

► **ҰЗАҚТЫҒЫ** 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- «Сөз бостандығы», «баспасөз бостандығы» терминдерінің практикалық және эволюциялық ұғымдары.
- Қоғамдағы журналистика мақсаты мен демократияны (еркіндік, азаматтық жауапкершілік және айқындық) нығайтудың ролі.
- Ұлттық және халықаралық ауқымдағы ролі мен журналистердің міндеттері (мысалы, айна функциясы, реттегіш, бақылау жүйесі, ұйымдастырушы).
- Информатикалық этиканың ролі.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

- Ұғымдардың эволюциясын және «сөз еркіндігі» мен «баспасөз еркіндігі» терминдерінің тәжірибелік қолданылуын бағамдау;
- Журналистиканың мақсаттарын және оның демократияны нығайту мен жауапты басқарудағы рөлін анықтау;
- Ұлттық және халықаралық деңгейде және қоғамдық мүдделер тұрғысында журналистер және ақпарат қызметкерлерінің ролі мен міндеттерін бағалау.

ПЕДОГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕР МЕН ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

«Өркениет тудырған көптеген идеялардың ішінде ең мықтысы адамдар өздерін өздері басқара алады деген пікір болды. Бұл пайымды қолдау бағытында онша түсінікті емес ақпарат теориясы, журналистика ұсынылған болатын. Олар енді бірге даму мен құлдырауды бастан кешіріп келеді».

Билл Ковач және Том Розенстил, «Журналистика негіздері»

82

Пікір білдіру еркіндігі немесе сөз бостандығы деп танымал ұғым адам әлеуетін толық жүзеге асыруға керекті фундаментальді құқықтардың бірі және басқа құқықтар мен еркіндіктің, әлеуметтік-экономикалық дамудың негізі болып саналады. Алайда пікір білдіру еркіндігі ақпаратпен, идеялармен тиімді бөлісетін жалпы көпшілік алаңдарынсыз өмір сүре алмайды. Осы жерде мұндай алаңдарды ұсынуда медиа маңызды рөл ойнай бастайды. Алайда бұл мақсатты жүзеге асыру үшін медиа мемлекеттік немесе үкіметтік бақылаудан тәуелсіз болуы керек. Өз кезегінде, реттеуден еркіндік журналистерге этикалық нормаларды сақтауды міндеттейді. Оларды реттеу үшін журналистика стандарттарын анықтайтын кәсіби этика ережесі жасап шығарылған болатын.

Егер оқуды ұйымдастырушы орынды деп санаса, ол педагогтарға журналистерден сұхбат алып, олардың журналистиканың демократияны жандандыру мен қолдаудағы рөлі туралы пікірлерін анықтауға тапсырма бере алады. Сұхбат беретін журналистерден ұлттық және халықаралық масштабта медиа шешуші рөл атқарған оқиғаларды мысал ретінде келтіруді және медиа иелері мен қоғам қызығушылықтары арасындағы келіспеушіліктерді реттеу үдерісін сипаттауды сұрау керек. Әрі қарай, педагогтар медианың нақты рөлін, медианың жұмысының әдісін және олар көтерген негізгі мәселелерді қамтитын 2 бет көлемінде баяндама дайындаулары керек.

— ПРАКТИКАЛЫҚ ТАПСЫРМАЛАР

- Оқытушыларға «сөз бостандығы» және «баспасөз еркіндігі» тақырыбындағы термин эволюциясын зерттеп, төмендегілерді қамтитын есеп дайындау қажет:
 - тарихи дата эволюциясындағы «сөз бостандығы» және «баспасөз еркіндігі» терминдерінің теория және практика жүзінде қолданылуы;
 - баспасөз еркіндігі мен демократияға елеулі үлес қосқан медиа агенттіктердің аттары мен журналистердің есімдері;

- медиа басылымдарда жетекші рөл атқарған тарихи демократиялық қозғалыстың оқиғалар тезбесі;
- Егер оқытуды ұйымдастырушылар орынды деп санаса, ол оқытушыларға демократияның қоғамдағы орны туралы журналистер көзқарасының рөлін анықтауға байланысты тапсырма бере алады. Сұқбат алып отырған журналистерден медиа басшылары мен қоғам арасындағы қарама-қайшылықты сараптап, ұлттық және халықаралық дәрежеде медианың қандай шешуші рөл атқарғаны туралы ақпарат алғаны жөн. Сонымен қатар оқытушы медиа жұмысының әдісі мен қозғалған тақырыптар төңірегінде, медианың нақты рөлі туралы 2 беттік есеп дайындауы қажет.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- Дерек жинау немесе сұхбат алудың көрсеткіші туралы есеп
- Эссе немесе сұрақтар блогы, медиамен және демократиямен байланысты
- Ұжымдық оқу шараларға қатысу (семинар, сыныптағы пікірсайыс)

ОҚУҒА АРНАЛҒАН ҚОСЫМША ТАҚЫРЫПТАР

- Баспасөзді бақылау кейс-бөлімі
- Жариялықты журналистикамен салыстыру.

2-БЛОК. БОСТАНДЫҚ, ЭТИКА ЖӘНЕ ЖАУАПКЕРШІЛІК

► **ҰЗАҚТЫҒЫ** 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Баспасөз бостандығы, өзін-өзі тәрбиелеу және ақпарат, инфоәдеп
- Әдеп кодексі, жұмыс ережесі мен қалыптылығы және жаңалықтар редакциясындағы ғаламдық құндылықтар: журналистке арналған нұсқаулық және мамандарға ақпарат
- Жаңалық жинау мен іріктеудегі журналистика әдебі (әдеп туралы комитеттер, омбудсмен, тәуелсіз баспасөз туралы кеңес, баспасөзге шағым білдіру комиссиясы.
- Баспасөз бостандығы жақтастары және медианың бақылау жүйесі.
- Азаматтың құқығы мен міндеті: журналиспен азаматтар арасында байланыс орнату.
- Азаматтардың жауапкершілігі мен қолданушы контенті

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл модульді оқып болған соң, педагогтар мыналарды білулері тиіс:

- Баспасөз бостандығының көпсалалы принциптерін сипаттау, сөйлеу бостандығы және ақпарат бостандығы, соңғы оқиғалардың репортажда көрініс табуы

- Әдеп нормалылығын қолдануды сараптау, журналистер мен ақпарат саласы қызметкерлерінің жекелей, кәсіби, ғаламдық деңгейдегі ережесі.
- Баспасөз бостандығы жақтастарының рөлін және жұмысты қамтамасыз етуде медианы бақылау жүйесі баспасөз бостандығы мен жауапкершілігін қамтамасыз ету мен қорғау жұмысындағы медианы бақылау жүйесін түсіну.
- Журналист және ақпарат саласы қызметкерлері жұмысымен бір арнада тоғысатын азаматтардың құқықтары мен міндеттерін түсіндіру.
- Медиа мазмұн мен демократиялық көпшілік пікірталастарын жасау үдерісіне белсенді қатысушысы ретінде азаматтар мен кәсіби емес журналистердің ауыспалы рөлі мен азаматтардан келетін ақпараттарды түсіну мен талдау.

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕР МЕН ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

«Сайып келгенде журналистика дегеніміз – бұл мінездің көрінісі»

Билл Ковач және Том Розенстил, «Журналистика негіздері»

Егер мемлекет медианы қадағалауға тырысса, онда олар журналист тәуелсіздігін бұзып, оқиғаны өздері қалағандай етіп көрсетеді. Бірақ медиа әлеуметтік субъект ретінде қоғамда үлкен билікке ие болу мүмкін. Сондықтан егер журналист өз бостандығын мемлекет бақылауынан және реттеуінен тәуелсіз болғысы келсе, онда олар өздерінің журналист кодексі мен жаңалықтар және оқиғаларды жарыққа шығарудағы кәсіби стандарттарын бекітулері тиіс.

84

ЖУРНАЛИСТІК ӘДЕП КОДЕКСІН ҚОЛДАНУ

- Журналистер қабылдаған мінез әдеп кодексін оқу (бұл халықаралық федерациялық журналистер қабылдаған кодекс болуы мүмкін).
 - Неге әдеп кодексі сыртқы серіктестер немесе билікпен емес кәсіби қауымдастықтың барлық мүшелерімен жекелей келісіліп барып, бекітілуі керек екендігін талқылау.

АҚПАРАТ ҚЫЗМЕТКЕРЛЕРІ ҮШІН КӘСІБИ ӘДЕП КОДЕКСІН ҚОЛДАНУ

- Ақпарат жұмысшылары – кітапханашы, мұрағатшылардың кәсіби әдеп кодексін оқыңыз, сонымен қатар олардың басты құндылықтары мен принциптерін ұғыныңыз (мысалы, мұрағатшылардың кәсіби әдеп нормасы әртүрлі елдердегі кітапханашылар, мәселен, Американа кітапхана бірлестігімен әзірленген)
 - Жеке меншік құқыққа байланысты ақпарат әдебін талқылау.
 - Ақпарат әдебінің жеке адам қабылдайтын шешімге, кәсіби тәжірибеге және мемлекеттік саясатқа әсерін талқылау.
 - Әдеп принциптеріне жаңа ақпарат форматтарының әсер етуін талқылау.

— ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

- Оқытушыға «Үй бостандығы» бостандық баспасөзінен (Freedom of the Press Index, (www.freedomhouse.org)) іздеу жұмыстарын жүргізу және «Шекарасыз репортерлар» дүниежүзілік баспасөз бостандығы орталығы (Worldwide Press Freedom Index of Reporters Without Borders), немесе аймақтық баспасөзден өз елінің рейтингісін анықтау тапсырылады.

Төменде көрсетілген критерий бойынша:

- теле, радио арналардағы ақпарат бостандығы деңгейі
- медианың құқығы
- журналистерге саясаттың ықпалы
- ақпаратқа әсер ететін экономикалық фактор
- цензураның болуы, медианың цензурасы
- журналистер мен медиаға қарсылық
- медиаға мемлекеттік монополияның болуы.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- Жазу бостандығы бұзылған және бейәдеп мінездер жазылған журнал.
- Әдеп кодексі, азаматтық журналисттер репортажы, баспасөз бостандығы бойынша рейтинг.
- Сұхбат, телевизиялық фильм қарау қорытындысы бойынша аналитикалық мақала.

85

ОҚУҒА АРНАЛҒАН ҚОСЫМША ТАҚЫРЫПТАР

- Халықтың ақпарат және бостандық ақпарат принциптері туралы құқы
- Ақпарат бостандығы, халықаралық келіссөз, келісім, декларация және хартия, ұлттық заң
- Декларация, хартия, заңға рұқсат және ақпарат туралы сұрақтарға бағдар

3-БЛОК. ЖАҢАЛЫҚТАР МӘНІ: КРИТЕРИЙЛЕРДІ ТАЛДАУ

► Ұзақтығы 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Жаңалықтар тартымдылығын бағалау және олардың бағамдары
- Жаңалықтар туралы пайымдарды дайындауда келтірілетін дәлелдемелер

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

- Жаңалық ақпаратына қызығушылықты және көрсетіліп отырған оқиға, тұлға, идея және т.б. құндылығын бағалауда қолданылатын критерийлерді сипаттау;
- Ақпараттар туралы пайымдарды келтіру мен олармен жұмыс жасауда қолданылатын негізгі ұстанымдарды талқылауда сыни әдісті қолдану.

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕР МЕН ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

«Бізге жеткен журналистика теориясы синтез, тексеру мен айшықты тәуелсіздікке негізделген жаңа ғасыр журналистикасының негізін қалыптастырады».

Билл Ковач және Том Розенстил, «Журналистика негіздері»

Журналистер көп ақпарат арасынан негізгі ойды алып, оларды ұйымдастырып негізгі сұрақтарды ажыратып, аудиторияға түсінікті етіп көрсетуі тиіс

МӘТІН ТАЛДАУЫ

86

- Оқытушы сюжет маңыздылығына байланысты жетекші газеттің (немесе оның онлайн нұсқасы) негізгі бетіне шыққан әрбір сюжеттің оқиғалық құндылығына сараптама жасауы тиіс. Төмендегі критерийлер есепке алынуы тиіс:

- уақытында орындау
- маңыздылық
- қатысу
- адамдық қызығушылық
- қажеттілік
- шыншылдық, дәлдік
- қоғамдық қызығушылыққа сәйкес болу
- халықты ақпараттандыру, оларды басқару емес
- барлық жақтан ақпараттың толық болуы
- ақпараттың жан-жақтылығы

Бұдан кейін оқытушы факторлық тұрғыдан талдауы тиіс.

Мақаланы орналастырғанда шрифт көлемі, суреттерге, қойылған қолға мән берілуі тиіс.

КОНТЕКСТІ САРАПТАМА

- CNN, AL-GAZEERA арналарында ақпараттың дәл қандай датада шығатынын және тәсілдерін салыстыру.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- Сараптама қорытындысы бойынша жазылған аналитикалық мақала

ОҚУҒА АРНАЛҒАН ҚОСЫМША ТАҚЫРЫПТАР

- Орта (саяси, экономикалық факторларға, жаңалықтарға әсер ету)
- Ортаның баспа процесі мен жаңалық бағасы әсері
- Ақпараттың ғаламдық ағымы және жаңалықтарды қалыптастыру

4-БЛОК. ЖАҢАЛЫҚТАРДЫ ҚҰРУ ПРОЦЕСІ: «КІМ, НЕ, ҚАШАН, ҚАЙДА, НЕГЕ ЖӘНЕ ҚАЛАЙ?»

87

► ҰЗАҚТЫҒЫ 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Жаңалықтарды сәйкестендіру және сюжет қалыптастыру
- Журналистикалық миссия тұрғысынан ақпарат сенімділігін тексеру

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл модульді оқып болғаннан кейін педагог мыналарды білуі тиіс:

- Материалды жинақтау және дайындау идеясынан бастап жаңа хабарламаларды құру кезеңін сипаттау
- Енжар журналистикадан айыратын журналистиканың шынайылығын тексеретін басты принциптерін және жаңа материал құруда оны қолдану әдістерін түсіну.

- Журналист стандарттарына сәйкес келетін әдістерді сараптап, дәлдік пен сенімділікті қамтамасыз ету.
- Журналист пен ақпараттар көздері, редакторлар мен медиа жетекшілері арасындағы байланысты түсіндіру және түсіну.

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕР ЖӘНЕ ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

«Офиске газет келгендегі жағдайда күн жаңалығы дәйектер, насихат, өсек, күдік, ілік, үміт пен қорқыныштан тұрады, осы тұста демократияның шынайы қасиетті миссиясының бірі – бұл жаңалықты іріктеу және бір тәртіпке келтіру»

Уолтер Липпманн (Walter Lippmann), News Reporting and Writing

МЕДИА КОМПАНИЯҒА ТАНЫСУ САПАРЫ

Медиа компанияға саяхат сабақ жасауға болады. Басшымен немесе аға редактормен сұхбаттасып, жаңалықтың редакцияда қалай жазылатынын көреді. Соңында көріп-білгені бойынша сараптамалық мақала жазады.

88

БӨЛІМ ТІЛШІСІНІҢ БІР КҮНІ

Тәжірибеден өтуші барлық іс-шаралар барысында тілшінің жанында болып, мынадай жайттарды пысықтайды: а) жаңалықтардың қандай элементтері анықталып және жазылып алғанын бақылау, оларды өткен оқиғалармен салыстыру (немесе барлық жиналған деректерді талдау); б) тілші бұл сюжетті қалай бергені, және неліктен дәл осы әдіспен жасағанын түсіну (оқиғалардың мәнін ол туралы ақпаратқа айналдыруы).

МӘТІН САРАПТАМАСЫ

- Оқытушы өзекті мәселе немесе оқиға бойынша газет материалдарын қарастырып, берілген ақпаратты оқиды. Жаңалықтарды сәйкестендіру факторлары мен процесін есепке ала отыра, сюжетті бекітіп, ол өзінің берер бағасын түсіндіруі керек:
 - Жаңалық элементтері («кім, не, қашан, қайда, неліктен және қалай» сұрақтары) және олардың анықтамасы: жаңалықтар – бұл мағынасы бар деректер (негізгі кейіпкерлер кім, қандай сюжет таңдалды, оқиғалардың себептері немесе салдары, әңгімелеу сапасы);
 - Журналистика «оқиғаны белгілі мақсатпен баяндау» ретінде: адамның күнделікті өміріне қажетті ақпараты іздеу, оған мағына беру, сәйкестілік пен тартымдылық енгізу»

Оқытушы тексерудің негізгі принциптеріне: өзінен ештеңе қоспау, оқырмандарды алдамау, әдістер мен себептер барынша түсінікті болу керек, өзінің ақпаратты дайындау тәсіліне сүйеніп, ақпараттың шынайылығын тексеруі керек.

Сонымен қатар оқытушы тексеру әдістерінің кемінде біреуін қолдануы тиіс: скептикалық редакциялау, нақтылықты тексеруге арналған бақылау парағы, болжамды фактілерді тексеру әдістері, ақпарат көздерінің жасырындылығы, т.б.

МЕДИА ӨНІМ ШЫҒАРУ

- Курс координаторы немесе инструктор мектеп басылымының (немесе радиосының) кеңесшісімен келісіп, студенттерге келесі басылымның немесе бағдарламаның жоспары ұсыну мүмкіндігін береді. Бұл жоспарда болашақ мақалалар немесе репортаждардың орналасуы, оларды қосу негіздері, әр репортаждың тақырыбы және оларды ашудың мүмкін нұсқалары бар болуы тиіс.

МЕДИА ЖУРНАЛ

- Оқытушы күнделік немесе журнал жүргізіп, күнделікті тақырып бойынша (мысалы, берілген ақпараттың құндылығы, жаңалықтар жайлы ойы, олардың шынайылығын тексеру критерийлері, азаматтық журналистердің репортаждары) не байқағанын жазуы тиіс, бұны курс соңында, қорытындыда пайдаланады.

89

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- Медиа журнал;
- Медиа өнім шығару;
- Танысу сапары, мәтінді туралы таныстыру есеп беру;
- Ұжымдық оқу шараларына (семинар, дискуссия) қатысу.

ҚОСЫМША ОҚУҒА АРНАЛҒАН ТАҚЫРЫПТАР

- Жаңалық көзі және жаңалықтарды жинау әдісі (ИКТ қолдануды қосқанда)
- Ақпарат берудегі талғам.

АҚПАРАТ КӨЗДЕРІ

- Joseph, Ammu. (2005): Media Matters Citizens Care. URL: http://portal.unesco.org/ci/en/files/19137/11164945435advocacy_brochure.pdf/advocacy_brochure.pdf (дата обращения: 17.05.2011).

- Article 19. (1999, June). Right to Know: Principles on Freedom of Information Legislation. International Standards Series. URL: www.article19.org/pdfs/standards/righttoknow.pdf (дата обращения: 17.05.2011).
- ASLIB Training Suite. Freedom of Information. (2004). URL: <http://www.aslib.com/training> (дата обращения: 15.02.2004).
- Bertrand, Claude-Jean. (2003). Media Ethics and Accountability Systems. New York: Hampton Press.
- Coblenz, W. (Producer) and Goldman, wW (Writer). (1976). All the President's Men (Film). Warner Bros.
- Committee to Protect Journalists, URL: <http://www.cpj.org>.
- Dominick, J. R. (2007). The Dynamics of Mass Communications. 9th ed. Boston: McGraw-Hill.
- Humanext. Ethics Trainings. (2009). Ankerstar and Dalke's Balancing Personal and Professional Ethics (programme with Trainer's Guide, reproducible exercises, handouts, case studies); Dr. Louis V. Larimer's Seminar on Ethical Reasoning (with Ethical Type Indicator Profile and Training Manual). URL: <http://www.newtrainingideas.com/ethics-training.html> (дата обращения: 22.04.2009).
- Kovach, B. and Rosenstiel, T. (2001). The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. New York: Three Rivers Press of Random House.
- Mencher, Melvin. (2006). News Reporting and Writing (10th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Mendel, Toby. (2008). Freedom of Information: A Comparative Legal Survey (2nd ed.). Paris: UNESCO, URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001584/158450e.pdf>.
- Poynter Institute, URL: <http://www.poynter.org>.
- Reporters sans frontières, URL: <http://www.rsf.org>.
- Rosenstiel, Tom and A. Mitchell (eds). (2003). Thinking Clearly: Cases in Journalistic Decision- Making. New York: Columbia University Press.
- State of the News Media, URL: <http://www.journalism.org>.
- Ward, S.J.A. (2005). Philosophical Foundations of Global Journalism Ethics. Journal of Mass Media Ethics 20:1, 3-21.
- Woodward, Bob and Carl Bernstein. (1974). All the President's Men. New York: Simon and Schuster.
- UNESCO (2009). Guidelines for Broadcasters on Promoting User Generated Content and Media and Information Literacy. Paris: UNESCO, URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001871/187160e.pdf>.
- UNESCO (2007). Model Curricula for Journalism Education for Developing Countries and Emerging Democracies. Paris: UNESCO, URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209e.pdf>.
- University of Kansas. History of American Journalism (2009). URL: <http://ehub.journalism.ku.edu/history/1920/1920.html> (дата обращения: 22.04.2009).



3-МОДУЛЬ. МЕДИАДА АҚПАРАТТЫ ҰСЫНУ

«Біз айналамыздағылардың көзіне қандай болып көрінсек, ішінара олардың бізге деген қарым-қатынасын көрсетеді: адамдарға біздің қарым-қатынасымыз біз оларды қалай қабылдайтынымызға байланысты; біздің көзқарастарымыз өкілдікпен анықталады».

Ричард Дайер (Richard Dyer), *The Matter of Images*

91

ПРЕАМБУЛА

Медиадағы өкілдік түрлі формаларды қабылдауы мүмкін. Біз бейнелерге толы әлемде өмір сүреміз. Күн сайын бізді медиаөкілдіктер қоршайды (веб-сайттарда, телевизияда, көркем фильмдерде, жаңалықтарда, кітаптарда).

Тілшілер, авторлар, видеооператорлар, жарнамашылар, баспагерлер мен кинематографистер бейне, дыбыс және жазба тілді белгілі бір оқиға, зат немесе сұрақ туралы ақпарат беру үшін қолданады. Әдетте сюжеттерді дайындау мен оларды көрерменге көрсету барысында оларға шектелген уақыт, аудан, ресурс және нақты редакциялардың шектейтін шарттарымен жұмыс істеуге тура келеді. Сондықтан нақты репортаж немесе ақпаратта жарық көрген оқиғалар немесе сұрақтарды адамдардың ұлты, жынысы, гендерлік айырмашылығы, жасы сияқты ерекшеліктеріне назар аудара отырып, жаңаша беру қажеттілігі жиі орын алады. Медиадағы бұл қайта өңдеу аудиторияға ұсынылатын контентті таңдауға байланысты. Бұндай жинақ көбіне субъективтіліктен ада емес және ярлықтар жапсыру мен шектеулі ұстанымдар немесе қатынастарды ақтау үшін

қолданылатын стереотипті немесе аса жеңілдетілген түрде ұсынуға алып келеді. Журналист тарапынан бұл әрекет қасақана да, абайсызда да жасалуы мүмкін. Бұл ақпарат алушының (оқырман, көрермен немесе тыңдарман) интерпретациясы болуы да мүмкін. Егер медиа және өзге де ақпарат берушілер қолдау көрсету, қақтығыс тудыру, кемсітуді білдіру құралы болса, олар өздерінің істеріне өзге де әлеуметтік субъектілермен бірдей жауапкершілік алулары тиіс. Басқа жағынан алып қарасақ, медиа қоғамдық дебаттың платформасы болып табылады, және бұл статуста олар пікірталастар мен ақпаратты қандай да бір партия не мемлекет тарапынан ешқандай тексерусіз беруге құқылы.

Медиа және өзге де ақпарат берушілер әлеуметтік контекстте жұмыс істейтінін және бұл әлеуметтік контекст аясында әлеуметтік серіктес болатынын ұмытпау керек. Қоғам медиаға әсер етеді, бірақ медиа да қоғамға әсер етеді. Белгілі медиа жұмыс істейтін нақты ұлттық контекстіні тереңірек талдау керек.

Медиа және ақпараттық сауатты болуға ұмтылуда біз медиа бейнелерді немесе өкілдіктерді оқып үйренуіміз керек және тек оқиғалармен қамту және медиа мәтінді талдау ғана емес, сонымен қатар бұл басылымда бар және біз байқамайтын контекстіні де қарастыру қажет. Қоғамды басқару және қоғамдық өмірді реттеу бойынша үлкен мүмкіндіктерге ие бола тұра, медиа сюжеттердің түрлі нұсқаларын ұсына отырып, қоғамды бейнелейтінін түсіну маңызды.

Медиадағы көптеген салалар түрлі аймақтарда өз еріктерімен медианың сенімді және әртүрлі мазмұнға деген міндеттемесін қамтамасыз етуге арналған плюрализм кодекстерін әзірлеген. Медианың көптеген салаларында ұлттық немесе этникалық тиесілілік, жас, жыныс, физикалық қабілеттер немесе отбасылық жағдайға байланысты кемсітетін немесе жала жабатын материалдарды қолдануға тыйым салатын этикалық кодексті ұстанады.

Бұл модуль келесі негізгі сұрақтарды қарастыруға арналады: дұрыс емес репрезентациядан кім жеңеді және бұл жағдайда кім жеңіледі, оқиғаларды беру біздің өзіміз және өзгелер туралы ойға қалай әсер ететінін, біздің біліміміз бен қоршаған ортаны түсінуімізге қалай әсер ететініне бағытталған.

Блоктар

1. Оқиғалар туралы репортаждар мен бейнелердің әсері.
2. Плюрализм мен репрезентация сұрақтары бойынша профессионалды кодекстер.
3. Теледидар, фильмдер, кітап басылымдары.
4. Репрезентация және музыкалық видео.

1-БЛОК. ОҚИҒАЛАР ТУРАЛЫ РЕПОРТАЖДАР МЕН БЕЙНЕЛЕРДІҢ ӘСЕРІ.

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 3 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Кейс-стади: оқиғалар туралы репортаждар.
- Визуальді бейнелердің күші.
- Табиғи апаттар туралы ақпарат беру.
- Гендерлі аспектілердің репрезентациясы.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл модульді меңгергеннен кейін оқытушылар:

- жаңалықтарда нақты оқиға туралы ақпараттың репрезентациясын талдай білу;
- басты медиа таратушы хабарламаларымен салыстырғанда балама сипаттауды ұсынатын репортаждарды талдау;
- ақпараттың берілу тәсілдерінің аудиторияға әсерін бағалау;
- медиа мен ақпараттық жүйелердегі гендерлік сұрақтардың берілуін талдай алулары керек.

ОҚЫТУ ӘДІСТЕМЕСІ ЖӘНЕ ПРАКТИКАЛЫҚ МІНДЕТТЕРІ

- Визуальді медиаға деген тәуелділігімізге байланысты сыншылар медиада белгілі оқиғалардың, соның ішінде, табиғи апаттардың қалай берілуіне алаңдайды. Медиада ағымдағы оқиғалар мен мәселелер қалай берілетінін талдап, осы алаңдаушылықтардың қаншалықты ақталғанына баға беріңіз. Табиғи апатқа ұшыраған адамдардың бейнелерін көрген кезде алатын әсерді талқылаңыздар. Негізгі және балама медианың журналистері оқиғалардың эмоционалдық әсерін жеткізу үшін қандай тәсілдер қолданатын қарастырып, ойланыңыз.
- Жаңалықтарда берілген апатты оқиғаны, мысалы, Гаитидағы жер сілкінісі, Азиядағы цунами немесе Руандағы геноцидті қарастырып, талдаңыз. Сіздің зерттеуіңіз жаңалықтарда берілген суреттер, берілген оқиғамен байланысты адамдар мен мәселелер репрезентациясына сүйенуі керек. Мұғалімдер Интернетте іздеу жүргізуіне байланысты бұқаралық ақпарат құралдарында пайдалы нұсқасын таңдауға болады. Оқиғалар мен репрезентацияларды егжей-тегжейлі талдау үшін төмендегі кеңестерді пайдаланыңыз:

- Телевизия мен газеттерде берілген ақпараттарды сипаттаңыз. Көп кездесетін суреттерді таңдаңыз. Түсіру нүктесін, сурет композициясын, кадр типтерін, кадрде кім немесе не бейнеленгенін ескере отырып, бұл репрезентациялардың қалай пайда болғанын анықтаңыз;
- Бұл суреттер бізге не айтады? Қандай оқиғаны баяндайды? Бұл суреттердің қоғамдық мақұлдаудан өту мүмкіндігін бағалаңыз. Аудиторияға қандай әсер етуге қабілетті? Суреттердің көрерменге берген әсері мен оқиғаға қатысын талдаңыз;
- Сурет ретінде берілген ақпарат адамдардың есінде қала ма, соны талқылаңыз. Суреттердің біздің жадымыздан визуальді бейнелері жоқ ақпаратты өшіру қабілетін қарастырыңыз. Бұл азаматтық ұстанымды дамытуда қандай салдары болуы мүмкін?

ГЕНДЕРЛІК ТЕҢДІК ЖӘНЕ ӘЙЕЛДЕР ҚҰҚЫҚТАРЫ

- Даму бойынша халықаралық ұйымдардың (қатарында БҰҰ да бар), ұлттық үкіметтер мен аймақтық билік органдардың және азаматтық қоғам ұйымдарының күн тәртібінде гендерлік сұрақтардың маңыздылығы өсуде. 1995 жылы әйелдер жағдайы туралы БҰҰ 4 Халықаралық конференциясында қабылданған Пекиндік декларация мен Әрекет платформасы медианың қоғамдық өмірдің барлық салаларында гендерлік теңдікті қорғаудағы басты рөлін атап өтті. Барлық мүдделі тұлғалар «әйелдерге деген стереотипті көзқарасқа және әйелдердің коммуникациялық жүйелерге, әсіресе медиа жүйелерге қол жеткізудегі теңсіздікке» қарсы күштерді біріктіруге шақырылады.

94

- Медиа мен өзге де ақпарат тасушылардың (мысалы, кітапханалар, мұрағат және интернет) Декларацияда тұжырымдалған мақсаттарға жетудегі рөлін атап өту керек. Оқу аудиториясында пікірталас ұйымдастырып, келесі сұрақтарға жауаптарды талдаңыздар: медиа және өзге де ақпарат тасушылар жыныс ерекшеліктерін есепке алатын сұрақтарға реакциясын өздерінің қабілеттеріне қалай дұрыс баға бере алады, азаматтық қоғам өз кезегінде олардың реакциясына қалай баға береді; медиа гендерлік теңдік мәселесінде тек ақпарат аударушы ғана ма әлде Пекиндік декларацияны жүзеге асыратын субъектілердің бірі ме?
- Көптеген жылдар бойы бүкіл әлемдегі қызығушы тұлғалар гендерлік теңдік пен әйел құқықтарына байланысты сұрақтарды шешудегі медианың рөлінің өсуіне назар аударған. Медиа және ақпараттық сауаттылық медиа және ақпараттық жүйелердің тұтынушыларына қажет және медианың жыныс сұрақтарына баса назар аударуға әсер ете алады. Медиа және ақпараттық сауаттылықтың арқасында аудитория (оқырмандар, көрермендер, тыңдармандар) медиа және ақпараттық жүйелерді бағалауға қажет құзыреттілікке (білім, дағдылар және өнімділік) ие болады.
- Оқытушыны кішігірім зерттеу жүргізіп, төменде берілген кейбір сұрақтарға жауап беруін сұраңыз. Сіздің еліңіздің медиа ұйымдары медиа және ақпараттық сауаттылықты қолдаумен айналыса ма? Ол жұмысты қалай жүргізеді? Ол жұмысты атқаратындығын қандай фактілер растайды? Егер мүмкін болса, сөздеріңізді мысалдармен растаңыз. Медиа және ақпараттық сауаттылық гендерлік теңдік сұрақтарын шешуде қалай көмектесе алады? Сіздің еліңіз бен қалаңызда гендерлік теңдік сұрақтары бойынша қандай жергілікті дамыту бағдарламалары жүзеге асырылады? Бұл бағдарламаларды жүзеге асыруда қандай мәселелерге тап боласыз, бірнешеуін атап өтіңіз. Медиа және өзге де ақпарат тасымалдаушылар бұл жобаларға қаншалықты көп қатысады? Гендерлік теңсіздік сұрақтарын

жаңалық беретін медианың негізгі блогына орналастырып, әйелдердің репрезентациясының жақсарту мақсатында медиа және ақпараттық сауаттылықтың қандай шығармашылық әдістерін қолдана алады? Осы және өзге сұрақтарға жауап беріп, бар тәжірибе мен практикалық мысалдарды талдай отыра, гендерлік теңдік, медиа және ақпараттық сауаттылық сұрақтарын қарастыруға кеңес беріңіз. Сіз гендерлік теңдік туралы не ойлайсыз? Сіздің жеке көзқарасыңыз бен тәжірибеңіз медиа және өзге де ақпарат көздерінде жыныстардың репрезентациясы туралы сіздің түсінігіңізге қалай әсер ете алады?

- Медиа және өзге де ақпараттық қызметтердегі әйелдер тақырыбын қарастыратын екі түрлі әдіс бар. Біріншісі медиа және өзге де ақпараттық қызметтердегі әйелдердің статусымен байланысты. Екіншісі медиа және өзге де ақпарат көздеріндегі әйелдердің имиджіне қатысты.
 - «Global Media Monitoring 2010» и «Global Report on the Status of Women in the Newsroom» жобаларын жүзеге асыру кезінде алынған мәліметтерді немесе әйел жағдайы сұрақтары бойынша өзге де ақпарат көзіндегі мәліметтерді талдаңыз. Келесі сұрақтарды талқылаңыз: жеке және әлеуметтік деңгейде алынған мәліметтердің салдары қандай? Медиада әйелдердің қандай типі көптеп кездеседі? Бұл имидждің артында қандай әлеуметтік, экономикалық, мәдени және саяси факторлар тұр? Бұл уайымға негіз бола ала ма? Басшылыққа негативті имиджбен байланысты сұрақтарды шешуге ат салысу керек пе? Керек болса, сіздің ойыңызша, қандай шара қолдану керек? Азаматтық қоғам бұл сұрақтарды шешу үшін не істеу керек? Мүмкін, медиа басшылықтың немесе өзге де күштердің ат салысуынсыз өзін-өзі бақылау арқылы бір шешім қабылдауы керек пе? Өзіңіздің позицияңызды түсіндіріңіз. Мемлекеттік медиа мен өзге де ақпарат тасымалдаушылар жекеменшік провайдерлерден басқаша әрекет ету керек пе? Мемлекеттік медиа гендерлік теңдік пен әйелдер құқығын қамтамасыз етуде жауапкершілікті мойнына алу керек пе, қалай ойлайсыз? Медиа және ақпараттық сауаттылық сізді белгілі бір әрекет жасауға итермеледі ме? Қалай? Гендерлік теңдік туралы не ойлайсыз? Сіздің жеке көзқарасыңыз бен тәжірибеңіз медиа және өзге де ақпарат көздеріндегі жыныс сұрақтарының репрезентациясына қалай әсер етті? Медиа және ақпарат берудің өзге де салаларында әйел адамдар көп болса, әйелдердің имиджі ерлерге қарағанда басқаша болар ма еді? Неге сіз олай ойлайсыз? Бұл туралы ғылыми зерттеулер не дейді?
- Инструктор жыныстық сұрақтарға қатысы бар жоғарыда көрсетілген жаттығуларға ұқсас жаттығулар ойлап табу туралы ойлануы керек. Бұл жаттығулар физикалық қабілеті шектеулі адамдар, этникалық топтар, аз қамтамасыз етілген тұрғындар және осы сияқты өзге де топтарға пайдасы тиюі мүмкін.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- Жаңалық материалдарында техникалық компоненттер мен дизайнды қоса, визуальді ақпаратты талдап, баға беру.
- Азаматтық ұстанымның дамуына үлес қосуда тілшілердің жұмысының әдістерін байқап, бағалау.
- Визуальді ақпараттың аудиторияға әсерін бағалау.

2-БЛОК. ПЛЮРАЛИЗМ МЕН РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ БОЙЫНША КӘСІБИ КОДЕКСТЕР

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Этика мен бұқаралық ақпарат құралдарының кодекстері.
- Түрлі бұқаралық ақпарат құралдары үшін кодекстерді пайдалану.
- Кодекстерді және мінез-құлық стандарттарын бағалау.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл модульді меңгергеннен кейін оқытушылар:

- Кодекстерді плюрализмді қорғау және түрлі медиадағы этикалық тәртіп тұрғысынан зерттеу;
- Суреттер мен мәтіндерге қатысты медиадағы этикалық тәртіптің нормалары мен кодекстерін қолдану;
- Медиамәтіндерді этикалық тәртіп кодексіне сәйкестілігін бағалау;
- Бұл кодекстердің мақсаты мен әсерін бағалау;
- Медидағы этикалық тәртіп кодексіне толықтырулар мен өзгертулерді енгізуге кеңес беру.

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕР МЕН ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

Медианы мемлекеттік реттеуден қашып құтылу әрекеті түрлі аймақтардағы медиа қауымдастықтардың кодекстерді өз бетінше ойлап табуларына әкеліп соқтырды. Көптеген бұқаралық ақпарат құралдары адамдардың ұлттық немесе этникалық түріне, жасына, жынысына, физикалық қабілетіне немесе отбасылық жағдайына байланысты материалдарды қолдануға болмайтын этикалық тәртіп кодексіне бағынады.

— ПРАКТИКАЛЫҚ ТАПСЫРМАЛАР

- Өзіңіздің аймақтағы этикалық тәртіптің құрылымы мен тәртіп нормаларымен танысып шығыңыз. Бұл ережелер мен тәртіп нормаларын шығаруға кім жауап беретінін біліңіз. Бұл ережелердің негізгі бөліктерінен тізім құрастырып, олардың маңызын түсіндіріңіз. Олар азаматтық және тұтынушылық қызығушылықты қорғай ма? Бұл ережелер медиа өндіріске қандай әсер етеді?

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- плюрализм/этикалық тәртіп кодекстерінің басты бөлімдерін білу;
- бұл кодекстерді түрлі медиамәтіндерге қолдану;
- кодекс/этикалық тәртіп нормалары бойынша өзгерістер мен толықтырулар бойынша ұсыныстар

3-БЛОК. ТЕЛЕВИЗИЯ, ФИЛЬМДЕР, КІТАП БАСЫЛЫМДАРЫ

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Көркем фильмдер: жетістіктің формуласы
- Фильмдердегі репрезентация
- Кітаптардағы репрезентация
- Голливуд, жергілікті қоғам мен жергілікті тұрғындардың әңгімесі

97

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл модульді меңгергеннен кейін оқытушылар:

- заманауи телевизиялық бағдарламалар мен көркем фильмдердің әсер ету әдістерін талдау;
- фильмдердегі, телевизиядағы және баспа ісіндегі репрезентацияларға баға беру;
- фильм және/немесе телебағдарлама сценарийін жазу;
- телебағдарламаларды бағдарлама сеткасына қосуын талдау;
- жарнамадағы жыныс репрезентациясын тадау;
- репрезентацияда технология қолдануды талдай білу керек.

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕР МЕН ПРАКТИКАЛЫҚ ТАПСЫРМАЛАР

Соңғы 100 жыл ішінде фильмдер медианың ең ықпалды түрлерінің біріне айналды, олар бүкіл әлемде көп аудитория жинай алады. Соңғы жылдарда телевизия мен интернет әлемнің көптеген бөліктерінде жұрттың барлығына дерлік қолжетімді болды. Соны-

мен қатар кітаптар да бұрынғыдай идея мен ақпараттың маңызды көзі болып табылады. Медиа мен ақпараттың бұл төрт каналының барлығы да елдің өмірі мен ұлттың тарихы жайлы айтып, қоғамдық сананы қалыптастыруда маңызды рөл ойнайды. Медиа және ақпараттық сауаттылықтың көп бөлігі медианың азаматтардың қоршаған әлемді қабылдауын қалыптастырады.

— ПРАКТИКАЛЫҚ ТАПСЫРМАЛАР

98

- Интернетте берілген материалдар негізінде соңғы уақыттағы танымал көркем фильмдердің жетістіктерінің себебін талдаңыз. Веб-сайтқа кіріңіз, мысалы Vox Office Guru. Vox Office-те жергілікті және халықаралық деңгейде сәтті болып танылған 5 фильмнен тізім жасаңыз. Мүмкіндік болса бұл фильмдердің трейлерлерін немесе бір фильмді толығымен көріп шығыңыз. Негізгі сюжеттік желіде кім/не басты екенін сипаттаңыз. Бұл репрезентацияның аудиторияға неге тартымды болуы мүмкіндігін түсіндіріңіз.
- Оқытушыларды тарихи оқиғалардың түрлі нұсқаларын айтуын сұраңыз. Мысалы, Наполеонның Ресейдегі соғысы: бұл уақытта шығарылған кітаптар, түрлі жанрда түсірілген бұл тақырыптағы фильмдер; картиналар немесе өзге де өнер туындысы; кез келген басқа визуальді суреттер – фотосуреттер мен музыкалық видео. Мұражай немесе мұрағатқа (егер сіздің аймағыңызда бұл тақырып бойынша мұрағат болса) барып, өзінің бақылау нәтижелері бойынша эссе жазуға материал дайындаңыз.
- Өзіңіздің еліңіз тірал кез келген кітап немесе мақала таңдаңыз. Материал сіздің профессионалды қауымдастық, мәдениет немесе нақты оқиға жайлы болуы мүмкін. Материалда таңдалған тақырыптың түрлі аспектілері қалай берілгенін анықтаңыз. Осындай репрезентациямен келісесіз бе? Неге? Талқылаңыз.
- Интернет, жергілікті газет немесе телевизиядан жарнамалық хабарландырулардың коллекциясын жинаңыз. Бұл хабарландырулар әйелдер мен ерлерді көрсетсін. Шағын топтарда талқылау жүргізіңіз: бұл хабарландыруларда ерлермен салыстырғанда әйелдер қалай бейнеленген? Байқағандарыңызды жазып алыңыз. Репрезентациялардың мүмкін салдарын талқылаңыз. Топ репрезентация бойынша бірдей көзқараста ма, әлде жоқ па? Неліктен?
- «Батырлық жол» туралы мифтен бастау алатын көркем фильмдер түрі бар. Мифтер белгілі бір мәдениеттің қорқыныш, ұмтылыс және үмітті бейнелейтін бейсаналық сенімдер жүйесін көрсетеді. Осындай оқиғаларда болашағын білмейтін кейіпкер «жоғарыдан» бұйрық алып, маңызды бірдеңені іздеуге аттанады. Әдетте кейіпкер іздеу кезінде бірнеше кезеңнен өтеді: «туу» немесе басы, өзінің тағдырын түсіну, махаббаты және жауларымен кездесу, дана қарттан кеңес алу және үйге оралу.
 - Бұл формула бойынша құралған фильмдер тізімін құрыңыз. Олардың тартымдылығы неде екенін түсіндіріңіз. Кейіпкерді сипаттап, ол қоғамда қаншалықты ұмтылыс пен жеке құндылығын көрсететінін түсіндіріңіз.
 - Оператордың жұмысы мен дыбыстық және музыкалық сүйемелдеуді қолдануды сипаттаңыз. Фильмдегі нақты сахналардың музыканың өзгеруінен қалай өзгеру мүмкіндігін түсіндіріңіз.

- «Біздің мақсатымыз – фильмдер мен телевизияда көрсету үшін әртүрлі көзқарастарды білу. Экранда берілген көзқарастардың санын арттыру – біреудің көзқарасын тартып алуды білдірмейді. Бұл экран бетінде көп бағдарлама ойлап тауып, олардың сапасын арттыруға рұқсат етеді». (Джоан Пеннефазер (Joan Pennefather) – Канаданың ұлттық фильмдер Комитетінің төрағасы (алғашқы әйел). «Maclean's» журналы, 29 наурыз 1993 г.)
- Голливудтың блокбастерлердің баламасы болатын провинция тұрғындары немесе жергілікті қауымдастықтың ұйымдастырған түрлі медианың веб-парақшаларына кіріңіз. Бұл медиакомпаниялар мен ұйымдар ұсынатын оқиғалар жинағын қарастырыңыз. Олардың оқиғаларын Голливудтың фильмдерде айтылғандарымен салыстырыңыз. Бұл «тәуелсіз» ұйымдардың құндылығын бағалаңыз.
- Кино және телевизия индустрияларын қарастыратын компаниялардың көрермендер алдындағы жауапкершілігін талқылаңыз. Неліктен барлық көрермендер өзін және өзінің тағдырын экраннан көрулері тиіс? Оқиғалар мен репрезентациялардың түрлі аудиторияларға әсерін талқылаңыз. Мамандандырылған каналдар, интернет-сайттар, блогтар және жаңа технологиялардың әңгімелеу өнеріне әсерін және аудиторияға баламалы репрезентацияларды ұсынуды талдаңыз.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- Жаңа телебағдарламалар мен көркем фильмдерді талдау;
- Техникалық жаңалықтардың контент пен репрезентацияға әсеріне баға беру;
- Мемлекеттік және жекеменшік кинокомпаниялардың қызметін талдау және баға беру.

99

4-БЛОК. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ МЕН МУЗЫКАЛЫҚ КЛИПТЕР

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Музыкалық бейнеклиптерді талдау.
- Репрезентация.
- Музыка және әлеуметтік өзгерістер.
- Сюжеттерді пайдалану.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл модульді меңгергеннен кейін оқытушылар:

- раскадровка жасап, музыкалық бейненің сценарийін жазу;
- жыныс, ұлт сұрақтарының репрезентациясына баса назар аударып, музыкалық бейнені талдау;
- «альтернативті» музыкадағы репрезентацияны талдау;
- альтернативті медиа мен медиа мейнстримдегі репрезентацияларды салыстыра білу керек.

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕР МЕН ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

Қоғам өмірінің барлық салаларында музыканың ролі маңызды. Музыканы жиі ойын-сауық санайды, бірақ ол көптеген діни және мәдени әрекеттерде маңызды рөл атқарады және саяси шайқастарда жиі қолданылады. Музыканың әртүрлі аудиторияларға әсерін түсіну – медиа және ақпараттық сауаттылықтың бір бөлігі.

- Интернеттен заманауи музыканттардың бейнеклиптерін тауып, талдаңыз. Негізгі идеялары мен таңдалған музыкалық бейнеклиптердің маңызын талдаңыз. Сіздің талдауыңызда:
 - Ән мәтіндерінің мазмұнын оқу, оның бейнеклиппен сәйкестілігін қарастыру.
 - Бейнеклиптің техникалық құрылысын қарастыру: түстің, жарықтың, өзгертулердің (жылдамдық, эффект, музыкалық сүйемелдеу), спецэффектілердің және аудио-видеокомпоненттердің сәйкестілігінің қолданылуы.
 - Бейнеклипте көрсетілген әлеуметтік сұрақтарды қарастыру. Бейнеклипте қоғамның өзге топтарының немесе өзге ұлт өкілдерін қосқанда, немесе ер мен әйел кейіпкерлер орындарымен ауысса не боларын ойлаңыз.
- Бейнеклипте көрсетілген идеялар мен адамгершілік құндылықтарды түсіндіріңіз. Түсіндіруді дайындаған кезде келесі сұрақтарды қолданыңыз:
 - Бұл бейнеклип белгілі бір адамдар тобының көзқарасын білдіре ме.
 - Бұл бейнеклипте ерлер мен әйелдер қалай бейнеленгенін сипаттаңыз. Олардың бейнелері стереотипті ме? Олай болса, қандай дәрежеде?
 - Соңында кім күшті, кім әлсіз позицияда екенін, бұл жағдайда кім жеңіске жетеді.
 - Бұл бейнеклип қандай да бір топтарды немесе көзқарастарды елемей ме.
 - Бұл бейнеклипте бақыт, сәттілік және адамгершіліктің қандай анықтамалары берілген.
- Мақсатты аудиторияны анықтаңыз. Бұл аудиторияға кірмейтін көрермендерге бейнеклиптің тартымдылық дәрежесіне баға беріңіз.

- Поп-мәдениет пен музыканың трансформациялық өзгерістер құралдары ретіндегі әсеріне баға беріңіз. Саяси және әлеуметтік өмірдегі, әлеуметтік әділеттілікті қамтамасыз ету сұрақтарындағы музыканттар мен суретшілердің ролі қаншалықты маңызды? Данияда орналасқан әлеуметтік және саяси процесстерге араласатын музыканттарға көмек көрсететін «Freemuse» ұйымының жұмысына қараңыз. Олардың музыкасында қандай сұрақтар мен оқиғалар орын алады?
- Ән мәтінін таңдап, музыкалық бейнеклипке кадр бойынша ән мәтінінің мағынасын жеткізетін жоспар дайындаңыз. Ән мәтінін иллюстрациялайтын бейнелерге мұқият қараңыз. Жасалған көріністің әсерін ұлғайтатын техникалық компоненттер таңдаңыз.
 - Бұл әннің бейнеклипі бар болған жағдайда, кадр бойынша жасалған жоспарды сол бейнеклиппен салыстырыңыз және ұқсастықтары мен айырмашылықтарын атап өтіңіз.
- Расизм, сексизм және зорлықпен күресетін MediaWatch (www.mediawatch.org) сияқты ұйымның веб-сайтына кіріңіз. Ұйым өткізетін мақсаттар мен науқандармен танысыңыз.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- Репрезентация, техникалық әдістер, идеология және құндылықтарды ескере отырып, заманауи музыкалық бейнеклиптерді талдап, баға беру.
- Ән мәтінінің кадр бойынша жоспарын (покадровый план) құру.

101

АҚПАРАТ КӨЗДЕРІ

Төменде берілген тізімнің алғашқы 6 тармағы тек иллюстрация үшін берілген және солтүстікамерикалық ақпарат көздерінен алынған. Олар өзге аймақтарға сәйкес келмеуі мүмкін, сондықтан нұсқаушыларға өздерінің қорларын дамуыға немесе өзге аймақтардағы жағдайды көрсететін ресурстарды жинақтауға кеңес береміз.

- Reconstructions – алғаш рет 2001 жылғы 11 қыркүйектегі оқиғалардан кейін MIT Comparative Media Studies ұйымының мүшелерімен іске қосылған сайт. <http://web.mit.edu/cms/reconstructions>.
- Imob – музыкалық туындыларға бай сайт: музыкалық туындылар, фильмдер, технологиялар, дыбыс жазу курстары: www.imob.com.
- BIRTH – еуропалық телевизияның тарихи мұрағаттары <http://www.birth-of-tv.org/birth>.
- Synopsis – телевизияға арналған күн сайынғы тегін жаңалықтар: www.synopsis.com.
Box Office Guru – өткен мен қазіргі уақыттағы кассалық америкалық және шетелдік фильмдер туралы деректер: <http://boxofficeguru.com>.
- The internet Movie Data Base – фильмдер мен телевизияны зерттеуге арналған ең толық сайт. Нақты атаулар, актерлер, режиссерлер, жанрлар бойынша бай ақпарат қоры; чат: www.imdb.com.

- United Nations Fourth World Conference on Women, Beijing Declaration and Platform for Action (1995): <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/>.
- International Federation of Journalists (2009). Getting the balance right: Gender Equality in Journalism: Brussels, Belgium: http://portal.unesco.org/ci/en/files/28397/12435929903gender_booklet_en.pdf/gender_booklet_en.pdf.
- World Association of Christian Communication (2010). Who Makes the News? Global Media Monitoring Project: Toronto, Canada: www.whomakesthenews.org.
- International Women's Media Foundation (2011). Global Report on Status of Women in the News Media: Washington, DC, USA: <http://www.iwmf.org/pdfs/IWMF-global-Report.pdf>.



4-МОДУЛЬ. МЕДИА МЕН АҚПАРАТ ТІЛІ

«Тіл – түсінбеушілік көзі»

Антуан де Сент-Экзюпери.

103

ПРЕАМБУЛА

«Байланыс құралдары – бұл хабарлама» – бұл кеңінен танымал сөз Маршалл Маклюеннің қаламына тиесілі және 1964 жылда жазылған. Хабарламаның қалай қабыл алынуына, тұтынушылардың тәжірибесіне, аудиторияға байланыс құралдары әсер ете алады. Медиа және ақпараттық сауатты адамға айналу жолындағы бірінші маңызды қадам – ақпарат, идея және олардың мағынасы түрлі медианың және өзге де ақпараттық қызметтердің көмегі арқылы берілуін түсіну. Әрбір ортаның мағынаны беруге жұмыс істейтін өзіндік «тілі» мен «грамматикасы» бар. «Тіл» бұл мағынада техникалық құрылым мен символдарды немесе кодтар мен белгілеулерді білдіреді, оларды медиа және ақпарат саласындағы мамандар таңдап, идея, ақпарат және білімді беруге пайдаланады. Техникалық кодтар дегеніміз – дыбыс, түсірілу нүктелері, сурет түрлері және жарық. Бұл, мысалы, көркем фильмде қауіпті жағдайды беретін қорқынышты музыка немесе күштілік сезімін қалыптастыру үшін кеңбұрышты объективке жасалған суреттер. Кейіпкерлердің тілі, киімі және мінез-құлықтары символдық кодтар болып табылады. Бұл әркімге түсінікті канондық символдар болуы мүмкін: раушан гүлі – махаббат символы, түйілген жұдырық – ашудың символы. Медидағы сөз сөйлеу қайталанатын сөздер, тіркестерді немесе вербальді, визуальді тіл ретінде саналатын суреттерді қамтиды. Медиа тілін үйренгенде негізгі 3 сұрақты қарастыру керек: тіл медиа аудиториясына қаншалықты түсінікті; медиа және ақпарат саласында жұмыс істейтін адамдар қандай басты кодтар және белгілерді қолданады; әртүрлі адамдар бір мәтін немесе ақпараттың бір бөлігінен түрлі мағына ала ала ма?

Бұл модуль оқытушыларды медиа тілінің түрлі стильдері арқылы білім алуға, ақпараттың немесе идеяның өзіндік интерпретациясын байланыстырып, үйретуге арналған.

Блоктар

1. Медиа мәтіндер мен дәстүрлі мәтіндерді оқу.
2. Байланыс және хабарлама құралдары: жарияланатын жаңалықтар.
3. Фильм жанрлары және әңгімелеу өнері.

1-БЛОК. МЕДИА МӘТІНДЕР МЕН ДӘСТҮРЛІ МӘТІНДЕРДІ ОҚУ

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

104

Дәстүрлі мәтіндердегі кодтар мен белгілерді талдау.

Мағынасын талдау: таңбалары мен көрнекі тілі.

Медиа «тілін» зерттеу: фото және бейнеколлаждар.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл модульді меңгергеннен кейін оқытушылар:

- түрлі медиамәтіндер мен дәстүрлі мәтіндерде мағынаны жеткізу үшін қолданған кодтар мен олардың белгіленуін танып-білу;
- түрлі мақсаттар үшін жергілікті және жаһандық қауымдастықтарда қолданылатын белгілер мен таңбаларды тану.

ОҚЫТУ ӘДІСТЕМЕСІ ЖӘНЕ ПРАКТИКАЛЫҚ ТАПСЫРМАЛАР

- Медиа және дәстүрлі мәтіндерде («сабын операсы», туристік анықтамалар, деректі фильмдер, отбасылық комедиялар және саяси жарнама) қолданылған техникалық және символдық кодтар мен таңбаларды атаңыз. Бұл кодтар арқылы қандай хабарлама мен қандай ақпарат беріледі?

- Түрлі ақпарат (нұсқаулықтар, көрнекті орындар туралы ақпарат, т.б.) тарату үшін жергілікті тұрғындардың қолданатын кодтарды анықтаңыз. Бұл белгілер мен таңбалардан туындаған вербальді және визуальді тілдерді сипаттаңыз. Қаріптерді, стилизацияланған суреттерді, дизайнды қолдануды тексеріңіз.
- Сіздің елде немесе аймақта жарияланған түрлі ашық хаттарды талдаңыз. Әрбір карточкада пайдаланылған негізгі техникалық және символдық кодтарды анықтаңыз. Бұл кодтар арқылы сіздің ел жайлы қандай ақпарат берілді? Қандай ақпарат берілмеген? Кез келген жерге немесе ұйымға арналған ашық хат жасаңыз. Маңызды ақпарат беру және дұрыс әсер қалдыру үшін сіз қандай негізгі техникалық немесе символикалық кодтар қолданатын едіңіз?
- Сіздің мектебіңіз белгілі бір аудитория үшін қандай рөл атқаратынын көрсету үшін қозғалмайтын немесе бейнесуреттерден коллаж жасаңыз. Қолайлы белгішелер, таңбалар, визуальді/вербальді тілдің, музыка, түс, фотосуреттерді аудиторияның назарын аудару үшін дұрыс қолдануды ойластырыңыз. Бұл коллаждың аудиториясы мектепке түсе алатын оқушылар, олардың ата-аналары, мектеп қамқоршылары, саяси қайраткерлер болуы керек.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- Түрлі мәтіндерде кодтар мен белгілеулерді талдау;
- Қауымдастықта қолданылатын белгілер мен белгілеулерді талдау;
- Өңірлік және ұлттық ұйымдармен шығарылған ашық хаттарда пайдаланылатын кодтарын талдау және бағалау;
- Коллаж жасау.

105

2-БЛОК. КОММУНИКАЦИЯ ЖӘНЕ ХАБАРЛАМА ҚҰРАЛДАРЫ: МЕРЗІМДІ БАСЫЛЫМДАР ЖӘНЕ АУДИОВИЗУАЛЬДІ БАҚ-ТАҒЫ ЖАҢАЛЫҚТАР

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Жаңалықтық медиадағы кодтар мен белгілеулерді талдау.
- Жаңалықтық басылымдарда кодтар мен шартты белгілеулерді пайдалану.
- Медиа тілі мен мағынасы: жаңалықтар мен ақпаратты бағалау және талдау.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл модульді меңгергеннен кейін оқытушылар:

- Оқиғаларды телевизия, радио және газеттерде жариялайтын кодтар мен шартты белгілерді талдау.
- Бұл кодтар мен шартты белгілерді белгілі бір ақпараттық материалға қолдану.
- Байланыс құралдарының және нақты кодтар мен шартты белгілердің көмегімен берілетін түрлі әдістеріне баға беру;
- Белгілі бір байланыс құралы арқылы берілетін ақпаратқа баға беріп үйренулері керек.

ОҚЫТУ ӘДІСТЕМЕСІ ЖӘНЕ ПРАКТИКАЛЫҚ ТАПСЫРМАЛАР

- Үкімет заңнамаға өзгерістер енгізуді жоспарлап отыр және ол қоршаған ортаны қорғауға әсер етеді. Ал үкімет мәлімдемешісі жуырда ғана үкіметтің ұстанымын негіздеу бағытында сөз сөйледі. Жастардың үлкен тобы наразылық білдіруге жиналды, жастар мен полиция арасында төбелес басталды.
 - Бұл оқиға газет, радио және телевизияда қалай берілетінін елестетіңіз. Берілу тәсілінің қалай және неліктен әртүрлі болуы мүмкін? Бұл айырмашылықтар қандай дәрежеде әр байланыс құралының өзіндік ерекшелігімен анықталады?
- Қызықты ағымдағы оқиғаны немесе сұрақты таңдаңыз: мысалы, мектептің жаңа саясаты, жақында өткен мәдени немесе саяси оқиға немесе денсаулық сақтау саласы бойынша сұрақ. Топтарға бөлініп, сол оқиға туралы ақпарат жазып, радио, телевизия немесе газетке жариялауға дайындаңыздар. Радиода ұзақтығы 20-дан астам секунд болуы тиіс; теледидарда – 1-2 минут; газеті материалының ең көп таңбасы – 210 сөз. Ақпарат жазуды аяқтағаннан кейін келесі сұрақтарды қолданып, нәтижелерді талқылаңыз:
 - Әртүрлі ақпарат құралдары берілетін ақпараттың түріне қалай әсер етеді?
 - Ақпарат жазғанда қандай кодтар мен шартты белгілер қолданылды?
 - Бұл жаттығу «Медиа деген – хабарлама» сөзін қалай иллюстрациялайды?
 - Мектеп немесе өзге де оқу орнының жарнамасы ретінде қолдана алатын бейнелер мен таңбалардан коллаж жасаңыз.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- Түрлі медиада қолданатын жаңалықтарды беру түрін сипаттау және оған баға беру;
- Радио, телевизия және газет үшін ақпарат жазу және талдау.

3-БЛОК. ФИЛЬМ ЖАНРЛАРЫ МЕН ӘҢГІМЕЛЕУ ӨНЕРІ.

► ҰЗАҚТЫҒЫ: 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Фильм жанрлары.
- Фильмдердегі техникалық және символдық кодтар.
- Фильм сахнасы үшін раскадровка жасау.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл модульді меңгергеннен кейін оқытушылар:

- Фильм жанрлары мен оларға тиесілі кодтар мен шартты белгілерді (түсіру техникасы, тақырыбы, негізгі идеясы, кейіпкерлері, дәстүрлі сюжеттері, жағдайы, әрекеттің орны мен уақыты) анықтау.
- Фильмнің мағынасын жеткізу үшін нақты техникалық және символикалық кодтарды анықтау.
- Фильм эпизодына раскадровка жасап, оған белгілі бір жанрға тән кодтар мен шартты белгілерді енгізу.
- Өзге елде танымал фильм жанрларындағы код пен шартты белгілерді анықтай білулері қажет.

107

ОҚЫТУ ӘДІСТЕМЕСІ ЖӘНЕ ПРАКТИКАЛЫҚ ТАПСЫРМАЛАР

Сізге ұнайтын фильмдердің түрлі жанрдағы тізімін жасаңыз. Әр жанрдың негізгі элементтерін анықтаңыз. Сюжет, әрекет уақыты және орны, кейіпкерлердің түрлері, музыкалық, жарық, арнайы әсерлер, редакциялау және камерамен жұмыс сияқты элементтеріне назар аудара отырып, фильмнің эпизодын көріңіз. Бұл элементтер арқылы фильмде қандай идеялар мен құндылықтар жеткізіледі? Эпизодтың түрлі элементтерін (әрекеттің орны мен уақыты, саундтрек, т.б.) өзгертіп, мағынасын қалай өзгертуге болатынын түсіндіріңіз.

Топқа бөлініп, өз таңдауыңыз бойынша кез келген жанрдағы фильм эпизодына раскадровка жасаңыз. Жанр «тілі» қалайша өзін әр эпизодта табатынын түсіндіріңіз.

Оқытушыларға танымал шетелдік фильмнен клип көрсетіңіз. Бұл фильм мен ұстаздардың отанында жасалған фильмдегі «тілдерді» салыстырыңыз. Түрлі техникалық әдістерді қолданудың әсерін талқылаңыз. Бұл әдістер арқылы қандай идея берілмек? Әр фильмнің мақсатты аудиториясын анықтау.

Интернетке немесе жергілікті кітапханаға кіріп, бір фильмнің екі елде болатын екі түрлі афишасын табыңыз. Келесі сұрақтарға жауап беріңіз:

- Бұл афишалар арқылы фильм жайлы қандай әсер қалады?
- Қандай техникалық және символикалық кодтар қолданылады және қандай эффект береді?

- Афиша арқылы әрбір фильмнің мақсатты аудиториясын анықтай аласыз ба?
- Бұл афишалар арқылы әр фильм туралы қандай ақпарат беріледі?

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- фильм эпизодын талдау;
- фильм эпизоды үшін раскадровка;
- фильм афишасын талдау;
- фильмдерді салыстыру.

ОҚУҒА АРНАЛҒАН ҚОСЫМША ТАҚЫРЫПТАР

- фильмде саундтректерді пайдалану.
- дыбыс әсерлерін құратын аппараттармен жұмыс жасау.
- деректі фильм түсіру ережелері.

АҚПАРАТ КӨЗДЕРІ

Төменде берілген тізімнің 6 тармағы тек иллюстрациялар үшін берілген және солтүстік-америкалық және англиялық ақпарат көздерінен алынған. Бұл мәлімет барлық аймақтарға сәйкес келмеуі мүмкін, сондықтан нұсқаушылар өз тізімін құрастыру немесе өз аймағындағы жағдайды көрсететін ресурстарды табу.

- Goodman, Steve. (2003). *Teaching Youth Media: A Critical Guide to Literacy, Video Production, and Social Change*. NY: Teacher's College Press.
- Hitchcock, Peter. (1992). *Videography: A Guide to Making Videos*. Ontario, Canada: Peter Hitchcock Productions.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture: Where Old Media and New Media Collide*. US: New York University.
- McLuhan, Eric and Zingrone, Frank. (1995). *Essential McLuhan*. Canada: Anansi.
- Bone, Jan and Johnson, Ron. (2001). *Understanding the Film: An Introduction to Film Appreciation*. US: Glencoe McGraw Hill.
- Bordwell, David and Thompson, Kristin. (1998). *Film Art: An introduction*. 6th edition. US: McGraw Hill.
- Film Education, 91 Berwick Street, London UK W1F 0BP.
Басылымға www.filmeducation.org сайтынан көпшілігін тегін жүктеп алуға болатын түрлі құрылымдық материалдар мен ерекше оқу құралдары енген.
- Pacific Cinematheque үшін құрастырылған және Open Learning Agency of BC, Canada-да таратылатын Film Study Guides for High School басылымы National Film Board of Canada www.cinematheque.bc.ca жекелеген фильмдерден тұратын оқу құралынан тұрады. www.nfb.ca NFB мектептер, қоғамдық кітапханалар деректі фильмдер мен оқу бағдарламаларын біріктіретін мұражайлармен жұмыс істейді.
- Howard, Sue ed. (1998). *Wired-Up: Young People and the Electronic Media*. UK: Routledge.
- Аталмыш антология жаңа коммуникативтік технологиялар саласында маңызды зерттеулерге қажет көпшілікке қолжетімді болу үшін жасалған.



5-МОДУЛЬ. ЖАРНАМА

ПРЕАМБУЛА

Тауар немесе қызмет көрсетуді жарнамалау үшін жарнама баспа және электронды медианы ақылы шарттар (уақыт пен басылым орны) негізінде қолданады. Жарнаманың екі негізгі түрі бар: коммерциялық жарнама және кей кезде әлеуметтік маркетинг деп атайтын әлеуметтік жарнама. Коммерциялық жарнама белгілі бір тұлғаны, тауарды, қызмет көрсетуді немесе компанияны (мысалы, жарнамалық роликтер және киім, сусын, фильм шығаратын компания туралы хабарлама баспа роликтері) ілгері дамытуды (продвижение) көздейді, ал әлеуметтік жарнама барлық адамдарға пайда тигізетін (мысалы, денсаулық және қауіпсіздік техникасы, сауаттылықты арттыру туралы ақпарат) ақпарат пен қызмет көрсетуді ілгері дамытуды (продвижение) көздейді. Жарнаманың екі түрі де дәстүрлі және жаңа медианың негізгі табыс көзі болып табылады. Медиа және өзге де ақпарат тасымалдаушылар жарнамадан алатын кірістері шығындарды төлеу мен контентті дамытуға (мысалы, телевизиялық бағдарламалар, веб-сайт материалдары, мерзімді басылымдардағы мақалалар, радиобағдарламалар) жұмсалады. Бұл кірістерсіз көптеген жекеменшік медиакомпаниялар өмір сүре алмас еді.

109

Медиа үшін жарнама берушілер мен демеушілерге тартымды көрінетін мүмкіндіктерді ұсыну арқылы жарнаманың табысты болғаны маңызды. Сондықтан медиа тұрғындардың арасында сұранысқа ие және көптеген адам топтарының қызығушылығын тудыратын контент жасайды. Бұл топтар жас немесе ұлттық сипаттар, гендерлік ерекшеліктер, саяси көзқарастарға, т.б. байланысты топтарға бірігеді.

Жарнама әлемнің әр бұрышында бар. Жарнаманы компания, ұйым, азаматтар және басшылық тауарлар мен қызмет көрсетулер, ақпарат, көзқарас және құндылықтарды жеткізу үшін қолданады. Жарнама арқылы берілетін ақпарат немесе хабарламалардың шешім қабылдайтын тұрғындарға маңызы зор. Оқытушылар біздің қоғамдардағы жарнаманың үлкен ролін ескере отырып, әсерлі жарнама шығару үшін не керек екенін

түсінулері керек; олар жарнамалық хабарландыруларға ақпарат көзі ретінде баға берулері тиіс. Сонымен қатар, оқытушылар азаматтарға, жарнама берушілерге және билік өкілдеріне кері байланысты жүзеге асыруға мүмкіндік беретін механизмдер туралы білулері керек.

Жоғарыда айтылғандарға қарамастан, жарнама медиаға жағымсыз да әсер қалдыруы тиіс. Жарнама берушілер тарапынан көрсетілген қысым журналистердің маңызды (острые темы) тақырыптардан қашуына мәжбүрлеуі мүмкін. Нәтижесінде барлық адамдарға қызықты контент тек нақты аудиторияға ғана қызықты ойын-сауық туралы ақпаратпен толады. Егер редакция және медиакомпанияның коммерциялық қызығушылықтарымен биік және сенімді аралық болмаса, ал ол көп жағдайларда болмайды да, онда медиакомпанияның коммерциялық қызығушылықтары ашық түрде контент пен жаңалықтардың шығуына әсер етеді.

Медиа мен технологиялар қарқынды дамуы жарнама мүмкіндіктеріне алып келген кезде, бұл сала бұрынғыдай тұрғындардың сенімін сақтауға шақыратын белгілі бір ережелерге бағынады. Негізінде бұл ережелер ұлттық деңгейде жүзеге асады, жарнама индустриясымен жасалады және жарнаманың нақты болуына шақырады. Көптеген елдерде жарнама индустриясының қызметі жайлы сұрақтар туындайтын адамдарға арналған жарнама бойынша кеңестер және тұтынушылармен жұмыс топтары ашылған.

Бүгінде жарнама өзінің дәстүрлі ролінің шегінен шықты. Ол енді телевизиялық жарнамалық роликтер, мерзімді басылымдар немесе жарнамалық тақталардағы хабарландыруларымен шектелмейді. Жаңа тауар, ақпарат, ұсыныстар мен идеялардың жарнамасы веб-сайттардағы бейнелер, ұялы телефон және өзге де құралдарда, демеушілік көмек көрсету келісіміне сәйкес фильмдер мен телевизиялық бағдарламаларда берілуі мүмкін. Басшылық, саяси қайраткерлер мен жекеменшік ұйымдар да жарнамалық стратегиялармен көптеп айналысады, себебі оларға бағдарлама немесе саясатты мақұлдау, өздерінің имиджін жақсарту керек.

Көптеген елдерде жергілікті жекеменшік жарнаманың барлық медиаұйымдарды қолдайтын жеткілікті базасы жоқ. Сондықтан кей кезде медиаұйымдар шетелдік компаниялар мен басқарушы органдардың жарнамасына тәуелді болып қалады. Сонымен қатар өзге елдің халықтарына билігін таратқысы келетінде халықаралық компаниялар мен ұйымдар жергілікті медиадан жарнамалық орындарды сатып алады. Сонғы жылдары біз жарнама жасау арқылы халықаралық деңгейге шыққан «супербрендтердің» пайда болуына куә болдық.

Блоктар

1. Жарнама, кірістер және реттеу.
2. Әлеуметтік жарнаманың хабарламалары.
3. Жарнама: шығармашылық процесс.
4. Жарнама және саяси сахна.

1-БЛОК. ЖАРНАМА, КІРІСТЕР ЖӘНЕ РЕТТЕУ.

► ҰЗАҚТЫҒЫ: 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Жарнама саласындағы стандарттар мен нормаларды талдау.
- Жарнама қызметіндегі стандарттар мен нормаларды қолдану.
- Жарнама пайда табу тәсілі ретінде .

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл модульді меңгергеннен кейін оқытушылар:

- жарнама қызметін телевизиядағы маңызды пайда көзі ретінде қарастыру;
- жарнама өнеркәсібінде стандарттар мен нормалардың мақсаты мен тиімділігін талдау және бағалау;
- бар стандарттар мен нормаларды жарнама қызметінің қазіргі мысалдарына қолдану;
- телевизия және радио бағдарламаларын және медиа контент бойынша жарнама әсерін бағалай білулері керек.

111

ОҚЫТУ ӘДІСТЕМЕСІ ЖӘНЕ ПРАКТИКАЛЫҚ ТАПСЫРМАЛАР

- Интернет немесе кітапханаға кіріп, сіздің аймағыңыздағы жарнама өндірісінде қабылданған стандарттар мен нормаларды қарастырыңыз. Стандарттар мен нормалар қай жерде көрсетілетіндігін және бұл ақпаратқа қалай қол жеткізуге болатынын анықтаңыз. Бұл стандарттар мен нормаларды қандай адамдар немесе топтар шығарғанын анықтаңыз. Олар азаматтық және тұтынушылық қызығушылықтарды қалай қорғайтынын түсіндіріңіз. Бұл стандарттар мен нормалардың жарнама өндірісіне қандай әсер қалдыруы мүмкіндігін түсіндіріңіз.
- Локальді медиада тапқан стандарттар мен нормаларыңызды түрлі жарнамалық жолдауларға қолданыңыз. Оларды жүзеге асыру деңгейіне баға беріңіз. Өзіңіздің жауабыңызға қолдауға әр жолдау арқылы нақты мысал келтіріңіз. Жарнамалық жолдау белгілі стандарттар мен нормаларға қарсы келген жағдайларда тұтынушылардың қолындағы жауап ретінде берілетін шараларды біліңіз.
- Тұтынушылардың қажеттіліктері хабар жүргізудің түрі не сапасына немесе медиадағы әңгімелеу түріне әсер етті ме? Жарнаманы нақты байланыс құралының табыс көзі ретінде қарастырыңыз. Мысалы, сіздің аймақтағы телевизия немесе радиодағы жаппай көрсету кезіндегі хабар беру сеткасын талдаңыз. 20:00-23:00 аралығында берілетін бағдарламаларға назар аударыңыз.

- Нақты бір станцияны таңдап, 1-2 сағат ішінде болатын бағдарламаларды көріңіз немесе тыңдаңыз. Бұл уақыт ішінде берілген жарнамалық жолдаулардың тізімін құрыңыз. Нақты бағдарламалар беріліп жатқан кезде жарнама беру себебін түсіндіріңіз. Сонымен қатар, жарнамалық жолдауларға назар аударыңыз. Жоғарыда көрсетілген уақытта жарнамалық стратегиялардың әсеріне баға беріңіз де, олар өздерінің мақсатты аудиториясына жететінін анықтаңыз.
- Сіздің аймақтағы бірінші ондыққа кіретін телебағдарламалардың рейтингтерін қарастырыңыз. Бір телевизиялық бағдарламаны таңдаңыз да, осы бағдарлама аясында беретін қандай жарнама түрін беретінізді шешіңіз. Бұл уақытта қамтуға мүмкін болатын мақсатты аудиторияны анықтап, таңдауыңызды түсіндіріңіз. Осы уақытта 30 секундтық жарнамалық жолдаудың табыс көлемін анықтау үшін зерттеу жүргізіңіз.
 - Медидағы басты табыс көзі жарнама болғандықтан, басылым еркіндігін, сөз еркіндігін ысырып қою керек пе? Бұл саясаттың мүмкін салдары қандай? Мемлекеттік субсидияларды мемлекеттік медиа мен өзге де ақпарат тасымалдаушыларға беру керек пе? Мемлекеттік немесе жекеменшік медиа және өзге де ақпарат тасымалдаушылар жарнамадан алынатын табыс жайлы мемлекет алдында есеп берулері керек пе?
 - Медиа мен өзге де ақпарат тасымалдаушылардың басты мақсаты – пайда табу. Бұл сөзді талқылаңыз. Медиа және өзге де ақпарат тасымалдаушылар жарнама-сыз өмір сүре ала ма? Медиа және өзге де ақпарат тасымалдаушылар жарнамадан келетін табысқа бола қоғамдық қызығушылықтарды ысырып қоятынын білген азаматтар қандай әрекет жасау керек?

— ЕСКЕРТУ:

Бұл жаттығу газеттер, журналдар, сайттарға да бейімделген болуы мүмкін.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- стандарттар мен нормаларға сәйкес жарнамалық жолдауларды талдау және бағалау;
- телевизиялық бағдарлама, жарнама және табысты қарастырып, баға беру.

2-БЛОК. ӘЛЕУМЕТТІК ЖАРНАМА

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 3 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Әлеуметтік жарнамалар хабарландыруларын талдау.
- Әлеуметтік жарнама жасау мен жоспарлаудағы шығармашылық процесс.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл модульді меңгергеннен кейін оқытушылар:

- ақпарат беру құралы ретінде әлеуметтік жарнамадағы хабарландыруларды талдау;
- таңдалған тақырып бойынша әлеуметтік жарнаманың жоспарын құру;
- әлеуметтік жарнаманың коммуникациялық стратегиялар мен хабарландыруларының жарнама мен ақпарат берудегі әсеріне баға беріңіз.

ОҚЫТУ ӘДІСТЕМЕСІ ЖӘНЕ ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

Басшылық /периодически/ медиа арқылы мемлекеттік саясаттың белгілі бір мақсатына жету үшін азаматтармен байланыс орнатуға ынта білдіреді. Бұл жағдайдағы классикалық мысал ретінде қоғамдық денсаулық сақтау саласындағы компанияларды айтуға болады. Бұл әрекеттер әлеуметтік жарнаманы таратуды көрсетеді.

- Берілген мысалдарға сүйене отырып, әлеуметтік жарнаманың маңызы мен мақсатын талқылаңыз. Бұл жолдаулардың коммерциялық жарнамалардан айырмашылығын түсіндіріңіз. Әлеуметтік жарнаманың қызмет саласына кіретін сұрақтар тізімін құрыңыз. Сіздің аймақта әлеуметтік жарнама не үшін қолданылатынын анықтаңыз.

Келесі сайттардың біріне кіріңіз:

- <http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs>
- <http://www.unodc.org.unodc/en/human-trafficking/human-trafficking-public-service-announcements.html>
- <http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php>

- Әлеуметтік жарнаманың бірнеше хабарландыруын – баспа және бейне – талдаңыз және олардың негізгі сипаттарын талқылаңыз. Бұл хабарландырулар арқылы берілген негізгі ақпарат пен ұсыныстарды анықтаңыз, олардың қалай берілгенін талдаңыз. Техникалық және шығармашылық стратегияларды талдаңыз.

- Әлеуметтік жарнаманың түрлі хабарландыруларының қолданылуы мен эмоционалды тартымдылығын талдаңыз. Оның құрамындағы ұсыныстарды анықтаңыз және олар сәйкес фактілермен расталатынын тексеріңіз. Әлеуметтік жарнаманың техникалық элементтерінің оның мағынасы немесе тартымдылығын қалай арттыратынын талдаңыз. Түрлі фотосуреттер мен түсірілім нүктелері беретін әсерлерді түсіндіріңіз. Мағынаны беру үшін дыбысты қалай қолдануға болатындығын түсіндіріңіз.
- Оқытушылар әлеуметтік жарнаманы «құрамдас бөліктерге» бөліп, оларға раскадровка жасай алады. Бұл үшін жарнаманы бірнеше рет көріп, оқытушылар өздерінің раскадровкасында керек нәрсенің барлығын жазып алу үшін әрбір кадр кезінде көрсетілімді тоқтатып отыру керек. Кадрлық жоспарлардың үлгілерін www.storyboardsinc.com сайтынан қарауға болады.
- Қандай да бір маңызды әлеуметтік немесе мәдени сұрақ бойынша жасалатын әлеуметтік жарнаманың жоспарын дайындаңыз. Әлеуметтік жарнаманы дайындау кезінде негізге алуға болатын сұрақтар тізімін дайындаңыз. Оның мақсаты мен аудиториясын талқылаңыз. Бұл талқылау жарнамалық ұсыныс жасауға көмектеседі. Жарнамаға қандай ақпарат қосылуы тиіс және өзіңіз қандай ақпарат бергіңіз келетінін ойлаңыз.
 - Сіздің жарнамаңыздың объектісі кім екенін және оның назарын қалай аударуға болатынын ойлаңыз. Ақпарат пен ұсыныс мақсатты аудиторияға бағытталуы керек.
 - Концепцияны жазбаша түрде беріп, әлеуметтік жарнама жасаған кезде қолданылуы мүмкін стратегиялар тізімін құрыңыз. Бұл тізімге шығармашылық стратегиялар (жарнама контенті бойынша идеялар) және техникалық стратегиялар (өндірістік компонент) кіруі мүмкін.
 - Контент сипаттамасын, техникалық және шығармашылық стратегияларды, аудиторияны қоса отырып, әлеуметтік жарнама хабарландыруының жоспарын дайындаңыз.

ӘЛЕУМЕТТІК ЖАРНАМА АПЕЛЛЯЦИЯЛЫҚ ДАЙЫНДАУҒА АРНАЛҒАН НҰСҚАУЛАР

"ThinkLiteracy"www.edu.gov.on.ca/eng/.../thinkliteracy/library.html
арқылы бейімделген нұсқасы.

Тұжырымдамасы: кампанияның мақсаты мен қызметі үшін ұйым/тапсырыс берушінің мақсатымен сәйкестендіріліп сіз жасайсыз.

Стратегиялар: шығармашылық (мақсатқа жету жолдары мен идеяларды түсіндіру); техникалық (клиенттің талаптарын қандай медиа және қалай қолдана алады)

Аудитория: мақсатты аудиторияға кім жатады? Жарнама кімге бағытталған? Аудиторияның егжей-тегжейлі сипаттамасын беріңіз (жасы, жынысы, ұлты, класс, бұқаралық ақпарат құралдарының осы түрімен дәрежесі танысу деңгейі, т.б.)

Мәтін: кампанияның жалпы идеясы шығармашылық стратегия мен мақсаттарға байланысты болуы тиіс (мысалы, негізгі ақпарат тұрғысынан, сюжеттік желісі, ерлер мен әйелдердің суреттер, тілі, киім және мінез-құлық) нақты қосымшалар мен эмоционалдық шағымдану пайдалану туралы ойланып көріңіз.

Өндіріс: техникалық стратегияға негізделген өндіріс жоспары. Жұмыс орны, камера жұмысы, дыбыс, дыбыспен сүйемелдеу, көрнекі әсерлер, графика, анимация және т.б. туралы ойланып көріңіз. Ол жарнамалық жолдауын беру үшін қандай технологиясын пайдалану қажет екенін анықтаңыз.

Өнеркәсіп/бизнес компоненттері: орын таңдау мен сіз жасайтын жарнаманың уақыт көрсетілімін түсіндіріңіз. Сонымен қатар, теледидар үшін жарнама, радио немесе Интернет медиа деректер үшін қажетті элементтерді қамтуы тиіс: ұраны / Жарнама ән; арнайы жарнамалық емдеу және бекіту; бейнеленген оқиғалардың тиісті орны мен уақытын сипаттау үшін сценарий; жиынтығы және костюмдер; тиісті бейне.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- Әлеуметтік жарнаманың тұжырымдамасы мен қоғамдық қызметі туралы жоспарлары.
- Түпкі өнім: медиа мәтін ретінде әлеуметтік жарнама айналымы – тұсаукесер және талқылау.

3-БЛОК. ЖАРНАМА: ШЫҒАРМАШЫЛЫҚ ПРОЦЕСС

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 3 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Жарнама мен демеушілер: орналастыру, хабар және аудитория.
- Жарнама арызына және жарнаманың эмоционалды тартымдылығына баға беру.
- Дизайн мен жарнаманы жасауды талдау.
- Өнім орналастыру бағдарламалары.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл модульді меңгергеннен кейін оқытушылар:

- Жарнама процесін ақпарат беру құралы ретінде талдау.
- Техникалық және шығармашылық стратегияларды қоса алғанда, жарнамадағы тұжырымдаманың дамуын зерттеу.
- Жарнаманың негізгі құрамы мен эмоционалды тартымдылығын талдау.
- Нақты нысаналы аудиторияларға жарнама әсерін бағалау.
- Жарнамада «белсенді» аудитория тұжырымдамасының қолданылу мүмкіндігін түсіндіру.
- Жарнамадағы соңғы үдерістерді анықтау.
- Продакт плейсментті жанама жарнама (редакциялық және коммерциялық контент бар) ретінде анықтай білу керек.

ОҚЫТУ ӘДІСТЕМЕСІ ЖӘНЕ ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

- Мектеп, университеттік кампус немесе үй маңында қиялдық саяхат жасаңыз. Қолданылатын жарнама түрлерін, промоакцияларды және демеушілік көмекті анықтаңыз. Жарнаманың әрбір түрдің қысқаша сипаттамасын беріңіз. Жарнамалық жолдаудың әр түрімен жасалатын жолдау мен бейнені сипаттаңыз, олардың керекті ақпарат берудегі әсерлілігіне баға беріңіз. Әр жарнаманың жасалу жолын анықтаңыз (оның шығарушысы немесе табыс алатын тұлғасы).
 - Коммерциялық компаниялар мен өзге де ұйымдар неліктен өздерінің фирмалық белгілерін, тауарларын немесе логотиптерін қоюды қалайтынын түсіндіріңіз. Бұл демеушілік презентациялар мен промоакциялардың «дәстүрлі» жарнамадан айырмашылығы қандай екенін түсіндіріңіз.
- Жергілікті қоғам аудандарда, іс-шара құралдарын немесе ғимараттардың атауларын беру құқығын жиі талқылайды. Осындай жарнама стратегияларының жарна-

ма берушілерге, қоғамға және қарапайым адамдарға артықшылығын және бұл стратегияларға деген жауапкершілікті талқылаңыз.

- Журналдардың бірнешеуін, телевизиядағы жарнамаларды, бірнеше үлкен компаниялардың веб-сайттарын қарастырыңыз. Сіз қарастырған мысалдарда қолданылған жарнамалық стратегияларды сипаттаңыз. Бірнеше жарнамалық жолдауларды таңдап, оларды мұқият қарастырыңыз. Жарнамалық жолдауда көрсетілген тауардың жекелігін сипаттаңыз және жарнама беруші тудырғысы келген эмоцияларды анықтаңыз. Сатылымдық немесе әлеуметтік жарнама нені жасайды және қандай шешімдер ұсынады? Бұл уәделердің қаншалықты орындалу мүмкіндігі бар? Бақыт немесе сәттілік туралы қалай ұсынады?
 - Бұл жарнама жолдауында қамтылған идеялар мен құндылықтарды анықтаңыз. Редакциялық және жарнамалық контент арасындағы нақты айырмашылықтарды көрсетудің қажеттілігін анықтаңыз. Бұл жарнамалық жолдаулар қандай да бір тұжырым бар ма? Берілген тұжырымды растайтын қандай фактілер бар? Қандай да бір бұрыс немесе бір жақты емес ақпарат бар ма? Өзіңіздің талдауыңызға сүйене отырып, бұл жарнамаға қандай кеңес бере аласыз? Басқаша айтқанда, сіз жарнама көзделген ақпаратты қалай келтірер едіңіз? Неліктен? Ақпаратқа немесе жарнамалық жолдауға қандай да бір өзгеріс енгізуді ұсынар ма едіңіз? Мысалмен түсіндіріңіз.
- Мерзімді басылымда бір жарнамалық жолдау таңдап, қарастырыңыз. Бұл жаттығу жарнамалық жолдауда қолданылатын дизайн элементтерін талдауды көздейді. Дизайн элементтері (композиция, түсірілу бұрышы, жарық, сөз таңдау, т.б.) жарнамалық жолдау мен ақпаратты қалай толықтырады? Басқаша айтқанда, форма мағынаны қалай күшейтеді?
- Продакт плейсмент коммерциялық тауарды нақты радио немесе телебағдарлама немес кітапта, сонымен қатар интернетте көрінетін жерге орналастыруды білдіреді. Кейбір жағдайларда продакт плейсментті бағдарламаның басы мен соңында қоюға рұқсат береді. Продакт плейсменттің мысалдарын алыңыз. Оларды идентификациялау оңай ма? Егер сіздің еліңізде продакт плейсментті реттейтін заңдар бар болса, азаматтар қандай әрекет жасай алады? Тауар жайындағы қандай жолдаулар контекст арқылы беріледі? Өзге контекст немесе басқа продакт плейсмент тауардың имиджі мен оның негізгі жолдауын өзгерте ала ма?
 - Жарнама индустриясының ойыншылар тізімін құрыңыз. Тізімге жеке тұлғалар мен ұйымдар кіруі керек. Олардың ролдерін сипаттаңыз. Аудиовизуальді жарнамаға назар аударыңыз. Жарнамалық жолдауда әрбір кілтті ойыншының ролі берілген бе, қалай ойлайсыздар? Егер сіз жарнаманы жасайтын және тарататын адамдармен таныс болсаңыз, бұл жарнаманы басқаша қабылдайсыз? (Назар аударыңыз: бұл ретте «The Persuaders» – «Умеющие убеждать») деректі фильмдер циклі қызығушылық тудырады. Модуль соңында бағдарламаны көріңіз.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- Жарнама жолдауын эмоционалдық тартымдылығын, техникалық компоненттерін, дизайн компоненттерін және мақсатты аудиторияны бағалауды қоса алғанда талдау.
- Медиа журналды жүргізу: жарнамалық хабарламаларды талдау мен көруге реакция.

4-БЛОК. ЖАРНАМА ЖӘНЕ САЯСИ САХНА

► ҰЗАҚТЫҒЫ: 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Саяси және сайлау алды жарнамасын талдау.
- Саяси жарнама бойынша әдістемелік нұсқауларын бағалау.
- Сайлауалды жарнама бойынша нормативтік құқықтық актілерді бағалау.
- Жалпыға бірдей сайлаудың БАҚ үшін ережелері.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл модульді меңгергеннен кейін оқытушылар:

- Саяси жарнама мен сайлауалды жарнаманы бағалау.
- Саяси жарнамаға арналған қолданыстағы әддістемелік нұсқауларды бағалау.
- Саяси және сайлауалды жарнаманың эмоционалдық тартымдылығын талдау.
- Шешімдер қабылдау үшін азаматтарды беретін ақпаратпен қамтамасыз ету стратегиясын ұсынатын саяси жарнаманың эмоционалдық құрамдас бөлікті пайдалануға берілген.
- Сайлау барысында өткізгіш орган реттейтін арызбен жүгінуге келетін азаматтардың тәртібін түсіндіре білу керек.

118

ОҚЫТУ ӘДІСТЕРІ ЖӘНЕ ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

- Сіздің еліңіз бен аймағыңыздағы саяси жарнаманың мысалдарын таңдаңыз. Қажет болса, жергілікті кітапханада материал іздеуді жүзеге асырыңыз. 2-блокта берілген әдістемелік нұсқаулықтарға сүйене отырып, табылған жолдауларды талдаңыз. Қатардағы азаматтар неліктен саяси жарнамаға қызығатынын ойлаңыз. Әр жарнамалық хабарландырудың әсеріне баға беріңіз. Жарнаманың мазмұнын күшейті үшін жарнамалық жолдаудың дизайны мен формасы қалай қолданылатынын түсіндіріңіз.
- Бір саяси кампанияның аясындағы бірнеше жарнамалық жолдаулардың қарастырыңыз. Кампанияның әсерлілігі мен графиканың, суреттердің, т.б. қолданылуына баға беріңіз.
- Шешімдер қабылдау үшін азаматтарды беретін ақпаратпен қамтамасыз ету стратегиясын ұсынатын саяси жарнаманың эмоционалдық құрамдас бөлікті пайдалануға берілген.

сайлау барысында өткізгіш орган реттейтін арызбен жүгі-нуге келетін азаматтардың тәртібін түсіндіре білу керек.

- Саяси жарнама бақылау үшін құрылған нормативтік органдарды білуге онлайн немесе кітапханаға өтіңіз. Сайлау кезінде саяси мәлімдемеде кандидаттар пайдаланылатын жарнама мониторингі үшін қабылданған нұсқауларды талдаңыз. Таңдалған жарнаманың осы нұсқаулықтарға сәйкестігінің дәрежесін бағалаңыз.
- Реттегіш органдардың азаматтардың мүдделерін қалай білдіретіндігін талдаңыз. Саяси жарнама шыншылдығымен, дәлдігі мен тұтастығын қамтамасыз етудегі азаматтардың рөлін талдаңыз. Саяси жарнама жақсарту үшін реттеуші органға өз ұсыныстарыңызды дайындаңыз.
- Сайлау туралы баяндамалар дайындау бойынша бұқаралық ақпарат құралдарына арналған ережелерін (ұлттық сайлау комиссиясының қабылдаған) атаңыз. Бұл құжаттан сауалнамалар нәтижелері бойынша хабарлар дайындау, саяси партияларға эфир уақытын бөлу, ұлттық хабар таратудың нормалары мен ережелерін; сайлау нәтижелері туралы сауалнама нәтижесін жариялау және тәртібін т.б. қараңыз.
- Саяси мәселелер жөніндегі кеңесшісі Luntts Франк (Франк Luntz) оның саяси клиенттеріне былай дейді: «біздің өміріміздің 80 % – эмоциялар және 20 % ғана интеллект. Мені Сіз не ойлайтыңызға қарағанда не сезінетіңіз әлдеқайда толғандырады». Осы мәлімдеменің аясында саяси жарнаманы талдаңыз. Саяси жарнаманы эмоциялардың қалай басатындығын түсіндіріңіз. Жарнамалық материалдар мен үміткер стратегиясы мен идеяларының тілін қарастырыңыз. Оның сөзі дәл ме әлде адасуға апарады ма?
- Саяси жарнама эмоционалдық компоненттің болуын ескере отырып, азаматтарға саналы шешімдер қабылдауға мүмкіндік беретін ақпаратты беру стратегиялары бойынша өз ұсынымдарыңызды беріңіз.

119

ОҚУҒА АРНАЛҒАН ҚОСЫМША ТАҚЫРЫПТАР

- Корпорациялар мен қоғамның демеушілік қызметі (мектептердегі демеушілік және жарнаманы қоса алғанда).
- Жарнамада танымал адамдарды пайдалану.
- Әлеуметтік жауапты капитализм атақты тұлғаларды жарнамада пайдаланумен байланысты. Алайда оның негізгі міндеті – корпорацияның маркетингтік және стратегиялық альтруизм идеясын ілгерілету.
- Психологиялық графика және аудиторияны зерттеу.

АҚПАРАТ КӨЗДЕРІ

Келтірген ресурстардың көпшілігі Солтүстік Америка көздерінен алынды және әлемнің басқа да өңірлері үшін қолайлы болмауы мүмкін. Нұсқаушылар әлдеқайда түсінікті мысалдар қамтитын балама ретінде жергілікті және аймақтық материалдарды табулары тиіс.

- Adbusters – www.adbusters.org – жарнама және поп мәдениетті сынайды, жарналама «жаңылыстыратын» ақпараты бар веб-сайт ретінде танымал болды.
- Advertising Age – www.adage.com – салалық басылым, жарнамалық шығыстар туралы ақпараттар, стратегиялар туралы есептерді қамтиды.
- Әлем Ads – <http://adsoftheworld.com/> – бүкіл әлем бойынша жарнамалық тәжірибесін қамтитын жарнама мұрағат және форум пікірталас.
- Persuaders – frontline – www.pbs.org – Бұл бағдарлама маркетинг және жарнама стратегиясын адамдардың сатып алуына ғана әсер етіп қоймай, олардың өздері және айналасындағы әлемді қалай көретіндігіне әсер еткендігін талдайды. Бұл 90-минуттық деректі бағдарлама жарнама және маркетинг әлемінен сарапшылар мен бақылаушыларды шақырады. Бүкіл бағдарламаны 6 бөлікте PBS веб-сайтынан көруге болады. Бұл модульге «Науқан мен эмоционалдық брендинг жоғары тұжырымдамасы» бағдарламасының 1,2 бөлімдерін қарауды ұсынамыз.
- <http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs>.
- <http://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/human-trafficking-public-service-announcements.html>.
- <http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php>.
- The Merchants of Cool – frontline – www.pbs.org – бұл құжатта жас аудиторияға бағытталған жарнама зерттелінеді.
- Сауаттылық, медиа, бағалар 7-10 (2005) – әлеуметтік жарнама хабарландыруларын жасау ресурсы <http://www.edu.gov.on.ca/eng/studentssuccess/thinkliteracy/library.html>.
- Rejected Online – <http://bestrejectedadvertising.com/html> – эстетикалық, коммерциялық немесе стратегиялық себептер бойынша клиенттер бас тартқан жарнама. Сондай-ақ, бас тартқан, тыйым салынған, дәйексіз және ең сыналатын жарнама өтініштерін қамтиды.



6-МОДУЛЬ. ЖАҢА ЖӘНЕ ДӘСТҮРЛІ МЕДИА

ПРЕАМБУЛА

121

Бұл модуль тәлімгерлерді азаматтардың әлеуметтік, экономикалық және саяси өмірге жан-жақты қатысуын қамтамасыз етудегі жаңа және конвергентті технологиялардың рөлімен таныстырады. Бұл жерде дәстүрлі медиа негізінде жаңа сандық және медианың электронды формаларының (онлайн жаңалықтар, блогтар, Уикипедия, YouTube, әлеуметтік желілер, видео ойындар және т.б.) даму үдерісі және бұл жаңа пішіндер пікір білдіру еркіндігінің, тиімді басқару және демократиялық үдерістерге қатысуды дамытуға ықпал ете отырып, ақпарат пен білімге кең жол ашқандығы қарастырылады.

Баспа медиа, радио және теледидар, Интернет, ұялы телефондар және басқалардың болуы түрлі платформаларда медиа мазмұнды таратуға мүмкіндік береді. Бұл өз кезегінде ақпаратқа қолжетімділікті кеңейтіп, қоғамның белсенді қатысу мәдениетін қалыптастырады. Осыған орай азаматтар тек қана ақпаратты қабылдамай, оның жасалынуы мен таралуына белсенді қатысады. Жаңа ақпараттық және коммуникациялық технологиялар (АКТ) ақпарат және білім алмасуда кең жұртшылықтың қатысуына мүмкіндіктер ұсынады және жаңа ашық қоғамның пайда болуына әсер ете отырып, адамдардың демократиялық үдерістерге белсенді қатысуын қолдайды.

Шын мәнінде, жаңа медиа мен конвергентті технологиялар жеке тұлғалардың әлеуметтік, экономикалық және саяси кең ауқымды проблемалар бойынша қоғамдық талқылауға қатысуы мен өзін-өзі білдіруі үшін жаңа кеңістіктер жасайды. Жаңа медиа платформалар азаматтардың өз елдеріндегі демократиялық үдерістерге саналы түрде қатысуы мен жаһандық маңызы мәселелер мен оқиғаларды терең түсінуіне мүмкіндік береді.

Блоктар

1. Дәстүрлі БАҚ және жаңа медиа-технологиялар
2. Қоғамда жаңа медиа технологияларды қолдану: бұқаралық және сандық байланыс.
3. Аудиторияда электронды ойындарды қоса интербелсенді мультимедианы қолдану.

1-БЛОК. ДӘСТҮРЛІ БАҚ ЖӘНЕ ЖАҢА МЕДИА-ТЕХНОЛОГИЯЛАР

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Өзгерту және сабақтастық: БАҚ-тың қысқаша тарихы.
- «Медиа конвергенция» дегеніміз не?
- Жаңа медиа ретінде Digital Media.
- Жаңа бұқаралық ақпарат құралдарына дәстүрлі БАҚ арасындағы негізгі айырмашылықтар.

122

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Осы блокты аяқтағаннан кейін оқытушылар мыналарды меңгеруі тиіс:

- медианың қысқаша тарихын айта алу;
- дәстүрлі медианың жаңа медиаға алмасуына жаңа технологиялардың әсерін сипаттай алу;
- дәстүрлі медианың жаңа медиадан айырмашылығын ажырату және қоғамның ауқымды бөлігінің демократияның дамуына қатысуына жаңа медианың қалай әсер ететіндігін сипаттай алу.

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕР ЖӘНЕ ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

- Сандық медианың даму үдерісінде байланыстың баспа медиа, радио және теледидарға тән «біреу көппен» ұстанымына негізделген дәстүрлі үлгісінен ұжымдық сана мен мазмұнды қолдануға жол ашатын «көп көппен» үлгісіне өтуі маңызды кезең болды.

Мазмұн сандық пішінде болғандықтан ол түрлі құрылғылардың – радио, теледидар, персоналды компьютерлерден қолжетімді болады, ал ұялы телефон барлық түрлі мазмұндарды жеткізуде басты платформаға айналды. Конвергенция ретінде танымал дауыс, сурет, дыбыстар мен мәліметтерді сандық үлгіге көшіру өзара байланысудың жаңа мүмкіндіктерін ашады.

- Студенттер топқа бөлініп, Интернет келгенге дейінгі медианың дамуын талдайды және бастапқы кезеңде Интернетті қолдану мен оның елде кең таралуына аса ден қояды. Олар Интернеттің және оның артықшылықтарының білім беру, азаматтық қоғам мен басқаруда қолданылуын бағалаулары керек. Жұмыстың нәтижесі талқылау үшін аудиторияда ұсынылуы тиіс.
- Білімгер елдегі сөз бостандығын қамтамасыз ету саласындағы сандық бұқаралық ақпарат құралдарының қатысу деңгейін талдайды. Осы зерттеулер арқылы, олар адамдар өзін-өзі білдіруде жаңа медианы қалай қолданатындығына назар аударуы керек. Олар сондай-ақ, елде жаңа медиа дәстүрлі медианың (газеттер, радио және теледидар) жаңа медиамен (мысалы, мультимедиаға жол ашатын жаңалықтар веб-сайты) конвергенциясына көңіл аударулары қажет. Білімгерлер PowerPoint форматында немесе таныстыру үшін басқа пішінде өз жұмыстарының нәтижелерін аудиторияда қорғаулары керек.
- Білімгерлер мыналарды талдайды: елдегі дәстүрлі медианы жаңа медианың алмастыруы; маңызды жаңалықтар туралы өз пікірін білдіруде азаматтардың қолданатын медианың түрлері; әртүрлі ақпараттық платформаларды қолдану мен онда талқылауға арналған сұрақтар / тақырыптар жиынтығы. Осы жұмыстың нәтижелері талқылау үшін аудиторияда ұсынылуы тиіс.

123

— ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

- Дәстүрлі медианың жаңа бұқаралық ақпарат құралдарынан негізгі айырмашылықтары туралы қысқа эссе жазу; бұл айырмашылықтардың шынайы немесе жасанды екендігін талқылаңыз. Эсседе дәстүрлі және электрондық (цифрлық) БАҚ арасындағы ұқсастықтар және айырмашылықтарды бағалаңыз. Редакциялық жауапкершілік, деректерді тексеру және журналистиканың ұстанымдары сұрақтарын қарастырыңыз.
- Дәстүрлі медианың ерекшеліктерінің біріне жаңалықтардың шынайылығын растайтын және оны нақты тұлғамен емес ақпарат агенттігімен байланыстыратын мазмұнды міндетті редакциялаудың жолға қойылған үдерісі жатады. Онлайн жұмыс істейтін азамат журналист осы үдерісті пайдаланбайды. Осы тұрғыда, нақты блогердің жеке позициясымен берілген жаңалық жазбасы мен газеттің онлайн нұсқасында ұсынылған хабарлама арасындағы айырмашылыққа назар аударған жөн.
- Елде жай медиа мен жаңа медиа технологиялардың пайда болуымен білім мен ақпараттағы болған өзгерістерді талдаңыз және баяндама жасаңыз.
- Жаңа медианың адамдардың өзара іс-қимылына әсері мен бұл өзгерістердің тиімділігі тақырыбында эссе дайындаңыз. Сондай-ақ бұқаралық ақпарат құралдары оқытушылардың қоғамдық өмірі мен кәсіби қызметіне қалай әсер етеді; сандық медиаға жалпыға бірдей қолжетімділікті дамытуда қандай мүмкіндіктер бар және қандай қиындықтар кездеседі деген сұрақтарға жауап беріңіз.

2-БЛОК. ЖАҢА МЕДИА ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ҚОҒАМДА ҚОЛДАНУ: БҰҚАРАЛЫҚ КОММУНИКАЦИЯ ЖӘНЕ САНДЫҚ КОММУНИКАЦИЯ

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Жаңа медиа және қоғамдық қатынас – әлеуметтік желілер, т.б.
- Коммуникациялық технологиялар және жаңғыру.
- Технологияларды нығайту мен демократиялық институттардың өзгеру нәтижесінен қалыптасқан бұқаралық коммуникациядағы құбылыстардың өзара байланысы.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Берілген блокты меңгергеннен кейін оқытушылар білуі тиіс:

- цифрлық коммуникацияның қоғамның әлеуметтік және саяси өміріне ықпалын талдау;
- қоғамда актуалды мәселе бойынша ақпарат білімімен алмасу үшін жаңа медианың бір немесе екі формасын пайдалануды сипаттау;
- бұқаралық коммуникациядағы жаңа медиалардың қолданылуын және олардың демократиялық институттар мен әлеуметтік процестерге ықпалын бағалау.

ОҚЫТУ ӘДІСТЕМЕСІ ЖӘНЕ ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

- Аудиторияда сарапқа салынуы тиіс ұжымдық талқылаулар мен зерттеулер: цифрлық коммуникациялық технологиялардың дамуға ықпалын бағалау үшін білімгерлер кішігірім зерттеу жүргізеді; бұл зерттеу шәкірттер арасында қолданылатын медиа платформаларына және медианың әлемге қалай танылатынына байланысты бағытталған. Сондай-ақ, шәкірттер жергілікті веб-сайттардың біреуіне кіріп, олардың өзара қалай көрсетілетінін және көрші тараппен салыстырғанда ол қандай әсер қалдыратынын талқылауы тиіс. Олар ішкі ақпаратты сыртқы әлемге таныстыруда қолданатын сипаттамаларының тізімін жасауға және аудитория болып талқыланған қорытындыны жүйелеуге міндетті болып табылады.
- Шолу және топтық презентация: дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары мен жаңа медиалар (жергілікті радиостанцияның; жекеменшік, аймақтық және ұлттық газеттің; Интернеттің) аудиторияның әлеуметтік, экономикалық немесе саяси мәселелерді талдауға қатысуына қаншалықты ықпалы барын зерттеу үшін білімгерлер айтылған мәселеге байланысты кішігірім шолу жасауы тиіс. Шолу тақырыптарына үлгі бола алатындардың тізімі мыналар: АИТВ/ЖИТС облысындағы білім; миноритарлық

топтар үшін әлеуметтік әділдік. Сонымен қатар халық топтарын мобилизациялау үшін бағдарламалардың және ұялы телефондардың әлеуметтік желілерде (Facebook және Twitter сияқты) ойнатылатын рөлін зерттеу пайдалы болуы әсте мүмкін. Сондай-ақ, үйренушілер тарапы төменде көрсетілетін сұрақтарды талқылап, жауабын анықтау мақсатында өздік жұмыс жасай алады: медианың иесі кім болып табылады; хабарламаны кім ойлап табады және таратылатын хабарламалардың қайсысы негізгі болып есептеледі; ол қандай аудиторияға арналған және қандай бағытта тұспаланады; кім демеуші/инвестор бола алады және демеушілер қандай дүниеге баса назар аударуға құқылы; дәстүрлі медианың онлайн медиадан айырмашылығы қандай.

- Аудиторияаралық талқылау: нұсқаушы тәлім алушылар арасында қызығушылық тудыратын жаңа медиалар бойынша талқылау жүргізу тиіс: Интернет, мобильді технология (sms және смартфон бағдарламалары), цифрлық телевидение, цифрлық радио, компьютерлік ойындар/онлайн ойындар (виртуалды әлемдегі ойындар, мысалы, SIMS). Талқылау нәтижесінде аталған жаңа медиалардың кемшіліктерін және артықшылықтарын анықтау керек. Мүмкіндігінше білімгерлер «ұялы телефондарды пайдалану» тақырыбында ауыл және қала тұрғындарынан сұхбат алған жөн. Сұхбат негізінде жеткізілген ақпаратқа сүйене отырып, олар аудиторияға – ұялы байланыс орнатушылардың қоғамдық, экономикалық және саяси өмірге деген ықпалы мен көзқарасы туралы түсінігін жеткізеді.

— ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

- Сабақ өткізгіңіз келетін тақырып бойынша өзара қарым қатынасты дамыту үшін «әлеуметтік желі сайттарының қолданылу стратегиясын» ойлап табыңыз. Тәлімгерлер білім беру үшін әлеуметтік желілерді қолданғанда қандай қауіптермен және сын-тегеуріндермен соқтығысуы ықтимал? Осы қауіптерді анықтаңыз және олардың негативті әсер ету жолдарын төмендетуге байланысты пікіріңіз бен тұжырымдамаларыңызды ұсыныңыз.
- Жаңа медиа, жаңа медиа технологиялардың қоғаммен қатынасудағы рөлі мен байланысу тәсіліндегі жүйелік өзгеруін адамдардың ақпарат алмасуына, өзара әрекеттесу тәсілдеріне байланысты қабылданған саналы түрдегі шешімін не байланыстыратынын анықтаңыз.
- Кейс стади әдісі бойынша бұқаралық ақпарат құралдары мен жаңа технологиялардың қоғамдық коммуникацияға, күнделікті өмірге және қоғам пікіріне ықпалын зерттеңіз. Мәселен: мобильді технологиялар – қоғамның бай және кедей мүшелерінің арасындағы коммуникациялық алшақтықты қысқартуға қалай көмектесті? Сондай-ақ, цифрлық коммуникацияның қоғамда адамдардың өзара әрекеттесу процестерін, білім және ақпарат алмасуды өзгертетінін зерттеңіз.
- Үкіметтің өзара іс-қимылын дамыту үшін әлеуметтік желіні пайдалану стратегиясын әзірлеу – АКТ негізгі рөл атқаратын басқарудың жаңа және дамып келе жатқан нысандарын пайдалануды көздейді. АКТ-ны пайдалану мемлекеттік басқарудың жаңа формаларын іске асырады: 1) азаматтардың ақпаратқа қол жеткізу арқылы оқу жүйесіне қатынасып, шешім қабылдауларын жеңілдететін электрондық демократия; 2) салық декларацияларын толтыру бойынша қажырлы жұмысты автоматтандыруға, өтініштердің мәртебесін тексеруге және т.б. бағытталған электрондық қызметтер; 3) АКТ негізінде ақпараттық процестерді енгізу арқылы электронды әкімшілік ету, мемлекеттік қызмет процестерін және мемлекеттік сектордың ішкі технология-

сын жетілдіру. Осылайша, АКТ-ның басқару процестерін жақсарту үшін көзделетін мүмкіндіктерінің ықтималдылығына көз жеткізе аламыз.

- Электрондық басқару және электрондық үкімет өзара байланысты және өте жақын тұжырымдамалар. Электрондық үкімет – бұл үдерістерді автоматтандыратын жүйе, ал электрондық үкімет – бұл мемлекеттік мекемелердің азаматтық қатысуына ашық және қолжетімді болатын процесі (ЮНЕСКО, 2007).
- Ғаламтордағы материалдарды пайдалана отырып, электрондық үкіметтің даму дәрежесін түсіндіруді сұраңыз. Тәлімгер электронды бақылауды көрсететін екі мысалды таңдау керек. Олар процеске қандай дәрежеде қатысып жатқанын көрсетіп, аталған мәселе бойынша енгізілген ақпаратты анықтау үшін байланыс орнатады. Бұл жүйенің артықшылықтары мен кемшіліктері қандай? Жұртшылықпен консультациялар өткізілген бе? Осы сұрақтарға жауап іздеп, электрондық үкімет жобаларының тиімділігін талқылаңыз.
- АКТ және жаңа технологиялар – ерлерге, әйелдерге, мүгедектер мен басқа да маргиналды топтарға, сондай-ақ, этникалық топтар мен байырғы халықтарға, шалғай аудандарда тұратын тұлғаларға көмек көрсету үшін маңызды.
- Жергілікті және халықаралық ақпарат көздеріне сүйене отырып, әйелдердің, мүгедектердің және алшақ аймақтарда тұратын тұлғалардың АКТ немесе жаңа технологияларға қолжетімділігі тақырыбына базалық зерттеу жүргізіңіз. Әйелдердің ер адамдармен құқықтары тең бе? Мүгедектер және алыс аймақтарда тұратын тұлғалардың қолжетімділігі қаншалықты дамыған? Бұл жағдайдың нәтижесі қалай болмақ? Егер белгілі бір топтар маргиналды бола отырып, жаңа технологияларға қолжетімділігі жоқ болса не істеу керек? Егер сіздің еліңізде немесе аймақта мұндай деректер жоқ болса, олардың болмауының себебін анықтауға тырысыңыз. Бұл ақпараттың болмауына қандай ұйымдар жауап беруі тиіс? Жағдайды өзгерту үшін не істеуге болады?

3-БЛОК. АУДИТОРИЯДА ЭЛЕКТРОНДЫ ОЙЫНДАРМЕН ҚОСА ИНТЕРБЕЛСЕНДІ МУЛЬТИМЕДИАНЫ ҚОЛДАНУ

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Интерактивті мультимедиа ресурстар, ашық білім беру ресурстары және білім берудің дамуына ықпал ету үшін программалық шешімдердің түрлері.
- Тәлім алушылар мен оқу жүйесі арасында байланыс орнатуға арналған интерактивті мультимедиа/цифрлық ойындар.

- Медиа ойындар әлемдік маңызы бар мәселелер жөнінде ақпараттандыруды дамытудың құралы.
- Шынықтыратын ойындар және көңіл көтеретін ойындар.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Берілген блокты меңгергеннен кейін, оқытушылар білуі тиіс:

- Интерактивті веб-сайттар, презентациялар, онлайн пікірсайыстар, блогтар, вики, вики-кітаптар, электрондық кітаптар, подкасттар, видеокасттар және оқыту мен оқуға арналған ойындарды қосқанда интерактивті мультимедианың құндылығын түсіну.
- Әлеуметтік, интеллектуалдық және уақыттық дағдыларды, интерактивті мультимедиаларды пайдалану арқылы қарқынды жүргізу. Әсіресе, ойын арқылы дамыту.
- Оқыту және оқу процесінде интерактивті мультимедианы, соның ішінде, цифрлық ойындарды қабылдау.
- Әртүрлі ғылыми концепцияларды (математикалық, нақты және қоғамдық және т.б. ғылымдар облысынан) ұсыну үшін техникалық түрде ойындар және жай және күрделі интерактивті мультимедианы пайдалану.
Тегін программалық қамтамасыз етуді, ашық негізгі кодпен программалық жүйеге енгізуді және патенттелген программалық құнтталуды қолдану барысында ойлап табылған әртүрлі интерактивті мультимедиаларды талдау.
- Ашық білім беру ресурстарының және олардың оқыту мен оқу үшін ұсынатын мүмкіндіктерінің ролін бағалау.

127

ОҚЫТУ ӘДІСТЕМЕСІ ЖӘНЕ ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

Интерактивті мультимедиа: Сабақ беретін пән бойынша мұғалімдер тобымен оқу кезінде (немесе сабақтарда) пайдалануға болатын цифрлық ойындарды қосқан жағдайда интерактивті мультимедиа табу үшін кез келген іздеу машинасын пайдаланыңыз. Осындай бірнеше мультимедиа құралдарды табыңыз. Мәселелерді шешу үшін оларды пайдасының азаюы қатарында орналастырыңыз. Сіз қандай критерийлерді пайдаландыңыз? Интерактивті мультимедиаларды білім беруде қолданылуы бойынша эксперттер қандай критерийлермен жүргізілетінін біліңіз. Енді өзіңіздің критерийлеріңізді осы критерийлермен салыстырыңыз. Не байқадыңыз? Эксперттердің критерийлерімен сіз келісесіз бе?

Өзіңіз құрған интерактивті мультимедиалардың тізіміне қарап, оқыту және оқу процесерін түп тамырымен өзгертуге, оларда ұжымдық жұмыстар мен талқылаулардың дамуына ықпал етуге қабілетті құралдарды атап көрсете аласыз ба? Неге сіз нақ осы құралды таңдадыңыз? Сіздің ойыңызша, мультимедиа технологиялар оқытушылардың ақпаратпен өзара әрекеттесуіне, олармен контентті өзгертуге және өз жекеменшік контентін құруға әсер ете ала ма?

Онлайн ойындар: Peacemaker, Food Force немесе Darfur is Dying сынды гуманитарлық бағыттағы кез келген имитациялық онлайн ойынды ойнаңыз. Жаһандық мәселелер жөнінде шығармашылық тұрғыда ойлауда компьютерлік ойын жәрдемдесе алады? Оқу

үшін бұл ойындардың пайдасы қандай? Егер оқу орнында Интернетке қолжетімділік шектелген немесе жоқ болса, білімгерлерді басқа қоғамдық орталықтардан Интернетке қолжетімділікті іздеуге ынталандыру керек.

Егер Интернетке қолжетімділік өте қатты шектелген болса, оқытушы оның компьютерінде бұрын орнатылған ойындарды пайдалануға немесе CD-ROM, DVD-дегі ойындарды алуға тырысуына болады. Білімгерлерге тапсырма:

- Белгілі бір пән бойынша электрондық ойындардың кейс-стадиін жүргізу және нақты оқу пәні шеңберінде бір-екі ойындарды пайдалануды байқап көру. Кейін олар ойынның пайдаланылуы сабақ мақсатының жетуіне ықпал еткендігі туралы есеп дайындауға міндетті;
- оқыту мен оқу процесінің бөлігі ретінде электрондық ойындарды пайдаланумен әлемдік маңызы бар аштық, кикілжің, соғыс пен бейбітшілік сынды мәселелер туралы ақпарат ұсыну сабағында жоспар құру. Кейін олар осындай сабақ өткізіп, сабақта пайдалануға байланысты сұрақтарды ерекше түртіп алып, және ойындар арқылы жауап іздеген кезінде қаншалықты пайдалы болғандығы туралы, оқытушылардың іс-әрекеттері туралы есеп дайындауы тиіс.

Ашық білім беру ресурстары: бұл оқу материалдары мен құралдары – ашық құжаттар форматында білімге қолжетімділікті қолдау үшін пайдаланылатын, ашық лицензия бойынша шығарылатын, еркін пайдалануға, қайта пайдалануға және белгілі бір қолданушылар тобының: оқушылар, инструкторлар, ұйымдастырушылар және т.б. нақты тапсырмаларына бейімделуге мүмкіндік беретін толық курстар, модульдер, курс материалдары, оқулықтар, потоктық видео, тесттер, компьютерлік программалар және басқа да материалдар (интерактивті де, интерактивті еместер де) немесе әдістемелер.

- Ашық білім беру ресурстарына қолжетімділікті ұсынатын бірнеше веб-сайттарды табу.
- Білім беру ресурстарын ашық білім беру ресурстары категориясына жатқызу үшін талаптар/критерийлер анықтау.
- Ашық білім беру ресурстарының құрылу, пайдалану және таралу процестерін және олардың оқыту мен оқу тапсырмаларының нақты жағдайларына бейімделуін талдау.
- Цифрлық ойындарды қалай ашық білім беру ресурстарына трансформалауға болатынын талдау, авторлық құқық туралы заңдарды қосқанда, ашық білім беру ресурстарына қойылатын талаптардың орындалуын қадағалайтын стратегия ойлап табу.

Кітапханада материалдарды іздеу және сыныпта талқылау: білімгерлер өздеріне белгілі электрондық ойындарда қолданылатын әртүрлі әдістемелерді тауып, талдап, сыни баға беру тиіс. Білімгерлер өз зерттеулерінің нәтижелерін көпшілік үшін PowerPoint форматындағы презентацияларда немесе схема түрінде ұсыну керек.

Аудиторияда талқылау: оқыту және оқу процесіне жай интерактивті мультимедиа құралдарды немесе цифрлық ойындарды қосып, сабақтың жоспары мен жаттығулар тізімін құрыңыз. Оқу процесіне цифрлық ойындардың қосылуының «жақтайтын» және «қарсы» дәлелдерін үйренушілер талдау тиіс. Бір топ – олардың оқыту және оқу процесінде қолданылуының артықшылықтарын, ал басқа топ – проблемалары мен кемшіліктерін алға тартуы қажет. (Осы мәселе бойынша қосымша ақпарат оқулықтың 3-бөлімінде берілген)

Ресурстар солтүстік америкалық ақпарат көздерінен алынды және тек мысал ретінде келтіріледі. Тәлімгерлерге мүмкіндігінше, жергілікті және аймақтық материалдарды табуға кеңес береміз.

- YouthProtectionToolkit, www.yprt.eu.
- Lenhart, A. 2009. It's Personal: Similarities and Differences in Online Social Network Use between Teens and Adults. Teens, Social Networking, Generations Халықаралық коммуникация қауымдастығының жыл сайынғы жиналысындағы презентация (мамыр 2009 ж.) www.pewInternet.org/Presentations/2009/19-Similarities-and-Differences-in-Online-Social-Network-Use.aspx.
- Madden, M. 2009. Eating, Thinking and Staying Active with New Media. Health, Education, Teens, Families, Web 2.0 Бала денсаулығы және адам дамуы Ұлттық институттағы презентация (маусым 2009 ж.). www.pewInternet.org/Presentations/2009/15--Eating-Thinking-and-Staying-Active-with-New-Media.aspx.



7-МОДУЛЬ. ИНТЕРНЕТТІҢ МҮМКІНДІКТЕРІ МЕН ҚАУІПТЕРІ

ПРЕАМБУЛА

130

Кез келген жастағы азаматтар тобы үшін өмірге ақпараттық қоғамның қатысуы айырықша мәнге ие. Әрбір қолданушының өмірін жақсартуға байланысты интернет түрлі мүмкіндіктер ұсынады. Ол білімге, кәсіби ортаға және экономикалық өсуге жақсы әсерін тигізеді. Оңай бағалауға және ақпаратты сақтауды қамтамасыз етуге, сондай-ақ әртүрлі құралдарға қолжетімділігі арқылы интернет адамдарға ақпараттық ресурстардың көлемін айтарлықтай арттырады. Балалар мен жастар оны қолданудың сан қырлы мүмкіндіктерімен жақсы таныс, соның нәтижесінде бұл білімдерден үлкен пайда ала алады. Қауіп пен қатер Интернеттің ілгері дамуына байланысты шынайы өмірде бар қауіптер туғызып отырады. Бұл мәселені кәмілет жасқа толмағандардың қорғанысын қамтамасыз ете отырып шешуге болады. Бірақ бұл күштер қанша пайдалы болса да, қорғаныс стратегиясына шамадан тыс сенім мен үміт өздерін ақтамады, жастар Интернетті жауапкершілікпен қолданбады. Интернеттің жағымсыз әсер етуінен қорғайтын эффективті әдіс – оларды біліммен қаруландыру; Интернетте жұмыс істей отырып, қауіптерден қалай қашуды немесе қауіптерді қалай басқаруды үйрету. Егер сөз балалар мен жастар туралы болса, бұл тұрғыда технологиялар үлкен жәрдем бере алады.

Блоктар

1. Виртуалды әлемдегі жастар.
2. Шақырулар мен қауіптер.

1-БЛОК. ВИРТУАЛДЫ ӘЛЕМДЕГІ ЖАСТАР

► ҰЗАҚТЫҒЫ: 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Веб 2.0 және виртуалды әлем.
- Интернеттің қолданылуы және балалар мен жастардың онлайндық әдеттері.
- Балалар құқықтарымен байланысты халықаралық келісімдер мен басқа да құралдар.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Берілген блокты меңгергеннен кейін оқытушылар білу тиіс:

- Олардың Интернетке қызығушылығы мен қолданылуының модельдерін түсіну.
- Интернетті қолданумен байланысты жалпы жағдайға, тәртіп ережесіне және жеке өмірге қол сұқпау туралы заңдарға сипаттама беру.
- Жастарды Интернеттегі жұмыстармен жауапкершілікті болуға тәрбиелеу үшін, оларды Интернетпен байланысты мүмкіндіктермен, шақырулар және қауіптермен ақпараттандыру үшін оқу әдістерін қолдану бойынша өз қабілеттерін және негізгі құралдарды дамыту.

131

ОҚЫТУ ӘДІСТЕМЕСІ ЖӘНЕ ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

Веб 2.0 – бұл Интернеттегі өзара әрекеттесудің интерактивті тәсілдерін және қолдану контентін (ұялы телефондарға арналған бағдарламалар секілді) құру сынды аспектілерді жеңілдететін қысқа шартты белгі.

Бұл блокта онлайн-қолжетімді ресурстарды қолдана отырып, сабақ беруге болады: Интернет туралы авторлық құқықтармен қорғалмаған видео және Интернеттің ықпалына қалатын қоғам мен оның кеңейтілген мүмкіндіктері. Соңдай-ақ тағы бір тәсіл бар: Веб 2.0 туралы Power Point-та презентация жасап, оған виртуалды әлемнің негізгі элементтерінің мүмкін болатын максималды санын қосу. Кішкене топтарда оның негізгі элементтерін талқылауға болады. Әр топтан Веб 2.0 артықшылықтары туралы қысқа презентация дайындауын және ұсынуын өтініңіз.

- Оқытушылардан олар әлеуметтік желіні белсенді қолдана ма немесе Интернетті жиі тұтына ма сұраңыз. Егер иә болса, қаншалықты жиі. Олардан Интернеттен іздеу жасап, өз профильдерін ашып, басқа адамдардың профильдерін қарап, Интернет-платформалардың (мысалы, Уикипедиядан) контентін жүктеп және чатта, онлайн-жұмыста қатысуын, блоктарда және Твиттерде сөйлесуін өтініңіз. Берілген тапсырманы орындағаннан кейін білімгерлермен Интернетті аса байыппен пайдалану мақсатында оның шақырулары мен қаупі үшін жұмыстың барлық осы формаларының артықшылығын талқылау керек. Интернетпен жұмысқа байланысты сізге ыңғайсыздық туғызатын сәттерді жазып алыңыз және талқылаңыз.

- Білімгерлер топтарға бөлініп, саясат пен тәжірибе мәселелері бойынша ақпарат алмасу үшін викиді жобалау және пайдалану бойынша тапсырмалар орындайды. Бұл тапсырманы орындауға біраз уақыт бөлуге тура келеді, мысалы, бір семестр. Нұсқаушылар мен тәлім алушы викиде жұмыс істейтін білімгер эффективтілігін бағалау критерийін, сәйкес келуін және ықпалын ойлап табу тиіс. Олардан кішірек топтарға бөлінуін өтініңіз. Әр топ жастарды Интернетте не қызықтыратынын талқылап, Интернетте жастардың жұмыс істеуінің 5-тен кем емес негізгі түріне тізім құруы керек. Білімгерден де осы жұмыс түрлерін маңыздылығы бойынша 1-ден 5-ке дейінгі шкалада көркемдеуін өтініңіз. Әр топ өзінің талқылауларының нәтижесін беріп, не себепті нақ осындай тізім құрғандығын, және олардың шешіміне не ықпал еткенін беру тиіс. Нұсқаушы Интернетті балалалардың пайдалануы (егер қолда мұндай цифрлар бар болса) туралы соңғы статистикалық деректерді (сабақ басталуына дейін дайындалған және нақты материалдарға негізделген) келтіруі керек. Топтар ұсынған нәтижелерді нақты статистикалық деректермен салыстырыңыз. Оларды талқылаңыз. Осы тапсырманы орындау барысында сіз қандай да бір жаңалық аштыңыз ба? Интернетті пайдалану туралы статистика сіздің аймақта немесе елде бар ма? Егер жоқ болса, не себепті? Жағдайды қалай өзгертуге болатынын талқылаңыз. Жастардың оқу мақсатында жаңалықтар қарау, өз елінде саяси процеске қатысу, білім алу және әртүрлі мәдениет өкілдерімен өзара әрекеттесу мақсатында Интернеттің пайдаланылу дәрежесін талқылаңыз. Интенсивті пайдалануға куә болатын белгілер бар ма? Интернетті позитивті мақсатта пайдалануға ынталандыру үшін не істеуге болады? Оқытушылардан (кішігірім топтарда немесе индивидуалды) материалға Интернеттің пайдаланылу туралы сабақ қосып, өз тақырыбы бойынша қысқаша сабақ дайындауын өтініңіз. Интернеттің пайдаланылуы тек сабақтың мақсатына ғана жетіп қоймай, сонымен қатар оқытушы өз шәкірттерін осы мақсаттарға Интернеттің көмегімен жетуге болатынын көрсетуі тиіс.
- Оқытушылармен әртүрлі Интернет-бағдарламалар үшін жеке басқа қол сұғушылық туралы жалпы шарттар, тәртіп ережесі және жағдайын талқылаңыз. Осыдан кейін оларға Интернетті балалар мен жастар пайдаланғандағы тәртіп ережесінің моделін ойлап табу туралы тапсырма беріңіз.
- Онлайн кезіндегі балалардың тәртібі мен олардың профилдерін талдаңыз: топта жұмыс істейтін оқушылар 6-дан 17-жасқа дейінгі балалардың Интернетті пайдалануын зерттеуі тиіс. Олар дайындаған хабарламалар Интернеттің пайдаланылу көлемі мен мақсатын айқындап және алынған нәтижені ата-аналардың білімімен және олардың Интернетті қолдануымен салыстыру тиіс. Интернет ата-аналары мен балалар үшін қандай мүмкіндіктер береді және қандай проблемалар туғызады?
- Адам құқықтары декларациясының ережелерін, БҰҰ-ның Бала құқықтары туралы конвенциясын немесе елдегі интернетті пайдалану туралы қабылданған кез-келген заң актісін талқылаңыз: ақпаратқа қол жеткізу, сөз бостандығы, кәметке толмағандарды қорғау, ата-аналардың, азаматтық қоғам. Аталған сұрақтарды бөлек талқылаңыз, содан кейін олардың қалай өзара байланысты екендігін ойлаңыз. Олар сөз бостандығы мен ақпаратқа қол жеткізу құқығына қайшы келеді емес пе? Кәметке толмағандарды қорғау үшін сөз бостандығы мен ақпаратқа қол жеткізу құқығы құрбан болу керек пе? Неге иә немесе неге жоқ? Балалардың ақпаратқа, Интернет пен жаңа технологияларға тең қол жеткізуі керек пе? Сіздің аймағыңыздағы жағдай қандай? Бұл мәселелер қалай шешіледі? Мұғалімдерден белгілі бір бостандықтар мен құқықтар туралы кішігірім өлең жазуды және кәметке толмағандарды қорғау қажеттілігін сұраңыз?

2-БЛОК. ВИРТУАЛДЫ ӘЛЕМДЕГІ СЫН-ҚАТЕРЛЕР МЕН ТӘУЕКЕЛДЕР

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Интернетті пайдалануға байланысты сынақтар мен тәуекелдерді түсіну.
- Интернет мүмкіндіктерін кеңейту және жауапты пайдалану.
- Жеке өмірдің құпиялылығы және қауіпсіздігі.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Берілген блокты оқығаннан кейін оқытушылар меңгеруі тиіс:

- Интернеттегі қатерлер мен тәуекелдер тізбесін және олардың пайда болу аймағын сипаттауды.
- Жаңадан әзірленген Интернет қосымшаларға байланысты тәуекелдер мен қатерлерді түсінуді.
- Пайдаланушылардың іс-әрекеті мен құқық бұзушы немесе құрбан болғандар арасындағы қарым-қатынасты түсінуді.
- Алған білімдерін қолдануды және Интернетті неғұрлым жауапты пайдалануды.

133

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕР МЕН ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

ОНЛАЙН-КОНТЕНТКЕ ҚАТЫСТЫ ПРОБЛЕМАЛАР МЕН ТӘУЕКЕЛДЕР:

«Youth Protection Roundtable Tool Kit – Stiftung Digitale Chancen 2009» бейімделген формасында келтіріледі.

Жас ерекшелігіне сай келмейтін контент: Интернет жеке топтармен қатар көпшілік оқырманның қызығушылықтарын ескере отырып, барлық топтағы пайдаланушыларға контенттің жоғары деңгейде жеткізілуін қамтамасыз етеді. Дегенмен контенттің барлығы бірдей балалар мен жастарға қолжетімді болуға тиісті емес. Осы тұрғыда берілген контенттің қандай топқа сәйкес келетінін нақты анықтап алу қажет. Заңмен тыйым салынбаған, алайда жас қолданушыларға зиян келтіретін контентке ереше назар аударған жөн. Бейәдеп сурет және видеоматериал (порнография) сынды жас ерекшелігіне сай келмейтін контент қолжетімді болса, балаларға зиян болуы мүмкін.

Жас ерекшелігіне сай келмейтін контентке кездесу – сол контентті іздеу жүйелері арқылы тауып отырған қолданушымен тікелей байланысты. Жас ерекшелігіне байланысты шектелген материалдар коммерциялық негізде берілуі мүмкін. Қатаң түрде белгіленген топтарда ғана жас ерекшелігіне байланысты шектеу қойылған контентке қолжетімділік болады, ал қолданушылар контенті барлық топқа ортақ болғандықтан ерекше назар аудартады. Қазіргі таңда балалар мен жасөспірімдердің көпшілігінде мультимедиялық функциялар орнатылған ұялы телефондар бар және оларға Интернет кез келген уақытта қолжетімді. Алайда олар интернетті қолданғанда үлкендердің бақылауында болмайтынын да ескеру қажет. Мобильді құрылғылар кез келген жағдайда жасөспірімдердің жеке сандық контентін құруына мүмкіндік береді, осылайша олар қолданушылар контентінің көлемін арттырады. Заңмен тыйым салынған контент (мәселен, нәсілшілдік, порнография): бірінші кезекте, заңсыз деп танылған, кез келген мемлекеттің заңына байланысты контент түрі. Заңсыз деп танылғанымен, балалар мен жасөспірімдерге бұл контент – қолжетімді. Балаларға қатігездік көрсетілген материалдарды алу және оларды тарату арқылы балалар мен жасөспірімдер заңсыз контенттің құрбандары болуы мүмкін. Осыған ерекше назар аудару керек.

Контентке бақылаудың жоқтығы: Интернеттен алынған контент тәуелсіз сарапшылардың бақылауынан өтпейді. Осыны ескерсек, жасөспірімдердің контентке сыни көзбен қарай білуі маңызды. Қолданушылар контенті толық емес және сұрақтың нақты жауабы болмауы әбден мүмкін. Сондықтан жастардың онлайн оқығанының бәріне сеніммен қарауы қауіпті.

Келтірілген шығынның зияны: Желіде қолданушылардың өзіне зиян келтіретін веб-сайттар көп (өзін-өзі өлтіруге итермелейтін, секталық веб-сайттар). Қолданушылар контентінің өсуімен қатар адамның жеке өз-өзіне зиян келтіру қаупі де артып жатыр. Балалар мен жасөспірімдер веб-сайттарда таралған тәуекел жасаудың қаншалықты қауіпті екенін бағалай да алмай жатады.

Адам құқығының бұзылуы: Интернеттегі анонимділікті ескерсек, белгілі топтарға немесе жеке тұлғаларға қарсы үгіттеу қиынға соқпайды. Сонымен қатар іріткі салушылар өз істеріне жауап беруден қашса немесе қарсыластарымен бетпе-бет кездескісі келмесе, оффлайн режимде болуы да мүмкін. Осылайша жеке адамның құқығының бұзылуы виртуалды әлемде әлдеқайда оңай. Диффамациялық контент қауіпті ақпараттардың әсеріне түсіп қалатын балалар мен жасөспірімдер үшін өте зиян.

Балаларға арналмаған жарнамалық және маркетингтік ақпараттар: балаларға арналмаған жарнамалық ақпараттар арқылы балаларға зиян келтіретін тауарлар мен заттарды тұтынуы мүмкін (мәселен, пластикалық хирургия). Қолданушылардың жеке басына қатысты ақпараттарды берген сайын (жасы, жынысы, аты-жөні) олардың жарнамаға, лотереяларға қатысу ықтималдығы жоғары болады. Балалар Интернеттегі қандай да бір бланктарға өздерінің аты-жөнін жазу арқылы үлкен тәуекелге барып отырғанын түсіне бермейді. Олардың арасында танымал мобильді телефондарда орнатылған жарнамалық ақпараттар тарататын қосымша каналдардың бар екенін де ұмытпаған жөн.

Жеке өмірге қол сұғылмаушылық: контент Интернетте пайда болғаннан кейін бүкіл әлемге тез тарап, ұзақ уақыт бойы Интернетте қалуы мүмкін. Пайдалану-

шылар, балалар мен жасөспірімдер қысқа және ұзақ мерзімде қолжетімді болған мәтіндер мен суреттерді көргісі келмейтінін түсінбей қалады. Платформада немесе серверде сақталған мәліметтер барлық қолданушыларға қолжетімді болғанымен, автор жеке мәліметтерінің ешқандай қорғаусыз қалғанынан күдіктенбеуі де мүмкін. Интернетпен жұмыс істейтін адамдар, ондағы ерекшеліктерді түсіне білуі қажет.

Авторлық құқықтың бұзылуы: авторлық құқықтың бұзылуы – қолданушылардың іс-әрекетіне байланысты. Авторлық құқықтың әдейі немесе байқаусызда бұзылғанына қарамастан құқық иесі құқық бұзушының жазалануын талап етуге құқылы.

- Зиянды онлайн-контенттің не екенін түсіну маңызды. Адам құқықтары туралы халықаралық заңда сөз бостандығына қатысты бірқатар түсінікті шектеулер бар, әсіресе сөз бостандығы басқа заңдарға қайшы келген жағдайда. Мүмкін шектеулі мысалдар ішінде зорлық-зомбылық немесе ұлттық араздықты қоздыру, балаларға жыныстық зорлық-зомбылық көрсетуді бейнелеу, жала жабу бар. Әрбір жағдайда, халықаралық құқық шектеулерді сот арқылы анықтайды және бақылайды.
- Оқытушылар жоғарыда сипатталған соқтығысуларға тап болған кезде олардың тәжірибесімен (олардың немесе таныстарының) бөлісуін сұраңыз. Олар мәселені қалай шешті? Нәтижесі қандай болды? Олар қандай сабақ алды?
- Жеке деректерді ұрлау, ақшаны / фишингті ұрлау, адам құқықтарын бұзу, диффамация немесе интернеттегі басқа да заңсыз әрекеттер туралы ойлаңыз. Өзіңіздің зерттеуіңізді немесе оқу бағдарламамызда оқуға ұсынылған материалдарды қолданыңыз; мұғалім алаяқтық, алаяқ веб-сайттар мен адам құқықтарын бұзатын контент туралы ақпараттарға онлайн сауалнамаларды тани алатын қажетті әрекеттер мен нақты сипаттамалардың тізімін анықтайды және құрастырады. Электрондық банк және электрондық коммерцияның артықшылықтары қандай? Бұл жаттығу үшін пайдаланылатын ресурстар практикалық тұрғыдан нақты болуы керек және нақты жағдайларды мүмкіндігінше көрсетеді. Мұғалімдер аталған жаттығуларды жоғарыда аталған тәуекелдер үшін жасай алады.
- Интернеттегі медициналық немесе кез келген басқа ақпаратты онлайн іздеуде жүзеге асырыңыз. Медициналық веб-сайттар сіздің медициналық мәселелеріңізді шешуге көмектесе ала ма? Интернеттегі кеңестерге жүгініп, денсаулықты тексеру қауіпсіз бе? Медициналық веб-сайттың сенімділігі мен сенімділігін анықтаудың негізгі жолдарын талқылаңыз.
- Егер сіз әлеуметтік желілердің бірінің мүшесі болсаңыз, атыңызды табу үшін Google-да іздеу жасаңыз. Жалпы ақпарат доменінде қанша жеке ақпаратыңыз бар? Өзіңіздің әлеуметтік желідегі профиліңізден өшірілген ақпаратты таба аласыз ба? Жоғарыда көрсетілген тәуекелдердің қайсысы осыған байланысты?

- Facebook-та (немесе кез келген басқа әлеуметтік желіден немесе компьютерге орнатылған бағдарламадан) «Sharing Your Content and Information» 28-баптан «Statement of Rights and Responsibilities» үзінді алыңыз. Кішкентай топтарға бөлініп, сіз таңдаған үзінді біреудің жеке өміріне немесе тіпті қауіпсіздігіне қол сұқпаушылыққа әсер ете ме, соны талдаңыз. Пайдаланушылар туралы онлайн контентте орналастырылған мазмұнды пайдаланушылар қалай басқара алады? Әлеуметтік желілерде немесе жаһандық коммуникациялық жүйеде орналастырылған фотосуреттер мен бейнелердің белгілі бір түрлері үшін авторлық құқықты кімге иеленетінін талдаңыз және талқылаңыз.
- БҰҰ-ның Бала құқықтары туралы конвенциясын (<http://www.unicef.org/crc/>) оқыңыз. Ол туған еліне қарамастан, бала өмір сүру құқығының негізгі құқықтарын айқындайды: өмір сүру құқығы; сау дамуы; зиянды әсерден, қорлаудан және пайдаланудан қорғау; отбасылық, мәдени және қоғамдық өмірге толыққанды қатысу. Балалардың өздерінің әл-ауқатына зиян келтіретін ақпарат пен материалдардан қорғау үшін тиісті нұсқауларды әзірлеуді талап ететін Конвенцияның баптары бар ма? Халықаралық электробайланыс одағы (ITU) әзірлеген технологиялық байқаудың 10 есебіне сәйкес, құпиялылық пен қауіпсіздікті қамтамасыз ету мәселелерін шешуге бағытталған іс-шаралар, ең алдымен, сандық әлемде және интернеттегі өмірді жақсартуға бағытталған. Дамып келе жатқан қауіпсіздік жүйесінің жетіспеушілігі сөзсіз бұқаралық ақпарат құралдары сандық байланысқа негізделген барлық жүйелер мен үдерістер үшін қауіп тудырады. Қауіпсіздіктің төмен деңгейі (немесе оның толық болмауы) киберқылмыскерлер санының артуына алып келеді. Бұл қауіп маңызды, себебі киберқылмыскерлер қауіпсіздігін қамтамасыз ету саласында халықаралық ынтымақтастықты дамыту үшін Кибершабуылдарға қарсы халықаралық көпжақты серіктестік (IMPACT) құрылды. Халықаралық электробайланыс одағының (ITU) бас хатшысы Хамадун Туре, онлайн-ортаны бейбітшілік пен қауіпсіздікті қамтамасыз етуге мүмкін болмаса, коммуникацияға қол жеткізудің пайдасыз екендігін және біз сандық әлемді тұтынушылар белгілі бір бостандықтарды құрметтеуге және қауіпсіздіктің анонимдігіне (ITU News) дайын болатын «қорғалған резиденциясы» ретінде болатынын айтты. Дегенмен, интернеттегі еркіндік қозғалысының көптеген белсенділері мемлекеттік араласуға және өз тарапынан бақылауға алаңдайды. Интернеттің қоғамдық мүдденің ашық кеңістігіне емес, жабық бақыланатын кеңістікке айналуына және мемлекеттік органдар мен корпорацияларға үстемдік ететініне алаңдаушылық көбеюде. Кейбір мемлекеттік құрылымдар мен коммерциялық компаниялар үшін қауіпсіздікті қамтамасыз ету - бірінші кезектегі мәселе, бірақ қарапайым азаматтар үшін олай емес.
- Хамадун Туре сөздерін талқылаңыз. Сіздің ойыңызша, мемлекеттік органдар виртуалды әлемнің қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін шаралар қабылдауы керек пе? Неге иә және неге жоқ?
- Сіз жеке өмірдің қол сұғылмауын қандай да бір дәрежеде құрбан етудің уақыты келді деп келісесіз бе? Салдары қандай? Сіз Интернетті теледидар немесе радио сияқты басқару мүмкін емес деп ойлайсыз ба? Интернетті әлемнің бір елі немесе аймағы бақылайтын болса не болуы мүмкін?
- Интернеттегі қауіпсіздікті қамтамасыз ету үшін қолданылатын құралдардың бір-неше түрін зерттеңіз (блоктау, сүзгілер, құқықтық реттеу және т.б.). Олардың артықшылықтары мен кемшіліктерін талқылаңыз.

- Сіз жұмыс істейтін кез келген әлеуметтік желі немесе бағдарламаны таңдаңыз. Жеке параметрлеріңізбен тәжірибе жасаңыз. «Құпиялылық және қауіпсіздік» кілт сөздері үшін пайдалану шарттарын іздеңіз. Сіздің ойыңызша, құпиялылық осы бөлімде сипатталған тәуекелдерден аулақ болуыңызға көмектесетініне кепілдік бере ме? Құпиялылық параметрлерін ең жоғары деңгейге орнатудың нәтижесі қандай?



8-МОДУЛЬ. АҚПАРАТТЫҚ ЖӘНЕ КІТАПХАНАЛЫҚ САУАТТЫЛЫҚ

138

ПРЕАМБУЛА

Оқытушылар БАҚ және ақпараттық сауаттылық негіздерімен (МАГ) Модульдің кіріспе блогында және кейінгі блокта танысты. Бұл модульдің мақсаты – медиа және ақпараттық сауаттылықтың басқа маңызды компоненттерді қамтитынын көрсету.

Бұл модуль ақпараттық сауаттылық компоненттерінің маңыздылығына назар аударады. Көптеген оқыту курстары білім беруге үйретуге арналған, олар оқытуға үйретпейді. Білім берудегі және қоғамдағы өсіп келе жатқан маңыздылығын үнемі атап өтетін болсақ, біз оқуға қабілетті оқушы болу қажеттілігіне баса назар аударамыз.

Мұғалім өздерін өздерінің оқушыларына проблемалық талдау мен шешімдер қабылдау үшін ақпаратты алу, түсіну, бейімдеу, құру, сақтау және ұсыну үшін қажетті құзыреттілік кешендерін (білімі, дағдылары мен қабілеттері) меңгеруі тиіс. Оқу мен оқытудағы кез-келген контексте, білім беру, ортақ жұмыс / кәсіби орта немесе өзін-өзі жетілдіру процесі ретінде қолданылатын құзыреттер бар.

Медиа және ақпараттық сауатты мұғалім әртүрлі дереккөздерден келетін ақпарат пен медиа хабарларды түсінуге қабілетті ақпарат; ол мәселені шешу үшін осы түсінікті бағалауға және тиісті түрде пайдалана алады. Осындай оқытушы кітапхананың негізгі дағдыларын меңгерді әрі оқу және ақпараттық алмасу үшін құжаттамалық ресурстармен жұмысты оңтайландыра алды. Ондай мұғалім бұқаралық ақпарат құралдарының және басқа да ақпараттық қызметтердің, яғни кітапханалар, мұражайлар, мұрағаттар, интернет, білім беру мекемелері және ақпарат саласында жұмыс істейтін ғылыми мекемелердің әлеуметтік функцияларын түсінеді және бағалайды.

Ақпараттық жеткізушілер адамдарға маңызды қызметті – ақпаратқа қол жеткізуді, ал кейбір жағдайларда – ақпаратты сақтауды ұсынады. Бұқаралық ақпарат құралдарынан басқа, жиі қолданылатын ақпарат көздері бар: медициналық хабарламалар, үкіметтік есептер, ауызша баяндамалар. Бұл ақпарат электронды түрде (мысалы, сайлау алдындағы теле пікірсайыстар) немесе жеке қарым-қатынас барысында (мысалы, қалалық кеңестерде) ұсынылуы мүмкін. Бұл іс-шаралар БАҚ немесе нақты адамдар тарапынан жүргізілуі мүмкін. Негізінде, медиа және ақпараттық сауаттылық кітапханалық дағдыларды, оқыту және зерттеу дағдыларын, технологиямен жұмыс істеу дағдыларын қамтиды.

Бұл модуль ақпараттық сауаттылық, кітапханалық дағдылар және түрлі білім беру жағдайларында шешімдер қабылдау және шешу үшін цифрлық сауаттылық дағдыларын дамытуға бағытталған. Ол мұғалімдерге ақпарат, ақпараттық сауаттылық және цифрлық технологиялар туралы түсініктерді түсіну үшін қажетті білімдерді беруге арналған; қол жетімділік дағдыларын дамыту және қазіргі заманғы әлемнің әртүрлі ақпараттық ресурстарын пайдалану үшін олардың арасындағы қарым-қатынасты түсінуге бағытталған. Бұл дағдыларды меңгеріп, ақпаратқа қол жеткізе отырып, мұғалімдер өмір бойы оқытуды жүргізе алады және осылайша белсенді интеллектуалды өмірге қатысуын қамтамасыз етеді.

Блоктар

1. Ақпараттық сауаттылықты түсіндіру және қолдану.
2. Оқыту жағдайлары және ақпараттық сауаттылық.
3. Сандық ақпарат саласындағы сауаттылық

139

1-БЛОК. АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚТЫ ТҮСІНДІРУ ЖӘНЕ ҚОЛДАНУ

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Ақпарат және ақпараттық сауаттылық теориясына кіріспе.
- Ақпараттық сауаттылықтың негізгі ұғымдары.
- Ақпараттың қоғамға және жаңа дағдыларға әсері.
- Ақпараттық сауаттылықтың стандарттары және оларды қолдану.
- Ақпараттық сауаттылық кезеңдері.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл блокты меңгергеннен кейін оқытушылар білуі тиіс:

- ақпараттың рөлі мен маңыздылығын және ақпарат пен білім қоғамдарының ақпараттық сауаттылық дағдыларының қажеттілігін сипаттауды;
- қызмет саласының түрлі бағыттарына қатысты ақпараттық сауаттылық деңгейі мен негізгі элементтерін түсінуді;
- жалпы ақпарат көздерін (баспа және электрондық) анықтау және зерттеу; ақпараттық сауаттылық стандарттарына талдау жасауды;
- ақпарат құралдарының және ақпарат көздерінің этикалық және жауапты пайдаланылуын анықтау және талқылауды үйренеді.

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕР МЕН ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

XXI ғасырдағы «ақпарат», «ақпараттық сауаттылық», «АКТ» және «негізгі құзыреттілік» терминдері ақпарат пен білімге негізделген қоғамға арналған түрлі пікірталастарда жиі пайдаланылады. Азаматтарға осы қоғамның өміріне қатысу және оған үлес қосу үшін жаңа құзыреттер қажет (білім, дағдылар мен қарым-қатынастар). Бұл терминдерді оқыту басталғанға дейін түсіну керек, және ақпарат тұжырымдамасынан бастау керек.

140

АҚПАРАТ АНЫҚТАМАСЫ

Төмендегі анықтамаларды талқылаңыз:

- Ақпарат – деректерді жинақтауға, өңдеуге және қолдануға болатын форматта ұсынылатын деректер.
- Ақпарат – «бізді өзгертеді» (Stafford Beer, 1979).
- Ақпарат «адамның санасына жетіп, оның білімін арттырады» (Блокджик және Блокджик, 1987).
- «Ақпарат – бұл алушы үшін маңызы бар нысанға айналдырылған және қазіргі немесе келешектегі іс-әрекеттер мен шешімдер үшін нақты немесе әлеуетті мәнді білдіретін деректер» (Дэвис және Олсен, 1984).

Бұл анықтамалар арасында қандай ұқсастық бар? Сіз оларды XXI ғасырда маңызды деп санайсыз ба? Ақпараттың басқа анықтамаларын табыңыз. Осы терминнің кең анықтамаларын таба аласыз ба?

АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚ ТҮСІНІГІ

«Ақпараттық сауаттылық» терминінің келесі анықтамаларын салыстыру:

- «Ақпараттық сауаттылық – сандық әлемде адамның негізгі құқығы» (Александрия декларациясы, 2005).
- Ақпараттық сауаттылық – адам, анықтау, бағалау және, іс-шаралар және сабақ әлеуметтік өмір түрлі салаларындағы ең этикалық және тиімді түрде ақпаратты пайдалану үшін қажетті жеке құзыреттерді жиынтығы болып табылады.
- Ақпараттық сауаттылық адамдарға ақпараттық және коммуникациялық технологияларды дұрыс пайдалануға мүмкіндік береді.

«Сыни ойлау» терминіне анықтама беріңіз. Сыни ойлауға арналған ақпаратты талдаудың, синтездеудің және бағалаудың рөлін талқылаңыз. Теорияны студенттердің күнделікті өмірінен дұрыс және нақты мысалмен түсіндіріңіз.

Ақпараттық сауаттылық деңгейлері / элементтері:

- ақпараттық қажеттіліктерді анықтау / түсіну;
- ақпараттық көздерді құру;
- ақпаратты табу немесе іздеу;
- ақпарат сапасын талдау және бағалау;
- ақпаратты ұйымдастыру, сақтау және мұрағаттау;
- этикалық стандарттарға сәйкес ақпаратты жедел және тиімді пайдалану;
- жаңа білім беруді құру және беру.

141

Жалпы алғанда, ақпараттық сауаттылықтың кезеңдері / элементтерін талқылаңыз (қараңыз: Woody Horton Jr., 2007, Ақпараттық сауаттылықты түсіну – Primer, Париж, ЮНЕСКО, 9-13 бет, В қосымшасы).

Ақпараттық сауаттылықты дамыту үдерісінің әрбір деңгейі / элементі үшін негізгі дағдылар тізбесін дайындауды сұраңыз. Мәселелерді шешуге байланысты әртүрлі контексттерге қаншалықты қатысты? Мәселені шешуге немесе шешім қабылдауға қажетті ақпаратты (мысалы, «қаржылық проблеманы шешу туралы ұсыныста берілген ақпарат») қалай және қалай анықтау керек?

Ақпарат көздері үш негізгі топқа бөлінуі мүмкін: бастауыш, екінші және үшінші деңгейлі көздер. Бұл ақпарат көздерін әріптестеріңізге көрсетіңіз және мысалдар келтіріңіз.

АҚПАРАТ ЖӘНЕ БІЛІМГЕ НЕГІЗДЕЛГЕН ҚОҒАМ

Қоғамның жұмыс істеу жолында айтарлықтай өзгерістер болды. Технологиялардың, ақпарат пен білімнің қарқынды дамуы экономикалық, әлеуметтік, саяси және мәдени өмірдің қозғаушы күші болды. Осының салдарынан біз «ақпараттық қоғам» немесе «білім қоғамы» деп атаймыз.

- «Ақпараттық қоғам» термині үшін сіздің кітапханаңызда немесе Интернетте іздеу жүргізіңіз. Ақпараттық қоғамның негізгі ұғымдарын сипаттаңыз. Осы ұғымдардың өмір сүруге және үйренуге мүмкіндік берген заманалы қоғамға сәйкес келу дәрежесін талқылаңыз. «Білім қоғамы» термині үшін бірдей жұмыс жасаңыз. Бұл екі термин арасындағы ортақ нәрсе, егер сіз олардың арасында қандай ортақ нәрсе байқадыңыз?
- Мұғалімдерге өздерінің білімдеріне негізделген ақпараттық сауаттылықты (библиографиядағы қосымша дағдыларды) жазбаша түрде қалыптастыруды сұраңыз және ақпараттық дағдыларды ақпараттық қоғамда аман қалу қажеттілігін анықтайтын бес себепті атаңыз.
- Мұғалімдерге ақпарат, ақпарат қоғамы, АКТ, ақпараттың шамадан тыс жүктелуі, медиа және ақпараттық сауаттылық арасындағы қарым-қатынасқа қатысты схема жасап, қажетті түсініктемелер беріңіз.
- Оқытушылармен, әсіресе, жоғары оқу орнының бастапқы және соңғы жылдарында және мамандық бойынша жұмыс істеу кезеңінде (өмір бойы оқыту жағдайында) білім беру кезеңінде адамның өміріндегі ақпараттық сауаттылық деңгейінің өзгеруі / өсуі туралы талқылаңыз. Ақпарат пен білімнің өндірістік циклын сипаттаңыз. Қоғамдағы ақпараттық қызметтердің (кітапханалардың, мұрағаттардың, Интернеттің және т.б.) рөлі, функциялары мен міндеттері талдансын. АКТ-ны пайдалануда ақпараттық сауаттылық дағдыларының қалай дамитындығын талқылаңыз.
- Оқушының / студенттің ақпараттық сауаттылығы неге байланысты екендігін түсіндіріңіз.
- Ақпараттың әртүрлі түрлерін жасау процестерін, олардың сипаттамаларын, азаматтық қоғамда, білім беруде, жұмыс орнында және бизнесте денсаулық пен әл-ауқаттың құндылықтарын пайдаланудың мүмкіндіктерін салыстыру.
- Мынадай мәлімдемелердің бірін ойлап, талқылаңыз:
 - ақпараттар тек жеткізу үшін ғана емес, шешім қабылдау үшін де қажет (қараңыз: сауаттылық индикаторларына, ЮНЕСКО, 2008, с. 14);
 - ақпарат беру және ақпаратқа қол жеткізу – қоғамдағы билік пен бақылау көздері;
 - АКТ-мен жұмыс істеу дағдысыңыз ақпараттық сауаттылық туралы айтуға бола ма? Басқаша айтқанда, АКТ болмаған кезде адамдар ақпараттық сауатты бола ала ма?
- Ақпаратқа деген көзқарасты талқылаңыз. Сіздің қоғамыңызда ақпарат қалай қарастырылады және бағаланады? Баспа ақпаратын (мысалы, жетекші газеттерден) электрондық тасымалдағыштармен жасалған ақпаратпен салыстыра аласыз ба? Ақпарат пен билік, баспасөз және электронды БАҚ бір-бірімен қалай байланысты? Ақпараттың артында қандай адамдар бар? Бұл ақпаратты білу нәліктен маңызды? Келесі практикалық тапсырмаларды орындаңыз:
- Баспа құралдарының (газеттер, журналдар және т.б.) ақпараттарының құнын және оларды сақтау, алу, алу және пайдалану шығындарын бағалау. Зерттеу барысында келесі мәселелерді қарастырыңыз: ол пайда болатын пайдаға қатысты ақпараттың құны; оның қолжетімділігін немесе жарамсыздығын ескере отырып, ақпараттың нақты құны; пайдаланушыларға ақпараттың қол жетімсіздігінің салдары;
- Аурумен күресу, жұмыс орындарының санын арттыру немесе педагогикалық әдістерді жетілдіру үшін ақпараттық сауаттылық дағдыларын пайдалануды анықтау;

- Ресурстарды біріктіру, азаматтық білім беру, жаратылыстану ғылымдары, әлеуметтік ғылымдар, тарих, география сияқты салалардың біреуі үшін зерттеудің проблемасын анықтау. Сіздің зерттеу нәтижелеріңізді PowerPoint презентациясы ретінде көрсетіңіз. Презентациядан кейін келесі сұрақтарды ойластырыңыз: тақырып бойынша қолжетімді материалдардың жалпы көлемінен презентация материалын қалай таңдадыңыз; Сіз неғұрлым көбірек ақпарат алғыңыз келді және бұл сіздің презентацияңызға қалай әсер етті; ақыр соңында: жиналған ақпаратты осы контекстке сәйкес қалай және неліктен түрлендірдіңіз?

2-БЛОК. ОҚЫТУ ШАРТТАРЫ ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚ

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- «Үлкен алтылық»: ақпараттық проблемаларды шешудің 6 кезеңіндегі нұсқаулық.
- Кітапханада жұмыс істеу.
- Оқу шарттары және ақпарат жеткізушілер.

143

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Осы блокты оқығаннан кейін оқытушылар:

- ақпарат беру және оқытуға арналған ақпаратты пайдалану арасындағы айырмашылықты түсінуді;
- ақпараттарды жүйелендірудің негізгі аспектілерін, яғни ақпаратты және білімді табу үшін жіктеу жүйелерін қолдануды (кітапхана жіктеу жүйелері, индекстер, аннотациялар, библиографиялар, дерекқорлар және т.б.) түсінуді сипаттау және көрсетуді;
- кітапхананы оқу үшін тиімді пайдалану: белгілі бір тақырыпты зерттеу үшін кітапхананың мүмкіндіктерін бағалауды;
- ақпараттық мәселелерді шешу үшін «Үлкен алтылық» компоненттерін қолдануды үйренеді.

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕР МЕН ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

- Ақпараттық сауаттылықтың алты деңгейлі жүйесін талдау және ақпараттық проблемаларды шешу (осы жүйенің толық сипаттамасы үшін осы блоктың соңындағы кестені қараңыз).

1. Мәселе қою: ақпараттық проблеманы анықтау және оны шешу үшін қандай ақпарат қажет екенін анықтау.
 2. Ақпаратты іздеу стратегиясы: барлық ықтимал ақпарат көздерін анықтау және олардан ең жақсы дереккөздерді таңдау.
 3. Іздеу және қолжетімділік: көздерді табыңыз және олардағы қажетті ақпаратты анықтаңыз.
 4. Ақпаратты пайдалану: пайдалану (оқу, тыңдау, көру, түрту) және қажетті ақпаратты алу.
 5. Синтез: түрлі көздерден алынған ақпаратты жүйелеу және оны ұсыну.
 6. Бағалау: нәтижелерді (тиімділікті) және процесті (тиімділікті) бағалау.
- Бұл жүйені басқа ақпараттық циклдық таксономиялармен салыстырыңыз, мысалы, Woody Horton, Jr. (2007) немесе Bloom таксономиясымен сипатталған процедурамен «Ақпараттық сауаттылыққа арналған жаңартылған таксономия». Сіз «үлкен алты» – ақпараттық сауаттылықтың алты негізгі кезеңі екендігімен келісесіз бе? Егер келіспесеңіз, оларға не қосып бересіз және неге? Не нақты өмірде осы алты қадам дәл сол қатаң түрде өтуі керек деп ойлайсыз ба?
 - Енді модульдің соңында кестеде сипатталған ақпараттық проблеманы шешудің әрбір қадамын педагогтармен талдаңыз және кестенің әр нүктесін талдауға жеткілікті уақыт бар екенін тексеріңіз.

- Кітапханадан білім туралы журнал (мысалы, мұғалімдерді оқыту, арнайы білім, салыстырмалы білім беру және т.б.) алыңыз. Қандай тақырыпты зерттеуге болатынын анықтаңыз. Осы журналдың мақалаларында келтірілген негізгі нәтижелер мен қорытындыларды қорытындылаңыз. Сіздің кәсіби оқыту жұмысыңыз үшін бұл ақпарат қаншалықты пайдалы? Бұл ақпарат сіздің еліңіздің контекстіне сәйкес келе ме? Егер солай болса, бұл ақпаратты қалай пайдалана аласыз?
- Оқу орны кітапханашысымен кездесу ұйымдастырыңыз және сіздің мұғалімдеріңіз кітапханадағы жұмысын оңтайландыру үшін қандай ақпарат дағдыларын қолданатынын талқылаңыз. Оқушыларға кітапхана қорларының толық ауқымын пайдалануға ынталандыратын және кітапханада алынған ақпаратты басқа көздерден (мысалы, Интернеттен) салыстыруды сұрайтын тапсырмаларды орнатыңыз. Тапсырмалардың ерекшеліктеріне қатысты осы қайнар көздердің пайдалылығын бағалаңыз.
- Ақпараттық сауаттылықты қажет ететін білім беру мекемесіндегі білім жағдайын бағалау және тыңдаушылардың ақпараттық сауаттылығын арттыратын нақты ұсыныстар беру.
- «Үлкен алтылық» және ақпараттық мәселелерді шешу: нақты тақырыпты немесе оқиғаны зерттеу үшін кітапханалық ақпарат көздерін пайдалану (мысалы, дауыс беру құқығы, демократия, АҚТҚ / ЖҚТБ және т.б.). Сұрақты үйрену үшін «үлкен алты» кезеңді пайдаланыңыз.
- Қызығушылық тудыратын тақырып бойынша ақпаратқа қол жеткізуге және кестелік немесе графикалық түрде ақпаратты (мәтін немесе цифрлық) ұсыну үшін компьютерлік технологияны пайдаланыңыз. Интернеттен алынған ақпаратпен кітапхана ресурстарынан алынған ақпараттың көлемін, сапасын және пайдалылығын салыстыру.
- Радио немесе ұялы телефонның қолданылуы сіздің елде ақпаратты құру және пайдалану процестерін қалай өзгертетіні туралы эссе жазыңыз.

Сатылар	Тақырыбы / Сұрағы
Бірінші саты. Ақпараттық мәселелерді анықтау.	<p>Мен не тапқым келеді? Мен қандай мәселені шешуге тырысамын? Мәселені немесе зерттеу тақырыбын білемін бе? Ақпараттық қажеттіліктерімді немесе мәселелерді айқын анықтай аламын ба? Зерттеуден бұрын тақырып туралы не білемін? Тақырып бойынша қанша ақпарат табуым керек?</p>
Екінші саты. Ақпарат іздеу стратегиялары.	<p>Бұл ақпаратты табу үшін қанша уақыт қажет? Бұл ақпаратты қай жерден іздеу керек? Оқытушылар белгілі бір тақырып бойынша ақпараттың қайда бар екенін және олардың болу себебін түсіндірулері керек. Мәтінге байланысты, бұл көздер: 1) бастапқы көздер, яғни ақпараттың интерпретациясыз ұсынылған түпнұсқалары. Бұл ғылыми есептер, түбіртектер, сөз сөйлеу мәтіндері, электронды пошта, өнер туындыларының түпнұсқалары, қолжазбалар, фотосуреттер, күнделіктер, дербес хат, ауызша әңгімелер / сұхбаттар немесе дипломатиялық баяндамалар болуы мүмкін; 2) ақпараттар интерпретацияланған нысанда ұсынылған, талданып немесе жинақталған ақпараттық қызметтер (кітапханалар, мұрағаттар, интернет және т.б.) ұсынатын қосалқы көздер (бұл ғылыми кітаптар, ғылыми журналдар, жылтыр журналдар, сын немесе түсіндіру); 3) жинақтар, индекстер және басқа да ақпараттық жүйе материалдарын (аннотациялар, библиографиялар, оқулықтар, энциклопедиялар, индекстер, хронологиялар, деректер базасы және т.б.) қамтитын жоғары көздер. Мен қайда іздеймін: тұрақты кітапханада, Интернет (электрондық кітапханаларды қоса алғанда), мұражайлар, мұрағаттар және т.б.? Көмек алу үшін кімге хабарласуға болады?</p>
Үшінші саты. Іздеу және кіру	<p>Осы кезеңде педагогтар 2-қадамда келтірілген дереккөздер туралы ақпаратты қалай тиімді түрде іздеу керектігін көрсетуі керек. Мыналар қажет: 1) Интернетті қалай іздеу керектігін, соның ішінде жалпы іздестіруді және белгілі бір аумақтағы мамандандырылған іздеуді (мысалы, оқушылардың өз елінде) іздеу; .eu, .gov, .org және т.б. домендік атауларының мәнін түсіндіріңіз, бейне және дыбыс үшін Вебті қалай іздеу керек және ғылыми сайттарда қалай іздеу керек (мысалы, Google Scholar); 2) кітабының индексі және мазмұнын қалай дұрыс пайдалану керектігін, PDF-файлдарды қалай іздеу керектігін және т.б. 3) кітапхананы қалай дұрыс пайдалану керектігін түсіндіреді (кітапхана каталогтары, мерзімді басылымдар, индекстер, аннотациялар және анықтамалықтар); 4) деректер базасын (сондай-ақ белгілі деректер базасын мысалдар іздеу жолын түсіндіреді: ASAP AGRICOLA, Агрис / Кэрице, EBSCO, кеңейтілген Ғылыми және басқаларды) студенттер келіп сол елдер немесе аймақтардың бірі болуы мүмкін; кілт сөздерді пайдаланып пәні немесе автор іздеу ретінде синонимдер және орфографиялық өзгертулерді анықтау қалай, кілт сөздерді іздеу үшін қалай болжайды, Boolean операторлар «және», «немесе» және «жоқ», қысқарту және қорыту, осындай күні ретінде қосымша параметрлер, тіл, жариялау және рецензияланған жұмыстардың түрі; 5) автоматты түрде қажетті ақпаратты алу үшін RSS арнасын пайдалану жолын көрсетеді.</p>
Төртінші саты. Сыни баға беру.	<p>Кітаптарда, веб-сайттарда, басқа онлайн-ақпарат көздерінде және т.б. сенімділік, шынайылық немесе ақпараттың сапасын бағалауға қажетті бағалау критерийлері.</p>
Бесінші саты. Синтез.	<p>Соңғы жұмыс деген не? Менің соңғы жұмысым қандай? Бұл мәселені қалай шешуге тура келеді? Ақпаратты әртүрлі көздерден тиімді жүйелеу үшін не істеймін? Бұл ақпаратты қалай жіберемін? Менде қандай құралдар бар? Маған қандай құралдар керек?</p>

3-БЛОК. САНДЫҚ АҚПАРАТ САЛАСЫНДАҒЫ САУАТТЫЛЫҚ

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 3 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Интернеттегі ақпараттың сипаты.
- Компьютерлік аппараттық және бағдарламалық қамтамасыз етуді зерттеу.
- Сандық ақпарат кезеңінде авторлық құқық туралы заңдар. Компьютерлік бағдарламалар мен электрондық деректерді қорғау.
- Электрондық қызметтер, соның ішінде машина аудармасы, сөзді мәтінге және артқа аудару.
- Интернет арқылы оқыту (e-learning).
- Сандық ақпарат пен сандық форматтарды сақтау.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

146

Осы блокты оқығаннан кейін мұғалімдер:

- цифрлық ақпараттарды құру, сақтау, қабылдау, тарату және жинақтау процестерін аналогтан сандық ақпаратты ажырату;
- мәтіндік файлдарды өңдеу, файлдарды сақтау, қашықтағы ақпарат көздеріне қол жеткізу және тұлғааралық қарым-қатынас жасау бағдарламаларының негізгі мүмкіндіктерін пайдалану;
- ғылыми және жеке тәжірибенің көптеген аспектілерін қайта қарау үшін ақпараттық технологияларды пайдалану
- Creative Commons лицензияларын және авторлық құқықты қоса алғанда авторлық құқық туралы заңдарды түсіну және сақтау;
- тиісті әдістермен (іздеу машиналары, тақырыптық анықтамалар және шлюздер) онлайн-іздеу жүргізеді;
- цифрлы ақпарат жинаудағы ақпараттық қызметтердің (кітапханалар, мұражайлар мен мұрағаттар) рөлін түсінуді үйрену керек.

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕР МЕН ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

- Ақпаратты сандық форматта сақтау техникалық құралдардың кең ауқымы арқылы қол жетімді етеді, бұл аналогтық ақпараттан өзгеше. Икемді қолжетімділік цифрлаудың маңыздылығын арттырады және ақпараттық дағдыларды ғана емес, цифрлық тех-

нологияларды пайдалану дағдыларын да меңгеру қажеттігін көрсетеді. Негізінде, цифрлық сауаттылық цифрлық технологияларды пайдалана отырып, ақпаратты талдау, іздеу, жүйелеу, бағалау, құру және пайдалануды қамтиды. Сандық ақпараттың артықшылықтарын талқылаңыз (жедел тасымалдау, сақтау, іздеу, басқару, үйлесімділік және т.б.).

- Егер мұғалімдер компьютерлер мен бағдарламалық қамтамасыз етумен таныс болмаса немесе толық таныс болмаса, компьютерде жұмыс істеу үшін бірнеше күндік зертханалық сабақ өткізуді жоспарлайды (толық және виртуалды). Мұғалімдерді техникалық және бағдарламалық қамтамасыз ету негіздеріне енгізу, желілер мен серверлердің қысқаша сипаттамасын беру; пернетақта мен тінтуірмен жұмыс істеудің негізгі дағдыларын үйрену; файл түрлерін және оларды сақтау әдісі туралы айтып беріңіз. Мұғалімдер ашық бастапқы бағдарламалар мен арзан технологиялардың негіздерімен таныстыру керек. Мұғалімдерге брендтік бағдарламалар тізімін және ең көп тараған техникалық компьютер құрылғыларын беріңіз. Мұғалімдерге интернетте іздеуді сұраңыз және кем дегенде 2 еркін ашық бастапқы бағдарламалар мен арзан техникалық компьютерлік құралдарды табыңыз, олардың функционалдығы таңдаулы брендтердің әрқайсысына ұқсас. Әрбір ықтимал еңбегі мен кемшіліктерін сыни бағалауға тапсырма беріңіз.

ПРАКТИКАЛЫҚ ТАПСЫРМАЛАР

- Белгілі бір ғылыми тақырып бойынша ақпарат жинау үшін Интернетте және басқа онлайн-қорларда - дерекқорлар мен электронды кітапханаларда іздеу жүргізіңіз. Іздеу мақсаттарына сәйкес ақпарат көздерінің санын азайтыңыз. Кілт сөздерді, логикалық операторларды («және», «немесе», «және») пайдаланыңыз және қайсылардың жақсы жұмыс істейтінін және неге екенін анықтаңыз.
- Жобаны немесе үй тапсырмасын дайындауға арналған желі медиасының әртүрлі ресурстарын пайдалану үшін тыңдаушыларды ынталандыратын әрекеттер жоспарын немесе тапсырмалар жиынтығын жасаңыз. Мүмкіндіктері шектеулі адамдарға арналған жаңа технологияларды ашатын сандық ақпараттарды бағалау мүмкіндіктерін талқылаңыз (мысалы, Интернет желісіне қолжетімділік және қоғамдық құжаттардағы электрондық құжаттарды құру).
- Мұғалімдерді оқыту курсыңда немесе кез-келген басқа оқу бағдарламасыңда пайдаланылатын интернет-сайтты оқыңыз. Бұл ақпаратты ұйымдастыруды және оған қол жетімділікті талдау. Электрондық ақпараттың онлайн-ресурстары қандай? Курстық материалдарға электрондық қорлар қалай кіреді? Осы сайтты қолданып, үйрену үшін қаншалықты пайдалы болатынын және оның шектеулері қандай екенін талқылаңыз. Оның артықшылықтары мен кемшіліктерін талқылаңыз.
- Жеке адамдар немесе топтар жасайтын түрлі блогтар мен викилерге барыңыз. Осы онлайн-медиада қандай ақпарат алмасу жүзеге асырылады? Бұл ақпараттың мақсаты қандай? Бұл ақпаратты кім береді? Бұл адамдарға ақпарат беру үшін негізгі ынталандыру қандай?
- Оқу вики-сайтына өтіп, тиісті курстарға немесе оқу жоспарларына оқыту мен оқытуды қалай жүргізетінін талдаңыз. Маңызды тренинг тақырыбы үшін вики-сайтты жасаңыз (мысалы, бастауыш мектептің бірінші сыныпындағы оқылымды және негізгі есептік дағдыларды дамыту). Вики-сайтында мұғалімдерге берілген тапсырмаға сәйкес

пікірталас форумын ұйымдастырыңыз және осы платформа негізінде ақпарат алмасу артықшылығы мен кемшіліктерін талдаңыз.

- Сіздің елде білім алуға байланысты тақырып бойынша блог жасауға тырысыңыз. Ол назар аударуға және адамдармен қарым-қатынас жасауға себеп болатын өзекті тақырып болуы керек.
- Тыңдаушылармен қандай ақпаратты сақтау қажет деп санайтынын талқылаңыз. Таңдаудың басты критерийлері қандай, техникалық шешімдер қандай және ақпаратты ұзақ уақыт сақтауды қалай қамтамасыз етуге болады? Қауіпсіздікке қандай басқа аспектілерді шақыруға болады?
- Электронды ақпараттың қауіпсіздігі туралы халықаралық құжаттар (мысалы, ЮНЕСКО-ның сандық мұраны сақтау туралы хартиясы, сандық мұрағаттау және қауіпсіздікті қамтамасыз ету жөніндегі нұсқаулық).
 - Дүниежүзілік мұра кітапханасының веб-сайтына кіріңіз.
 - Гаитидегі жер сілкінісі сияқты табиғи апаттарға байланысты құжаттық мұраны сақтау мен дамытудың маңыздылығын талқылап, Гаитидің Ұлттық мұрағаттарының қызметкерлерімен жүргізілген жұмыстарды талқылаңыз. 2010 жылғы қаңтардағы жер сілкінісінен кейін Гаитидегі жағдайды сипаттайтын мақаланы табыңыз.
 - Білімгерлерге неге веб-мұрағатты қажет ететінін және оны қалай жүзеге асыру керектігін түсіндіріңіз.

АҚПАРАТ КӨЗДЕРІ

- Сайт <http://dis.shef.ac.uk/literacy> ақпараттық сауаттылығын талқылайды және сілтемелер веб-сайттар басқа да ресурстар бойынша ақпараттық сауаттылықты сақтайды. ЮНЕСКО 2008 ж.
- Ақпараттық сауаттылықты талқылайды және веб-сайттар басқа да ресурстар бойынша ақпараттық сауаттылықты сақтайды. Сайт <http://dis.shef.ac.uk/literacy>.
- ЮНЕСКО ақпараттық сауаттылық – жүйелік тұжырымдамасы Париж, 2008 ж., ЮНЕСКО. Ақпараттық сауаттылық бойынша ресурстардың әрбір сатысын қамтитын веб-сайт <http://www.big6.com>
- Дж. Морган, Н., Сомерс, Р. Сопер Р., Суэйн, Э. 2007. Ақпараттық сауаттылық. Оқу құралы. Кардифф Университеті, Кардифф.



9-МОДУЛЬ. КОММУНИКАЦИЯ, МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ ҚАУІПСІЗДІК ПЕН ОҚЫТУ

149

«Контенттегі инновациялар оқытудағы инновацияларды талап етеді»

Белгісіз автор

ПРЕАМБУЛА

Берілген медиа және ақпараттылық сауаттылық (МАС) оқыту бағдарламасын заманауи теориялық оқытуға сәйкес коммуникацияның кеңірек түрі ретінде қарастыру керек. Оқыту мен оқу – коммуникация процесінің екі бөлігін құрайтын бір-бірімен тығыз байланысты екі процесс. Шын мәнінде, бұлардың біреуі екіншісінен әсерлі болмайды (Ndonko, 1985). Тәлімгер аудиторияда жай, кейде күрделі коммуникация процессінің элементтерін қолданады. БАҚ (радио, телевидение және газет) интеграциясы оқу аудиторияларында оқыту және оқуды күрделірек, бірақ бір жағынан қызығырақ қылады. Оқытушылар мен білімгерлердің MAS дағдыларын игеруі оқу ортасын байытуға жаңа мүмкіндіктер ашады және динамикалық оқыту мен оқуға ықпал етеді.

Оқытушылар мен тәлім алушылар медиа және басқа да ақпараттық қызметтермен (кітапханалармен, мұрағаттармен, Интернет және т.б.) өзара әсерлесуі демократиялық принциптар мен плюрализмнің негізінде құрылған және білімнің пайда болуын білдіретін ортаның құрылуына жәрдем береді. Осы динамикалық күштерді мойындау және олардың оқу процесінде әсер ету мүмкіндігі теориялық оқудан белгілі танымдық және метатанымдық процестер туралы сөз қозғауға мәжбүрлейді.

Оқу бағдарламасындағы базалық модульдердің ішіндегі соңғы берілген модуль құрылған жобалауды аяқтайды және алдыңғы модульдердің құрамын қорытындылайды. Ол коммуникация пен оқудың (теориялық оқумен қоса) арасындағы өзара байланысты көрсетеді және МАС-ты байланыстарды нығайту жолында қолдануды ұсынады. Соңғы бөлімінде МАС үшін қолайлы орта туғызу мақсатында өзгерістерді басқару сұрағы талқыланады.

Блоктар

1. Коммуникация, оқыту және оқу.
2. МАС-ты теориялық оқу.
3. Оқу орындарында МАС үшін қолайлы орта туғызу үшін өзгерістерді басқару.

1-БЛОК. КОММУНИКАЦИЯ, ОҚЫТУ ЖӘНЕ ОҚУ.

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 3 сағат.

150

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Коммуникацияның анықтамасы.
- Коммуникацияның базалық теориясы.
- Оқыту және оқу процестерін коммуникациялық процесс ретінде қарастыру. МАС-ты пайдалануды осы процестерді жақсарту үшін меңгеру.
- МАС – оқытудың стратегиялық объекті мен құралы ретінде.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Берілген блокты меңгергеннен кейін оқытушылар қабілетті болу тиіс:

- коммуникация негізгі түсінігін көрсету;
- коммуникацияның базалық теорияларына және олардың оқыту/оқу процесімен байланысын МАС дағдыларын ескере отырып талдау жасау және анықтау.

ОҚЫТУ ӘДІСТЕРІ ЖӘНЕ ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

Егер біз оқу аудиториясындағы сабақтарда медиа, кітапхана, мұрағат және басқа да ақпараттық қызметтерді (Интернетті немесе жаңа технологияларды қоса) қолдансақ, онда бізге оқытудың амалдарын ойлап табу қажет: біз медиа және басқа да ақпараттық

қызметтерді қалай қолданамыз; олар оқушыларға ақпарат беру тәсілдеріне қалай әсер етеді?

Коммуникацияның моделдері оқыту және оқу процестеріндегі МАС-тың орнын түсіну үшін негіз болады. Бұл моделдер оқытушылардың, тәлім алушылардың және медиа, кітапханалық, мұрағаттық және басқа да оқу аудиториясындағы ақпараттардың рөлін мұқият зерделеуге мүмкіндік береді. Бұл моделдердің басым көпшілігі келесі берілген құрамдас бөліктерден тұрады (Shannon and Weaver, 1948; Schramm, 1954; Berlo, 1960):

- жіберуші;
- хабарлама (контент);
- арна (ақпарат беру құралы);
- қабылдаушы (респондент/декодер);
- кері байланыс (қабылдаушыдан жіберушіге және қайта жабық тізбекпен)

Бұл модельде тәлімгерлеріңізді үйрету үшін қолданатын тәсілдерді анықтаңыз. Сіз оқытушы ретінде өзіңіз үшін қандай рөлдерді көресіз? Тәлімгерлеріңіз қандай рөлді сомдауы мүмкін? Осы рөлдерге байланысты оқу процесі қалай өзгереді? Оқыту және оқу процесінде кері байланысты қалай басқару керек? Сіздің МАС-ты меңгеруіңіз берілген процестің сапасын жақсартуға қалай көмектеседі?

Оқығандардың оқу аудиторияларындағы сабақтардың барысында олар алған ақпараттар арқылы платформаларды сындарлы бағалау мүмкіндіктерін ойлаңыз. Медианы, кітапхананы, мұрағаттарды, және басқа да ақпараттық қызметтерді пайдалануымен бұл сұрақтың тікелей байланысы олардың қолданылуын түсіндіретін оқыту секілді. Қандай медиалар оқушыларды сабақта ақпарат алу үшін пайдаланады? Бұл медиалар оқыту және оқу процестеріне қалай әсер етеді? Оқушылар сабақта жұмыс барысында жүгінген медиа және ақпарат көздерін анықтаңыз. Бұл қайнар көздерінің оқу бағдарламасына және оларды таңдау процесіне қосылу себептерін анықтаңыз.

Өмір бойы оқу және ақпарат пен хабарды (яғни, медиа мен технологиялар сабақта оқу пәні болады) беруде ойнайтын рөлдерді және медиа, кітапханалар, мұрағаттар және басқа да ақпарат жеткізушілерді түсінбей және талдамай МАС-ты үйрету мүмкін емес. Медиа және басқа да ақпарат жеткізушілерін қолданып оқыту оқытушылардың өздерінің рөлдерін және оқыту мен оқу процестеріндегі медиа мен технологияның ролін түсінбей және талдамай тұрып мүлдем мүмкін емес. Басқаша сөздермен айтқанда, біз сабақта медиа мен технологияны пайдалана отырып нені оқытамыз? Біз медиа мен технологияны пайдаланып оқытатын нақты бір тақырып немесе пән бар ма? Оқытушылар қалай МАС дағдыларын қалай қолдана алады?

МАС-ты үйрету мен медиа, кітапханалар, мұрағаттар және басқа да ақпарат жеткізушілерін қолданып оқытудың ортақ мысалдар табыңыз. Осы екі тәсілді көрнекілендіретін нақты жаттығулар/мысалдар келтіріңіз. Бұл тәсілдер тәлім алушыларға қандай жаңа оқу мүмкіндіктерін ашады?

2-БЛОК. ОҚЫТУ ТЕОРИЯЛАРЫ МЕН МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ ҚАУІПСІЗДІК

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Оқыту және МАС
- «Метатаным» дегеніміз не?
- Метатаным және МАС: байланыстардың орнатылуы.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Берілген блокты меңгергеннен кейін оқытушылар қабілетті болу тиіс:

- МАС-ты қолданатын оқушыларға сай оқыту стратегияларын жобалау;
- Оқушылар үшін метатанымдық стратегияларды көрнекілендіру және жобалау.

ОҚЫТУ СТРАТЕГИЯЛАРЫ

152

- Төменде көрсетілген дағдылардан медиа және ақпараттық сауаттылыққа қажеттілеріне талдау жасаңыз:
 - мәселені анықтау;
 - ақпаратты іздеу;
 - ақпараттың орналасқан жерін анықтау және оған қол жеткізу;
 - хабарлама мен ақпаратты талдау;
 - хабарлама мен ақпараттың контексін бағалау;
 - ақпаратты пайдалану;
 - синтез;
 - талдау.
- Оқушылар сабақ кезінде осы дағдыларды көрсете және дамыта алатын тәсілдерді анықтаңыз. Істеуге болатын нақты оқыту стратегиялары немесе тәжірибелік тапсырмаларды сипаттаңыз.
- Оқу бағдарламасы блоктарының біреуіне сабақтың жоспарын құрыңыз және оған жоғарыда берілген стратегиялар мен тәжірибелік тапсырмаларды қосыңыз. МАС бойынша өзіндік жұмысты немесе МАС оқу курсына қосылатын сабақты дамытуды ойлап көріңіз. Оқушылар өздерінің мүмкіндіктерін сәтті көрсете алуы үшін оқытушылар не істеу керек екенін анықтаңыз.
- Алдыңғы блокта қарастырылған коммуникациялық моделді пайдалана отырып медиа, кітапханалар, мұрағаттар және басқа да ақпараттық қызметтердің сіздің

сабақта ойнайтын рөлін түсіндіріңіз. Сіз оқытушы ретінде қандай рөл ойнайтын боласыз? Сіздің оқушыларыңыз қандай рөл ойнайтын болады? Бұл рөлдер оқу процесінің сапасын қалай жоғарылата алады?

- Оқушылар оқуда жетістікке жету үшін «метатаным» не екенін түсіну және метакогнитивті стратегияларды білу маңызды. Метатанымға «таным туралы таным» немесе «білім туралы білу» деп анықтама беруге болады. Ол әртүрлі пішін қабылдай алады және оқу немесе мәселе шешу үшін нақты стратегияларды қашан және қайда қолдануды білуді қамтиды. Тәжірибеде бұл қабілеттер өз танымын басқаруға, өздерінің ойлау қабілеттерін және оқуға қабілеттерін дамытуға және моральды-этикалық ережелерге сәйкес келетін бағаға қолданылады (Wikipedia-дан алынды).
- Жоғарыда берілген MAC дағдыларының тізіміне талдау жасаңыз. Осы дағдылардың әрқайсысына оқушылар оқу процесін жақсартуға қолдана алатын метакогнитивті стратегияларды атаңыз және сипаттаңыз. Мысалы, тапсырманы анықтауды тұжырымдамалық карталарды қолданумен толықтыруға болады, ал хабарламалар мен ақпараттар талдамаларын – ол бойынша сыни мәселелер мен ақпараттық мәтіннің бөлімдері келтірілген схемалармен толықтыруға болады. Кез келген модульден бірнеше тәжірибелік тапсырмаларды таңдаңыз. Оқушылар осы тапсырмалардың әрқайсысын орындау үшін қай дағдыларды игеру тиіс екенін анықтаңыз. Метатаным жоғарыда берілген тапсырмалардан оқуды оқушылардың медиа және басқа да ақпарат тасымалдаушылармен өзара әсерлесу аумағына ауысуы оқу аудиториясынан тыс қандай рөл ойнауы мүмкін?
- MAC-ты оқытудағы педагогикалық стратегияларға арналған 4-блок 1-модульге қараңыз. Кез келген стратегияны таңдаңыз және өзіңіздің оқу жоспарыңыз үшін бейімдеңіз және толықтырыңыз. Бұл тәсіл коммуникацияның теориясы мен MAC-ты оқу процесіне қоса ма? Бұл стратегия сіз өзіңіздің оқу бағдарламңыздан күтетін нәтижелермен қандай байланыста? Оқушылар жетістікке қол жеткізді ме әлде жоқ па, қалай біледі (басқа сөзбен айтқанда бұл стратегия қайда қолданылуы мүмкін, бағдарламаның бағалау және талдау шарттары қандай)? Кітапханалар мен мұражайлардың MAC дағдыларын дайындауда алатын маңызын ойлаңыз. Кітапханалық немесе мұражайлық ортада нақты оқыту стратегиясының қолданылуын дәлелдейтін тәжірибелік тапсырмалар ойлап табыңыз. Осы әр ортаның дербес өзгешіліктерін талдаңыз және солардың ішіндегі оқу және оқыту процесіне жақсы әсер ете алатындарын белгілеңіз. Берілген оқу бағдарламасынан кез келген модульді пайдала отырып немесе өзіңіздің тапсырмаларыңызды қолданып, MAC бойынша оқу бағдарламасы сараланған оқыту мен оқу үшін қандай мүмкіндіктер туығызатынын түсіндіріңіз (яғни визуалды құралдардың қолданылуымен, аудиоқұралдардың қолданылуымен кинестетикалық оқу).

3-БЛОК. МЕКТЕПТЕРДЕ МАС ҮШІН ҚОЛАЙЛЫ ОРТА ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫ ҚАДАҒАЛАУ

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Медиа және ақпараттық сауаттылықты дамытудағы жаһандық үдерістер: әртүрлі елдердегі қолданылатын шаралар үлгісі, даму саясаты.
- Мектептерде МАС-ты қабылдауға қолайлы жағдайлар.
- Мектептерде МАС-ты біріктіру процесі кезінде соқтығысуға тура келетін мәселелер

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Берілген блокты меңгергеннен кейін оқытушылар қабілетті болу тиіс:

- Жергілікті және жаһандық бастамаларды МАС-қа енгізу бойынша теңестіру және сипаттау.
- Қызығушылығы бар тұлғалардың арасында медиа және ақпараттық сауаттылықты насихаттау;
- Оқу орындарында МАС-ты біріктіруді жоспарлауда талқылауды қажет ететін негізгі сұрақтарды сипаттау.

ОҚЫТУ СТРАТЕГИЯЛАРЫ

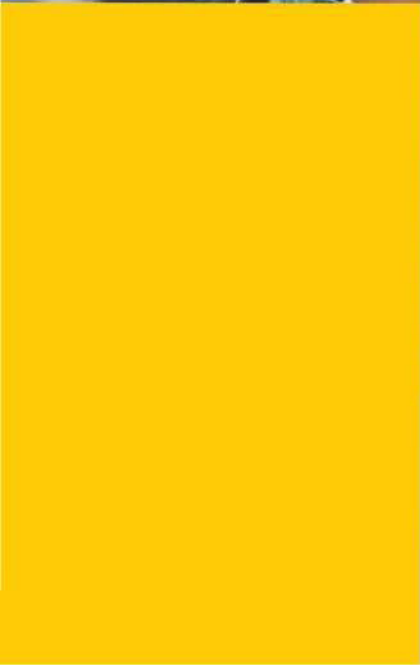
- Қазіргі кезде оқытушыларды дайындайтын институттарда жүзеге асатын медиа және ақпараттық облыстағы бағдарламалар, жобалар немесе бастамаларға іздеу машиналары және басқа да ақпарат көздерін пайдалана отырып іздеу жасаңыз. Жергілікті де халықаралық мысалдарды да қараңыз. Бір мысалды таңдап, ол қандай негізгі облыстарға бағытталғанын анықтаңыз. Берілген бағдарлама МАС-ты қамтитын осы оқу процесінен айырмашылығы қандай? МАС-қа қызығушылығы бар оқытушыларға бұл программа білім көзі ретінде қалай қызмет көрсете алады?
- МАС-тың мақсаттары мен тапсырмаларын қолдайтын қауымдастықтар мен мекемелерге іздеу жасаңыз. Бұл бағдарламалар оқытушыларға қандай ақпарат пен қандай ресурстар (рухани және материалдық) ұсынады?
- Курстар мен МАС бағдарламаларының жетістігін қамтамасыз ету үшін көптеген мамандар ұсыныстар тастап отырады. Олардың кейбіреуі төменде берілген. Бұл ұсыныстар тізімін нақты жағдайда қалай қолдануға болатынын түсіндіріңіз. Сіздің факультетіңіздегі не оқу орныңыздағы МАС жетістігін қамтамасыз ету үшін қандай қосымша ұсыныстар тастай аласыз?

Ұсыныстар

- Контентті анықтау.
 - Бағдарламалық және саяси деңгейде негізгі қатысушылар мен қолдау тобын анықтаңыз.
 - MAC-тың жүзеге асыру/біріктірудің стратегиялық жоспарын ойлап табыңыз.
 - MAC-тың алға жүру жоспарын ойлап табыңыз.
 - Қолдау бар және қажетті ресурстарды анықтаңыз.
 - Қолдау көрсетуге дайын агенттіктер/қауымдастықтарды анықтаңыз.
 - MAC бойынша курстар мен бағдарламаларды бағалау жүйесін анықтаңыз.
- Бұл тізім тәлім алушылар үшін сәтті критерийлерді ойлап тапқаннан кейін өзгере ме? Өзіңіздің қосымша түсінігіңізді хабарлаңыз.
- Сіздің еліңіздегі білім беру қауымдастығының қажеттіліктерін ескере отырып, MAC-ты оқытушыларды оқыту бағдарламасымен қалай біріктіруге болатынын айтыңыз. MAC-ты дербес бағдарлама ретінде таныстырған жақсы деп ойлайсыз ба? Сіз бұл нұсқалардың әрқайсысының қандай кемшіліктері мен артықшылықтарын айта аласыз? Мысал ретінде нақты модульдерді келтіріңіз.
- Сіздің оқу орныңыздағы оқытушылар арасындағы және бағдарлама жетекшілері арасындағы MAC саясатына жауапты тұлғалар арасында MAC-тың алға жүру жоспарын құрыңыз. Сіз осы топтардың әрқайсысы үшін қандай тапсырмалар басымрақ деп ойлайсыз? Осы MAC-ты оқыту бағдарламасы бұл тапсырмаларды шешуге қандай көмек беретінін түсіндіріңіз. Бұл тізімге қосуға болатын басқа да қызығушылығы бар тұлғаларды анықтаңыз. Олардың әрқайсысы MAC алға жүруі үшін қандай іс атқара алады?

АҚПАРАТ КӨЗДЕРІ

- University Library Service. 2009. Handbook for Information Literacy Teaching, 3-бас.
- Paris, UNESCO. 2003. Media Education in the Pacific: A Guide for Secondary School Teachers.
- Teaching information literacy through learning styles: The application of Gardner's multiple intelligences. Intan Azura Mokhtar, Wee Kim Wee, School of Communication and Information (WKWSCI) at Nanyang Technological University (NTU), Singapore, 2008.
- Big6, 2010. Teaching Information Literacy Through Literature, Big6e News letter 11.1.4. www.big6.com.



Қосымша
модульдер



10-МОДУЛЬ. АУДИТОРИЯ

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 8 сағат.

158

ПРЕАМБУЛА

Біздің әрқайсысымыз медиа үшін аудиторияның бір бөлігі болып табыламыз. Балалар да, ересектер де күн сайын өздерінің көп уақытын медиа және коммуникациямен байланысты әртүрлі қызмет түрлеріне арнайды. Аудитория – бұл кез келген мәтінді бірдей түсінетін пассивті индивидтердің бірыңғай тобы. Нақтырақ айтқанда, медианың аудиториясын білудің екі тәсілі бар. Бірінші тәсіл аудиторияға қатынасты медиа өнімдерін тұтынушыға қатысты деп ойлайды, медиа мен коммуникация индустриясын «мақсатты аудитория» деп атайды. Екінші тәсіл аудиторияны оқу процестері және медиа ақпараттармен мәтіндерді түсінудің белсенді қатысушылары ретінде қарайтын қабылдау теориясына негізделген. Мақсатты аудиториялар – бұл оқырмандар, көрермендер немесе тыңдармандардың жас, кіріс, жыныс немесе қызығушылықтар сияқты белгілі бір сипаттамалар бойынша біріктірілген тобы. Медиа және басқада ұйымдар осы ерекше топ үшін контентті ойлап тауып және хабарламаларды пішіндейді. Мысалы, жарнама берушілер нақты демографиялық немесе мақсатты аудиториямен байланысу үшін эфирлік уақытқа немесе кеңістікке ие болуға тырысады. Мәселен, телевидениеде жарнама берушілер аудитория назарын аударатын, олардың қызығушылығын туғызатын нақты бағдарламалар шеңберінде уақыт сегменттеріне ие болады. Медиа бізді мақсатты аудитория ретінде қабылдайтынына қарамастан, біздің естіген немесе көрген мәтінге реакциямыз әрқашан біздің жеке біліміміз бен қоғамдық тәжірибемізге негізделген. Біз медиадан ақпарат немесе хабарлама ала отырып, оларды өзіміздің көзқарасымыз бен құндылықтарымызбен біріктіреміз. Алайда біз қабылдайтын мәтіннің мағынасы туралы ойланамыз, оның кейбір элементтерін қабылдаймыз, ал кейбірін қабылдаудан бас тартамыз. Бейнематериалдардағы немесе фотосуреттердегі мағынаны жеткізу тәсілі де (түсіру нүктесі арқылы, кадрлардың көрінісі, монтаж, т.б.) аудиториялар мен бірігу мағынасына әртүрлі әсер етеді.

Ғалымдар жылтыр журналдардағы бір бетті қарау үшін оқырмандар 2 секундтан сәл көбірек жұмсайды деп бекіткен. Телевидениеде көрсетілетін қарапайым жарнамалық сюжет 15-тен 30 секундқа дейінгі уақытты алады, және көптеген көрермендер жарнаманың берілу кезінде көңілі басқа нәрсеге ауып кетеді немесе Интернет парақшаларына көз жүгіртіп шығам деп бір жерде санаулы секундтар тежеліп қалады. Тұтынушыларды тезірек «ілдіріп алу» үшін медиа мәтін продюсерлері жиі демографиялық немесе психологиялық зерттеулерге (соңғылары қарым-қатынас, көзқарас, тілектер мен адамдардың қажеттіліктерін талдаулары) негізделген күшті эмоцияналды тартымдылыққа жүгінеді. Әрбір сюжет жеке адамға қалай әсер ететінін шығармашылық топ болжай алмайтынына қарамастан зерттеулер оның көпшілікке қалай әсер ететіні туралы нақты сипаттама береді. Неге біз медиа аудиторияларды зерттейміз? Бұл зерттеулер бізге жыныс, жас немесе қоғамдық құралдар негізгі сұрақтарға қатынасқа қалай әсер ететінін түсіндіруге көмектеседі. Олар сондай-ақ бізге мәтінді өндіріуші мен оның аудиториясының арасындағы өзара байланысты түсінуге көмектеседі; олар бізге мәтінді өндірушілер аудиторияға материалды белгілі бір образбен оқыта отырып, қалай әсер еткісі келетіндерін түсіндіруге тырысады. Ақпарат ғасырында аудиторияны зерттеу бізге медиамәтіндерді қалай жазуға және өз аудиторияларыңмен қалай әсерлі етіп байланыс жасауға болатынын шешуге көмектесе алады.

Бұл модульде келесі сұрақтар қаралатын болады: индивидумның медиа мәтінді түсінуіне өндірушінің/автордың тәжірибесі қалай әсер етеді? Мәтіннің құрылымы оның түсіндірмесін қандай дәрежеде екенін көрсетіп тұрады? Индивид медиамәтіннің мағынасын қалай қабылдайды? Аудиториялар медианы күнделікті өмірде қалай қолданады?

159

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Аудитория және нарықты зерттеу.
- Мақсатты аудиториялардың анықтамасы.
- Аудиториялар мағынаны қалай қабылдайды?

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Берілген блокты меңгергеннен кейін оқытушылар қабілетті болу тиіс:

- мақсатты және белсенді аудитория ұғымын талдау;
- медиамәтіндердің нақты біріктіру себептерін анықтау;
- аудиторияны анықтау және олармен мақсатты информацияны тасымалдауды талдау әдістері;
- аудиториялар өздері үшін оңтайлы медианы қалай таңдайтынын және олармен қалай өзара әсерлесетінін түсіндіріңіз;
- аудитория медиамәтіндерге қалай жауап қайтаратынын талдау және анықтауыш факторларды түсіндіру;
- ақпаратты өндіру, оның негізгі түрткісі мен аудитория арасындағы өзара байланысты зерттеу.

ОҚЫТУ ӘДІСТЕРІ ЖӘНЕ ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

Адамдар БАҚ-ты өздерінің күнделікті өмірде қалай пайдаланатынын сипаттап жинақтаңыз. Медианың ақпарат, ойын-сауық, мониторинг, достық қарым-қатынас және сәйкестендіруде қолданылуын қарастырыңыз. Интернет-сайттардан атақты телевизиялық бағдарламалар мен музыка туралы материалдар табыңыз. Ақпарат көздері сізге аудиториялар медианы және оның ішінде өздеріне ұнайтындарын қалай қолданатынын туралы не айтады?

- Замануи телевизиялық бағдарламаларды немесе жарнаманы басқа заманның немесе мүлдем өзге әлеуметтік топтың адамдары қалай қабылдайтынын елестетіп көріңіз. Олар қазіргі медиа аудиториясы туралы не айтатын еді?
- Интернетті қолдана отырып, телевизиялық бағдарламаларға шет ел аудиторияларының реакциясын қараңыз. Бұл бағдарламалардың әртүрлі аудиториялары олардың негізгі кейіпкерлері мен сюжеттерін қалай түсіндіреді?
- Атақты медиамәтіндердің құндылықтар мен хабарламаларға талдау жасаңыз, мысалы, телевизиялық бағдарламаларды. Аудиторияның құрамына басқа әлеуметтік топтың (жас, этникалық жабдықтар) адамдары кірсе немесе ер не әйел жынысындағы кейіпкерлер сюжетте рөлдерімен ауысса, хабарлама қалай өзгеруі мүмкін? Бұл аудиторияның пікіріне қалай әсер етуі мүмкін?
- Интернетті пайдалана отырып, жарнама берушілер қолданатын аудиторияны түсіну және оған бағытталған хабарламаларды (психографика немесе әлеуметтік демография) дайындау үшін замануи стратегияларды зерттеңіз. Қолданылатын тәсілдерді сипаттаңыз, санаттарды анықтаңыз және аудиторияға қатысты жасалатын қорытындылар туралы не ойлайтыныңызды айтыңыз.
- Газеттерді және жылтыр журналдарды зерттеңіз және, сіздің ойыңызша, жоғарыдағы белгілі бір категориялардың адамдарына бағытталған бірнеше жарнамалық хабарландыруларды іріктеп алыңыз немесе бір өнім таңдап және ол үшін әртүрлі аудиторияларға бағытталатын жарнама ойлап табыңыз. Әр категория үшін қандай негізгі сөздер мен суреттер қолданатыныңызды ойлаңыз.
- Фильмнің, телевизиялық бағдарламалардың немесе газет мақалаларының атақты медиамәтіндерге қарама-қарсы екі анықтама беріңіз. Сыни ұғым нұсқаларына үлес қосатын аудиторияның қасиеттері мен тәжірибелерін анықтаңыз. Бұл аудиторияның атақты медиамәтіндерге реакциясының түрлі нұсқаларын қалай түсіндіреді? Бірнеше газеттерді қараңыз немесе Интернетті пайдаланып, прокаттағы фильмдердің атауын біліңіз. Атауының және жарнаманың негізінде сіз олардың әрқайсысынан не күтетініңізді айтыңыз. Олар қандай мақсатты аудиторияға бағытталған?
- Қазір көптеген кинотеатрларда фильм басталғанша жарнама көрсетіледі. Алдыңғы жаттығудағы фильмдерді мысал ретінде ала отырып, аудиторияға фильм басталғанша қандай жарнама көрсетілуі мүмкін?
- Бейнежазбаларды немесе фотосуреттерді пайдалана отырып, қандай да бір аудитория үшін сіздің мектебіңіздің жарнамасы ретінде қолдануға болатын коллаж жасаңыз. Аудиториямен байланыс орнату үшін сіз қандай символдар, визуалды және вербалды тіл, музыка, түстер гаммасын, түсіру әдістерін және т.б. қолданатыныңызды анықтаңыз. Бұл коллаждың аудиториясы сіздің мектебіңізге оқуға түсуі мүмкін балалардан, олардың ата-аналары, мектеп тәрбиешілері, саяси қайраткерлерден және т.б. тұруы мүмкін. Сіздің аймақтағы колледждер мен университеттерге арналып

дайындалған жарнама материалына талдау жасаңыз. Егер жарнамада студенттер бейнеленсе, онда олар қалай көрінеді? Олар не істеді? Бұл материалдармен қандай оқу орнының имиджі көрінеді? Оқу орны жайлы олар қандай әсер қалдырады? Олар нағыз студенттер ма әлде модельдер ме? Егер студенттер көрсетілмесе, қандай түрлер іріктеліп алынды және олар сіздің оқу орныңыз туралы не айтады? Жарнаманың талдауына сүйене отырып, сіз мақсатты аудитория туралы не айта аласыз? Ол қандай хабар жеткізеді? Ірі медиа корпорациялардың құрамына кірмейтін көптеген тәуелсіз брендтер, фильмдер, телевизиялық бағдарламалар және баламалы журналдар бар. Олар өз аудиториясына қандай құндылықтар – әлеуметтік, көркем немесе коммерциялық – ұсына алатынын түсіну үшін олардың медиа өнімдеріне талдау жасаңыз. Өндірушілер немесе ойлап табушылар өз өнімдерін қалай қаржыландырады және жарнамалайды?

- Аудиториялар медиамәтінді келесі себептермен (немесе барлық айтылған себептермен) таңдауға немесе қолдануға болатынын тұжырымдаған Блумер мен Катц (Blumer and Katz, 1974) зерттеулерімен танысыңыз:
 - алаңдау: күнделікті жайдан кету;
 - жеке байланыстар орнату: қандай да бір телевизиялық кейіпкерге немесе отбасыға қатыстылығын сезіну;
 - өзінің тұлға екенін қабылдау: өзінің қабылдауын медиамәтіндердегі тәртіппен, қарым-қатынаспен және құндылықтармен салыстыру қабілеті;
 - бақылау: медиамәтіндерді немесе ақпараттарды әлемдегі жағдайларды түсіну, күнделікті өмірде (ауа рай болжамы, жаңалықтар, сайлау нәтижелері және т.б.) қажетті болуы мүмкін ақпараттарды алуға қолдану.
- Өз өміріңізден немесе оқушыларыңыздың өмірінен медиамәтіндерді және ақпаратты қолдану себептерін көрсететін нақты мысалдар табыңыз.

161

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- жарнама компаниясының жоспары;
- MAC мәтіндерін қалаулы және қарама-қайшы түрде оқу;
- оқу орны суреттерімен коллаж жасау;
- интернетті пайдаланып, зерттеу жүргізу.

АҚПАРАТ КӨЗДЕРІ

Көптеген ресурстар солтүстік америкалық ақпарат көздерінен алынған және тек көрнекілік үшін жүргізіледі. Нұсқаушыларға мүмкіндігінше сай келетін жергілікті және аймақтық материалдар табуға кеңес береміз.

- AdvertisingAge www.adage.com жарнамаға шығындар, стратегия туралы есептер, мақсат аудиторияларын және т.б. ThePersuaders – Frontline www.pbs.org. Бұл бағдарлама маркетинг және жарнама стратегиялары тек адамдарға ғана емес, сауда жасаушыларға да, адамдар өздерін және қоршаған ортаны қабылдауына да үлкен әсер

тигізе бастады. Бұл 90 минуттық деректі фильм жарнама және маркетинг әлеміндегі бақылаушылармен әртүрлі мамандарды көрсетеді. Оны Pbs веб-сайтынан алты бөлімде көруге болады.

- The Merchants of Cool Frontline www.pbs.org – бағдарла жастардың қатысуымен маркетингтік зерттеулер әлемін, «ми» аңшылары жұмысын және «ми» сатылымын зерттейді.
- TheInternetMovieDataBase www.imdb.com дамыған елдердің фильмдерін және телевизиялық бағдарламаларын зерттеуге арналған веб-сайт. Ол фильм туралы жан-жақты ақпараттан тұрады: көрсетілімдер, актерлік құрам, режиссерлер, жанрлар, нарықты зерттеу және аудиториялар.



11-МОДУЛЬ. МЕДИА, ТЕХНОЛОГИЯЛАР ЖӘНЕ ҒАЛАМДЫҚ АУЫЛ

ПРЕАМБУЛА

163

Коммуникация құралдарын бақылау және меншік ету сұрағы БАҚ жұмысының тәртібін және контентін анықтайтын негізгі сауал болып табылады. Журналистер азат болса да және өз жұмыстарымен баспа бостандығын насихаттаса да, журналистердің бостандығы мен тәуелсіздігі, сыншылардың ойынша, медиа иелері немесе компаниялар жетекшілерінің қаржылық немесе саяси қызығушылығының ықпалында және бұл ықпал бір жағдайларда елеулі және басқаларында айқын бола алады. Бұл бақылау, модельді және оның жүзеге асуын қосқанда, негізі шоғырланудың бір қолдағы саяси (және геосаяси) шындықтарына және потенциалды мүмкіндіктеріне үстемдігімен анықталады. Дәл осы себепті медианың редакциялық тәуелсіздігі және плюрализмі жергілікті сияқты ғаламдық деңгейде де маңызы зор. Географиялық тұрғыда медианың алуандылығының жоғарылауына байланысты ақпарат ағындары енді тек солтүстіктен оңтүстікке ғана емес, оңтүстіктен солтүстікке және оңтүстіктен оңтүстікке де барады. Ықпалды аймақтық бөлек медиалар жиі халықаралық медиа жүйеге айтарлықтай әсер етіп отырады. Әлемнің көптеген елдерінде БАҚ иелері жекеменшік коммерциялық компаниялар болып табылады. Кейде бұл жекеменшік коммерциялық емес, оның ішінде, билеуші емес мекемелердің басқаруындағылар, ал кейде мемлекет қаржыландыратын және бақылайтын компаниялар. Теле, радиодада хабар тарату облысында қоғамдық хабар тарату моделі коммерциялық сияқты мемлекеттік медида да балама бола алады. Бұл қатынаста жергілікті тұрғындарды контент құруға баулитын және қоғамның маргиналды тобына алаң ұсынатын қауымдық медиа танымалдылығының өсуі позитивті беталысы болып табылады.

Әлемдік экономика нарығындағы техникалық прогресс трансұлттық медиакорпорациялардың атауын алған ғаламдық медиакомпаниялардың өсуіне ықпал етті. Олардың билігі және ықпалы үшін географиялық та, экономикалық та, саяси кедергілер де бөгет бола алмайды. Ғаламдық медиакомпаниялардың қатарында аймақтық деңгейде әрекет ететіндері де бар. Антимонополиялық заңдарға қарамастан ковергенция ұлттық және ғаламдық деңгейде медиакомпаниялардың бірігуі мен жұтылуын жеңілдетті. Көптеген медиакомпаниялар телекоммуникациямен, веб бағдарламаларды құру ойын-сауық бағдарламаларды (фильм, бейнеойындар) ойлап табумен айналысатын компаниялармен одаққа түседі. Осындай коалицияның нәтижесінде құрылатын компаниялар сөз, бейне және дыбыс енді әлем бойынша трансляцияланатындықтан және баспасөз, радио және телевидение және цифрлық форматтағы әртүрлі платформалардың көмегімен әлемнің кез келген бұрышынан хабардар бола алатындықтан ықпалдырақ бола бастайды.

Ғаламдық медианың пайда болуы жаңа мүмкіндіктермен қатар мәселелер туғызады. Коммуникацияның теоретиктері мәдени ассимиляцияның қауіптілігін ескертуде, бірақ медиа құралдары бір уақытта мәдени алуандылық және плюрализм (қазіргі таңда медиаконтент процестерін өндіру, ұжымдық қолдану мен жергілікті медиаконтенттермен алмасу оңайырақ бола түсті) дамуы үшін жаңа мүмкіндіктер ашады. Одан басқа, ғаламдық медиалар жоғарырақ кәсіби стандарттарды енгізу үшін қажет мүмкіндіктер мен ресурстарға ие. Осыған сәйкес, көптеген локалды медиамекемелер өздерінің бағдарламаларның сапасын одан әрі бәсекеге қабілетті болу үшін жоғарылатуға мәжбүр. Сондай-ақ, дамумен байланысты ғаламдық мағынадағы сұрақтар, нақтырақ айтқанда климаттың өзгеруі, пандемия немесе биологиялық алуандылыққа қатер туралы сұрақтарды тек ғаламдық медианың көмегімен планета халқына нәтижелі түрде жеткізуге болады. Оған қоса, бәріне саяси және экономикалық себептермен жергілікті халықтан және сол немесе басқа елдің халқынан жасырынған тарихи мәліметтерден тәуелсіз медианың арқасында бүкіл әлем хабардар болатыны белгілі. Медиа индустриясының саяси жағдайларға ықпалы да бірнеше өзгерістерге ұшырайды. Жаңа медиатехнологиялар екіжақты интенсивті ақпарат ағынына ұлттық шекаралар ішінде сияқты шекарадан тыс жерлерде де жол ашқан және көпшілік дискурсқа ұсынылатын платформалар санын көбейтті. Бұлардың бәрі толеранттылықтың дамуына және түсіністікке ықпал етеді. Ең маңызды сұрақты былай пішімдеуге болады: медиалар бостандықтар мен мүмкіндіктердің дамуына әрі қарай қалай әсер ете алады?

Медиа ерекше назарға лайық және оның басым коммерциялық жүйесі жарнаманың негізгі кіріс көзі болып табылады. Медиакомпаниялар өмірге бейімді (яғни табысты) және тұрақты (функциялау мағынасында) болып қала тұра өздерінің тәуелсіздігін және қоғам сенімін қалай сақтап қалуға болады? Бұл факторлардың мағынасын шамадан тыс бағалау салдары мұқият қарауды талап етеді. Бұл модуль баламалы медианы талқылауды оптимистік нотада аяқтайды, әсіресе кішігірім қауымдастықтардағы және заманауи, ғаламдық медиа ортасына кіреді. Онлайн жаңалықтар сайттарын қосқанда, өздерін аздаған жаңалықтар сайты альтернативасы деп санайтын жаңалықтар медиасы арналарының өсу саны қарастырылды. Қауымдық медианы мектептерде, адамдар кездесетін жерде, жұмыс орындарында және т.б. жерлерде құруға болады. Олар өздерін ірі медиамекемелердің баламасы ретінде көрсетеді. Медианың бұл «кішкентай» арналары жергілікті халықтың ақпарат алуға және оның даусын естуге мүмкіндік береді.

Блоктар

1. Заманауи жаһандық ауылдағы медиаға меншік құқығы.
2. Медианың жаһандануының әлеуметтік-мәдени және саяси аспектілері.
3. Ақпараттың тауарға айналуы.
4. Балама медианың самғауы.

1-БЛОК. ЗАМАНАУИ ЖАҒАНДЫҚ АУЫЛДАҒЫ МЕДИАҒА МЕНШІК ҚҰҚЫҒЫ

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Жаһандық экономика, электрондық коммерция және медиадағы меншік құқығы.
- Коммуникацияның модельдері, бақылау мен медиаға меншік.
- Жекеменшік (коммерциялық медиалар), мемлекеттік немесе бақыланатын медиалар және көпшілікке арналған медиакомпаниялар, мысалы, хабар таратудың көпшілікке арналған түрі.
- Технологиялық конвергенция (БАҚ, телекоммуникация және компьютерлер) және медиа конгломерацияның пайда болуы.
- Плюрализм және концентрция (мысалы, желілік медиалар және аралас меншік)
- Бірігу, жұтылу, бірлескен кәсіпорындар мен консорциумдар.
- Транснационализация (жаһандық медиа-корпорациялар).
- Медиадағы меншік туралы халықаралық және ұлттық хаттамалар.
- Антимонополиялық заңдар.
- Шетелдік жеке және заңды тұлғалардың меншік құқығын шектеу.
- Басқа да реттеуші саясаттар мен механизмдер.
- Медиадағы меншік құқығы, контент пен бағдарламаның дамуы.
- Жергілікті контентпен салыстырғандағы шетелдік контент.
- Аутсорсинг 9, оффшорлар 10 хоумсорсинг 11.
- Редакциялық тәуелсіздік пен жекеменшік иелерінің арасындағы қайшылықтар.
- Ағылш. *outsourcing* – сыртқы компаниялардың қызмет көрсетуіне бизнес-процестерді немесе өндірістік функцияларды, сыртқы көздерді/ресурсты пайдалануға беру.
- Ағылш. *offshore* – ұлттық реттеуге ұшырамайтын кәсіпорын.
- Ағылш. *homesourcing* – үйде отырып телефон және интернет пайдаланумен жұмыс істейтін қызметкерлердің көрсететін қызмет түрі.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Берілген блокты меңгергеннен кейін оқытушылар қабілетті болуы тиіс:

- медианы бақылаудың және меншіктің әртүрлі нысандарын сипаттау;
- жаһандық экономиканың жұмыс істеуі және жаңа технологиялардың пайда болуын талқылау, сондай-ақ олардың медиа меншігі құрылымы мен нысанына әсері;
- меншіктің және медианы бақылаудың медиа, контент және трансляцияның жұмысы тәжірибесіне әсерін бағалау;
- медианың конвергенциясы контент өндірісінің (редакциялық материалдарды дайындау) (мысалы, аутосорсинг, оффшорлар және хоумсорсинг) жаңа тәсілдер ойлап табуға қалай ынталандыратынын нақты мысалдармен көрсету;
- қолданыстағы халықаралық келісімдер және ұлттық заңдар/саясат медиадағы меншік құрылымын қалай қалыптастыратынын немесе реттейтінін түсіну.

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕР МЕН ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

Мемлекеттік бақылау сияқты медианы монополиялық иелену медианың плюрализмі мен әртүрлілігіне айтарлықтай қауіп төндіруі мүмкін, сәйкесінше, өзін-өзі таныту бостандығына да әсер етпей қоймайды. Бәсекелестікті реттеу – журналистің тәуелсіздігі мен кәсібилігін қолдау сияқты, монополияны шектеудегі маңызды элемент. Пікірлердің алуандылығы меншік нысандарының әртүрлілігі (мемлекеттік, жекеменшік, коммерциялық) және медианың түрлі типтегі қолжетімділігі (баспасөз, радио, теледидар, Интернет және т.б.) тұрғысынан қолдау табады. Талқылауға арналған тақырып: адамдардың саулығы үшін өмірде ақпарат кеңінен таратылуы, әртүрлі және екі жақты ақпарат көздерінен тарату қажет. Әдетте, жекеменшіктегі газеттер мен хабар таратушы компаниялар бәсекелестерінің материалдарының мазмұнын сынға алады, ал медианың концентрациясы кез келген сынды тоқтатып және өзін-өзі жарнамалаумен аяқталуы мүмкін.

166

КЕЙС-СТАДИ

Кейс-стади үшін медиа иелерінің саяси және экономикалық мүдделерінің белгілі бір мәселелерді айқындауға ықпалы туралы материалдар алу қажет (жаңалықтардың жағдайлық құндылығы мен оларды жасаудың базалық ақпараты ұсынылған Блок 2 және 3-ті, Модуль 2-ні қараңыз). Кейс-стадида әсер ету дәрежесі немесе бақылауға ықпал ететін факторларды анықтау қажет.

КОНТЕКСТІК АНАЛИЗ

Мемлекет үшін қандай маңызды мәселе әртүрлі жетекші телевизиялық арналарда (жекеменшік, мемлекеттік немесе көпшілік) басым айқындалатынын анықтаңыз

және ақпараттық материалдарды өңдеу мен амалдарды салыстырыңыз (нақты немесе бағалау тұрғысынан) (репортаж дайындау немесе материалмен айла-шарғы жасау. Жаңалықтардың жағдайлық құндылығы мен оларды жасаудың базалық ақпараты ұсынылған Блок 2 және 3-ті, Модуль 2-ні қараңыз).

Әртүрлі мектептердегі мектеп басылымдарындағы редакциялық процесті талдаңыз және медиадағы меншік құқығы басылымдарды басқару, редакциялық контентке және т.б. қалай әсер ететінін қараңыз.

CNN немесе Al Jazeera-дан белгілі бір тақырыптағы және нақты бір күндегі ақпараттық материалдарды қараңыз және ақпараттық материалдарды өңдеу мен амалдарды салыстырыңыз

ЗЕРТТЕУ ЖОБАСЫ

Тіркелген жетекші медиакомпаниялардың (сенімді үкіметтік агенттіктердің мәліметтері бойынша) иелері есімдерін және мүмкіндігінше олардың іскер және саяси топтармен байланысын зерттеңіз. Өзіңіздің зерттеуіңіздің нәтижесін схема түрінде елестетіп көріңіз.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- меншік құқықтары және медианы бақылау мәселелері бойынша зерттеу нәтижелері;
- кейс-стадиге қатысу;
- контекстік талдаудың нәтижелерін жазбаша баяндау.

167

ОҚУҒА АРНАЛҒАН ҚОСЫМША ТАҚЫРЫПТАР

Медиамен байланысты қызметтің және шығармашылықтың түрлері;

- ойындар ойлап табу (интерактивті ойын-сауық бағдарламалары);
- электрондық жарияланымдар;
- фильм, видео және фотография;
- программалық жабдықтама және компьютерлік қызметтер;
- тағы басқалар.

2-БЛОК. МЕДИАНЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-МӘДЕНИ ЖӘНЕ САЯСИ АСПЕКТИЛЕРІ

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Медианың әлеуметтік-саяси аспектілері:
 - медиа және бұқаралық мәдениет;
 - мәдени стереотиптер, теріс түсінік және ағат пікірлер;
 - мәдени біркелкіліктің қауіп төндіру мүмкіндігі;
 - мәдени әртүрлілік пен плюрализмнің келешегі;
 - медиа және мәдени толеранттылық, түсіну және жаһандық азаматтық жауапкершілік.

- Медианың саяси ықпалы:
 - екі жақты ақпараттық ағынды қамтамасыз ету үшін механизмдерді беру (мысалы, солтүстіктен оңтүстікке, оңтүстіктен солтүстікке);
 - медиа көпшілік ортасын кеңейту платформасы ретінде;
 - медиасаяси және қоғамдық жұмылдырудың құралы ретінде;
 - қоғамдық пікір қалыптастырудағы және қоғамдық күн тәртібіндегі медианың күші;
 - ашық принциптерді сақтап және жауапкершілікті сезіне отырып жауапты басқаруды жылжыту.

- Медиа және мигранттар қауымдастығы.
- Жаһандық медиа және техникалық конвергенция мигранттардың қажеттіліктерін қалай ескереді.
- Медиа қауымдастықтардың/мигранттар диаспорасы арналарының кейс-стадиясы.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл блокты меңгергеннен кейін оқытушылар білуі тиіс:

- медиа бұқаралық мәдениетті қалай қалыптастыратынын немесе әсер ететінін түсіндіру және мысалдармен көрсету;
- мәдени біркелкілікке және тұрғылықты жері бойынша шектеуге (оқшаулау) қарсы іс-қимыл ретінде қабылданатын процестер дамуының динамикасын түсіндіру;
- медиалар бұқаралық ортаны қалай кеңейте немесе тарылта алатынын, оған қол жеткізуді демократиялық етуін және саяси қатынасқа ықпалын тигізетінін талдау;
- жаһандық медиа (спутниктік және кабельдік теледидар, Интернет сияқты) мигранттар қауымдастығының ақпараттық қажеттіліктеріне қалай жауап қайтаратынын талқылау.

МЕДИАНЫҢ ӘР ТҮРІНДЕГІ МӘТІНДІ ТАЛДАУ

Медиа қалай бұқаралық мәдениетті қалыптастырады немесе оған қалай әсер етеді. Жаңа ойын-сауық мәдениетінің әртүрлілігінің немесе біркелкілігінің жоғарылауына медиа ықпал етеді ме, анықтаңыз.

Танымал батыстық немесе жергілікті орындаушылармен орындалатын шлягердің мәтінін талдаңыз. Әннің сөзіне салынған мәдени құндылықтарды анықтаңыз және жергілікті ерекшеліктерді ескере отырып, осы құндылықтардың жарамдылығы мен барабарлығына сыни талдау беріңіз.

Белгілі бір діни, мәдени немесе ұлттық топқа арналған деректі немесе көркем фильм қараңыз. Диалогтардағы осы топ туралы стереотиптік көріністі күшейтетін немесе туғызатын образдар мен сөздерді анықтаңыз. Алдын ала қатынас немесе қорытынды шығаратын элементтерді анықтаңыз.

КОНТЕКСТІК АНАЛИЗ

Жаңадан оқуға түскен тәлім алушыларға олардың қаһарманы кім және неге екенін білу мақсатында еркін сауалнама жүргізіңіз. Сауалнама нәтижелерін келесі мәселелерді ескере отырып, біріктіріңіз және талдаңыз:

- а) қаһармандардың нешеуі шетелдік, нешеуі жергілікті?
- б) бұл таңдаудың себептері қандай (мысалы, медианың оқушыларға ықпалы)?
- в) медиа арқылы осы қаһармандар қандай құндылықтар көрсетеді?

Сіздің тұрғылықты орныңыздағы жұмысшы-мигранттарға арналған бірнеше басылымдарды оқыңыз немесе бағдарламаларды қараңыз. Осы прессада көбіне қандай мәселелер немесе тақырыптар талқыланатынын анықтаңыз. Олардың келген жері және жаңа отаны туралы мәселелер бірдей дәрежеде көрсетілген бе екен анықтаңыз.

КЕЙС-СТАДИ

Қоршаған ортаны қорғау және адам құқықтарын орнықты дамыту сияқты трансұлттық мәселелерге арналған Халықаралық жыртқыш жануарларды қорғау фонды, Plan International және басқа да мекемелердің видеоматериалы бар кез келген веб-сайтқа немесе блогқа, әлеуметтік желіге немесе сайтқа кіріңіз. Сайттың интерактивті сипаттамалары осы сайтты қолданатын әртүрлі елдердің азаматтары арасындағы диалог және консенсус құруға қалай ықпал ететінін талдаңыз.

ТАҚЫРЫПТЫҚ ШОЛУ

Мигранттар қауымдастығы өкілімен сұхбаттасқаннан кейін оқытушылар келесі сұрақтарға жауап алуы тиіс:

- а) олардың туған елінде болып жатқан соңғы жаңалықтардан хабардар болуы үшін олар қандай БАҚ түрлерін қолданады?
- б) олар халықаралық БАҚ-тың олардың туған еліндегі әлеуметтік-саяси мәселелерді берудегі оның нақтылығы, дәйектілігі, толықтығы туралы не ойлайды?
- в) оларға туған еліндегі ақпаратқа қолжетімділік психоәлеуметтік тұрғыда қалай әсер етеді?

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- зерттеу туралы есеп;
- тексттік/контекстік талдаулар және кейс-стади жаттығуларын орындау нәтижелері туралы жазбаша жұмыстар;
- пікірталастарға және сабақта өткізілетін басқа да топтық іс-шараларға қатысу.

ОҚУҒА АРНАЛҒАН ҚОСЫМША ТАҚЫРЫПТАР

- Мейнстримдік, баламалы және жаңа медиадағы жыныс, нәсіл немесе ұлт мәселесін айқындау.
- Медиадағы және қоғамдағы жыныстық қатынас және зорлық-зомбылық.
- Жеке өмірге қол сұқпау және құпиясыз қоғам.
- Ұлттық ұйымдар позицияларының әлсіреуі және ұлттан жоғары ұйымдардың пайда болуы (жаңа жаһандық ұйымдар, мысалы, Әлемдік банк және Әлемдік сауда ұйымы).

3-БЛОК. АҚПАРАТТЫҢ ТАУАРҒА АЙНАЛУЫ

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Ақпарат қоғамдық (бұқаралық) өнім және тауар ретінде:
 - жарнама коммерциялық медиалардың табыс көзі ретінде;
 - рейтингтер және тираждар көрсеткіштері медиа өнімдер мен қызметтерінің бағалау критерийлері ретінде;
 - консьюмеризм мәдениеті (аудиторияның талаптары, тілектері және талғамы)
- Ақпаратты тауарға айналдыру стратегиялары мен тәсілдері.
- Интеллектуалдық меншіктің ақпаратты тауарға айналдырғандағы құқықтары:
 - авторлық құқық (копирайт) және басқа да ақпаратқа меншік құқықтары;
 - авторлық құқықпен қорғалмаған ақпарат;
 - ашық бастапқы кодымен тегін бағдарламалық қамтамасыз ету (және Creative Commons).

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

171

Осы блокты меңгергеннен кейін оқытушылар білуі тиіс:

- ақпаратты тауарға айналдыру процесіне анықтама беру;
- ақпаратты тауарға айналдыруда әртүрлі стратегиялармен, тәсілдермен танысу.
- медиа консьюмеризм мәдениетіне қалай кіретінін немесе нақтырақ, медиа хабарлары коммерциялық идеялардың орындалуы үшін қалай талаптар мен тілектер ойлап табатынын түсіндіру;
- тұлғаның немесе фирманың меншігі болып табылатын ақпаратқа, және қоғамдық мүлік болып табылатын ақпаратқа құқықты ажырату және жалпы қоғам игілігі үшін ақпаратқа қолжетімділікті дамыту мақсатында ақпаратты пайдалануға тиісті бағаны беру.

ОҚЫТУ ТӘСІЛДЕРІ ЖӘНЕ ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

КОНТЕКСТІК ТАЛДАУ

2-3 күн бойы ірі газеттің немесе жаңалықтар каналының «Бизнес» бөлімін қараңыз. Жекеменшік корпорациялардың хабарламаларының көлемін күн сайын санаңыздар, оларға барлық хабарламалардың санының неше пайызы тиесілі. Сондай-ақ корпорациялар туралы хабарламаларды «жақсы», «нашар» және «бейтарап» жаңалықтар деп сұрыптаңыз.

ТАҚЫРЫПТЫҚ ШОЛУ

Оқытушылар кемінде 10 білімгерден олар неге тауардың нақты маркасын құп көретінін сұрап, сұхбат алу керек. Ары қарай оқытушылар алған жауаптарын жинақтап және ең көп таралған жауаптарды құп көретін тауарлардың жарнамаларымен салыстыруы тиіс.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛДЫ МЕНШІК ҚҰҚЫҚТАРЫ БОЙЫНША ҒЫЛЫМИ МАҚАЛА

Оқытушылар интеллектуалды меншіктің әртүрлі аспектерін және олардың ақпаратқа жалпыға ортақ қолжетімділігіне әсерін зерттеулері тиіс. Мақалада интеллектуалды меншік құқығы тарихы; олардың артықшылықтары мен кемшіліктері; осы құқықтарды қолданғандағы пайда болатын нақты мәселелер; дамушы елдерге интеллектуалды меншік құқықығының ықпалы және т.б.

ОЙ ТОЛҒАУ

Оқытушылар газеттен соңғы тексерілген ұлттық арналардың рейтинг көрсеткіштерін алуы тиіс. Содан кейін олар редакциялық контентті немесе жетекші газеттердің немесе телевизиялық арналардың бағдарламалық стилін талдап және талдау нәтижелерін эссеге мазмұндауы тиіс.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- тексттік/контекстік талдау және зерттеу нәтижелері бойынша жазбаша жұмыс;
- кейс-стади/ғылыми мақала;
- басқа топтық іс-шаралардағы пікірталастарға қатысу.

ОҚУҒА АРНАЛҒАН ҚОСЫМША ТАҚЫРЫПТАР

- Ақпараттық қоғам/білім қоғамы.
- Сандық алшақтық/білімдегі алшақтық.
- Ақпаратқа жалпыға бірдей қолжетімділік мәселелері: интеллектуалды меншік және авторлық құқықпен қорғалмаған ақпарат құқығы.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Баламалы медиалар: пайда болу себептері;
- медиа мейнстримге қоғамның сенімі;
- ақпараттық және коммуникациялық технологиялардың ашылуы;
- тұтынушылардың медиа әдеттерінің өзгеруі.
- Баламалы медиалардың анықтамасы (медиа мейнстриммен салыстырғанда).
- Меншік құқығы және баламалы медиаларды бақылау (яғни меншік құқығы мен бақылауды демократияландыру). Баламалы медиа аудиториялары:
- Әйелдер, жастар, балалар, жұмысшылар және т.б., маргиналдық топтар (мәдени қауымдастықтар, мигранттар және т.б.).
- Альтернативті медиалар контенті (мысалы, қауымдастықтың немесе сектордың дамуымен байланысты мәселелер).
- Альтернативті медиалардағы журналистік процестер (мысалы, қауымдастықтар позициясының көрінісі, аудиториямен байланыс және интерактивті тәсіл).
- Альтернативті медиалардың қоғамдағы рөлі (мысалы, айқындық, әртүрлілік және өз ойын білдірудегі бостандық). Әртүрлі жағдайларда альтернативті ортаны қолдау, жоспарлау, басқару:
- Мектептегі альтернативті медиа;
- Қауымдастықтағы альтернативті медиа;
- Альтернативті медианың коммерциялық модельдері.

173

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Берілген блокты меңгергеннен кейін оқытушылар білуі тиіс:

- альтернативті медианы сипаттау: олардың өмір сүру тәсілдері, ерекшеліктері және қолданылу аясы;
- әртүрлі форматтарды қолданып альтернативті медиалардың мысалдарын талдау: басылымдық, хабар тарату, желілік;
- альтернативті және мейнстримді медиалардағы стандарттық редакциялық процестерді (жоспарлау, өндіру және таратуды қосқанда) сипаттау;
- Маргиналды аудиториялардың мәселелерін айқындау және оларға алаң бөлу тұрғысында альтернативті медианың белгілі бір қауымдастықтарға ықпалын бағалау;
- Қауымдастық немесе мектеп үшін балама БАҚ құруды жоспарлау.

КЕЙС-СТАДИ

Оқытушылар жетекші альтернативті медиалар туралы кейс-стади оқып (осы сияқты кейс-стадилерді онлайн табуға болады) және келесі салаладағы балама медиаларды басқару және жоспарлау саласындағы жұмыстың оңтайлы тәсілдерінің тізімін жасау:

- нөмірді жоспарлау (мысалы, хабарламаға арналған ақпараттық себептердің анықтамасы);
- деректерді табу және сипаттау;
- деректерді/ақпараттарды өңдеу/құрылымдау;
- редакциялық процеске қызығушылығы бар тұлғаларды (аудиторияларды) тарту;
- процестерді басқару (редакциялық және коммерциялық);
- аудиторияны кеңейту және ұстап қалу;
- кіріс табу.

Жұмыстың оңтайлы әдістерінің тізімін жасау үшін оқушылар келесі сипаттамалар тізімімен таныса алады:

- инновациялық;
- шығармашылық;
- жергілікті тақырыпқа тоғысқан;
- эффективті;
- оперативті;
- аудиторияға қатысуды ойлайтын.

АЛЬТЕРНАТИВТІ МЕДИА ШЫҒАРАТЫН ҰЙЫМДАРМЕН ТАНЫСУ / ҚАУЫМДАСТЫҚҚА ШОЛУ

Оқытушылар альтернативті медиа шығаратын ұйымдарға барып, басылымның редакторлары, менеджерлері және журналистерінен сұхбат алуы; редакциялық және әкімшілік процестерді және тәсілдерді бақылап, оларды медиа мейнстримдегі процестер және тәсілдермен салыстыру тиіс. Есепте жазу керек:

- мақалаға материал қалай алынады;
- ақпарат көздері қалай алынады;
- көзқарастар (белгілі бір позицияны ұстану) қалай алынады және олар қалай өңделеді (мысалы, ақпараттандыру)
- аудиториядан кері байланыс қалай құрылады;
- кірісті қандай жолмен алуға болады;
- рейтингтер мен тираждар бойынша жетістік қалай бағаланады.

МЕДИАӨНДІРІСІ

Оқытушылар маргиналды қауымдастықта болып, олардың ақпараттық талаптары мен тілектерін анықтау үшін көшбасшыларынан және қауымдастық мүшелерінен сұхбат алу тиіс. Осыдан кейін топ видео немесе подкаст түсіріп, оны Youtube-қа жүктеуі тиіс. Көрерменге эффективті әсер қалдыру үшін оған музыкалық сүйемелдеу және басқа да элементтер қосуға болады.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- кейс-стади;
- альтернативті медиа өндірісі;
- альтернативті медиа шығаратын ұйымдарға танысу сапары туралы жазбаша жұмыс;
- пікірталастарға және басқа да сабақта өтетін топтық іс-шараларға қатысу.

ОҚУҒА АРНАЛҒАН ҚОСЫМША ТАҚЫРЫПТАР

- Жергілікті қауымдастықтардағы радио және телевизиялық хабар тарату жүйелері және журналистер.
- Жанжал жағдайындағы журналистика / бітімгершілік журналистика.

АҚПАРАТ КӨЗДЕРІ

- Birdsell, W.F. (N.D.), The Internet and the Ideology of Information Technology. http://www.isoc.org/inet96/proceedings/e3/e3_2.htm (2.09.2009).
- Fidler, R. 1997. MediaMorphosis: Understanding New Media. California. PineForgePress.
- Green, L. 2002. Communication, Technology, and Society. London, Sage Publications;
- Habermas, J. 1989. The Structural Transformation of the Public Sphere, trans. Thomas MacCarthy. Cambridge, Polity Press.
- Habermas, J. 1994. Citizenship and National Identity. Steenbergen, B.V. (ed.). The Condition of Citizenship. London, Sage Publications.
- Littlejohn, S.W. and Foss, K.A., 2008. Theories of Human Communication (9th ed). Belmont, California; Thomson Wadsworth.
- Marris. P and Thornham S. (Eds.). 2002. Media Studies: A Reader (2nd ed.). New York, New York University Press.
- Pavlik, J.V. 1998. New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives (2nd ed.). Boston, MA; Allyn and Bacon.
- Servaes, J. 2003. Approaches to Development. Studies on Communication for Development. Paris, Communication and Information Sector – UNESCO.
- Stevenson, N. 1995. Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication. London, Sage Publications.
- Sussman, G. and Lent, J. (Eds.). 1991. Transnational Communications Wiring the Third World. Newbury Park, California; Sage Publications.



3-МОДУЛЬ, 5-БЛОК. САНДЫҚ МОНТАЖДАУ ЖӘНЕ КОМПЬЮТЕРМЕН СУРЕТТЕРДІ ӨҢДЕУ

176

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 8 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Видео және фото суреттерді өңдеу программалары технологияларын пайдалану және анықтау.
- Сән және журналистика әлемінде осы технологияларды пайдалану үлгілері.
- Осы технологияларды пайдаланудың жауапкершілігі мен артықшылығы.
- Бұл технологияның фотожурналистиканың анықтығына және индивидтің ақпараттың түпнұсқалылығын бағалау қабілетіне әсері.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Берілген блокты меңгергеннен кейін оқытушылар білуі тиіс:

- өңделген сурет, хабарламаларды және олардың ақпараттық құндылығын талдау;
- фотожурналистика және сән әлеміндегі суреттерді өңдеу технологияларын пайдалануды талдау;
- суретті өңдеу программаларын пайдалану;
- өңделген суреттерді айыру және олардың аудиторияға әсерін бағалау;
- суретті өңдеудің этикалық аспектілерін талдау.

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕР

- Төменде берілген пікірлер мен тұжырымдамаларға өз ойыңызды айтыңыз. Медиа және ақпараттық сауаттылық тұрғысында бұл пікірлер мен тұжырымдамалардың мағынасын талқылаңыз.
- «Компьютерлердің суреттерді өңдеу және фотосуреттерді толықтай өзгерту процестерін жетілдіріп және жеделдеткені соншалық, фототехника мамандары қандай да болсын мақсат пен шынайылықтың түйірлерін шашып және қайта жинауға қабілетті заманауи робот-манипуляторлар бауырластығын құрып, видео инженерлерге және дыбыс жазу инженерлеріне қосылды» (Маршалл Блонски (MarshalBlonsky)).
- «Он жылдықтың соңында артта қалған 1992 жылға қарап, біз полиция қызметкері қарапайым адамды сабап жатқан видео Лос-Анджелесте азаматтық ретсіздік тудырғанына таң қалатын боламыз. Видео камераның тазалық ғасыры тинейджерлердің прозалық суреттерді өңдеуді үйренген және оларды айқын, сендірерлік, көркем шығармаларға айналдыра алуы нәтижесінде ғайып болды. Соңғы жағдайлардың видео жазбасы және өткір жарнамалық мәтіндер жоғары өнер формасына айналады. Біз реалды дүние түсірілген видеоларды қарап отырып, бұдан былай өз көздерімізге сенбей, сыртқы сенімділігін растауды құп көретін боламыз».
- Фотосуреттерді және видеоларды өңдеуде ақпараттың нақтылығында салмақты зардаптар болуы мүмкін, сондықтан ол жаңалықтық медиаға қабылданбайды. Өңделген суреттерді жаңалықтық жарияланымдардан емес заңдық тәжірибеде куәлік ету барысында қолдануға болмайды. «Фото суреттер мен жұмыс істей отыра, мен кітап безендірушілері ғасырлар бойы қалай азат болса, мен де өзімді солай азат сезінемін. Мені бұдан былай физиканың ешқандай заңдылығы да шынайы өмірде ұстамайды» (фотограф және компьютерлік сурет өңдеуші Барри Блэкман (Barry Blackman)). Суретті өңдеу және видео өңдеудің заманауи технологиясын меңгеріңіз. Осы технологиямен берілетін мүмкіндіктерді сипаттаңыз.
- Өзіңіздің зерттеулеріңіздің нәтижелеріне сүйене отырып, осы технологияның сән әлемінде және жаңалықтық жарияланымдарда қолданылуына мысал келтіріңіз. Сән әлемінде жұмыс істейтін және жаңалық индустриясының адамдары тұрғысынан осы технологияға қатынасындағы айырмашылықтарын зерттеңіз.
- Бұл технологияны білу редакциялық мақалаларда сән журналдары және робот журналистеріндегі фото суреттерді қарау барысындағы адамдардың реакцияларына қалай әсер ететінін талқылаңыз.
- Мүмкіндігінше суреттерді өңдейтін қолжетімді бағдарламаларды бағалаңыз. Фотосуреттерді сканерлеп және графикалық редактормен тәжірибе жасап көріңіз. Фотосурет басынан өткізетін өзгертулердің мүмкін түрлерін сипаттаңыз. Әсер ету күші немесе нақты фотосуреттің мағынасы үшін бұл өзгертулердің зардаптарын түсіндіріңіз.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- Басылымдық немесе аудио визуалды медиадағы өңделген суреттердің заманауи үлгілеріне талдау;
- Фотожурналистика және сән әлеміндегі фотосуреттер бойынша кейс-стадиге қатысу;
- Тәжірибелік тапсырмаларды орындауға қатысу.



4-МОДУЛЬ, 4-БЛОК. НЕГІЗГІ ИДЕЯНЫ ЖЕТКІЗУ МАҚСАТЫНДА ӘРТҮРЛІ ПЛАНДА ЖӘНЕ РАКУРСТА ТҮСІРІЛІМ

178

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат.

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Әртүрлі пландарды және ракурстарды қабылдау арқылы жасалған суреттерді талдауды зерттеу.
- Түсірілім жоспарын дайындау.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Берілген блокты меңгергеннен кейін оқытушылар білуі тиіс:

- әртүрлі пландар мен ракурстарды қабылдау мен түсірілім нұсқаларын талдау және білу және осындай суреттердің әр алуан медиа мәтіндер де және ақпараттық материалдар да қолданылуы;
- нақты пландар мен ракурстардың медиа хабарламаларына және аудиторияға әсерін талдау;
- әртүрлі жағдайларды бейнелеуге сәйкес суреттерді алу, мысалы, саяси съездер немесе дебаттар, фестивальдар немесе ұлттық мерекелер.

- Бір немесе бірнеше план немесе ракурс эффективті пайдаланылған ақпараттық материалдардың және медиа мәтіндердің үлгілерін табыңыз және медианы зерттеңіз. Газеттердегі, телевидение жаңалықтар шығарылымы кадрлары, фильмдегі немесе телехабарлардағы клиптерді қараңыз. Әр материалда қолданылатын камера «тілі» көмегімен берілетіні идеяны сипаттаңыз.
- Телехабар немесе жаңалықтар шығарылымынан видеокадрдың немесе фотосуреттің үлгісін табыңыз. Оны мұқият зерттеңіз. Фотодағы немесе видеодағы затқа қалай позицияланғандығын сипаттаңыз. Ол қандай әсер қалдырады? Сол затқа байланысты аудиторияның жағдайы қалай, сипаттаңыз. Егер сізге түсірілімнің басқа бұрышын қолдану керек болса, ол жаңалықтар шығарылымының осы суретпен немесе кадрмен берілетін идеяны қалай өзгертетін еді?
- Сіз видеограф немесе фотограф болдыңыз және саяси партияның съезін немесе ұлттық мерекені жарықтандырып тұрмын деп ойлаңыз. Осы жағдайларды айқындау үшін қандай пландармен ракурстар қолданасыз және неге? Әр жағдайдың айқындау жоспарын құрыңыз. Түсірілім көмегімен қажетті ақпараттық қалай беруге және болып жатқан жағдайдан керекті әсер алуға болады?

ӘРТҮРЛІ ПЛАНДАР МЕН РАКУРСТАРДЫ ҚОЛДАНУ МЕН ТҮСІРІЛІМ

— ТҮСІРІЛІМ ТҮРЛЕРІ

Аббревиатура/ мағына/сипаттама/эффект

ECU – өте ірі план – көз және бет: агрессия, дискомфорт

CU – ірі план – бас/реакция : интимдік

CU – ірі план – бас және иық , 2-3 адамның

MS – орташа план: бел бойынша, 2-3 адамның

MLS – орташа-алшақ план: адамның дене бітімі толық бойымен, ең жақсы түрі

LS – алшақ жалпы план: бөлме, ең жақсы түрі

ELS – өте алшақ план: үй, қоршаған ортаның суреті

ES – ұстап тұратын план: қала, оқиға орнының суреті

— РАКУРСТАР (ТҮСІРІЛІМ НҮКТЕЛЕРІ)

Төменгі ракурс: камера жоғарыға қарап тұрады – бұйым үлкен болып көрінеді, күштің әсері қалыптасады.

Орташа, немесе тура ракурс (1800): камера бұйымға көз деңгейінде қарап тұрады.

Жоғарғы ракурс (жоғарғы нүктеден түсірілім): камера төменге қарап тұрады: әлсіздік әсері қалыптасады.

— КИНО ТЕРМИНДЕРІ

План: дара стоп-кадр немесе фотосурет.

Кадр: стоп-кадрсыз, камераны қосқан сәттен бастап оның тоқтатылуына дейін түсірілген кадрлар.

Серия: бір бұйымның түсірілген кадрларының ретті қатары.

Стоп-кадр: бір түсірілім бітіп, күтпеген жерден екіншісі басталып кетеді – бір уақытта әртүрлі жерлердің әсері беріледі.

«Қараңғылаудағы»/ «қараңғылаудан кейінгі» түсірілім – жарықтан қараңғыға / қараңғыдан жарыққа өту уақыт ағымының, әрекет мекенінің ауысқанын білдіреді.

Панорамалау: камера объектіні бақылайды және солдан оңға, оңнан солға қарай жылжып, қауырттылық жағдайын туғызады.

Zoom (сурет көлемін өзгерту): камера жақындайды және алыстайды.

Тігінен панорамалау: камера тігінен, төмен, жоғары жылжиды.

«Mass Media and Popular Culture Resource Binder» бойынша ықшамдалған. Toronto: Harcourt Brace & Company Canada

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- түрлі медимәтіндердегі фототүсірілімдерді анықтау;
- символикалық және техникалық кодтарын анықтау үшін кадрлар, фотосуреттер немесе жаңалық шығарылымдарын талдау;
- саяси съезд немесе мерекені шығару үшін түсірілім жүргізуді жоспарлау.



5-МОДУЛЬ, 5-БЛОК. ТРАНСҰЛТТЫҚ ЖАРНАМА ЖӘНЕ СУПЕРБРЕНДТЕР

► **ҰЗАҚТЫҒЫ:** 2 сағат.

181

НЕГІЗГІ СҰРАҚТАР

- Супербрендтердің өтімділігі.
- Супербрендтерді жасау стратегиясы.
- Мақсатты аудиториямен байланыстар орнату мен хабарламаларды жолдауда брендтер жасаудың қазіргі заманғы үлгілерінің тиімділігі.
- Негізгі тақырыптар мен жаһандық жарнама кампанияларының нәтижесінде жолданатын хабарламалар.

ОҚЫТУ МАҚСАТТАРЫ

Бұл блокты оқығаннан кейін оқытушылар меңгеруі тиіс:

- брендтер жасау мен оның тиімділігін бағалау мен талдау;
- брендтердің жергілікті және жаһандық қауымдастықтарға әсерін бағалау;
- бренд жасаудың нақты стратегияларымен бірге берілетін құнды ұғымдар мен ақпараттарды талдау;
- локальді және жаһандық брендтерді жасаудағы жаңа технологиялардың рөлін анықтау.

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕР МЕН ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР

- «Жаһандық маркетинг стратегиясы соншалықты тиімді, оны саналы түрде үзудің керегі қанша. «Біз сізге мәдениет сатамыз» тіркесі кез келген тауар өндірілетін не таратылатын барлық елдерде қолданылатын жаһандық жарнама компаниясына, бірегей жарнама тіркесіне айналып кетті. Жергілікті жағдайлармен қатал қарама-қайшылыққа тап болса да жаһандық жарнама әлдеқайда тиімді және үнемді» (Noreene Janus, «Advertising and Global Culture», Cultural Survival Quarterly, 1983).
- Трансұлттық компаниялар қолданатын маркетинг стратегиясын анықтау үшін онлайн зерттеу жүргізіңіздер. «Advertising Age» салаық басылымы жарық көретін www.adage.com сайтына кіріңіз. Өздерінің тауарлары мен мәдениеттерін «сату-да» ірі корпорациялар қолданатын стратегияларды анықтаңыздар. Бұл стратегия тікелей немесе жанама нені өзімен бірге тартатынын және дәстүрлі мәдениеттің заманауидан айырмашылығын талқылаңыз.
- Ұлтаралық корпорацияның веб-сайтына кіріп, оның жарнамалық компанияларының біреуін таңдаңыз. Оны мұқият зерттеңіз. Бұл компанияны оның қандай элементтері оны ерекше тартымды ететінін анықтаңыз. Мүмкін болса, осы жарнама компаниясын осы тауардың басқа аймаққа немесе нарыққа бейімделген басқа компаниясымен салыстырыңыз. Жарнама тілін білмесе де индивид қандай дәрежеде түсінетінін зерттеңіз (жарнамаға не кіретінін және оның образын «әмбебап» ететінін ойлаңыз).
- Сыншылардан көбіне ұлтаралық компаниялар мәдениетті «сатумен» айналысатынын естуге тура келеді. Бұл «сатылымның» қалай іске асатынын талдаңыз. Ол қандай хабарламалар және маңызды идеялар беретіні анықтаңыз. Белгілі бір қауымдастық немесе аймақ «туғаны» деп қабылдайтын тауардың немесе қызметтің жарнама компаниясының жоспарын құрыңыз. Берілген аудиторияға әсерлі болатын техникалық және шығармашылық стратегияларды анықтаңыз және түсіндіріңіз. Осы нарық үшін Солтүстік Америка немесе Еуропа жарнама агенттіктерінің идеяларының сіздің идеяларыңыздан қандай айырмашылығы бар екенін түсіндіріңіз.
- «Ұлтаралық мәдениеттің маңызды сипаттамасы оның жылдамдығымен таралу ауқымының кеңдігі болып табылатындықтан байланыс және ақпараттық жүйе құралдары ақпараттық хабарламаларды телевизиялық сериалдар, жаңалықтар, журналдар, комикстер және фильмдер арқылы жаһандық таралуда маңызды рөл ойнайды» (NoreeneJanus, «AdvertisingandGlobalCulture», CulturalSurvivalQuarterly, 1983) сондай-ақ қазіргі таңда ең маңыздысы Интернет арқылы.
- Технологияның коммуникациядағы орасан зор рөлін дәлелдейтін және жарнама берушілердің хабарламаларын таратуда жарнамалардың жаңа үлгілерін зерттеңіз. Технологияның қолданылу нәтижесі және тәсілін сипаттаңыз.
- Жүргізілген зерттеудің негізінде ойдан шығарылған өнімнің халықаралық нарыққа шығу жоспарын құрыңыз. Оның мақсатты аудиториясын анықтаңыз. Осы аудиторияға әсерлі болуы мүмкін стратегияларды түсіндіріңіз. Алдына қойылған мақсатқа жаңа технологияларды қолдана отырып қалай жетуге болатынын зерттеңіз.

- Сіздің жергілікті қауымдастықта брендтер құру үлгілерін зерттеңіз. Эффективті бренд құру үшін брендтің танылуын жоғарғы дәрежеде қамтамасыз ету, оның мағынасын беру және мақсатты аудиториямен байланыс орнатуда табылған мысалдың эффективтілігінің дәрежесін анықтаңыз.

БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ

- Жарнаманың және жарнамалық стратегиялардың жаңа үлгілерін талдау; онлайн-зерттеу;
- жарнама компанияларының жоспарын құру

ГЛОССАРИЙ

Авторлық құқық басқа адамдардың шығарманы көшіру, тарату немесе модификациялауы. Мүмкіндіктерін шектеуге шығарма авторына немесе ойлап табушыға жағдай жасайтын құқықтар жиынтығы. Құқықтар шығарманы жиі қаржыландырған компанияларға беріледі және олар нарықта сатып алынады және сатыла алады.

Архетип адамның немесе заттың кейінгі нұсқаларымен образдарын көрсететін модель немесе адамның немесе заттың мінсіз формасы.

Аудио – оқыту есту арқылы қабылдау негізінде оқыту. Кейде визуалды оқытумен және кинестетикалық оқытумен қосылып, оқытудың бір түрі болып табылады.

Аудитория бұқаралық коммуникациядағы медиамәтін арналып құрылатын тұтынушылар тобы, сондай-ақ осы мәтіннің ықпалы таралатын кез келген адам.

Белсенді аудитория өзінің бастан кешірген оқиғаларына, тәжірибесіне және көзқарасына (осыған байланысты әртүрлі адамдар тобы бір хабарламаны әр қилы түсіндіре алады) сәйкес медиа хабарламаларын алатын және түсіндіретін ақпараттық ресурсты қолданушылар.

Мақсатты аудитория жас, жыныс, мамандық, санат және т.б. сипаттамалар бойынша біріктірілетін, нақты медиамәтін немесе БАҚ қызметі арналған адамдар тобы.

Азаматтық журналистика ақпарат жинауда, есеп беруде, сараптама жасауда және жаңалық таратуда белсенді рол атқарады. Азаматтық журналистика – БАҚ арқылы ақпарат тарату үздіксіз процесін қарқынды етуге көмектеседі.

Азаматтық жауапкершілік азаматтық құқықтық жауапкершілік; өзге тұлғаның субъективтік азаматтық құқықтарының бұзылуына байланысты өзінің заңда көзделген міндеттерін орындамаудың немесе жеткілікті орындамаудың нәтижесінде туындайтын салдарлар.

Азаматтық позиция белгілі бір қауымдастықтың (саяси, ұлттық немесе әлеуметтік) мүшесі құқықтар (дауыс беру және әлеуметтік қамтамасыз етуге құқық) жәнеміндеттер жиынтығына ие екендігі туралы түсінік.

Блог бір адам түсіндірме, оқиғалар сипаттамасын, суреттер немесе видеолар салатын веб-сайт. Блог материалдары бойынша басқа қолданушылар пікір қалдыра алады, бірақ блогты тек оның иесі өзгерте алады. Блогтарды жиі «тірі журналдар» деп те атайды.

Бұғаттау Хабарлама мекен-жайына цифрлық контент жолымен қолжетімділікті тоқтататын техникалық тәсіл: Uniform Resource Locator (Ресурстардың жүйеленген көрсеткіші) немесе URL.

Бүкіл әлемдік топ Интернет арқылы әрекет ететін сервис. (WorldWideWeb)

Веб 2.0 Интерактивті өзара әсерлесуді жеңілдететін және қолданушыларға бағдарламаларының өз нұсқаларын құруға мүмкіндік беретін бағдарлама.

Веб-сайт Ортақ URL бар веб-парақшалар, суреттер және деректер жиынтығы.

Визуалды оқыту Көрнекті құралдарды қарау барысында бейнелерді қарауға негізделген оқу түрі.

Визуалды медиа Ақпарат беруде бейнелер қолданатын медиа; көп жағдайда аудио-визуалды медиа түрінде қолданылады.

Вики Қолданушылар өз контенттерін қамтамасыз ету үшін бірнеше адам жұмыс істейтін веб-сайт.

Газет Тұрақты атауы бар, жаңалықтар, басқа да ақпараттардан және жарнамадан тұратын қағазда басылатын мерзімді басылым.

Глобалды ауыл Жер шарын білдіретін, ауыл өлшеміне дейін электронды технологиялармен сығылған термин.

Мемлекеттік БАҚ Мемлекет қаржыландыратын БАҚ. Олар қоғамдық қызығушылықтарға сай, болуы тиіс.

МАС Медиа ақпараттық сауаттылық

Көрнекі оқыту стилі Суреттерді қабылдау негізінде визуалды көруге үйрету.

Көрнекі сурет медиасы Ақпаратты беру үшін суреттерді пайдалану әдісі (БАҚ, фильмдер, интернет және т.б.) көп жағдайда аудиовизуалды медиа болып қолданылады.

Wiki Қолданушылары өз контенттерін ұсынатын, сондай-ақ бірнеше адам жұмыс істейтін веб-сайт. Құжаттарды, оқиға сипаттамалары мен пікірлерді қамтиды, әртүрлі сілтемелермен байланысты парақшалар мен контенттерден тұрады. Викидің блогтан айырмашылығы вики веб-сайтының контенті әртүрлі материалдардан тұрады, сонымен қатар аталмыш веб-сайтқа көптеген қолданушылар қатыса алады.

Бүкіләлемдік топ (World Wide Web) Төмендегі үш түрлі құрылғы арқылы үлкен көлемді контентке қол жеткізуге мүмкіндік беретін және интернет арқылы іске асатын қызмет көрсету түрі: HyperText Markup Language (HTML) баспа форматы арқылы; әрбір ақпараттың көрсеткіші, яғни бірыңғай ресурс көрсеткіштері арқылы (URL); сондай-ақ гипертекст

протоколы көмегімен таралатын ақпарат тарату құрылғысы арқылы іске асады.

Газет Белгілі тақырыптары бар, жаңалықтар, жарнама, басқа да ақпараттардан тұратын, сондай-ақ қағазға басылып шығатын мерзімді басылым.

Жаһандық ауыл Бұл терминді Маршалл Маклюэн өзінің «The Gutenberg Galaxy» кітабында қолданған. Бір кварталдан келесі кварталға бір мезгілде жететін ақпаратты қамтитын электронды технологиялардан тұратын ауылдың көлеміне дейін сығыстырылған жер шары деген мағынаны береді. Уақыт өте келе World Wide Web және Интернетпен сәйкестендіріліген.

Мемлекеттік БАҚ Өртүрлі бағдарламалармен теңгерілетін және қоғамның қажеттілігін тудыратын, мемлекет есебінен қаржыландырылатын бұқаралық ақпарат құралдары.

Азаматтық журналистика Әлеуметтік желі арқылы іске асып, пікір мен көзқарастардан тұратын, контент пен жаңалықты түрлендіру үшін қолданылатын сандық медиа.

Азаматтық жауапкершілік Құқық пен міндеттерді қамтитын қоғамдық келісімшарт теориясына сәйкес азаматтық статус.

186

Азаматтық позиция (белсенді азаматтық позиция) Белгілі бір мүшенің (саяси, ұлттық және әлеуметтік) құқығын (дауыс беру құқығы, әлеуметтік қамтамасыз ету құқығы), міндетін (мысалы, қоғамға белсенді қатысу) білдіретін ұғым. Азаматтардың өмірін жақсарту мақсатында экономикалық, әлеуметтік және саяси қоғамға атсалысуға бағытталған белсенді азаматтар позициясы философияға сүйенеді.

Азаматтық азаматтық жауапкершілік Құқық пен міндетін айқындайтын белгілі бір қоғамға мүшелік ету (саяси, ұлттық және әлеуметтік).

Демократия Мемлекеттік басқару жүйесі. Еркін дауыс беру құқығына ие, сенімді жеке тұлға арқылы тура әрі жанама түрде іске асатын, тоқетер шешім қабылдауға құқылы азаматтардан тұрады.

Дискурс Қандай да бір тақырып пен мәселені тереңінен талқылау.

Жанрлар Белгілі бір форма мен мақсаттардан тұратын медиа мәтіннің ерекше түрі. Журналист туындылары мен жарнамалардың өзіне тән жанрлары қалыптасқан.

Журналист Бұқаралық ақпарат құралдарына ақпараттың жеткізілуі мен таралуына жауапты, редакторлықпен айналысатын жеке тұлға.

Журналистика Бұқаралық ақпарат құралдарына қажетті материалды жинау, құрастыру және дайындауға бағытталған қызмет түрі; БАҚ-тағы журна-

лист туындыларының жиынтығы; объектісі журналистика болып табылатын кәсіби қызмет, білім, ғылым төңірегіндегі БАҚ және редакция жүйесі.

Білім Өмірлік тәжірибе және оқу нәтижесінде жинақталған ақпараттарды меңгеру.

Идеология Жеке тұлғаға немесе белгілі бір топқа тиесілі ережелер мен принциптер жиынтығы, философия, доктрина. Белгілі бір қоғам мүшелері ұсынған идеялар мен ерекше көзқарас (белгілі әрі бөлек философиялық тенденцияларға сәйкес) жиынтығы, яғни жаһандық идеология тұжырымдамасы.

АКТ Ақпараттық коммуникациялар технологиясы – бағдарламалық қамтамасыз етуге арналған компьютерлік және желілік жабдықтардан тұратын, ақпаратты өңдеуге және коммуникацияның жүгін жеңілдетуге бағытталған техникалық құралдардың жиынтығы. Басқаша айтқанда, АКТ аудио-видео ақпараттарды өңдеуден, телерадио хабар тарату жабдықтарынан, телефониядан, сондай-ақ, ақпараттық технологияларда тұрады. Аталмыш термин ақпараттық технологиялардың бір бөлшегі екендігін, коммуникацияның маңыздылығын (телефон желілері және сымсыз сигналдар) білдіреді.

Интернет Әлемнің миллиард тұтынушыларына қызмет көрсетуге бағытталған TCP/IP желіаралық протокол стандарты базасында жұмыс істейтін, компьютерлік желілерді байланыстыратын жаһандық жүйе.

187

Ақпараттық сауаттылық Түрлі форматтағы ақпараттарды тарату және қолдану, бағалау және ақпараттың қажеттілігін түйсіну.

Ақпарат Білім алу, өмірлік тәжірибе айналасындағы кең мағыналы термин. БАҚ әлемінде ақпарат жиі қолданылады, сипаттама, нақты оқиғалар немесе жағдайлар туралы білімді, байланыс арқылы жиналған немесе алынған жаңалықтарды қамтиды.

Ақпарат қоғамның айнасы Бұл термин түпнұсқа жұмыстарға қолданылады, оның ішінде поэзия, музыка, өнер, кітаптар, фильмдер, дизайн, қоғамдық тауарлар мен басқа зияткерлік меншіктерге байланысты.

Ақпарат көзі Жеке тұлғалар, жеке тұлғалар тобы, деректер базалары және олардан алынған ақпарат.

Кинестетикалық оқу Дәріс тыңдаумен байланысты емес, физикалық белсенділікке ие оқу әдісі.

Коммуникация Белгілі бір толқын арқылы ақпарат жіберушінің ақпарат жинауға бағытталған әдісі. Коммуникацияның барлық формасы жіберуші, қабылдаушы туралы мәліметті, хабарламаны талап етеді.

Конвенция Контекстегі бұқаралық стандарт пен норма, сондай-ақ, конвенция өзін ұстау ережесінің қызметін атқарады.

Конвергенция Сандық коммуникацияны құруға бағытталған ПК-дан ұялы телефонға дейінгі көлемді спектрге қолжетімді, дауыс, дыбыс, бейне және мәтін іспетті ақпараттың әр түрінің жаңалану жүйесі.

Контекст Бұқаралық ақпарат құралдары мәтіні арқылы іске асып, оның түрленуіне жол ашатын фактілер мен жағдаяттар жиынтығы.

Контекстік сараптама Бұқаралық ақпарат құралдары мәтініндегі ситуациялық контексті талдауды, сараптауды үйретуге бағытталған педагогикалық әдіс.

Сыни ой Ақпаратты тек қабылдау қабілеті ғана емес, сонымен қатар, ақпаратты меңгеру, сараптау әдісі.

Мәдениет Ұжымдық, танымдық құндылықтарды айқындайтын нанымдар мен көзқарастардың символдық жүйесі, қабылдау мен мінез-құлықты қалыптастыру – дерексіз «ақыл-ой» коды. Ол сондай-ақ, адамның әлеуметтік ойлау қабілетіне байланысты білім мен нанымдардың, мінез-құлықтың біртұтас үлгісін көрсетеді.

Маркетинг Компаниялардың белгілі бір тауарлар мен қызметтерге байланысты тұтынушының қызығушылығын тудыратын процесс. Маркетинг сату, бизнес-коммуникация және бизнесті дамыту стратегияларын қалыптастырады.

Бұқаралық мәдениет XX ғасырдың бірінші жартысындағы Батыс мәдениеті мен 20 ғасырдың соңы XXI ғасырдың басындағы дамып келе жатқан әлемдік көзқарастағы белгілі бір мәдениетті негізіндегі идеялар, көзқарастар, тақырыптар, суреттер сынды құбылыстардың жиынтығы.

Бұқаралық ақпарат құралдары Қолданылатын ақпараттың физикалық объектілері, құралдары мен тасымалдағыштары, жеке немесе бұқаралық байланыс (мысалы, радио, теледидар)

БАҚ мейнстримі Еліміздегі негізгі халыққа қолжетімді және дайын көзқарасты көрсететін ең үлкен байланыс арналарын пайдаланатын БАҚ тұтынушылардың көпшілігін қабылдауын білдіретін термин. Бұқаралық ақпарат құралдары басымдықты көрсетуге бейім ойдың, әсердің немесе әрекеттің тенденцияларын көрсетеді.

Мерчандайзинг Жедел бөлшек сатуды жүзеге асыру қадамдары әртүрлі әдістерді қолдану арқылы тауарларды сату әдісі. Сату нүктелеріндегі бірнеше бұйымдарды жиынтыққа біріктіріп, сөрелердегі қондырғылар, тегін үлгілерді ұсынады, демонстрация, баға белгілеу, арнайы ұсыныстарды ұйымдастырады.

Бұқаралық ақпарат құралдары және ақпараттық сауаттылық «Бұқаралық ақпарат құралдары және ақпараттық сауаттылық» термині (білімі, дағдылары мен қабілеттері) азаматтардың бұқаралық ақпарат құралдарымен тиімді қарым-қатынас жасауға, ақпараттық қызметтер және сыни ойлауды дамытуға бағытталған.

Кинестетикалық оқу Дәріс тыңдаумен байланысты емес, физикалық белсенділікке ие оқу әдісі.

Коммуникация Белгілі бір толқын арқылы ақпарат жіберушінің ақпарат жинауға бағытталған әдісі. Коммуникацияның барлық формасы жіберуші, қабылдап алушы туралы мәліметті, хабарламаны талап етеді.

Конвенция Контекстегі бұқаралық стандарт пен норма, сондай-ақ конвенция өзін ұстау ережесінің қызметін атқарады.

Конвергенция Сандық коммуникацияны құруға бағытталған ПК-дан ұялы телефонға дейінгі көлемді спектрге қолжетімді, дауыс, дыбыс, бейне және мәтін іспетті ақпараттың әр түрінің жаңалану жүйесі.

Контекст Бұқаралық ақпарат құралдары мәтіні арқылы іске асып, оның түрленуіне жол ашатын фактілер мен жағдаяттар жиынтығы.

Контекстік сараптама Бұқаралық ақпарат құралдары мәтініндегі ситуациялық контексті талдауды, сараптауды үйретуге бағытталған педагогикалық әдіс.

Сыни ой Ақпаратты тек қабылдау қабілеті ғана емес, сонымен қатар ақпаратты меңгеру, сараптау әдісі.

Мәдениет Ұжымдық, танымдық құндылықтарды айқындайтын нанымдар мен көзқарастардың символдық жүйесі, қабылдау мен мінез-құлықты қалыптастыру – дерексіз «ақыл-ой» коды. Ол сондай-ақ адамның әлеуметтік ойлау қабілетіне байланысты білім мен нанымдардың, мінез-құлықтың біртұтас үлгісін көрсетеді.

Маркетинг Компаниялардың белгілі бір тауарлар мен қызметтерге байланысты тұтынушының қызығушылығын тудыратын процесс. Маркетинг сату, бизнес-коммуникация және бизнесті дамыту стратегияларын қалыптастырады.

Бұқаралық мәдениет XX ғасырдың бірінші жартысындағы Батыс мәдениеті мен ғасырдың соңы XXI ғасырдың басындағы дамып келе жатқан әлемдік көзқарастағы белгілі бір мәдениетті негізіндегі идеялар, көзқарастар, тақырыптар, суреттер сынды құбылыстардың жиынтығы.

Бұқаралық ақпарат құралдары Қолданылатын ақпараттың физикалық объектілері, құралдары мен тасымалдағыштары, жеке немесе бұқаралық байланыс (мысалы, радио, теледидар).

БАҚ мейнстримі Еліміздегі негізгі халыққа қолжетімді және дайын көзқарасты көрсететін ең үлкен байланыс арналарын пайдаланатын БАҚ тұтынушылардың көпшілігін қабылдауды білдіретін термин. Бұқаралық ақпарат құралдары басымдықты көрсетуге бейім ойдың, әсердің немесе әрекеттің тенденцияларын көрсетеді.

Мерчандайзинг Жедел бөлшек сатуды жүзеге асыру қадамдары әртүрлі әдістерді қолдану арқылы тауарларды сату әдісі. Сату нүктелеріндегі бірнеше бұйымдарды жиынтыққа біріктіріп, сөрелердегі қондырғылар, тегін үлгілерді ұсынады, демонстрация, баға белгілеу, арнайы ұсыныстарды ұйымдастырады.

Бұқаралық ақпарат құралдары және ақпараттық сауаттылық (білімі, дағдылары мен қабілеттері) азаматтардың бұқаралық ақпарат құралдарымен тиімді қарым-қатынас жасауға, ақпараттық қызметтер және сыни ойлауды дамытуға бағытталған.

Миф Миф дегеніміз қорқынышты, арманды білдіретін соқыр сенімнің бейнесі («батырлық сапарды» білдіреді). Бұл оқиғадағы басты кейіпкер дүниеге келгеннен бастап алға қойылған миссияны орындауға, жамандыққа қарсы күреспен, дана қариямен кездесуге дейінгі кезеңдерден өтеді.

Мультимедиа Білім беру, көңіл көтеру, мәтін интеграциясы, дыбыс, үлкен масштабты және бөлшекті видео, электронды түрдегі графика негізінде бір уақытта бірнеше бұқаралық ақпарат құралдарының қолданылу жүйесі.

Кітапханада жұмыс істеудің әдістері Кітапхананы қолдану әдісі.

Жаңалық Үшінші жаққа немесе кең көлемді аудиторияға берілген белгілі бір оқиға турасындағы ақпарат.

БАҚ-тағы жаңалық Жергілікті тұрғындарға берілетін бұқаралық ақпарат құралдарының бір бөлшегі.

Жаңа медиа Сандық платформада таратылатын контент.

Құрылғы Коммуникациямен қамтамасыз ететін, БАҚ-ты құруға бағытталған техникалық құрылғы (хардвер).

Образ (Бейне) Объектілер мен көріністердің, суреттердің репрезентацияланауы.

Өмір бойы оқу Белгілі бір кезеңде, белгілі бір жерде өмір оқумен басталып, оқумен аяқталмайтынын білдіреді. Барлық адамдар оқуды жалғастырады, жұмыстағы, формальды емес оқуларда білім алудың маңызын ұғындырады.

Оқушыға бағытталған оқыту Оқыту жүйесі негізінде оқушыға оқытудың әдістері.

Қоғамдық қызықтар Қоғамның пайдасы мен мүддесімен қамтамасыз ету үдерісі.

БАҚ-тағы басылым Типография көмегімен іске асатын мерзімді басылым.

Плюрализм Түрлі этникалық, діни, әлеуметтік топтардың өзінің салт-дәстүрі мен мәдениетінің дамуына, насихатталуына жағдай жасалуы.

Баяндау Суреттеу арқылы оқиға мен сюжетті баяндау.

Подкасттар Компьютер немесе смартфон арқылы аудио, видео файлдардың көрініп, естілуі.

Қолдану контенті Контентті тек қолданатындар ғана құрастырады.

Жолдау, Хабарлама Ақпарат алушыдан келген ақпарат көзі.

Адам құқығы Адамның ар-намысын қорғауға бағытталған иммунитет пен құқық.

Баспасөз Альманах, журнал, газет түріндегі БАҚ басылымы.

Оқыту бағдарламасы (куррикулум) Оқыту әдісін меңгеруге бағыттайтын оқыту курстар жиынтығы.

Ақпараттық қамтамасыз ету Компьютердегі түрлі операцияларды орындауға бағытталған бағдарлама және мәлімет.

Өндіріс Аяқталған бұқаралық өнімді құру үшін медиаконтенттің бірігу жүйесі.

Насихат Халықтың танымына әсер ету мақсатындағы білімнің, идеяның, пікірдің таралуы.

Қоғамдық сала Әрбір қоғам мүшелерінің жаңалықпен, пікірмен еш кедергісіз алмасуымен қамтамасыз ететін қоғамның өмір сүру сферасы.

Теңдік Барлық адамның жасына, дініне, ұлтына қарамастан құқығының теңдігін білдіретін ұғым.

Радио Электрмагниттік толқындар арқылы дыбыстық сигналдың таралуы.

Алуан түрлілік Плюрализм идеясының ұғымын айқындау.

Расизм Адами құндылықтардың басты факторы бір ұлттық-этникалық топтың басқа топтан басым болуы.

Пікір бостандығы Адамның фундаментальді құқығы. Бұл термин тек сөз бостандығын білдірмейді, сондай-ақ, ақпаратты іздеу, тасымалдау бостандығын да білдіреді.

Сөз бостандығы Еш шектеусіз және цензурасыз айтылатын сөз.

Сексизм Бейтараптық немесе гендерлік кемсітушілік, әсіресе әйелдерге қатысты кемсіту.

Символизм Адамның шынайы өмірін көрсету үшін символдардың, образ бен концепция, архетиптің қолданылуы.

Жергілікті халық пен қоғамға қызмет ететін БАҚ Қызығушылығы бір немесе географиялық тұтас топты ақпаратпен қамтамасыз ететін БАҚ-тың ерекше түрі.

Құнды оқиға Жаңалық құндылығының критерийі. Ішкі қайшылық, кездейсоқтықты басты оқиға ретінде қарастыру.

Әлеуметтік жарнама Қоғамның қызығушылығына бағытталған жарнама түрі.

Әлеуметтік желілер Қоғамның қызығушылығын не жұмысын талқылауға бағытталған адамдардың желілік байланыс түрі.

БАҚ Ақпарат таралатын коммуникация толқыны, технология көмегімен іске асатын ақпараттық құрал.

Стереотип Әлеуметтік немесе мәдени топтың мүшесін айқындайтын БАҚ-тың таралу формасы.

Страж Жергілікті халыққа байланысты ақпараттың телерадиокешені көмегімен таралуы, идея мен құрылымның фильтрі ретінде қолданылу әдісі.

Мәтін Аудио, видео тұрғыдан таралатын БАҚ мәтіні.

Телеарна Телебағдарламаларды іске асыратын ұйым, сондай-ақ, ақпараттың бейне, дыбыс арқылы белгілі бір техника көмегімен таралатын хабар.

Басқару Мемлекет басшылығы мен азаматтық қоғам арасындағы байланыс жүйесі.

Фильм Үздіксіз қимыл арқылы берілетін бейне. Аталмыш бейнедегі басты оқиға көңіл көтеретін туындының формасы.

Сандық сауаттылық Ақпаратты құру, қолдану мақсатында сандық технологияларды қолдану әдісі.

Этикалық кодекс Жоғарғы кәсіби стандарттармен сәйкестілік, ережелер жиынтығы.

БАҚ тілі Конвенциялар, форматтар, символдар арқылы таралатын медиа хабарламалар жиынтығы.

YouTube Қызық видеоларды жүктеу мүмкіндігін тудыратын ұжымдық қолдануға ыңғайлы веб-сайт түрі.

Біз алған ақпараттарымыздың сапасын таңдау деңгейімізді және негізгі беркіндік пен өзін тану сондай-ақ даму құқығын пайдалануға мүмкіндік беретін, одан әрмен әрекетімізді айқындайтын әлемде өмір сүрудеміз.

Педагогтарды медиа және ақпараттық сауаттылыққа оқытатын аталмыш бағдарлама – ЮНЕСКО-ның мүше мемлекеттері үшін маңызды ақпарат көздері және осы саладағы жаңа сөз болып саналады.

Біріншіден, ол таяу болашаққа бағытталып, радио, телевизия және Интернет, газет, кітаптар мен электронды мұрағаттар, кітапханаларды бір ортақ алаңға жинайтын, яғни заманауи конвергенті үрдісіне негізделеді, сондай-ақ алғаш рет медиа және ақпараттық сауаттылыққа біртұтас тәсілді ұсынады.

Екіншіден, педагогтарды даярлаудағы қажеттіліктерді ескере отырып, ресми жүйесін интеграциялау мақсатында жасалды.

Янис Карклиньш,
ЮНЕСКО Бас директорының коммуникация
және ақпарат бойынша орынбасары.

www.unesco.org/webworld

Оқу басылымы

Кэрлайн Уилсон
Алтон Гриззл
Рамон Туазон
Кваме Акъемпонг
Чи-Ким Чун

МЕДИА ЖӘНЕ АҚПАРАТТЫҚ САУАТТЫЛЫҚ

ОҚЫТУШЫЛАРҒА КӨМЕКШІ ҚҰРАЛ

Редакторы *К. Мухадиева*
Компьютерде беттеген және
мұқабасын безендірген *Ғ. Қалиева*

ИБ №11478

Басуға 22.11.2018 жылы қол қойылды. Пішімі 70x100 $\frac{1}{12}$.
Көлемі 16,16 б.т. Офсетті қағаз. Сандық басылым. Тапсырыс №5865.
Таралымы 150 дана. Бағасы келісімді.
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің
«Қазақ университеті» баспа үйі.
050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.

«Қазақ университеті» баспа үйі баспаханасында басылды.