**Креативті мода индустрия және макроүрдістер**

**9 Лекция. Креативтілік әлеуметтік тұрғыдан сауаттылық пен белсенділікті арттыру**

Елімізде жаппай мамандық беру емес, негізінен қоғам талабына қажетті мамандар даярлау бүгінгі күннің көкейтесті мәселелерінің бірі болып саналады. Ал, мұндай бағыттағы мемлекеттік саясаттың білім беру саласына да тікелей қатысы барлығы сөзсіз. Бұл жерде, білім беру саласы мен қоғамдық-саяси құрылымның байланысының маңыздылығы байқалады. Себебі, көбінесе қоғамда жүргізіліп жатқан демократиялық өзгерістердің стратегиялық барысы нақ осы өсіп келе жатқан жастардың білімінің сапасымен, әлеуметтік санасы мен мінез-құлқының деңгейімен, әлеуметтік тұрғыдағы сауаттылығымен және жоғары белсенділігінің дәрежесімен өлшенетіні белгілі. Сондықтан оқу барысында қажетті білім берумен қатар, студенттердің креативтілік қабілеттерінің белсенділігін қалыптастырып, олардың өз еркімен білім алуға және бүкіл өмір бойы алған білімдерін қайта саралауға талпындыру керек. Себебі, болашақ маман ақпарат заманында медиатехнологияларды пайдалана отырып мақсатты түрде жасалған іс- әрекеттерді қамтитын білім мен іскерлікті жүзеге асырады. Психиканың барлық саласының қалыптасуы адамның белсенді қызметі өрістетуіне мүмкіндік береді.

Бұл үдерісте ол, бір жағынан, өзінің іскерлігі мен қабілетін нығайтып, жетілдіреді, жаңа дағдыларды меңгереді, екінші жағынан, материалдық, рухани байлықтар жасап, сол арқылы жалпы адамзат мәдениетіне өз үлесін қосады. Осыған орай, қазіргі заманда, медиа білімді шығармашылықпен қолданудың маңызы зор. Медиа және медиабілім мәселелеріне арналған алыс, жақын шетел және отандық еңбектерді талдай отырып, біз олардың моделдерінің, әдістерінің құрылымында көптеген ортақ дүниелердің бар екендігін дәлелдеуге болады. Алайда, оларды талдауды бастау үшін, ең біріншіден, медиақабылдау, бағалау, жастар аудиториясының мәселесімен байланысты сұрақтарды түсініп алу керек. Бұл мәселені талдамай тұрып, медиабілім беру моделін аудиторияның нақты жас, психологиялық ерекшеліктеріне бағыттау қиындық тудырады. Осыған байланысты, медиақабылдауды талдау және критерийлердің нұсқамасын анықтау, көркемдік даму деңгейлері мен медиақабылдаудың қажеттілігі туып отыр. Сонымен қатар, біз медиақабылдауды («mediation», «perception of media») аудиовизуалды, кеңістік-уақыт бейнесінде көрсетілген медиамәтіндердегі авторлардың сезімдері мен ойлары, «медиашындық» қабылдауы деп түсінеміз. Зерттеу әдістері.

Креативтілік жөнінде жазылған психологиялық-педагогикалық еңбектерде, заманауи ғылымның ілкі бастауында қалыптасқан екі негізгі бағытқа тоқталуға болады. Атап айтсақ, біріншіден, креативтілікті жалпы психологиялық, әдіснамалық жағынан; шығармашылықтың психологиядағы әдіснамалық негіздері тұрғысынан, креативтілікті диагностикалаудың әдістері тарапынан, шығармашылыққа қатысты жалпы психологиялық теорияларды меңгерту бойынша әрекет; шығармашылық қызмет заңдылықтарының механизмдері. Екінші бағыт: креативтілікті зерттеу жұмыстары тұлғаның шығармашылық қызметке байланысты қарым-қатынастарын, қабілеттерін анықтау мен сипаттауға байланысты П.И.Пидкасистый мен В.А.Сластениннің еңбектері негізге алынады. Медиабілім беру арқылы, креативтілікті қалыптастыруда студенттердің ақпараттық сауаттылығы мен құзыреттілігін меңгерту әр түрлі бағытта зерттеліп қарастырылғаны белгілі. Медиабілім мәселелерін қарастырған бірқатар ғалымдарға тоқталсақ: А.В.Федоров медиабілім берудің тарихы А.А.Новикова, баспасөз материалдары негізіндегі медиабілім Я.Н.Засурский Я.Н., Е.В. Мурюкина, ал, оқытуда экрандық құралдарды қолдану ісі туралы Н.В.Змановская, телекөрсетілім және видео С.Н.Пензин т.б. Сонымен қатар, болашақ мамандарға медиабілім беру бағытында маңызды зерттеу жұмыстары жүргізген.