

Мямешева Г.Х., Тулешева А.А.

Медиа в формировании человеческого капитала

Myamesheva G.H.,
Tulesheva A.A.

Media in the formation of human capital

Мямешева Г.Х., Тулешева А.А.

Медиа адам капиталын қалыптастыруында

Данная статья затрагивает такую тему, как медиа в формировании человеческого капитала. В содержательном плане человеческий капитал включает запас здоровья, знаний, способностей, которые капитализируются при определенных условиях: Человеческий капитал — главный фактор формирования и развития инновационной экономики и экономики знаний как следующего высшего этапа развития. Мерой человеческого капитала, жизнеспособности и жизнестойкости общества становится его способность обеспечивать себя социальным пространством для созидательной, творческой деятельности. Общеизвестно, что образование — важнейший фактор формирования человека как личности. Последствия применения медиа могут быть как позитивными, так и негативными, к оценке той или иной технологии нельзя подходить односторонне. Планируя использование электронных средств в учебно-воспитательном процессе, обучающиеся должны проанализировать те возможные прямые и косвенные воздействия на личность, которые и будут определять направления его развития.

Ключевые слова: человеческий капитал, медиа, медиаобразование, категория.

This article touches upon such subject as media in formation of the human capital. In the substantial plan the human capital includes a stock of health, knowledge, abilities which are capitalized under certain conditions: The human capital — the main factor of formation and development of innovative economy and economy of knowledge, as following highest stage of development. His ability to provide itself with social space for creative, creative activity becomes a measure of the human capital, viability and resilience of society. It is well-known that education — the most important factor of formation of the person as persons. consequences of application of media can be as positive, so and negative, it is impossible to approach an assessment of this or that technology unilaterally. Planning use of electronic means in teaching and educational process, trained have to analyse those possible straight lines and indirect impacts on the personality which will define the directions of his development.

Human capital — the main factor of formation and development of innovative economy and knowledge economy as the next higher stage of development. One controversial issue is the question of human capital formation, the definition of which is an important aspect in the consideration of the whole system of recovery of human capital. Human capital formation is necessary to investigate how the process of searching, renewing and improving high quality productive characteristics of the person with whom he acts in social production. The factors that affect the formation of human capital may be combined in the following groups: socio-demographic, institutional, integration, social, mental, environmental, economic, industrial, demographic, socio-economic. Classification of types of human capital may arise for different reasons and in different order as presented in the literature on this issue.

In Kazakhstan, the total investment in human capital is at the level of 9% of GDP. The President Of The Republic Of Kazakhstan N. A.Nazarbayev in his annual address emphasized the importance of formation and development of human capital, which is the main national wealth for sustainable development and joining the ranks of the world's most competitive countries. Turning to the history you can see that the concept of human capital dates back to early times. The economic condition of our country is growing every day. And contribution of innovation in this development cannot be overemphasized. With government support, through the development of human capital is necessary to create equipment and technology to meet the modern world requirements, to publish and to apply them in practice, as is done in advanced countries. Human capital is a strategic direction of development of the state. At the present stage of innovative economic growth of the state increases the value of human capital.

A measure of human capital, viability and resilience of a society is its ability to provide a social space for constructive, creative activities.

Key words: human capital, media, media education, category.

Бұл тақырыпта медиа адам капиталын қалай қалыптастырады деген мәселе қозғалады. Мазмұндық тұрғыдан, адами капиталдың қамтитын қоры денсаулық, білім, қабілеттілік, олар белгілі бір жағдайларда капиталдандырылады: Адам капиталы — инновациялық экономика мен білім экономикасын дамыту және қалыптастырудағы жоғары даму кезеңінің басты факторы. Адам капиталының өлшемі, оның әлеуметтік кеңістіктегі жасампаз шығармашылық қызметі үшін өзін қамтамасыз етуге қабілетті өміршең және өмірге төзімді қоғамға айналады. Жалпыға мәлім болғандай, білім — адамның жеке тұлға ретінде қалыптасуының ең маңызды факторы. Медианы қолдану салдарының оң болғаны секілді теріс болуы да мүмкін, бағалау нәтижесінде сол немесе өзге технологияларға біржақты қарауға болмайды.

Түйін сөздер: адами капитал, медиа, медиа білімі, категория.

МЕДИА В ФОРМИРОВАНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

«Человеческий капитал – это сформированный в результате инвестиций и накопленный человеком определенный запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, которые целесообразно используются в процессе труда, содействуя росту его производительности и заработка» [1].

Впервые в 1961 году словосочетание использовал американец Теодор Шульц, а его последователь – Гэри Беккер развил эту идею с 1965 года, обосновав эффективность вложений в человеческий капитал и сформулировав экономический подход к человеческому поведению. За его теорию он получит в 1992 году Нобелевскую премию по экономике.

Первоначально под человеческим капиталом понималась лишь совокупность инвестиций в человека, повышающая его способность к труду – образование и профессиональные навыки. В дальнейшем понятие человеческого капитала существенно расширилось. Последние расчёты, сделанные экспертами Всемирного банка, включают в него потребительские расходы – затраты семей на питание, одежду, жилища, образование, здравоохранение, культуру, а также расходы государства на эти цели.

Человеческий капитал в широком смысле – это интенсивный производительный фактор экономического развития, развития общества и семьи, включающий образованную часть трудовых ресурсов, знания, инструментарий интеллектуального и управленческого труда, среду обитания и трудовой деятельности, обеспечивающие эффективное и рациональное функционирование человеческого капитала как производительного фактора развития.

В содержательном плане человеческий капитал включает запас здоровья, знаний, способностей, которые капитализируются при следующих условиях:

- потоковый, накопительный запас способностей человека по фазам жизнедеятельности;
- целесообразность использования запаса способностей, что ведет к росту производительности труда;
- прирост производительности труда закономерно приводит к росту заработков работника;
- увеличение доходов мотивирует работника делать дополнительные вложения в свой человеческий капитал, кумулятивно его накапливать.

Человеческий капитал – главный фактор формирования и развития инновационной экономики и экономики знаний как следующего высшего этапа развития [2].

Одним из спорных остается вопрос формирования человеческого капитала, определение которого является важным аспектом в рассмотрении всей системы восстановления человеческого капитала. Формирование человеческого капитала нужно исследовать как процесс поиска, возобновления и усовершенствования высококачественных продуктивных характеристик человека, с которыми он выступает в общественном производстве. Факторы, от которых зависит формирование человеческого капитала, возможно объединить в следующие группы: социально-демографическая, институциональная, интеграционная, социально-ментальная, экологическая, экономическая, производственная, демографическая, социально-экономическая. Из этого можно сделать вывод,

что категория человеческого капитал является сложным системным объектом социально-экономического исследования. Классификация видов человеческого капитала возможна по разным основаниям и в разных целях, что и представлено в литературе по этой проблематике. Практически все исследователи признают реальность и решающую роль интеллектуального капитала. Действительно, интеллектуальные продукты могут фиксироваться на материальных носителях (книги, отчеты, дискеты, файлы баз данных), оформляться как интеллектуальная собственность и включаться в хозяйственные операции в виде вложений в капитал, продажи лицензий, купли-продажи, учета как нематериального актива. Исследования интеллектуального капитала наиболее продвинуты и доведены до методик его эффективного использования. Это позволяет использовать результаты научного анализа интеллектуального капитала для изучения других видов человеческого капитала.

Таблица 1 – Структура видов человеческого капитала [2]

Неотчуждаемые виды человеческого капитала (неликвидный капитал)	Отчуждаемые виды человеческого капитала (ликвидный капитал)
Капитал здоровья (биофизический)	Социальный капитал
Культурно-нравственный капитал	Клиентский капитал (бренд-капитал)
Трудовой капитал	Структурный капитал
Интеллектуальный капитал	Организационный капитал
Организационно-предпринимательский	

Данная классификация видов человеческого капитал позволяет рассматривать и оценивать человеческий капитал на уровне отдельного человека (микроуровень – индивидуальный человеческий капитал), отдельного предприятия или группы предприятий (мезоуровень – человеческий капитал фирмы) и государства в целом (макроуровень – национальный человеческий капитал). В структуре индивидуального человеческого капитала можно выделить капитал здоровья, культурно-нравственный капитал, трудовой, интеллектуальный и организационно-предпринимательский капитал.

Для Казахстана улучшение человеческого капитала имеет стратегическое значение. Это обусловлено требованиями XXI века, где решающим фактором развития стран выступает не столько их материально-производ-

ственная база, сколько человеческий капитал, включающий креативные трудовые ресурсы, высокопроизводительные знания, интеллектуальный капитал и инновационные технологии во всех сферах жизнедеятельности и экономики, а также качество жизни, обеспечивающие в совокупности конкурентоспособность экономики страны в условиях глобализации.

Различные страны, стремясь укрепить свои конкурентные позиции, стараются развивать национальный человеческий капитал. В Казахстане показатель суммарного вложения в человеческий капитал находится на уровне 9% ВВП. Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев в своем ежегодном послании особо отметил важность формирования и развития человеческого капитала, являющегося главным национальным богатством для стабильного разви-

тия и вхождения в ряды мировых конкурентоспособных стран. Обратившись к истории можно узнать, что понятие человеческого капитала берет начало с ранних времен. Экономическое состояние нашей страны растет с каждым днем. И вклад инноваций в это развитие переоценить невозможно. «Инновационное развитие – это не только использование новой техники и технологий, но и их создание». При государственной поддержке, посредством развития человеческого капитала необходимо создавать технику и технологии, соответствующие современным мировым требованиям, публиковать и применять их на практике, как это делается в передовых развитых странах. Человеческий капитал является стратегическим направлением развития государства. На современном этапе инновационного обеспечения экономического роста государства возрастает значение человеческого капитала [3].

Мерой человеческого капитала, жизнеспособности и жизнестойкости общества становится его способность обеспечивать себя социальным пространством для созидательной, творческой деятельности. Общеизвестно, что образование – важнейший фактор формирования человека как личности. В учреждениях образования человек с раннего возраста постигает грамоту, усваивает национальные и общечеловеческие ценности, изучает наследие народа, достигает высшей степени культуры и раскрывает другие способности. Высказывания великого ученого Абу-Наср Аль-Фараби о содержании значения образования, о его месте в сущности человека и по сей день являются важными инструментами просветительской деятельности. Идеи образовательной, социальной направленности великих ученых-просветителей занимают важное место в современных условиях общественных изменений. Действительно, нет такой идейно-духовной силы, источника мощности как знания. Поэтому во всем мире новая идеология в первую очередь опирается на неодолимую силу знаний. В связи с этим формирование эффективной системы образования в структуре государства должно соответствовать экономическим потребностям. И в силу этого проводится огромная работа по созданию национальной модели отечественного образования. В нашей стране поэтапно осуществляются установленные приоритеты в сфере образования. С целью достижения высоких качественных результатов в системе образования в учебный процесс внедряются современные методики и технологии обучения, распространяется передо-

вой опыт обучения в системе профессионально-технического образования, ведутся работы по достижению уровня передовых учебных заведений всеми учреждениями образования, по повышению качественного уровня педагогического состава, по внедрению системы независимого утверждения квалификации [4].

Но время меняется, и если раньше для обучения применялись определенные методы, то сейчас это место занимает масс-медиа.

Медиа – это обширное понятие, которое включает в себя всю совокупность информационных средств и приемов, служащих для передачи конкретному потребителю сообщения (печатное слово, музыкальная композиция, радиопередача и т.п.) в той или иной форме. Как правило, термин медиа не употребляется самостоятельно, а служит частью сложнообразованного слова (медиа-маркетинг, медиа-реклама, масс-медиа, медиаплан, медиапланирование, медиахолдинг), которое является его частным вариантом [5].

Говоря медиа, часто подразумевают:

- средства распространения рекламы.
- вся совокупность средств аудио-, теле- и визуальной коммуникации.

В медиаобразовании под термином «медиа» понимаются технические устройства, предназначенные для создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ее между автором сообщения и массовой аудиторией. При этом медиа рассматривается как комплексное средство освоения человеком окружающего мира (в его социальных, моральных, психологических, художественных, интеллектуальных аспектах).

Существуют различные подходы к классификации медиа в зависимости от параметров, положенных в основу классификации. Традиционно средства массовой информации и коммуникации делятся по способу передачи информации (печать, радио, кино, телевидение, видео, компьютерные сети и др.) и по каналу восприятия (визуальные, аудиальные, аудиовизуальные). Эти классификации основаны прежде всего на различии используемых в медиа кодов, знаковых комплексов. В периодической печати представлена двоичная знаковая система: естественный язык в печатной форме и иконические знаки (фотографии, рисунки, карикатуры), а также разного рода шрифтовые выделения, способы расположения текста (верстка) и т.д. Применительно к радио следует говорить о триаде: устная речь + естественные звуки (шумы) + музыка. В аудиовизуальных СМИ

(телевидении, документальном кино) триада преобразуется в тетраду благодаря наличию такого важного способа передачи информации и воздействия на аудиторию, как «живое» изображение.

Если рассмотреть современные медиа в рамках классификации по каналу восприятия, то под ними в узком смысле понимаются те цифровые / электронные медиа, которые делают возможным мультимедийность – интеграцию различных медиа в некоторое компьютерное представление – гипертекстовую структуру, нелинейный текст; интер-активность и моделирование. Сегодня к электронным медиа относятся радио, эфирное, кабельное, спутниковое телевидение, видео, компьютерные сети и игры.

В социально-педагогическом плане медиа можно классифицировать по следующим критериям: месту использования (индивидуальные, групповые, массовые, домашние, рабочие и др.), содержанию информации (идеологические, политические, нравственно-воспитательные, познавательно-обучающие, эстетические, экологические, экономические), функциям и целям использования (получение информации, образование, общение, решение бытовых проблем, развлечение, социальное управление), результату воздействия на личность (развитие кругозора, самопознание, самовоспитание, самообучение, самоутверждение, самоопределение, регуляция состояния, социализация) [6].

С точки зрения возможностей использования в образовательном процессе электронные медиа группируются в рамках функционального подхода по следующим признакам:

- степень универсальности (количеству выполняемых функций);
- возможность подготовки или представления информации;
- возможность работы с аудио- или видеоматериалами;
- возможность работы со статическими или динамическими видеодокументами;
- возможность работы с макро- или микро-объектами.

С точки зрения универсальности наибольший спектр работ позволяет выполнить компьютер. Менее универсальными устройствами можно считать, например, мультимедийные проекторы, которые однако обеспечивают работу практически с любым источником видео- и аудио- информации.

Классифицируя технические средства по признаку подготовки или демонстрации информации, выделяются три группы:

– Устройства для представления уже готовых данных (видеоплеер для CD или DVD дисков, слайд-проектор, проигрыватель CD и др.)

– Устройства для подготовки данных (фотоаппарат, цифровая фотокамера, аналоговая и цифровая видеокамера, звукозаписывающая аппаратура).

– Устройства, позволяющие подготовить и продемонстрировать имеющиеся материалы (компьютер, видеомагнитофон, музыкальный центр).

Одним из самых существенных признаков классификации технических средств в настоящее время выступает форма представления данных. По этому признаку выделяют два больших класса устройств:

- с аналоговой записью данных,
- с цифровой записью данных.

Относительно социальных функций современных медиа существует множество мнений, которые постоянно меняются, потому что меняется сам предмет. В целом анализ классификаций Я.Н. Засурского, Е.П. Прохорова, А. Саркисяна, А.В. Федорова, Л.Н. Федотовой, И.Д. Фомичевой, И. Хмары позволяет разделить функции медиа на следующие основные группы:

1) информационная: сообщение о положении дел, разного рода фактах и событиях;

2) аналитическая (оценочная, функция критики): часто изложение фактов сопровождается комментарием к ним, их анализом и оценкой;

3) познавательно-просветительская (образовательная): передавая многообразную культурную, историческую, научную информацию, масс-медиа способствуют пополнению фонда знаний своих читателей, слушателей, зрителей;

4) нравственно-воспитательная: медиа отображают морально-эстетические приоритетные образцы общественного поведения, принципы нравственности и эстетического вкуса, представления о добре и зле;

5) функция воздействия (идеологическая, социально-управленческая, регулятивная): медиа влияют на взгляды и поведение людей, особенно в периоды так называемых инверсионных изменений общества или во время проведения массовых социально-политических акций;

6) гедонистическая (рекреационная, эстетическая): направлена на обеспечение досуга, приятного времяпрепровождения, отдыха, восстановления сил, удовлетворения эстетических потребностей аудитории.

Наряду с перечисленными функциями ученые говорят о явно не выраженных, латентных

функциях медиа, сущность которых заключается в скрытом воздействии на общественное сознание. Из представленных видов нагрузки каждое конкретное медиасредство выполняет, как правило, только одну или несколько функций, в процессе реализации которых возможно несколько результативных вариантов: функциональный, когда в той или иной мере осуществляется определяемая основной функцией задача; дисфункциональный, при котором достигается эффект, обратный предписанной функции; нефункциональный, связанный с побочными эффектами, не отвечающими основной задаче; афункциональное воздействие, или отсутствие каких-либо явных результатов.

Часто медиа могут вызвать негативные социальные тенденции. В данном случае имеют место следующие девиации функций медиа:

- обилие информационных потоков приводит к дезориентации личности;
 - склонность к крайнему негативизму, являющемуся причиной различных фобий, или к излишнему оптимизму и приукрашиванию событий, что, в свою очередь, может вызвать фрустрационные эффекты, дисфункции ожиданий и разочарование;
 - патологическая зависимость от определенных жанров, демонстрируемых медиасредствами: новостей, сериалов, криминальной хроники и сенсаций и т.д.;
 - представление в позитивном ракурсе наркотиков, алкоголя, сигарет, межэтнических стереотипов – всё это проникает в современное искусство, молодежную субкультуру и контркультуру;
 - массовизация культуры и, как следствие, понижение планки духовных потребностей и создание ложных идеалов и героев.
- Но если есть минусы, то определенно должны быть плюсы:
- стимулирование международного сотрудничества;
 - создание систематического международного сотрудничества с последующим обменом ресурсами и опытом;
 - глобальное образование;
 - становление глобальной общественной сферы;
 - распространение системы коммуникативных ценностей;
 - человеческие способности, расширенные технологиями возможностей;
 - защита многообразия в диалоге с универсальностью.

Рассматривая электронные медиа с точки зрения реализации их образовательных функций, важное значение приобретает классификация соответствующих медиапродуктов и способов их применения в учебно-воспитательном процессе. Если в зарубежной науке речь идет прежде всего об информационных технологиях обучения и соответствующем им программном обеспечении, то в отечественной дидактике важная роль отводится таким понятиям, как электронные издания и электронные ресурсы.

Влияние электронных медиа на личность обучаемого может быть выражено в большей или меньшей степени: от локального, касающегося ограниченного круга психических явлений (например, использование компьютерного сленга), до глобальных, свидетельствующих об изменении личности в целом (Интернет-зависимость, синдром хакера и т.п.).

Внедрение любых высоких технологий в различные сферы деятельности часто направлено, главным образом, на освобождение человека от рутинных операций и, как следствие, создание условий для его развития. Так и внедрение медиа постепенно делает ненужными многие умения и навыки, формы деятельности. Однако нецелесообразное использование медиа может привести к серьезным потерям. Например, широкое и не всегда оправданное использование микрокалькуляторов даже в начальной школе ведет к утрате навыков устного, быстрого счета и т.п. В итоге это приводит к тому, что учащиеся не могут правильно оперировать самим понятием числа, поскольку не прочувствовали основные операции с числами.

Современные медиа обеспечивают легкость получения разнообразной информации. Широкому внедрению медиа обязательно должны сопутствовать специальные меры, направленные на эмоциональное развитие личности. Опасность технократического мышления, формирующегося под прямым и косвенным влиянием информационных технологий, по мнению психологов, состоит в том, что для такого мышления характерны «примат средства над целью, цели над смыслом и общечеловеческими интересами, смысла над бытием и реальностями современного мира, техники (в том числе и психотехники) над человеком и его ценностями».

«Трансформирующаяся повседневность под давлением потока информации осуществляет захват всех новых сфер жизни, стирая различия между «высоким» и «низким», «авангардом» и «мейнстримом», «арт-хаусом» и «массовым»,

«внутренним» и «внешним», создает новую среду коммуникантов, которые обладают собственными стратегиями поведения и особым языком выражения» [7]. Как уже отмечалось выше – *die Sprache spricht*, язык – это не просто способ коммуникации, но и прежде всего – способ мышления. Когда в Интернете диалог происходит одновременно между тысячами людей, то это не может не влиять ни на само мышление, ни на язык. Известный отечественный лингвист Максим Кронгауз делает вывод, что в Интернете появляется способность «говорить и говорить письменно. До Интернета большая часть русскоговорящих была «немой» в письменном отношении. С одной стороны, человек, который впервые входит в Интернет, говорит: «О, ужас! Здесь же абсолютно безграмотно разговаривают». Очень низкий средний уровень грамотности, потому что такие массы никогда не были вовлечены в процесс письменного общения. Таким образом, средний уровень упал. Но уровень всего народа, если говорить о культуре речи, сильно вырос. Все учатся говорить письменно». Таким образом, возникает совершенно иная стилистика, грамматика и культура речи. «Массовые коммуникации создают унифицированное массовое общество, которое не переносит различий, оригинальности, тонкого вкуса. Их всех уравнивает потребность в сенсации, экстраординарном событии, при этом массмедиа или рынок общественного мнения допускает строго дозированные версии оригинальности». Люди теряют многие образовательные навыки, которые так важны при личном общении – умение «читать» настроение человека и его язык жестов, умение выждать правильную паузу, прежде чем начать говорить. Аргумент к авторитету в социальных медиа перестает работать, поскольку все находится в одинаковых условиях: более того, Интернет уравнивает не только современников, но и тех, кто создавал культуру в прошлом. Имеет смысл обратиться к старому и известному, но очень показательному примеру, когда на одном из специализированных сайтов (на котором собираются профессионалы) некто Борис выложил несколько своих стихотворений, после чего последовал шквал неодобрительных отзывов по поводу его творений. А потом оказалось, что это был попросту розыгрыш или эксперимент, а стихи принадлежали Борису Пастернаку. Конечно, вбив несколько строчек в поисковик, можно было легко обнаружить, что стихи принадлежат великому мэтру, но никому и в голову не пришло этого делать. И надо от-

метить, что это произошло в социальной группе, считающей себя профессионалами, знатоками поэзии. Культура становится максимально доступной, но вместе с тем ценность собственных знаний человека уменьшается. Память попросту становится рудиментом. Интересны мысли В.В. Савчука о десакрализации книги: посредством новых медиа, книге возвращается статус рукописи. «Сегодня книга – твердая копия и лишь одна из возможных распечаток компьютерного оригинала, постоянно дополняемого и дописываемого. Тем самым разрушается устоявшаяся ценностная шкала: рукопись – предварительное состояние, книга – окончательное, рукопись можно править, книгу – нет. Рукопись, прошедшая редакторскую правку, цензуру, рецензирование, теряет способность к коррекции, переписыванию и дополнению, приобретая статус окончательного канонического текста. Его место занимает компьютерный текст. Именно он становится матричным, всегда актуальным к прочтению, сохраняя при этом свойства рукописи: податливость исправлениям и обратимость написанного; он делается похожим более на рукописный список, чем на тиражный (уже неизменяемый) экземпляр книги, возвращая результат творческих усилий в «дописьменную ситуацию», в ситуацию постоянно корректирующей текст устной традиции. Он дает качество ремесленности, характерное древнему способу самовоплощения».

Николас Карр в своей книге «Гуггл превращает нас в дураков?» [8] говорит о том, что благодаря медиа кардинально меняется способ, которым мыслим. Уже больше 10 лет мы проводим много времени онлайн. Исследование или поиск какой-либо информации, которые ранее занимал недели в библиотеках, теперь требует всего лишь нескольких минут и Гуггла под рукой. Конечно, можно приводить массу аргументов в пользу новых медиа, но важно помнить то, что еще в 1960-ых годах отмечал Маршалл Маклюэн – медиа являются не просто пассивными каналами информации. Они не только обеспечивают нас пищей для размышлений, но и определяют сам процесс мышления. И, к сожалению, благодаря Интернету, способность к концентрации и глубокому размышлению уменьшается. Наше сознание уже ожидает информацию в таком виде, в котором Интернет ее распространяет. Если когда-то все мы ныряли с аквалангом в мире текстов, то теперь парим над водой на гидроциклах.

Таким образом, последствия применения медиа могут быть как позитивными, так и

негативными, к оценке той или иной технологии нельзя подходить односторонне. Планируя использование электронных средств в учебно-воспитательном процессе, обучающиеся должны проанализировать те возможные прямые и косвенные воздействия на личность, которые и будут определять направления его развития.

Относительно дидактических и воспитательных возможностей новых медиа существуют различные точки зрения. Большинство же исследователей сходятся во мнении, что применение новых информационных технологий в учебном процессе позволяет достигнуть нового качества знаний, причем этот образовательный потенциал заложен в самой идее информационных средств.

Литературы

- 1 Корчагин Ю.А. Человеческий капитал и процессы развития на макро- и микроуровнях. – Воронеж: ЦИРЭ, 2004. – С. 106.
- 2 Ключков В.В. Человеческий капитал и его развитие. – М., 2008.
- 3 Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию РК на 2010-2014 годы, от 19 марта 2010 года № 958.
- 4 Послание Президента РК Н.Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050»: Новый политический курс состоявшегося государства» от 14 декабря 2012 года.
- 5 <http://www.slovotop.ru/10/media.html>
- 6 Media education. Paris: UNESCO, 1984. P. 8; Педагогический энциклопедический словарь. – М., 2002. – С. 138; International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (2001). – Vol. 14. – Oxford, 2001. – P. 9494; Федоров А. В. Терминология медиаобразования // Искусство и образование. – 2000. – № 2. – С. 35 и др.
- 7 Шелухо М. В. Влияние социальных медиа на сферу образования // Педагогическое мастерство: материалы II междунар. науч. конф. (г. Москва, декабрь 2012 г.). – М.: Буки-Веди, 2012. – С. 26-32.
- 8 Carr N. Is Google Making Us Stupid? Электронный ресурс URL: [<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/>]

References

- 1 Korchagin Y.A. Chelovechesky kapital and from the process upswing nA makro– and micro levels. – Voronezh: TSIRE, 2004. – S. : 106.
- 2 Klotchkov V.V. Chelovechesky kapital and the plug razvitie. – M., 2008.
- 3 Gosudarstvennaya programma on forsirovannomu industrialno-innovatsionnomu upswing RK nA 2010-2014, from 19 years in 2010 marta number 958;
- 4 Poslanie Prezidenta RK N.Nazarbaeva narodu Kazahstana “Strategiya” Kazahstan-2050 “: New politichesky course sostoyavshegosya gosudarstva” 14 dekabrya 2012 years.
- 5 <http://www.slovotop.ru/10/media.html>
- 6 Media education. Paris: UNESCO, 1984. P. 8; Pedagogichesky entsiklopedichesky slovar. M., 2002, pp 138; International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (2001). Vol. 14. Oxford, 2001. R. 9494; A. V. Fedorov Terminologiya mediaobrazovaniya // Arts & obrazovanie. 2000. № 2. S. 35, and others.
- 7 Sheluho M.V. Influence of Social Media on education // Pedagogical skills: Materials II Intern. scientific. Conf. (Moscow, December 2012). – M. : Buki, Vedi, 2012. – P. 26-32.
- 8 Carr N. Is Google Making Us Stupid? Electronic resource URL: [<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/>]