образовательные ресурсы, можно решить проблемы реализации дифференцированного подхода к обучению на уроках информатики и недостатка времени на изучение материала.

Д.А. Богданова

К ВОПРОСУ О МЕДИАГРАМОТНОСТИ

d.a.bogdanova@mail.ru
Институт проблем информатики российской академии наук, Москва

The problem of media literacy is considered.

Дети сейчас могут выходить в Интернет не только из фиксированного места (из школы или из дома), оборудованного фильтрами. Большинство же родителей только начинают знакомиться с Интернетом. Сложившаяся ситуация ставит вопрос о том, как защитить детей и взрослых. Это предполагает обучение взрослых для того, чтобы они могли разговаривать с детьми на тему он-лайн безопасности, и понимать какие шаги следует предпринять для минимизации он-лайновых рисков для детей. Это ставит на повестку дня вопрос об обучении Интернет-безопасности. Интернет-безопасности невозможно научить, не обучая медиаграмотности. Это взаимосвязанные умения, каждое из которых является необходимым, но недостаточным.

Что такое медиаграмотность? OFCOM (Office of Communications – независимый регулирующий антимонопольный орган Великобритании в отрасли связи*)* определяет медиаграмотность как способность получать доступ, понимать, общаться в самых разных контекстах (‘*the ability to access, understand and create communications in a variety of contexts*’) [1]. Евросоюз создал экспертную группу по медиаграмотности. ЮНЕСКО объявило о новой политике в этой области, и в 2007 году прошел Конгресс, посвященный современным проблемам медиаграмотности и выработке по этому вопросу политических решений. Речь шла об обучении потребителей новых цифровых медиа, а также об изучении причин, почему молодежь намеренно выбирает именно эти медиа. Медиаграмотность предполагает наличие умений, знаний для того, чтобы в полной мере безопасно использовать все возможности, предоставляемые современными средствами коммуникаций, в ситуации, когда ослаблена возможность контроля и регулирования контента. Пользователи должны сознавать риски, существующие в широком спектре предлагаемых Интернет-услуг. Такие знания и умения достигаются медиаобразовательными мерами, развитием информационной грамотности и культуры Интернет-пользователей. В настоящее время на занятиях по медиаграмотности обучают различным критериям оценки содержимого веб-страниц, сайтов с позиций различных контекстов, возможным способам верификации найденной в Интернете информации и т.д.[1].

Вызывает недоумение тот факт, что в России Интернет приравнивают к традиционным СМИ, перечисляя его в списке, как правило, последним [2]. В современном же контексте речь должна идти именно о цифровых медиа: Живых Журналах – Блогах, Личных страницах, Форумах, Досках объявлений и т. п.

Библиографический список

1. Ofcom: What is media literacy? URL: http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/.Дата последнего посещения 31.01.2012

2. *Федоров А., Новикова А.* Свое суждение иметь// Дети в информационном обществе. – 2010. – №3. – С. 70 – 74.

А.В. Богомолов, А.В. Решетников, И.Н. Исаева

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТУИТИВНЫХ ПРЕДЧУВСТВИЙ ДЛЯ РЕШЕНИЯ АНАЛИТИЧЕСКИХ ЗАДАЧ В ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ

k_itip@mgou.infanet.ru

Чебоксарский политехнический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Московский государственный открытый университет имени В.С. Черномырдина», г. Чебоксары

This article discusses features of software product development capable of intuitions by expressing in numerical methods, ie calculate the tasks or the development of the situation on the basis of the rules and methods chosen by the user. The program provides the ability to create advanced solutions to complex models, logical and analytical problems. The software product is classified as decision support systems.

Интуиция - особая способность мышления к неосознанным как бы свернутым умозаключениям, которые затем логически, дискурсивно необходимо как бы развернуть. Разумеется, развернуть, возможно, только само умозаключение, а не деятельность интуиции как таковую. Нет возможности алгоритмизировать ее, прежде всего потому, что она полностью скрыта в подсознании, и мы осознаем только ее результаты. В настоящее время выяснено, что на этапе инкубации, предшествующем озарению, неосознаваемые образы могут трансформироваться в так называемое неявное знание. В результате озарения это неявное знание может быть вербализовано и затем преобразовано посредством дискурсивных рассуждений в явное знание, выраженное непосредственно в символах и терминах.

Объяснение механизма интуиции ищут в «мире подсознания», в котором накапливается вся история и предыстория процессов, практически не проявляющих себя, и отбор различных вариантов решений направляется подсознательными установками. В силу того, что на стадии отбора играют роль интуиция, спонтанность, свободное движение ума, возможно присутствие непредсказуемых и случайных элементов. Эффективность решения усиливается особой мотивацией, более того, когда исчерпаны нерезультативные приемы решения задачи и чем менее автоматизирован способ действия, а поисковая доминанта еще не угасла, тем больше шансов решить задачу.

Одним из используемых алгоритмов является контент-анализ - метод систематизированной фиксации единиц информации в исследуемом содержании. Он применяется как основной метод исследования (например, в социологии), как параллельный метод (в социальной психологии) и метод обработки данных, контент-анализ позволяет выявить скрытую информацию, точно регистрировать внешне неразличимые показатели в больших массивах данных. В процедуру контента входит определение категорий анализа, ключевых элементов, подлежащих регистрации. Они должны охватить все части содержания исследуемого материала. Затем определяются единицы анализа, которые и будут