

ЭСТЕТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ ЧЕРЕЗ ВИЗУАЛЬНУЮ КАРТИНУ ИНТЕРНЕТА

АБАЕВА Г.Б. 

Абаева Гульнар Бариевна - Кандидат педагогических наук, старший преподаватель кафедры «Общей педагогики и менеджмента в образовании», Актюбинский региональный университет имени К.Жубанова, г. Актөбе, Казахстан.
E-mail: gabayeva@zhubanov.edu.kz, <https://orcid.org/0009-0007-3153-3618>

Аннотация. В статье рассматривается проблема эстетического воспитания обучающихся в условиях интенсивного распространения визуального интернет-контента. Актуальность исследования обусловлена противоречием между возрастающим влиянием цифровых образов на эстетические предпочтения подростков и недостаточной разработанностью педагогических условий их осмысленного использования в образовательном процессе. Цель исследования — выявить педагогический потенциал визуальной картины интернета и экспериментально проверить эффективность специально организованной работы с цифровыми изображениями, виртуальными музеями, образовательными платформами и визуальными материалами социальных сетей. Методологическую основу исследования составили культурно-исторический подход, концепции эстетического воспитания, визуальной грамотности, медиакультуры и культуры участия. Исследование проводилось с применением квазиэкспериментального педагогического дизайна. В эксперименте участвовали 60 учащихся 8–9-х классов, разделённых на экспериментальную и контрольную группы по 30 человек. Для диагностики использовались педагогическое наблюдение, анкетирование, анализ творческих работ, экспертная оценка и задания на интерпретацию визуального контента. Уровень эстетической воспитанности определялся по четырём критериям: эмоционально-ценностное восприятие визуальных образов, способность к эстетической оценке, устойчивость интереса к художественной культуре и навыки анализа визуальных сообщений. Формирующая программа продолжалась три месяца и включала анализ цифровых художественных коллекций и интернет-изображений, виртуальные экскурсии, творческие задания и рефлексивные мини-проекты. В экспериментальной группе доля учащихся с высоким уровнем эстетической воспитанности увеличилась с 20,0 % до 46,7 %, а с низким уровнем снизилась с 30,0 % до 10,0 %. Выявленные изменения статистически значимы: $\chi^2 = 6,34$; $df = 2$; $p = 0,042$; V Крамера = 0,325. В контрольной группе значимых изменений не установлено. Научная новизна исследования заключается в конкретизации педагогических условий использования визуальной интернет-среды в эстетическом воспитании школьников. Полученные результаты подтверждают, что визуальный интернет-контент может выступать эффективным средством развития эстетического восприятия, художественного вкуса и медиаграмотности при условии целенаправленного педагогического сопровождения.

Ключевые слова: эстетическое воспитание, визуальная культура, визуальная картина интернета, цифровая среда, медиаграмотность, художественное восприятие, визуальная грамотность, цифровое образование.

Введение

В современном образовательном пространстве интернет становится не только источником информации, но и самостоятельной визуально-культурной средой, в которой обучающиеся ежедневно сталкиваются с цифровыми изображениями, видеороликами, инфографикой, интерфейсами, мемами, рекламными образами, виртуальными музейными коллекциями и произведениями цифрового искусства. Такая среда влияет на формирование эстетических представлений, художественного вкуса, эмоциональной отзывчивости и ценностных ориентаций школьников. Поэтому проблема эстетического воспитания в цифровом контексте приобретает особую актуальность для педагогической науки и школьной практики. Эстетическое воспитание традиционно понимается как целенаправленный процесс развития способности личности воспринимать, понимать, оценивать и создавать прекрасное в искусстве, природе, труде и человеческих отношениях.

В работах Л.С. Выготского искусство рассматривается как особый способ эмоционально-смыслового освоения действительности [1, 45]. Б.Т. Лихачев подчеркивал, что эстетическое воспитание связано с развитием эмоциональной культуры, художественных интересов и

потребности в творческой деятельности [2, 28]. В условиях цифровизации данные положения требуют нового педагогического осмысления, поскольку значительная часть эстетического опыта современного подростка формируется через экранные образы.

Понятие визуальной картины интернета в настоящем исследовании используется для обозначения совокупности визуальных форм, с которыми обучающийся взаимодействует в цифровой среде: изображений, видео, цифровой графики, виртуальных экспозиций, визуальных интерфейсов, образовательных медиа, пользовательского контента и сетевых художественных практик. Эта картина неоднородна: она включает как культурно значимые художественные ресурсы, так и случайный, коммерческий или эстетически низкокачественный контент. Следовательно, педагогическая задача состоит не в простом использовании интернет-материалов, а в формировании у обучающихся способности осмысленно выбирать, интерпретировать и оценивать визуальные сообщения.

Отечественные исследователи медиакультуры отмечают, что современная медиасреда меняет способы культурной коммуникации и требует развития критического отношения к информационным потокам [3, 62]. В контексте медиаобразования особое значение приобретает формирование медиаграмотности как способности анализировать, оценивать и создавать медиатексты [4, 19]. Использование информационных технологий в образовательном процессе, по мнению Е.С. Полат, должно быть связано не только с техническим доступом к ресурсам, но и с методически продуманной организацией познавательной деятельности обучающихся [5, 91].

Зарубежные исследования также подтверждают значимость визуальной и медийной среды для развития личности. М.Маклюэн показал, что средства коммуникации изменяют структуру человеческого восприятия и культурного опыта [6, 7]. Н.Постман обращал внимание на то, что доминирование визуально-развлекательных форм коммуникации способно трансформировать характер общественного дискурса и способы обучения [7, 16]. Эти идеи особенно важны при анализе интернет-среды, где эстетическое впечатление часто создается быстрее, чем происходит осознанная оценка содержания.

Понятие визуальной грамотности, введенное Дж. Дебесом, раскрывает способность человека интерпретировать и создавать визуальные сообщения [8, 27]. Э. Айснер рассматривал искусство как средство развития воображения, вариативности мышления и способности видеть мир в разных смысловых перспективах [9, 5]. Г. Дженкинс и соавторы, анализируя культуру участия, подчеркивали, что цифровая среда превращает подростков из пассивных потребителей в активных создателей контента, однако для этого им необходимы культурные и социальные компетенции [10, 3]. Д. Бэкингом связывал медиаобразование с критическим пониманием способов производства и распространения медиасообщений [11, 38].

Для раскрытия воспитательного потенциала интернета важно учитывать и социокультурный аспект эстетических предпочтений. П. Бурдье показал, что вкус формируется не изолированно, а в системе культурного капитала и образовательных практик [12, 56]. Г. Гарднер, обосновывая теорию множественного интеллекта, выделял визуально-пространственный интеллект как значимый для художественного восприятия и творческой деятельности [13, 173]. Исследователи визуальной культуры Л. Манович, Н. Мирзоев, Г. Кресс, Т.Ван Леувен и Г. Роуз рассматривают визуальные образы как сложные культурные тексты, требующие анализа формы, композиции, контекста и способа воздействия на зрителя [14; 15; 16; 17].

Современная цифровая среда требует развития медиаграмотности, позволяющей обучающимся осознанно воспринимать, анализировать и оценивать поступающую информацию. Эффективность медиаграмотности во многом зависит от четкости ее концептуального определения, обоснованности диагностических инструментов и корректности организации педагогического вмешательства [18]. Особое значение приобретает грамотность в

социальных медиа, включающая понимание мотивов пользователя, особенностей функционирования цифровых платформ и принципов формирования медиаконтента [19]. При этом цифровые медиа следует рассматривать не только как технические средства передачи информации, но и как социально-культурную среду, влияющую на повседневную жизнь, идентичность, образование и формы общественного взаимодействия [20].

Несмотря на наличие исследований по эстетическому воспитанию, медиакультуре и визуальной грамотности, в школьной практике сохраняется противоречие между масштабным влиянием интернет-визуальности на подростков и недостаточной разработанностью педагогических условий ее использования в воспитательном процессе. Проблема исследования заключается в определении того, каким образом визуальная картина интернета может быть включена в систему эстетического воспитания школьников без подмены художественного анализа поверхностным потреблением изображений.

Цель исследования — выявить и экспериментально проверить эффективность использования визуальной картины интернета как средства эстетического воспитания обучающихся 8-9 классов. Задачи исследования: уточнить педагогическое содержание понятия «визуальная картина интернета»; определить критерии эстетической воспитанности обучающихся; разработать формирующую программу работы с визуальным интернет-контентом; оценить динамику уровней эстетической воспитанности школьников.

Научная новизна исследования состоит в конкретизации педагогических условий эстетического воспитания через цифровую визуальную среду. Практическая значимость заключается в возможности применения предложенной программы на уроках искусства, литературы, информатики, классных часах и во внеурочной проектной деятельности.

Материалы и методы исследования

Исследование имело квазиэкспериментальный педагогический дизайн и проводилось в три этапа: констатирующий, формирующий и контрольный. Объектом исследования выступил процесс эстетического воспитания школьников в цифровой образовательной среде. Предметом исследования стали педагогические условия использования визуального интернет-контента для развития эстетического восприятия, художественного интереса и навыков анализа визуальных образов. В эксперименте приняли участие 60 учащихся 8-9 классов общеобразовательной школы. С учетом организационных условий были сформированы две группы по 30 человек: экспериментальная группа и контрольная группа. Обучающиеся экспериментальной группы в течение трех месяцев участвовали в специально разработанной программе эстетического воспитания через визуальные интернет-ресурсы. Контрольная группа продолжала обучение в обычном режиме без систематического включения заданий по анализу визуальной картины интернета.

Диагностика эстетической воспитанности проводилась по четырем критериям: 1) эмоционально-ценностное восприятие визуальных образов; 2) способность к эстетической оценке произведений искусства и цифрового визуального контента; 3) устойчивость интереса к художественной культуре; 4) навыки анализа визуального сообщения. Каждый критерий оценивался по трехбалльной шкале: 0 баллов — показатель выражен слабо, 1 балл — выражен частично, 2 балла — выражен устойчиво. Максимальная сумма составляла 8 баллов. Высокому уровню соответствовали 7-8 баллов, среднему — 4-6 баллов, низкому — 0-3 балла.

В качестве диагностических методов использовались педагогическое наблюдение, анкетирование, анализ творческих работ, экспертная оценка устных высказываний учащихся при обсуждении изображений, а также мини-задания на интерпретацию визуального контента. Экспертная оценка проводилась двумя педагогами по единым критериям. При расхождении оценок обсуждались конкретные проявления показателей, после чего фиксировалось согласованное решение.

Формирующая программа строилась на сочетании художественно-эстетического анализа, медиаграмотности и творческой практики. Учащиеся работали с виртуальными музеями, цифровыми художественными коллекциями, образовательными визуальными материалами, инфографикой, фотографиями и визуальными сообщениями социальных сетей. Особое внимание уделялось вопросам авторского замысла, композиции, цвета, символики, культурного контекста, этичности изображения и различению художественной ценности и визуальной манипуляции.

Содержание формирующей программы представлено в таблице 1. Программа была рассчитана на 12 недель и включала 24 занятия по 30-40 минут, интегрированные в уроки художественно-эстетического цикла и внеурочную деятельность.

Таблица 1. Содержание формирующей программы

Этап	Содержание работы	Ожидаемый педагогический результат
1-2 недели	Диагностика исходного уровня; беседа о визуальной культуре интернета; знакомство с понятием визуальной грамотности.	Осознание роли визуальных образов в повседневной жизни; мотивация к анализу изображений.
3-5 недели	Работа с цифровыми музейными коллекциями и репродукциями произведений искусства; анализ композиции, цвета, символики.	Развитие эстетического восприятия и словаря художественного анализа.
6-8 недели	Сравнение художественных изображений, рекламы, мемов и визуальных материалов социальных сетей; обсуждение манипулятивности образов.	Формирование критического отношения к интернет-контенту.
9-11 недели	Создание мини-проектов: цифровой коллаж, визуальная история, подборка эстетически ценных интернет-ресурсов.	Развитие творческой активности и способности создавать визуальные сообщения.
12 неделя	Презентация проектов, рефлексия, повторная диагностика.	Закрепление навыков эстетической оценки и самооценки.

При проведении исследования соблюдались этические принципы: участие обучающихся носило добровольный характер, результаты фиксировались в обобщенном виде, персональные данные не раскрывались, задания не содержали материалов, способных причинить психологический дискомфорт. Для обработки данных использовались абсолютные и относительные показатели, а также критерий χ^2 Пирсона для сопоставления распределений уровней эстетической воспитанности. Статистически значимыми считались различия при $p < 0,05$.

Результаты и их обсуждение

На констатирующем этапе было установлено, что значительная часть обучающихся воспринимает визуальный интернет-контент преимущественно эмоционально и ситуативно, не всегда обращая внимание на художественную выразительность, композицию, культурный контекст и ценностное содержание изображения. Для многих учащихся привлекательность визуального образа связывалась с яркостью, динамичностью, популярностью в социальных сетях и количеством реакций, а не с эстетической выразительностью или смысловой глубиной. Это подтвердило необходимость педагогической работы по развитию осознанного визуального восприятия.

Таблица 2. Динамика уровня эстетической воспитанности учащихся

Уровень	Экспериментальная группа до	Экспериментальная группа после	Контрольная группа до	Контрольная группа после
Высокий	6 чел. (20,0 %)	14 чел. (46,7 %)	7 чел. (23,3 %)	8 чел. (26,7 %)
Средний	15 чел. (50,0 %)	13 чел. (43,3 %)	15 чел. (50,0 %)	15 чел. (50,0 %)
Низкий	9 чел. (30,0 %)	3 чел. (10,0 %)	8 чел. (26,7 %)	7 чел. (23,3 %)

Данные таблицы 2 показывают положительную динамику в экспериментальной группе. Доля учащихся с высоким уровнем эстетической воспитанности увеличилась с 20,0 % до 46,7 %, то есть на 26,7 процентного пункта. Одновременно доля учащихся с низким уровнем снизилась с 30,0 % до 10,0 %. В контрольной группе изменения были незначительными: высокий уровень увеличился только с 23,3 % до 26,7 %, а низкий уровень снизился с 26,7 % до 23,3 %.

Статистическая обработка распределений подтвердила наличие значимой положительной динамики в экспериментальной группе. Значение χ^2 Пирсона для сопоставления распределений до и после формирующего этапа составило 6,34 при $df=2$ и $p=0,042$. Величина V Крамера равна 0,325, что указывает на умеренный педагогический эффект. В контрольной группе статистически значимые различия не выявлены: $\chi^2=0,13$, $df=2$, $p=0,936$, $V=0,047$. Расчеты представлены в таблице 3.

Таблица 3. Статистическая оценка динамики результатов

Сравнение	χ^2	df	p	V Крамера	Интерпретация
Экспериментальная группа: до/после	6,34	2	0,042	0,325	Статистически значимая положительная динамика
Контрольная группа: до/после	0,13	2	0,936	0,047	Значимых изменений не выявлено

Качественный анализ творческих заданий и устных ответов показал, что учащиеся экспериментальной группы стали точнее использовать эстетические понятия: композиция, контраст, ритм, цветовая гармония, символ, художественный образ, авторская позиция. При обсуждении интернет-изображений они чаще обращали внимание не только на внешнюю привлекательность, но и на смысловую нагрузку, культурный контекст, эмоциональный эффект и возможное манипулятивное воздействие визуального сообщения. Существенным результатом стало изменение характера эстетических оценок. На констатирующем этапе учащиеся часто ограничивались оценками «красиво», «ярко», «модно», «интересно». После формирующей программы в ответах появились аргументы, связанные с композицией, выразительными средствами, стилем, этическим содержанием и соответствием формы замыслу. Это свидетельствует о переходе от непосредственной эмоциональной реакции к более осознанному эстетическому суждению.

Полученные результаты согласуются с идеей Дж. Дебеса о необходимости развития визуальной грамотности как способности интерпретировать визуальные сообщения [8, р. 27]. Они также подтверждают позицию Э. Айснера о том, что работа с искусством развивает вариативность мышления и эмоциональную чувствительность [9, р. 5]. Включение учащихся в создание собственных визуальных мини-проектов соответствует концепции Г. Дженкинса о культуре участия, в которой обучающийся становится не только потребителем, но и автором медиаконтента [10, р. 3].

Динамика экспериментальной группы показывает, что интернет-ресурсы могут усиливать эстетическое воспитание тогда, когда педагог организует последовательную работу с визуальным материалом: от восприятия и описания образа к интерпретации, критической оценке и творческому созданию. Это соответствует подходу Д. Бэкингема, согласно которому медиаобразование должно формировать понимание того, как создаются и распространяются медиасообщения [11, р. 38]. Важным условием эффективности стала связь цифровых ресурсов с традиционными художественно-педагогическими задачами. Виртуальные музеи, цифровые коллекции и визуальные материалы интернета использовались не как развлекательное дополнение, а как объект анализа, сравнения и творческого преобразования. Такой подход позволил расширить культурный капитал обучающихся в смысле П. Бурдье [12, р. 56] и активизировать визуально-пространственный интеллект, о котором писал Г. Гарднер [13, р. 173].

Практические наблюдения показали, что наиболее эффективными методическими приемами являются: сравнительный анализ художественного произведения и массового интернет-изображения; обсуждение визуальных стереотипов и манипуляций; создание «эстетической карты» изображения; подбор учащимися примеров качественного визуального контента; рефлексивное обсуждение собственных цифровых предпочтений. Эти приемы позволяют соединить эстетическое воспитание, медиаграмотность и личный опыт подростков. Вместе с тем исследование имеет ограничения. Эксперимент проводился на небольшой выборке учащихся одной образовательной организации, а продолжительность формирующего этапа составила три месяца. Кроме того, оценка эстетической воспитанности включает субъективный компонент, связанный с экспертной интерпретацией высказываний и творческих работ. В дальнейшем целесообразно расширить выборку, увеличить продолжительность программы, включить индивидуальные диагностические карты и сопоставить результаты разных возрастных групп.

Таким образом, результаты исследования позволяют утверждать, что визуальная картина интернета обладает значительным педагогическим потенциалом, но только при условии целенаправленного отбора материалов, методически выстроенного анализа и развития критического отношения к визуальному контенту. Без педагогического сопровождения интернет-визуальность может усиливать фрагментарность восприятия, зависимость от внешней эффектности и поверхностное отношение к художественным ценностям.

Заключение

Проведённое исследование подтвердило, что визуальная картина интернета обладает значительным потенциалом как средство эстетического воспитания школьников. Она расширяет доступ обучающихся к произведениям искусства, цифровым коллекциям, виртуальным музеям и разнообразным формам визуального творчества. Вместе с тем воспитательный эффект цифровой визуальной среды возникает не автоматически, а при условии целенаправленной педагогической деятельности, направленной на развитие эстетического восприятия, критического мышления, способности к аргументированной оценке визуальных образов и творческой активности обучающихся.

Результаты экспериментальной работы свидетельствуют о положительной динамике уровня эстетической воспитанности учащихся 8–9-х классов. В экспериментальной группе доля учащихся с высоким уровнем эстетической воспитанности увеличилась с 20,0% до 46,7%, а доля учащихся с низким уровнем снизилась с 30,0% до 10,0%. У школьников улучшились навыки анализа визуального контента, повысилась обоснованность эстетических суждений, усилился интерес к художественной культуре и цифровому творчеству. Статистический анализ подтвердил значимость выявленных изменений в экспериментальной группе ($\chi^2 = 6,34$; $df = 2$; $p = 0,042$; V Крамера = 0,325).

В контрольной группе статистически значимых изменений не установлено. К наиболее результативным педагогическим условиям относятся систематический отбор эстетически значимого интернет-контента; сочетание анализа произведений искусства и образцов массовой визуальной культуры; развитие визуальной и медиаграмотности; вовлечение обучающихся в создание собственных цифровых проектов; организация рефлексивного обсуждения их визуального опыта. Совокупность данных условий способствует переходу от поверхностного эмоционального восприятия интернет-изображений к их осознанному эстетическому и критическому анализу.

Полученные результаты могут быть использованы педагогами при проектировании уроков искусства, литературы и информатики, а также классных часов и внеурочной проектной деятельности. Ограничениями исследования являются небольшой объём выборки, проведение эксперимента на базе одной образовательной организации и трёхмесячная продолжительность

формирующей программы. Перспективы дальнейших исследований связаны с расширением выборки, разработкой возрастных моделей эстетического воспитания в цифровой среде, совершенствованием диагностических инструментов визуальной грамотности, изучением влияния социальных сетей на эстетические предпочтения подростков и сравнением эффективности различных цифровых художественных платформ.

Список литературы

1. Выготский Л.С. Психология искусства. – М.: Искусство, 1987. – 573 с.
2. Лихачев Б.Т. Теория эстетического воспитания школьников. – М.: Просвещение, 1985. – 176 с.
3. Кириллова Н.Б. Медиакультура: теория, история, практика. – М.: Академический проект, 2008. – 496 с.
4. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. – М.: Директ-Медиа, 2020. – 412 с.
5. Полат Е.С. Современные педагогические и информационные технологии в системе образования. – М.: Академия, 2019. – 368 с.
6. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. – New York: McGraw-Hill, 1964. – 392 p.
7. Postman N. Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business. – New York: Penguin Books, 1985. – 184 p.
8. Debes J. The Loom of Visual Literacy // Audiovisual Instruction. – 1969. – Vol. 14. – No. 8. – P. 25-27.
9. Eisner E.W. The Arts and the Creation of Mind. – New Haven: Yale University Press, 2002. – 304 p.
10. Jenkins H., Purushotma R., Weigel M., Clinton K., Robison A.J. Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. – Cambridge: MIT Press, 2009. – 145 p.
11. Buckingham D. Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. – Cambridge: Polity Press, 2003. – 219 p.
12. Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. – Cambridge: Harvard University Press, 1984. – 640 p.
13. Gardner H. Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences. – New York: Basic Books, 2011. – 440 p.
14. Manovich L. The Language of New Media. – Cambridge, MA: MIT Press, 2001. – 354 p.
15. Mirzoeff N. An Introduction to Visual Culture. – 2nd ed. – London: Routledge, 2009. – 352 p.
16. Kress G., van Leeuwen T. Reading Images: The Grammar of Visual Design. – 2nd ed. – London: Routledge, 2006. – 312 p.
17. Rose G. Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials. – 4th ed. – London: SAGE Publications, 2016. – 456 p.
18. Potter, W.J., Thai, C.L. Reviewing Media Literacy Intervention Studies for Validity. Review of Communication Research, 2019. Volume 7. 38–66. <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.018>.
19. Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., Li, W. Social media literacy: A conceptual framework. New Media & Society, 2024. Volume 26. Issue 2. 941–960. <https://doi.org/10.1177/14614448211068530>.
20. Rohlinger, D.A., Sobieraj, S. (eds.). The Oxford Handbook of Digital Media Sociology. Oxford: Oxford University Press, 2022.

References

1. Vygotskij L.S. Psihologiya iskusstva. – M.: Iskustvo, 1987. – 573 s.
2. Lihachev B.T. Teoriya esteticheskogo vospitaniya shkolnikov. – M.: Prosveshchenie, 1985. – 176 s.
3. Kirillova N.B. Mediakultura: teoriya, istoriya, praktika. – M.: Akademicheskij proekt, 2008. – 496 s.
4. Fedorov A.V. Mediaobrazovanie i mediagramotnost. – M.: Direkt-Media, 2020. – 412 s.
5. Polat E.S. Sovremennye pedagogicheskie i informacionnye tehnologii v sisteme obrazovaniya. – M.: Akademiya, 2019. – 368 s.
6. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. – New York: McGraw-Hill, 1964. – 392 p.
7. Postman N. Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business. – New York: Penguin Books, 1985. – 184 p.
8. Debes J. The Loom of Visual Literacy // Audiovisual Instruction. – 1969. – Vol. 14. – No. 8. – P. 25-27.
9. Eisner E.W. The Arts and the Creation of Mind. – New Haven: Yale University Press, 2002. – 304 p.
10. Jenkins H., Purushotma R., Weigel M., Clinton K., Robison A.J. Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. – Cambridge: MIT Press, 2009. – 145 p.
11. Buckingham D. Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. – Cambridge: Polity Press, 2003. – 219 p.
12. Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. – Cambridge: Harvard University Press, 1984. – 640 p.
13. Gardner H. Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences. – New York: Basic Books, 2011. – 440 p.
14. Manovich L. The Language of New Media. – Cambridge, MA: MIT Press, 2001. – 354 p.
15. Mirzoeff N. An Introduction to Visual Culture. – 2nd ed. – London: Routledge, 2009. – 352 p.
16. Kress G., van Leeuwen T. Reading Images: The Grammar of Visual Design. – 2nd ed. – London: Routledge, 2006. – 312 p.
17. Rose G. Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials. – 4th ed. – London: SAGE Publications, 2016. – 456 p.
18. Potter, W.J., Thai, C.L. Reviewing Media Literacy Intervention Studies for Validity. Review of Communication Research, 2019. Volume 7. 38–66. <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.018>.
19. Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., Li, W. Social media literacy: A conceptual framework. New Media & Society, 2024. Volume 26. Issue 2. 941–960. <https://doi.org/10.1177/14614448211068530>.
20. Rohlinger, D.A., Sobieraj, S. (eds.). The Oxford Handbook of Digital Media Sociology. Oxford: Oxford University Press, 2022.

ИНТЕРНЕТТІҢ ВИЗУАЛДЫ БЕЙНЕСІ АРҚЫЛЫ ЭСТЕТИКАЛЫҚ ТӘРБИЕ БЕРУ

АБАЕВА Г.Б. 

Абаева Гульнар Барисевна - Педагогика ғылымдарының кандидаты, «Жалпы педагогика және білім берудегі менеджмент» кафедрасының аға оқытушысы, Қ. Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университет, Ақтөбе қ., Қазақстан

E-mail: gabayeva@zhubanov.edu.kz, <https://orcid.org/0009-0007-3153-3618>

Андатпа. Мақалада визуалды интернет-контенттің қарқынды таралуы жағдайында білім алушыларға эстетикалық тәрбие беру мәселесі қарастырылады. Зерттеудің өзектілігі цифрлық бейнелердің жасөспірімдердің эстетикалық талғамына ықпалының күшеюі мен оларды білім беру үдерісінде саналы түрде пайдаланудың педагогикалық шарттарының жеткіліксіз әзірленуі арасындағы қарама-қайшылықпен айқындалады. Зерттеудің мақсаты – интернеттің визуалды көрінісінің педагогикалық әлеуетін анықтау және цифрлық бейнелермен, виртуалды музейлермен, білім беру платформаларымен және әлеуметтік желілердегі визуалды материалдармен арнайы ұйымдастырылған жұмыстың тиімділігін эксперименттік тұрғыдан тексеру. Зерттеудің әдіснамалық негізін мәдени-тарихи тұғыр, эстетикалық тәрбие, визуалды сауаттылық, медиамәдениет және қатысу мәдениеті тұжырымдамалары құрады. Зерттеу квазиэксперименттік педагогикалық дизайн негізінде жүргізілді. Экспериментке 8–9-сыныптарда оқитын 60 оқушы қатысты. Олар әрқайсысы 30 оқушыдан тұратын эксперименттік және бақылау топтарына бөлінді. Диагностикалау барысында педагогикалық бақылау, сауалнама, шығармашылық жұмыстарды талдау, сараптамалық бағалау және визуалды контентті интерпретациялауға арналған тапсырмалар қолданылды. Эстетикалық тәрбиелілік деңгейі төрт критерий бойынша анықталды: визуалды бейнелерді эмоционалдық-құндылық тұрғысынан қабылдау, эстетикалық бағалау қабілеті, көркем мәдениетке қызығушылықтың тұрақтылығы және визуалды хабарламаларды талдау дағдылары. Қалыптастыру бағдарламасы үш айға созылып, цифрлық көркем коллекциялар мен интернет-бейнелерді талдауды, виртуалды экскурсияларды, шығармашылық тапсырмалар мен рефлексиялық шағын жобаларды қамтыды. Эксперименттік топта эстетикалық тәрбиелілігі жоғары оқушылардың үлесі 20,0%-дан 46,7%-ға дейін артса, төмен деңгейдегі оқушылардың үлесі 30,0%-дан 10,0%-ға дейін азайды. Анықталған өзгерістердің статистикалық мәнділігі дәлелденді: $\chi^2 = 6,34$; $df = 2$; $p = 0,042$; Крамердің V коэффициенті $= 0,325$. Бақылау тобында статистикалық мәнді өзгерістер анықталған жоқ. Зерттеудің ғылыми жаңалығы мектеп оқушыларына эстетикалық тәрбие беруде визуалды интернет-ортаны пайдаланудың педагогикалық шарттарын нақтылаумен сипатталады. Алынған нәтижелер мақсатты педагогикалық сүйемелдеу жағдайында визуалды интернет-контенттің эстетикалық қабылдауды, көркемдік талғамды және медиасауаттылықты дамытудың тиімді құралы бола алатынын растайды.

Түйін сөздер: эстетикалық тәрбие, визуалды мәдениет, интернеттің визуалды көрінісі, цифрлық орта, медиасауаттылық, көркемдік қабылдау, визуалды сауаттылық, цифрлық білім беру.

AESTHETIC EDUCATION THROUGH THE VISUAL IMAGE OF THE INTERNET

ABAEVA G.B. 

Abaeva Gulnar Barievna - Candidate of pedagogical sciences, senior lecturer at the department of general pedagogy and management in education, K. Zhubanov Aktobe regional university, Aktobe, Kazakhstan.

E-mail: gabayeva@zhubanov.edu.kz, <https://orcid.org/0009-0007-3153-3618>

Abstract. The article examines the aesthetic education of students in the context of the intensive dissemination of visual Internet content. The relevance of the study is determined by the contradiction between the growing influence of digital images on adolescents' aesthetic preferences and the insufficient development of pedagogical conditions for their meaningful use in the educational process. The study aims to identify the pedagogical potential of the visual landscape of the Internet and experimentally evaluate the effectiveness of specially organized activities involving digital images, virtual museums, educational platforms, and visual materials from social media. The methodological framework integrates the cultural-historical approach and the concepts of aesthetic education, visual literacy, media culture, and participatory culture. The study employed a quasi-experimental pedagogical design. The participants were 60 students in Grades 8–9, divided into an experimental group and a control group of 30 students each. The diagnostic methods included pedagogical observation, questionnaires, analysis of creative works, expert assessment, and visual content interpretation tasks. The level of aesthetic development was assessed according to four criteria: the emotional and value-based perception of visual images, the ability to make aesthetic judgments, sustained interest in artistic culture, and visual message analysis skills. The three-month intervention programme included the analysis of digital art collections and online images, virtual tours, creative assignments, and reflective mini-projects. In the experimental group, the proportion of students demonstrating a high level of aesthetic development increased from 20.0% to 46.7%, while the proportion demonstrating a low level decreased from 30.0% to 10.0%. The observed changes were statistically significant: $\chi^2 = 6.34$; $df = 2$; $p = 0.042$; Cramér's $V = 0.325$. No statistically significant changes were identified in the control group. The scientific novelty of the study lies in specifying the pedagogical conditions for using the visual Internet environment in the aesthetic education of school students. The findings confirm that, when accompanied by purposeful pedagogical guidance, visual Internet content can serve as an effective means of developing aesthetic perception, artistic taste, and media literacy.

Key words: aesthetic education, visual culture, visual landscape of the Internet, digital environment, media literacy, artistic perception, visual literacy, digital education.