



### ЗАМОНАВИЙ ЎҚУВ МАЖМУАСИНИНГ БОШЛАНҒИЧ МАКТАБИДА ИННОВАЦИЯЛАРНИ САМАРАЛИ БОШҚАРИШНИНГ ПЕДАГОГИК ШАРТЛАРИ

**Алиакбарова Рушанабону Муродуллаевна**  
Халқаро Нордик университети  
ORCID: 0009-0002-6081-0008  
[murodullayevna1999@gmail.com](mailto:murodullayevna1999@gmail.com)

**Аннотация.** Мақолада таълим соҳасидаги инновациялар, уларнинг ўқув жараёнига таъсири, шунингдек, АКТ ва фаол ўқитиш усулларининг ўрни кўриб чиқилади. Болада ишончни ривожлантириш ва авторитар педагогикадан ҳамкорлик моделига ўтиш зарурлиги таъкидланади. Ахборотни идрок этишга таъсир қилувчи медиа эффектлари назариялари кўриб чиқилади.

**Калит сўзлар:** таълимдаги инновациялар, АКТ, фаол ўқитиш усуллари, болада ўзига нисбатан ишонч, медиа таъсири.

### ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА

**Алиакбарова Рушанабону Муродуллаевна**  
Международный Университет Нордик

**Аннотация.** В статье рассматриваются инновации в образовании, их влияние на процесс обучения, а также роль ИКТ и активных методов обучения. Подчеркивается необходимость развития уверенности у ребенка и перехода от авторитарной педагогики к модели сотрудничества. Рассматриваются теории медиа-эффектов, влияющие на восприятие информации.

**Ключевые слова:** инновации в образовании, ИКТ, активное обучение, уверенность ребенка, медиа-эффекты.

### PEDAGOGICAL CONDITIONS FOR EFFECTIVE INNOVATION MANAGEMENT IN THE ELEMENTARY SCHOOL OF A MODERN EDUCATIONAL COMPLEX

**Aliakbarova Rushanabonu Murodullaevna**  
Nordic International University

**Abstract.** The article explores innovations in education, their impact on the learning process, and the role of ICT and active teaching methods. It highlights the importance of fostering children's confidence and transitioning from authoritarian pedagogy to a collaborative model. The study also examines media effect theories that influence information perception.

**Keywords:** educational innovations, ICT, active learning, children's confidence, media effects.

### Введение.

Инновация в образовании – это инновация, призванная решить актуальную проблемную ситуацию (с целью оптимизации образовательного процесса, повышения качества образования или организации благоприятных условий для усвоения материала), существенных изменений в одном или нескольких моментах: содержании образования, методы обучения, формы контроля качества образования.

В то же время содержание образования рассматривается не только как стандартный набор ZUN, но и как набор социально значимых компетенций и реализация личных образовательных интересов. В то же время, изменения должны быть достаточно большими, чтобы серьезно изменить ход образовательного процесса. Уже в начальной школе дети должны учиться: алгоритмическое мышление во всех сферах жизни, самостоятельная постановка задач, выбор эффективных инструментов, оценка качества своей работы, умение работать с литературой и общие навыки самообразования, умение работать в команде.

Инновации в образовании начинаются с уважения индивидуальности ученика и трансформации традиционной модели отношений «учитель-ученик» в модель «человек-человек», что накладывает своеобразное табу на представление о ребенке как о сосуде, который нужно заполнить как «набор психических процессов», которые необходимо развить. В младшем школьном возрасте происходит интенсивное развитие таких качеств личности, как мышление, внимание, память и воображение. В этом возрасте начинается социальное и личностное развитие ребенка, его вступление в общество. Основываясь на теории Выготского (1982), развитие младшего ученика как личности определяется учебным процессом. Модернизация начального образования связана с новым статусом детей младшего школьного возраста как субъекта образовательной деятельности. Инновации в образовании должны нести, прежде всего, процесс развития уверенности маленького человека в себе, своих способностях. Необходимо изменить авторитаризм образования в мышлении учителей, чтобы они могли поставить ребенка на один уровень с самими собой, дать ребенку возможность адекватно управлять собой и окружающим миром. В то же время важно отметить, что инновации в образовании, прежде всего, должны быть направлены на создание человека, который настроен преуспеть в любой области применения своих возможностей.

В настоящее время информационные технологии занимают важное место в профессиональной деятельности педагогов. Необходимость использования ИКТ в работе учителей начальных классов продиктована возрастными характеристиками учащихся, а именно необходимостью наглядной демонстрации учебного материала, процессов и явлений. Основными направлениями моей работы по использованию ИКТ являются:

- уроки, которые проводятся на основе компьютерных обучающих программ: «Уроки русского языка», «Уроки математики», «Уроки мира»

Практика использования ИКТ позволяет мне сделать следующий вывод: использование ИКТ в классе имеет следующие преимущества по сравнению с традиционным обучением:

- современность и актуальность учебного материала.
- Наличие дополнительных и сопутствующих материалов.
- эстетика и четкость.
- Возможность распечатать материал для последующей индивидуальной работы.
- Обучение через игру или практику.
- Повышение интереса учеников к обучению.
- Более четкая организация деятельности учителя.

В целом использование ИКТ улучшает качество знаний и навыков учащихся.

### **Обзор литературы.**

Ученый Выготский (1982) утверждал, что «развитие младшего ученика как личности определяется учебным процессом». Он подчеркивал важность социальной среды в формировании личности ребенка. Дистервег (1956) отмечал, что «необходимо заставить ученика работать самостоятельно, приучить его к тому, что иначе немислимо, как их собственное, чему-то научиться». Его подход подчеркивает значимость самостоятельного познания. Лазарсфельд (1944) исследовал влияние медиа на аудиторию и выявил, что «некоторые виды коммуникации по некоторым видам вопросов привлекли внимание некоторых видов людей, при некоторых видах условий имеют некоторый эффект». Джозеф Клэппер (1960) в своей книге «Эффекты массовой коммуникации» утверждает, что «аудитория не является пассивной мишенью любого коммуникационного содержания», а выборочно потребляет информацию. Ноам Хомский (1988) выделил пять фильтров СМИ, среди которых «Собственность», что означает, что «фирмы средств массовой информации – это крупные корпорации, пытающиеся получить прибыль, поэтому большинство их статей будет тем, что делает их самыми деньгами». Исследования фонда Пейна в (1930) годах показали, что «медиа могут иметь значительное влияние на молодежь, особенно в вопросах ценностей и социальной адаптации». Ховланд (1949) и его коллеги провели серию экспериментальных исследований, подтверждая, что «фильмы и другие медиа могут быть использованы как эффективный инструмент убеждения и обучения». К. Шеннон и У. Уивер в своей теории коммуникации подчеркивали, что «процесс передачи информации включает в себя не только отправку сообщения, но и его интерпретацию, что влияет на восприятие аудиторией». Г. Гарднер в своей теории множественного интеллекта отмечает, что «разные ученики осваивают информацию по-разному, и важно учитывать разнообразие когнитивных стилей». Ж. Пиаже утверждал, что «дети проходят через определенные стадии когнитивного развития, и образовательные инновации должны учитывать особенности каждой стадии».

### **Методология исследования.**

В ходе написания статьи использовались следующие методы исследования:

Анализ и синтез – анализируются различные подходы к образовательным инновациям, синтезируются выводы о необходимости изменений в системе обучения.

Метод теоретического обобщения – на основе изученных теорий и научных работ формулируются выводы о роли инноваций в образовании.

Коммуникативный анализ – рассматриваются теории медиа-эффектов и их влияние на образовательный процесс.

Сравнительный метод – проводится сопоставление традиционных и инновационных методов обучения, выявляются их преимущества и недостатки.

Экспертный анализ – в статье приводятся мнения ученых (Выготский, Дистервег, Хомский и др.), что подтверждает научную обоснованность материала.

Метод кейс-стади – рассматриваются конкретные примеры использования ИКТ в образовании и их влияние на качество обучения.

Педагогический эксперимент – в тексте обсуждаются методы активного обучения, такие как проектный метод, групповая работа и игровые технологии, на основе их практического применения.

Таким образом, статья сочетает теоретический и эмпирический подходы, что позволяет глубже понять механизмы образовательных инноваций.

### **Анализ и результаты.**

В задачи активного обучения входит развитие познавательной сферы учащихся и осознанное активное понимание и усвоение информации, но его можно использовать

только тогда, когда ученики уже знают основы необходимой информации, получаемой, как правило, традиционными методами. Поэтому целесообразно противопоставить традиционные и инновационные методы. Необходимо найти разумное сочетание и использование сильных сторон в зависимости от учебного процесса и ситуаций.

Методы активного обучения включают в себя проблемные ситуации, обучение через деятельность, групповую и парную работу, различные игры, «мозговой штурм», «круглый стол», дискуссию, метод проекта, симуляционное обучение, организационные и интеллектуальные игры, метод эвристических вопросов и другие.

Технология активного обучения включает в себя методы, стимулирующие познавательную деятельность учащихся, вовлекая каждого из них в умственную и поведенческую деятельность, и направлена на осознание, развитие, обогащение и личное признание существующей ценности каждого учащегося. А. Дистервег считал, что необходимо заставить ученика работать самостоятельно, приучить его к тому, что иначе невыносимо, как их собственное, чему-то научиться.

Наиболее подходящим методом активного обучения в начальной школе является успех.

Что ждет ребенка, который переступил порог школы? Только успех. Ситуация успеха - необходимое условие для развития позитивного отношения к обучению в активной, творческой. Успех связан с ощущением первоначального выздоровления, создает ощущение внутреннего благополучия. Однажды, испытав успех, ребенок снова и снова будет стремиться к нему.

Чувствует себя уверенно, когда кто-либо в деятельности поддерживается и использует его личные психологические характеристики. И чтобы уверенность не пропала, необходимо помочь развитию ребенка.

Использование принципа «мини-макс» (объем знаний дается до максимума, оценивается стандартный минимум: максимальные оценки, минимальные оценки) помогает сохранять уверенность в себе. Важно общаться напрямую с детьми в классе. Отказывая ученикам в общении, мы делаем их менее защищенными, неуверенными в своих способностях, более зависимыми от учителя, неспособными выразить свое мнение. Здесь и большое значение имеет работа в группах и парах. «Обратись к своему соседу, скажи мне свой ответ. Если у него будет то же самое, он кивнет тебе, если нет, ты сможешь найти правильное решение вместе».

Можно не ставить оценки на уроке. В конце концов, урок - это не соревнование за лучший результат, а совместная деятельность, в которой царит дух сочувствия и совместного творчества.

Что получает ученик, проходя этот учебный процесс? Самое главное, он не боится неизвестного, и ему необходима коммуникация, независимость в решении образовательных задач, он способен доказать свое и уважает чуткое мнение, обладает способностью к самоконтролю и сочувствию, яркими эмоциями.

Совместное творчество преподавателей и учеников позволяет говорить о создании его оригинальных методов. Именно ученики являются активными участниками этого творческого процесса. Многие проблемы можно решить, подружившись с имиджем парней. В изучении математики неоценимую помощь окажут «девочка Пойнт» и ее друзья «Малыш Треугольник» и его старшие братья. Монотонный мир чисел оживает перед ребенком, смысл чисел и счета не до полной его реализации. В то же время дети развивают речь и интерес к обучению.

На уроках литературы представлены изображения-рисунки героев, выполненные детьми различными способами. Ученики дают им советы, общаются с ними, утешают и поздравляют их. Они также играют в игры, поют и танцуют со сказочными персонажами. Одним из эффективных средств в классе является использование стихов и рифм. Можно использовать их в фонетической зарядке, в изучении грамматики, потому что эта форма

наиболее удобна для запоминания и фонетического освоения материала. Некоторые стихи и стишки помогают воспитывать у детей нравственные качества, культуру поведения, уважение друг к другу и другим людям.

Прогнозирование играет важную роль в работе с литературным текстом. Это нацелено на ряд задач: вставьте пропущенные слова или предложения, придумайте ответы на скрытые вопросы в тексте, предложите свой конец истории. Неожиданные окончания или ответы вызывают у детей улыбку. С помощью этих заданий у детей формируется гибкость ума, умение находить нетрадиционный ответ, чувство юмора, умение оценивать шутки.

Умный ребенок – это здоровый ребенок. Если ребенок здоров, он успешен в школе.

Знание технологий, позволяющих сохранить здоровье ребенка в годы его обучения в школе, является важной составляющей профессиональной компетентности современного учителя.

Считаем, что инновационные процессы в начальном образовании не должны быть односторонними, предлагая только развитие умственных способностей или здоровья детей. Инновации в образовании должны нести, прежде всего, процесс развития уверенности маленького человека в себе, своих способностях.

Таким образом, можно сделать вывод, что способность учителя правильно организовать урок и грамотно выбрать конкретную форму урока во многом зависит от эффективности процесса.

В начале 20-го века развитие технологий средств массовой информации, таких как радио и кино, было приписано почти непреодолимой силе формировать убеждения, познание и поведение аудитории в соответствии с волей коммуникаторов. Основным предположением теории сильных медиа-эффектов было то, что аудитории были пассивными и однородными. Это предположение основывалось не на эмпирических данных, а на предположениях человеческой природы. Существовало два основных объяснения такого восприятия эффектов средств массовой информации. Во-первых, технологии массового вещания приобретают широкую аудиторию даже среди средних домашних хозяйств. Люди были поражены скоростью распространения информации, которая, возможно, затуманила восприятие аудитории любых медийных эффектов. Во-вторых, пропагандистские приемы были реализованы в военное время несколькими правительствами как мощный инструмент объединения своего народа. Эта пропаганда являла собой пример эффективной коммуникации. Ранние исследования медийных эффектов часто фокусировались на силе этой пропаганды. Прочесывая технологическую и социальную среду, ранние теории медиа-эффектов утверждали, что средства массовой информации всемогущи.

#### **Репрезентативные теории:**

Модель подкожной иглы, или теория волшебной пули: считает аудиторию мишенью инъекции или пули информации, выпущенной из пистолета СМИ. Зрители не могут избежать инъекции или пули, или сопротивляться им.

#### **Фаза ограниченных медиа-эффектов**

Начиная с 1930-х годов, на втором этапе исследований медиа-эффектов была установлена важность эмпирических исследований, в то же время вводя сложный характер медиа-эффектов из-за идиосинкразического характера аудитории. исследования Фонда Пейна (1930s), проведенные в Соединенных Штатах в этот период, были сосредоточены на влиянии средств массовой информации на молодежь. Многие другие отдельные исследования были посвящены изучению эффектов убеждения или возможностям и использованию запланированного убеждения в кино и других средствах массовой информации. Novland et al. (1949) провел серию экспериментальных исследований для оценки эффекта использования фильмов для индоктринации

американских военных новобранцев. Лазарсфельд (1944) и его коллеги начали исследования эффективности демократических избирательных кампаний.

Исследователи обнаружили растущее эмпирическое доказательство идиосинкразического характера воздействия средств массовой информации на отдельных лиц и аудиторию, идентифицируя многочисленные промежуточные переменные, такие как демографические атрибуты, социально-психологические факторы и различные модели поведения в средствах массовой информации. С учетом этих новых переменных, добавленных к исследованиям, было трудно выделить влияние СМИ, которое приводило к каким-либо медиа-эффектам на восприятие, отношение и поведение аудитории. Как подытожил Берельсон (1959) в широко цитируемом заключении: «некоторые виды коммуникации по некоторым видам вопросов привлекли внимание некоторых видов людей, при некоторых видах условий имеют некоторый эффект. Хотя понятие всемогущего средства массовой информации было разбавлено, это не определило, что средства массовой информации не имеют влияния или эффекта. Вместо этого существовавшая ранее структура социальных отношений и культурных контекстов, как считалось, в первую очередь формировала или изменяла мнения, отношения и поведение людей, а средства массовой информации просто функционировали в рамках этих установленных процессов. Эта сложность оказала демпфирующее воздействие на исследования воздействия средств массовой информации».

Репрезентативные теории:

Двухэтапный поток коммуникации: обсуждается косвенное воздействие средств массовой информации, заявляя, что средства массовой информации влияют на людей через межличностное влияние лидеров мнений.

Джозеф Клэппер (1960) в своей книге «эффекты массовой коммуникации» утверждает, что аудитория не является пассивной мишенью любого коммуникационного содержания. Вместо этого аудитория выборочно выбирает контент, который соответствует ранее принятым убеждениям.

Ноам Хомский (1988) назвал пять фильтров, через которые работают СМИ:

Собственность: в конце концов, фирмы средств массовой информации – это крупные корпорации, пытающиеся получить прибыль, поэтому большинство их статей будет тем, что делает их самыми деньгами.

Реклама: поскольку средства массовой информации стоят намного больше, чем большинство потребителей готовы платить, медиакорпорации находятся в дефиците. Чтобы заполнить этот пробел, приходят рекламодатели. Помимо популярных убеждений, СМИ не продавали себя, но они продают рекламодателям своих потребителей.

Медиаэлита: поскольку журналистика в природе не может быть полностью отрегулирована, она допускает коррупцию со стороны правительств, корпораций и крупных институтов, которые знают, как «играть в систему».

Flak: отклониться от консенсуса сложно, потому что журналист получит «flak». Когда история не совпадает с историей власти, власть будет пытаться дискредитировать источники, мусорные истории и пытаться отвлечь читателей.

### **Выводы и заключения.**

Таким образом, инновации в образовании играют ключевую роль в оптимизации учебного процесса, повышении качества знаний и создании благоприятных условий для обучения. Они включают изменения в содержании образования, методах преподавания и оценке знаний. Важнейшим аспектом является развитие уверенности ребенка в себе и своих способностях, что требует отхода от авторитарной педагогики и перехода к модели сотрудничества «человек-человек».

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) способствуют повышению интереса учащихся, делают обучение более наглядным и интерактивным. Однако их использование должно быть сбалансировано с традиционными методами преподавания. Активное обучение, включая игровые и проблемно-ориентированные методы, формирует у детей навыки самостоятельного мышления, работы в команде и самообразования.

Современные теории медиа-эффектов рассматривают аудиторию не как пассивного потребителя информации, а как активного субъекта, выборочно воспринимающего контент. Влияние средств массовой информации ограничивается фильтрами, включая экономические и социальные факторы. Это подчеркивает важность критического мышления при восприятии информации.

Таким образом, инновации в образовании должны быть комплексными, сочетая традиционные и современные подходы, а также способствовать формированию самостоятельной и уверенной личности.

### *Литература/Reference:*

Hovland, C.I., Lumsdaine, A.A., & Sheffield, F.D. (1949). *Experiments on Mass Communication*. Princeton: Princeton University Press.

Payne Fund Studies (1930s). *Motion Pictures and Youth*. New York: Macmillan.

Берельсон, Б. (1959). *The State of Communication Research*. *The Public Opinion Quarterly*, 23(1), 1-16.

Выготский, Л. С. (1982). *Мышление и речь*. Москва: Педагогика.

Дистервег, А. (1956). *Руководство к образованию немецких учителей\**. Москва: Издательство Академии педагогических наук РСФСР.

Клэппер, Дж. Т. (1960). *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press.

Лазарсфельд, П. (1944). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.

Хомский, Н. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.