

МЕДИАТАЪЛИМ РЕСУРСЛАРИДАН ФЙДАЛАНИШ МЕТОДИКАСИ

Бустанова Ирода Гуломовна

ГулДУ магистранти

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7377539>

Аннотация. Медиамаатнларни тахлил этиши, танкидий кабул қилиши ва яратиши, ахборот манбаларини, контекста ахборот ўзатувчиларнинг сиёсий, ижтимоий, тижорий ёки маданий манфаатларини аниқлаш, медиа маҳсулотлар аҳамиятини изоҳлаш, ўз шахсий медиамаатнларини яратишига мувофиқ келувчи ўзга медиамаатнларни танлаш ва унга қизиқувчи аудиторияни топа оладиган малакали мутахассисларни шакллантиришни кўзда тутуди.

Калим сўзлар: блоглар, форумлар, Information literacy media literacy, visual literacy.

МЕТОДОЛОГИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ МЕДИА ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. Он предназначен для формирования квалифицированных специалистов, умеющих анализировать, получать и создавать медиатексты, определять источники информации, политические, социальные, коммерческие или культурные интересы носителей информации в контексте, интерпретировать значимость медиапродукции, выбирать другие медиатексты, подходящие для создания собственных медиатекстов и найти заинтересованную в них аудиторию.

Ключевые слова: блоги, форумы, информационная грамотность, медиаграмотность, визуальная грамотность.

METHODOLOGY OF USE OF RESOURCES OF MEDIA EDUCATION

Abstract. It is intended to form qualified specialists who can analyze, receive and create media texts, identify sources of information, political, social, commercial or cultural interests of information carriers in context, interpret the significance of media products, select other media texts suitable for creating their own media texts and find an interested their audience.

Keywords: blogs, forums, information literacy, media literacy, visual literacy.

Инсон маълум бир экологик мухитда хавф-хатарсиз ҳаёт кечириши учун аввало ўша мухитда яшашнинг ўзига хосликлари ҳақида хабардор бўлиши зарур. Худди шундай замонавий инсон энг кўп вақтини сарфлаётган, ҳаёт кечириётган медиа мухитда хавфсиз яшаши учун ҳам у ўзи фаолият олиб бораётган, ҳаётини зарур қарорлар қабул қилишига таъсир этаётган мухитнинг ўзига хосликларидан хабардор бўлиши ушбу мухитда хавфсиз яшаши учун муҳим заруратдир. Айниқса, бугун медиатизация ҳаётимизга чуқур ва тезкор кириб бораётган, маълумотлар ҳажми тобора ортиб бораётган янги глобал даврга кириб боришимиз жараёнида инсоннинг ишончли ахборотга нисбатан эҳтиёжи тобора ортиб бормокда. Ахборот маконининг глобаллашуви, очиклиги ва оммавий коммуникациянинг кучайиши натижасида ахборотлар инсон онгу шуурига шиддат билан оқиб келмокда. Ахборот асрида оммавий ахборот воситалари сони кундан кунга ошиб бормокда. Ихтисослашган, ўзининг махсус аудиториясига эга бўлган янги теле ва радиоканаллар, газета ва журналлар фаолият бошлаяпти[1].

Инсоният истеъмол қиладиган маҳсулотлар ичида энг харидоргири _ахборотдир. Унга эҳтиёж ҳамиша юқори бўлган. Айниқса, ҳозирги шароитда, унинг ўрни ва аҳамияти хар қачонгидан ҳам ортиб бораёпти. Ахборотга бўлган талабнинг юқорилиги, нафақат уни ўзатиш воситалари, турларига, балки ахборотнинг асосий вазифаси, мазмун-моҳиятига

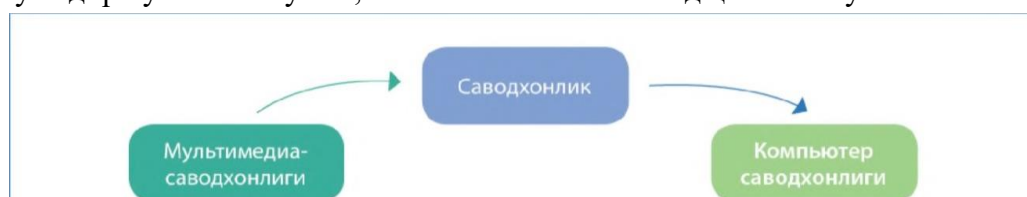
хам ўз таъсирини ўтказмасдан қолмаяпти. Ахборот технологияларнинг ривожланиши, айниқса, интернетнинг пайдо бўлиши, биринчидан, ахборотни тайёрлаш ва етказиш тезлигини бир неча баробар оширган бўлса, иккинчидан, уни кабул қилиш имкониятларини мислсиз даражада кенгайтириб юборди. Шу боис бу жараенда ўзатилаётган ахборотнинг тўғри еки нотўғри эканлиги у қадар эътиборга олинмаяпти. Натижада, ахборот замиридаги мақсад-муддао мавхумлашмоқда, ундан турли мақсад ва манфаатлар йўлида фойдаланилмоқда[2]. Ёлгон, уйдирма, сохта ахборотлар эса аудитория онгини салбий таъсир кўрсатиб, одамлар орасидаги турли муносабатлар, жамиятда мавжуд тартиб-қоидалар, кадрият ва анъаналарнинг издан чиқишига олиб келаяпти. Колаверса, бугунги кунда нафакат ижтимоий тармоқларда эълон қилинган янгиликлар, балки жиддий электрон ОАВ, айниқса ахборот сайтларидаги хабарлар ичида ҳам нотўғри ахборотлар кўп учрайди. Бу эса янгиликлар контенти истеъмолчилари уларни тамил қилмасдан кабул қилиш ва уларга кур-курона ишонишларига олиб келаяпти.

Охирги йилларда ОАВ ахборот ўзатиш каналларидан ҳам кура фикр алмашиш воситасига айланиб қолмоқда. Ижтимоий тармоқларда борган сари блогерларнинг фаолият ортиб, жамоатчилик етакчиларининг фикрлари аудиторияни анъанавий ОАВ ва интернет ахборот ресурсларидан секин-аста тортиб олмоқдалар. Ижтимоий тармоқлар, блоглар, форумлар, фото ва видео хостингларда омма эътиборига хавола этилаётган материаллар фойдалувчилар орасида кенг муҳокама қилиняпти. Замонавий коммуникация воситалари борган сари текширилмаган еки миш-мишларга асосланиб тарқатилаётган ахборот манбаларига айланиб қолмоқда. Афсуски, буни назорат қилиш имконсизлигича қолмоқда[3].

Олимлар постиндустриал жамият назариясида ахборот кадриятдан товарга айланаркан, унинг сифати ҳам талаб даражасида ўзгариши табиий ҳоллиги таъкидлайдилар. Халқаро экспертларнинг ахборот ресурслари борган сари "фейк" хабарларга тулиб бораётгани ва инсоният янги давр — пост ҳаликат (post-truth) даврига утаётгани хусусидаги хавотирлари ўзини оқлади. Оксфорд лугатига кура, "пост-ҳақиқат" ибораси 2016 йил атамаси сифатида эътироф этилди [4,5,7].

Социал тармоқлар мутахассислари огоҳлантирганидек, тотал ахборот апокалипсис (охират)нинг яқинлашиши ҳақиқат ва елгон Ўртасидаги чегараларнинг йўқолишида курина бошлайди. Куннинг асосий қисмини ижтимоий тармоқларда ўтказадиган инсонларда бора-бора зерикарли реалликка апатия (зерикарли контент лайк йиғиши мушкул) шаклланиб, ҳаликатни ёлғондан фарқлаш эҳтиежи йўқолиб боради. Масалан, Facebook, Twitter ва Google да клик, лайк, репостлар таъминлаб берадиган рекламани ўтишлар ва шу орқали пул топиш муҳим (таргетинг рекламанинг созлашлари) бўлиши мумкин. Ахборот сифати эса иккинчи даражали масалага айланди [6,8].

Ҳақиқий волеликни бузиб кўрсатувчи арзон ва оммабоп воситаларнинг кенг тарқалиши инфокалипсиснинг асосий сабабидир. Бундай шароитда ҳар қандай инсон аслида у содир бўлганми-йўқми, исталган воқеага тақлид қилиши мумкин.





Ушбу категориялардан ҳар бири ўз чегарасига, ўзининг фарқи, баъзан кесишадиган, аввалги жихатни тулдирувчи хусусиятига эга. Масалан, computer literacy (компьютер саводхонлиги) бу компьютер техникадан фойдаланиш лаёқати, информатика асосларини билишни аниқлаётганда, audiovisual literacy ва visual literacy (аудиовизуал саводхонлик) макон ва вазиятга оид аудиовизуал воқеаларни таҳлил ва синтез қилиш қобилиятини кўзда тутаяди. Бу аудиовизуал медиаматнни ўқишга хос “ўқиш” лаёқати, аудиовизуал техникадан фойдалана олиш, унинг асосларини билиш бўлиб, булар медиа компетенциясининг таркибий қисмидир. *Information literacy* (ахборот саводхонлиги) умуман барча санаб ўтилган тушунчаларни қамраб ахборот билан танишиш, таҳлил ва синтез қилишни қамраб олади. Барча санаб ўтилганлардан *media literacy* (медиясаводхонлиги) тушунчаси ажралиб туради ва у медиа воқеаларини таҳлил ва синтез қилиш, медиаматндан фойдаланиш ва уни тушуниш, медиаматн асосларини билишни, яъни медиатаълим натижасини назарда тутаяди[9]..

Бугунги медиа фойдаланувчисининг олдида икки турдаги ахборотни катъий муҳофазалаш каби зарур вазифа етади: шахсий ахборотлар ва ижтимоий аҳамиятга эга ахборотлар. Маълумки, ҳар қандай давлатнинг ахборот ресурслари унинг иқтисодий ва ҳарбий салоҳиятини белгиловчи омилларидан бири ҳисобланади. Ушбу ресурсдан самарали фойдаланиш мамлакат хавфсизлигини ва демократик ахборотлашган жамиятни муваффақиятли шакллантирилишини таъминлайди [10,11].

Бундай жамиятда, ахборот алмашинув тезлиги юксалади, ахборотларни йиғиш, сақлаш, қайта ишлаш ва улардан фойдаланиш бўйича илгор ахборот коммуникациялар технологияларини қўллаш кенг қулаб амалга оширилади. Ахборотлашган жамият тезлик билан шаклланиб бормоқда. Ахборот дунесига давлат чегаралари деган тушунча йўқолиб бормоқда. Жалон компьютер тармоқ давлат бошқарувини тубдан ўзгартирмоқда. Худудий жойлашишидан катъи назар, қўндалик ҳаётимизга турли хилдаги ахборотлар Internet халқаро компьютер тармоқ орқали кириб келди. Шунинг учун ҳам мавжуд ахборотларга ноқонуний кириш, улардан фойдаланиш ва ўзгартириш, йўқотиш каби муаммолардан ҳимоя қилиш долзарб масала бўлиб қолди. Шахсий ахборотлар ҳам худди шундай.

REFERENCES

1. Ихтисослашган журналистика. (илмий-оммабоп нашр), Ж.9, -т., "Ўзбекистон" нмиу., 2019. -784 б.
2. Муратова Н., Гризл Э., Мирзахмедова. Журналистикада медиа ва ахборот саводхонлиги. Тошкент: Baktria press, 2019. 1126
3. 3. Маматова Ё. Сулаймонова С. Ўзбекистонда медиатаълим истикболлари. — Тошкент. 2013.
4. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. М.: Изд — во Моск. ун-та. 2001.
5. Ирناзаров К.Т. ва б. Хозирги замон журналистикаси. — Т.: Узму, 2008.
6. Toshtemirov D.E., Niyozov M.B., Yuldashev U.A., Irsaliev F.Sh. Resource support of distance course information educational environment // Journal of Critical Reviews ISSN-2394-5125 Vol 7, Issue 5, 2020, pp. 399-400
7. Yuldashev, U.A., Xudoyberdiev, M.Z., & Axmedov, T.B. (2021). O'quv jarayonining sifatini oshirishda zamonaviy axborot texnologiyalaridan foydalanish. //Academic research in educational sciences, 2(3), 1262-1268.
8. Yuldashev U.A. Use of video lesson creative technologies in the process of electronic education// Scientific-Methodical Journal-T 2021
9. Yuldashev Ulmasbek Abdubanatovich, Khakimova Farangis Abdualimovna, Khudayberdieva Dilorom Khaydar kizi, Web of Scientist: International Scientific Research Journal, ISSN-2776-0979 Vol 2, Issue 5, 2021, pp. 693-697
10. D.B.Abduraximov, D.E.Toshtemirov. Mutaxassislik fanlarini o'qitish metodikasi. O'quv qo'llanma. – Toshkent, 2020. - 224 b.
11. Toshtemirov D.E. Ta'lim portali: yaratish tamoyillari, mazmuni va foydalanish metodikasi. Monografiya. Guliston: Universitet. 2015. -156 b.
12. Ismailovich S. A. Socio-Psychological Problems of Educating an Independent-Minded, Creative Person in the Educational Process //CENTRAL ASIAN JOURNAL OF LITERATURE, PHILOSOPHY AND CULTURE. – 2021. – Т. 2. – №. 12. – С. 4-7.
13. Саидов А., Джураев Р. Баркамол авлодни тарбиялаш-соғлом турмуш тарзини шакллантиришда спортнинг ўрни //Общество и инновации. – 2021. – Т. 2. – №. 2. – С. 203-208.
14. Саидов А. pedagogik mahorat: ёшлар ўртасида соғлом турмуш тарзини шакллантириш устувор вазифа сифатида //центр научных публикаций (buxdu. uz). – 2020. – Т. 2. – №. 2.
15. Саидов А. СОҒЛОМ ВА БАРКАМОЛ ШАХСНИ ТАРБИЯЛАШНИНГ ИЖТИМОЙ-ПСИХОЛОГИК МАСАЛАЛАРИ //Central Asian Research Journal for Interdisciplinary Studies (CARJIS). – 2021. – Т. 1. – №. Special issue. – С. 262-266.
16. Саидов А., Джураев Р. Воспитание гармоничного поколения–роль спорта в формировании здорового образа жизни //Общество и инновации. – 2021. – Т. 2. – №. 2. – С. 203-208.
17. Saidov A. Historical roots of formation of healthy lifestyle culture psychology in the family //International Journal of Pharmaceutical Research. – 2020. – Т. 12. – №. 4. – С. 628-630.