



## AXBOROT VA AXBOROTLASHGAN JAMIYAT

**Nekboyev X.X.**

*Qarshi muhandislik-iqtisodiyot instituti  
p.f.f.d., (PhD) dotsent*

**Tayanch soʻzlar:** mediataʼlim, mediamadaniyat, tanqidiy fikrlash, oʻquv jarayoni, metodik asoslar, ijodiy qobiliyatlar.

**Ключевые слова:** медиаобразование, медиакультура, критическое мышление, образовательный процесс, методические основы, творческие способности.

**Key words:** media education, media culture, critical thinking, educational process, methodological foundations, creative abilities

### **РЕЗЮМЕ:**

Ushbu maqolada mediataʼlim bugungi kunda jamiyatdagi axborot oqimining katta boʻlgani sababli taʼlim jarayonida muhim oʻrin tutadi. Mediataʼlimdan maqsad - oʻquvchilarni mediamadaniyatni tushunishga, axborotni tanqidiy tahlil qilishga va uning turli koʻrinishlari bilan ishlashga oʻrgatishdir. Mediamadaniyat asarlari orqali talabalar ijodiy va tanqidiy fikrlashni rivojlantiradi, bu esa ularga kelajakda axborot bilan ishlashda mustaqil va ongli qarorlar qabul qilishda yordam beradi. Texnologiya tufayli odamlarning bir-biri bilan va yangiliklar manbalari bilan qanday muloqot qilishlari juda oʻzgarib ketdi. Avval odamlar yangiliklarni ogʻzaki ravishda eshitishardi. Keyin, ular radioda yangiliklarni tingladilar va televizorda koʻrishardi. Bugungi kunda har bir yangilik internet orqali tezda mavjud. Shuning uchun, internet kuchli vositaga aylanganini koʻrish mumkin. Biroq, ushbu kuchli vosita tomonidan uzatiladigan maʼlumotlarning katta qismi notoʻgʻri va shubhali manbalardan boʻlib, ularning miqdori har kun oʻtgan sayin kamaymoqda.

### **РЕЗЮМЕ:**

В данной статье медиаобразование занимает важное место в образовательном процессе в связи с большим потоком информации в современном обществе. Цель медиаобразования – научить студентов понимать медиакультуру, критически анализировать информацию и работать с различными ее формами. Через произведения медиакультуры у студентов развивается творческое и критическое мышление, что поможет им в дальнейшем принимать самостоятельные и обоснованные решения при работе с информацией.

### **SUMMARY:**

In this article, media education takes an important place in the educational process due to the large flow of information in society today. The goal of media education is to teach students to understand media culture, critically analyze information and work with its various forms. Through works of media culture, students develop creative and critical thinking, which will help them make independent and informed decisions when working with information in the future.



Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Noto'g'ri ma'lumotlarning salbiy ta'sirlarini ko'rish uchun uzoqqa qarash shart emas, masalan, ma'lumotlarni joylashtirish (broning), joylashuv xizmatlari (Uber), yoki xizmatni tez taqdim etish (Airbnb). Global platformalar, masalan, Twitter, Facebook va Instagram mamlakatimizda har kuni millionlab foydalanuvchilar tomonidan ishlatilmoqda. Foydalanuvchilarga kontent yaratish imkoniyatini beruvchi ko'plab dasturlar va veb-saytlar mavjud. Bu, o'z navbatida, noto'g'ri va chalg'ituvchi kontentning tez sur'atlarda yaratilishi va tarqatilishiga olib keldi. Internetdagi barcha auditoriyalar kontentni tarqatish va sharhlash rollarini o'ynaydi. Musiqachilar, kino yulduzlari va siyosatchilar bilan yuqori darajada o'zaro aloqalar kuzatilmoqda. Internetda ijtimoiy harakatlarga va masofadagi tadbirlarga qo'llab-quvvatlash faolligi ko'p uchramoqda, hatto tadqiqotlar o'tkazilmoqda. Biroq, internet, ehtimol, boshqa har qanday media vositasidan ko'ra ijtimoiy polarizatsiyani oshirgan va ideologik qarama-qarshilikni kuchaytirgan. Xabarlarining intensivligi va yaqinligi sababli odamlar har qanday va barcha ishlab chiqarilgan ma'lumotlarga kirish imkoniyatiga ega bo'lgan vaqtda ularga qo'shilish va sabablarni qabul qilishga majbur bo'ladi. Ushbu hodisalar Braziliyaga xos bo'lmagan, lekin braziliyalik internet foydalanuvchisi kontentga kirish va ko'rish usulida boshqa mamlakatlardagi foydalanuvchilardan farqli xususiyatlarga ega. Raqamli fuqarolik hali ham rivojlanmoqda va xususiy korporatsiyalar bizga ko'rish uchun eng mos kontentni qanday tanlashni belgilaydi. Internetdagi turli nuqtai nazarlar bizga professional tarzda yaratilgan kontentdan tortib, havaskor kontent, kuzatuv yoki fuqarolar tomonidan ishlab chiqarilgan jurnalistikani o'qish imkoniyatini beradi, ammo ularning malakasi professional sohadagi darajaga mos kelmasligi mumkin[1].

Hozirgi zamon media madaniyatida (media dunyosi, media ta'limi, audiovizual ta'lim, vizual savodxonlik) bir qator atamalar keng tarqalgan. Ushbu atamalarning mashhurligi, ayni paytda audiovizual mahsulotlarni ishlab chiqarish va tarqatish sohasida juda tez kengayish guvohi bo'lishimizdan kelib chiqadi. Ushbu o'sish namoyish etilgan mahsulotlarning soni va tomoshabinlarning sonining oshishi bilan aks etadi. Kino, eng tijoratlashtirilgan va eng ta'sirchan audiovizual vosita sifatida tan olinganidan tashqari, mavjud audiovizual, televideniye va video texnologiyalar paydo bo'ldi va ular tezda ko'proq va turli qo'llanmalarda kengayishi kutilmoqda. Ularning xususiyati sababli audiovizual ifoda vositalari kuchli aloqa, ta'sir va madaniyat vositalari sifatida alohida va ehtiyotkorlik bilan munosabatda bo'lishni talab qiladi. Garchi inson ushbu vositalardan faqat bir necha yil davomida foydalanayotgan bo'lsa-

da, yangi ifoda tillarini izlashni minglab yillar davomida amalga oshirganligi aniq dalildir. Bizning fikrimizcha, Oldinga o'tmasdan oldin, An'anaviy Media Erasidan Raqamli Eraga o'tish jarayonida uchraydigan muammolarni ko'rib chiqish muhimdir, bu esa raqamli savodxonlik va media ma'lumotlari savodxonligining oqibatlarini yaxshiroq tushunish uchun zarurdir.

Tadqiqot metodologiyasi. Ma'lumotlar analog bosqichdan raqamli bosqichga sezilarli darajada o'zgardi. Bu nashr qilish sohasida ham haqiqatdir. Har qanday inqilobiy o'zgarish kabi, bu o'tish vaqt davomida bosqichma-bosqich amalga oshdi, bu esa har bosqichda muammolarni yaratdi. Ushbu muammolar nafaqat foydalanuvchilarning ma'lumot va nashr qilish xizmatlari bilan qanday o'zaro aloqada bo'lishini o'zgartirdi, balki eng muhimi, xronik bo'lib, kuchayib boruvchi bezovtalikni yaratdi, shuning uchun bizning hozirgi vaqt deb ataladigan oxirgi nuqtani belgilash zarurati tug'di. Aniq bir ta'rif olish bu katta, notekis konturlar ramkasi ichida muhim bo'lib ko'rinadi, biz hali nomini bilmaymiz. Raqamli ajratuvchining birinchi ta'rifi M. Rotelliying 2001-yildagi asarida uchraydi. Rotelli raqamli ajratuvchini "Tarmoqqa kirish huquqiga ega bo'lgan populyatsiyalar bilan ularni na to'liq foydalanuvchilar, na past darajadagi foydalanuvchilar bo'lganlar o'rtasida hali mavjud bo'lgan dramatik farq" deb ta'riflaydi. Mahalliy miqyosda, raqamli ajratuvchi shuningdek shahar ajratuvchisi sifatida ham ko'rinadi, chunki barcha uy xo'jaliklarida shaxsiy kompyuterlar yoki tarmoqqa ulanish mavjud emas. Ijtimoiy-madaniy raqamli ajratuvchilar mavjud bo'lib, kuchlilarni istisno qilinganlardan uzoqlashtiradi. Keyingi tadqiqotlar asosan raqamli ajratuvchining ushbu dastlabki ta'rifiga asoslanib o'rganildi. Raqamli ajratuvchi 4 o'lchamga ega bo'lishi ko'rinadi: intraregional, intrastate, intranational va xalqaro. Boshqa tomondan, uning ta'siri jamiyatning turli sohalarida (salomatlik, ta'lim, siyosat, iqtisodiyot, aloqa, madaniyat) yuzaga keladi. Agar maqsad qisqartirish bo'lsa, biz faqat ICTga kirish emas, balki foydalanishga ham e'tibor qaratishimiz kerak.

Raqamli asrda, "yolg'on xabarlar" fenomeni olimlar, jurnalistlar va siyosatshunoslarni tashvishga solmoqda, chunki bu jurnalistika amaliyotlariga va jamiyatning vositachilik hodisalariga bo'lgan tushunchalariga ta'sir qiladi. Yolg'on xabarlar siyosiy vosita yoki siyosiy motivlangan manbalardan bo'lishi mumkin, ular etika tamoyillariga rioya qilmaydi. Uning tarqatilish xususiyati uni ayniqsa ijtimoiy media platformalarida ko'rinadigan qiladi. Harvard Universitetining ta'lim kitobi ta'rifiga ko'ra, "yolg'on xabarlar" "odamlarni aldash maqsadida yaratilgan hikoyalar va ijtimoiy media orqali tarqatilgan yasalangan fotosuratlar yoki yolg'on yangiliklar hisoblanadi." Yolg'on xabarlar



"havo ichidan yaratilgan hikoyalar, ishonarli ko'rinadigan qilib manipulyatsiya qilingan" deb ham ta'riflangan [2].

Tahlil va natijalar. Turli fanlardan olimlar va jurnalistlar hali ham "yolg'on xabarlar"ni qanday eng yaxshi ta'riflash haqida kelisha olmaydilar. McIver shunday dedi: "Biz 'yolg'on xabarlar' atamasi bilan ehtiyotkorlik bilan yondashishimiz kerak... Bu atama qurolga aylanishi mumkin va 'yolg'on xabarlar' yorlig'ini butunlay yolg'on qilishi mumkin." Ma'lumotlar urushi davrida barcha yangilik media vositalarining bir-birining yangiliklarini yolg'on deb belgilash juda oson. Yolg'on xabarlarni muhokama qilish uchun qabul qilingan boshqa atamalar "alternativ haqiqat", "post-haqiqat", va "ma'lumot tuzog'i" kabi atamalarni o'z ichiga oladi. AQSh Prezidentining maslahatchisi Kellyanne Conway "alternativ faktlar" atamasini ishlatib, Trumpning inauguratsiya pastgacha qatnashganligi haqidagi da'volarini himoya qildi va yangilik hisobotlariga hujum qildi. Yolg'on xabarlar tarqatuvchisi Paul Horner o'zining yaratilgan hikoyalarini yaratish usullarini intervyuda oshkor qildi. U "Men Trumpni Oq uyda deb o'ylayman" dedi va yolg'on xabar yozuvchilari o'z ishlarini tanitishni xohlaganlarini tushuntirdi, garchi hech kim bu yolg'on ekanligini bilmasdi va bu aslida yangilik bo'lmagan. Shuningdek, u "Men bunday yangilik veb-saytlariga mazmun yozaman, bu haqiqat va fantastika o'rtasidagi chiziqlarni bulg'ashi mumkin va ular do'stlariga aytishlari yoki ijtimoiy media orqali ulashishlari mumkin, va ular bundan zavqlanishadi. Biror kishining nimadir haqida xayajonlanishini ko'rish juda qiziqarli edi."

Ushbu tadqiqot media ma'lumotlari savodxonligi (MIL) va uning media iste'molchilarining hayotidagi rolini o'rganadi. Maqola MILni 21-asr media iste'molchilari uchun muhim deb hisoblaydi. Aslida, media savodxonligi tez-tez ishlatiladigan atamadir, chunki media savodxon bo'lish demak, axborotni tanqidiy va ijodiy iste'molchi bo'lishni anglatadi. MILning asosiy foydalari, media iste'molchilarini raqamli media foydalanuvchilari bo'lishni yaxshilashni o'z ichiga oladi, chunki media savodxonligi ta'limi odamlarni tanqidiy, tahliliy va faol va mas'uliyatli iste'molchilar bo'lishlariga yordam beradi. Media savodxonligi bilimlari va ko'nikmalari shuningdek, shaxslarni potentsial zararli media, vulgar va zo'ravon kontentlardan himoya qiladi. Polarizatsiya va ta'sirlangan media muhitida (PIME) MILga taklif qilingan yondashuv raqamli paradigmaning o'zgarishini qayta o'ylashga asoslanadi. "PIME savodxonligi" atamasi yanada kengroq bo'lib, media (M) qaramligi, media manipulyatsiya ta'siri va ijtimoiy polarizatsiya ta'sirining zarurligini aniq belgilashga yordam beradi. PIME ta'limining afzalliklari va cheklovlari doimiy o'qish tizimi sifatida ko'rsatildi va PIME savodxonligini rivojlantirish uchun asosiy shartlar

ta'kidlandi. Tavsiyalar taqdim etilgan PIME kompetensiyalarining turli ta'lim sohalarida qo'llanilishini rivojlantirish uchun ko'p marta sinovdan o'tkazish taklif etilgan. Raqamli texnologiyalar so'nggi yillarda ish joyida katta ta'sir ko'rsatdi, ish jarayonlarini bog'lanadigan, tahrirlanadigan, interaktiv, dasturlanishi mumkin, kuzatiladigan, aloqa qilish va tarqatish mumkin bo'lgan qilish. Ammo bu o'zgarish ish jarayonlariga katta o'zgarishlarni keltirib chiqarmoqda. Yangi texnologiyalar deyarli har doim yangi ish jarayonlariga, ish tartiblariga, hamkorlikni tashkil etishga va shu bilan birga ma'lumotlar muhitini buzishga va ishdagi muvozanatlarni mustahkamlashga olib keladi [3].

Ushbu kitob ish joyida raqamli transformatsiya yoki raqamli o'zgarishning muvaffaqiyatli bo'lishi uchun asosiy shart sifatida ish joyidagi ma'lumotlar savodxonligini kiritishni maqsad qilib qo'yadi. Yetakchi olimlarning hissalarini o'z ichiga olgan kitob, ish joyidagi ma'lumotlar savodxonligining tashkilot operatsiyalaridagi ko'p qirrali rolini va raqamli o'zgarish jarayonidagi rolini, ish beruvchi va xodimlarning rollarini va qarashlarini hisobga olgan holda o'rganadi. Kitob, ish joyida raqamli o'zgarish davomida ma'lumotlar savodxonligini tadqiq qilishda olingan darslarni o'z ichiga oladi (masalan, atom elektr stantsiyasi, ochiq manba dasturiy ta'minot jamoasi va universitet). U metodologik va konseptual rivojlanishlarni ko'rsatadi va raqamli o'zgarish ta'sirida bo'lgan zamonaviy ish joyida ma'lumotlar savodxonligini tadqiq etish bo'yicha tadqiqotchilarga qo'llanma beradi. Kitob, zamonaviy ish joyida raqamli o'zgarishlarning ta'sirini ma'lumotmarkazli nuqtai nazardan yig'ib, tadqiqotchilarni yo'naltiradi. Fuqarolar ishtiroki zamonaviy rejalashtirishda muhim ahamiyatga ega bo'lib bormoqda, chunki jamiyatdagi murakkablik va xilma-xillik ortib bormoqda. Jamoatchilik ishtirokining potensial foydalari orasida shaffof, inklyuziv va adolatli qaror qabul qilish jarayonlarini rivojlantirish mavjud. Amerika, Evropa, Xitoy va boshqa kontekstlarda fuqarolar hokimiyati darajalari, ishtirok shakllari va metodlari, hamda samaradorlikni baholash bo'yicha o'sib borayotgan adabiyot. Biroq, an'anaviy ishtirok usullari ko'pincha faqat bir nechta vakilni tanlashni va qatnashchilarni ma'lum vaqt va joyda bo'lishni talab qilardi, bu esa inklyuzivlik va qatnashuvning moslashuvchanligi kabi ko'plab muammolarga olib kelardi. So'nggi yillarda olimlar, rejalashtiruvchilar va siyosatchilar an'anaviy ishtirok metodlarining muammolarini bartaraf etish uchun raqamli vositalarga e'tibor. Ayniqsa, ijtimoiy media fuqarolar ishtirokini qo'llab-quvvatlash uchun rejalashtirish amaliyotida tobora ko'proq ishlatilmoqda. Ularning interaktiv va ikki tomonlama xususiyatlari ularni elektron ishtirok uchun samarali vosita qiladi. Ijtimoiy media, ma'lumot berishdan tortib, fuqarolarni qaror qabul qilish jarayoniga ko'proq ta'sir ko'rsatishgacha bo'lgan turli ishtirok ehtiyojlarini



qondirish imkoniyatiga ega. Ular ishtirokchi demokratiyani amalga oshirishda, hukumat va fuqarolar o'rtasida ishonchni o'rnatishda va uzoq muddatli ijtimoiy kapitalni rivojlantirishda yordam berishi mumkin. Har xil turdagi ijtimoiy media platformalari hukumatlar tomonidan jamoatchilik fikrini olish, ma'lumot tarqatish va ulashish, hamda fuqarolar ishtirokini qo'llab-quvvatlash vositasi sifatida foydalanilgan.

Masalan, Yevropadagi ko'plab mahalliy hukumatlar siyosatni shakllantirishda fuqarolar bilan aloqa o'rnatish uchun Facebook va Twitter-dan faol foydalanmoqdalar. Xitoyda, ijtimoiy media nafaqat hukumat tomonidan yuqoridan pastga qaror qabul qilish jarayonlarini tashkil etishda foydalanilgan, balki fuqarolar va ekspertlar tomonidan rejalashtirish amaliyotlarida kollektiv harakatlarni qo'llab-quvvatlash uchun ham foydalanilgan. Biroq, ijtimoiy media texnologiyalarining cheklovlari va muammolari haqida ko'p tanqidlar mavjud. Potensial muammo shundaki, ular yangi raqamli tafovutlarni va aholi biasini yaratishi mumkin, ba'zi ijtimoiy guruhlarni, raqamli vositalarga kirish imkoni bo'lmagan yoki tanish bo'lmaganlarni chiqarib tashlaydi. Ijtimoiy medianing fikrlarning polarize bo'lishiga olib kelishi haqida ham sezilarli muhokamalar bo'lib, ma'lumotlarning ishonchliligi, maxfiylik muammolari, ijtimoiy munosabatlar ta'siri, siyosiy va ijtimoiy biaslar, va ularning notekis natijalari kabi potensial muammolar haqida gapirilgan. Ijtimoiy media bilan bog'liq potensial muammolarni hisobga olib, olimlar kengroq qatnashchilarni jalb qilish va ijtimoiy inklyuziyani rivojlantirish uchun onlayn va oflayn ishtirokni birlashtirish zarur bo'lishi mumkinligini ta'kidlaydilar [4]. Hozirgacha raqamli qo'llab-quvvatlanadigan ishtirok va qatnashuv haqida juda kam empirik dalillar mavjud. Ijtimoiy medianing an'anaviy ishtirok metodlari bilan qanday qo'shilishi va inklyuziv ishtirokni qo'llab-quvvatlash darajasi qanday ekanligini tushunishga qaratilgan tadqiqotlar kam. Shuningdek, mahalliy siyosat va institutsional kontekstlarning ijtimoiy media ishtirokiga ta'siri haqida tadqiqotlar yetishmayapti. Shu sababli, ushbu tadqiqot ijtimoiy medianing fuqarolarni qo'llab-quvvatlash va ijtimoiy inklyuziyani oshirishdagi rolini o'rganishga qaratilgan. U ikki Gollandiyalik misolni - Alkmaar shahridagi iBike Alkmaar kompaniyasi va Utrecht shahridagi Overvechtdagi transport yo'nalishlarini tiklashni o'z ichiga oladi.

Birinchi misol faqat ijtimoiy mediani fuqarolar ishtirokida foydalanadi, ikkinchisi esa an'anaviy metodlarni onlayn ishtirok vositalari bilan birlashtiradi. Ushbu ikki turli misollarni solishtirish ijtimoiy medianing rolini va onlayn va oflayn ishtirok o'rtasidagi o'zaro ta'sirni tushunishga yordam beradi.



Xulosa va takliflar. Ijtimoiy media ishtirokiga bog'liq muammolarni tushunish uchun intervyular, ma'lumotlarni qazib olish va kompyuter yordamida kontent tahlilini birlashtirgan innovatsion aralash metodlar yondashuvi ishlab chiqilgan. Fuqarolar ishtiroki zamonaviy rejalashtirish uchun muhim ahamiyatga ega bo'lib, bu komplekslik va turli manfaatlarning oshishi bilan bog'liq.

#### Adabiyotlar:

1. Федоров, А.В. Медиаобразование и медиаграмотност. Москва, 2004.
2. Мастерман, Л. Овладение медиакомпетенциями: теория и практика. Лондон, 1993.
3. Иванов, М.В., Митрофанов, И.В., Соколова, И.А. Инновационные технологии в образовании. Санкт-Петербург, 2005.
4. Вартанова, Е.Л., Засурский, Й.Н. Медиаобразование в информационном обществе. Москва, 2002.
5. Заир-Бек, С. Медиа технологии в современном образовательном процессе. Москва, 2004.
6. Федоров А.В. Медиаобразование: социологические опросы. Таганрог: Изд-во Кучма, 2007. 228 с. Федоров, 2007, 248-б.
7. Педагогическая энциклопедия : В 2 т. / Гл. ред. В. Г. Панов. — Москва : Большая Рос. энцикл., 1993-1999. Педагогическая энциклопедия, 1993, 554-б
8. Усов Ю.Н. Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников. Дисс. ... д-ра пед. наук. – М., 1989. – 355 с.
9. Федоров А.В. Анализ персонажей медиатекстов на занятиях: творческие задания // Перемена. 2007. № 3. С. 15-21. Федоров, 2001, 36-б
10. Зазнобина, Л. С. Проект стандарта медиаобразования, интегрированного в гуманитарные и естественнонаучные дисциплины начального и среднего общего образования [Текст] / Л. С. Зазнобина. - М. : Просвещение, 1999. – 40 с. Зазнобина, 1998, 34-б.