



МЕДИАГРАМОТНОСТЬ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Каримова Малика Абди-Хафизовна

Нуралиева Наргиза Бозорбоевна

Халилова Лайло Равшановна

Гулистанский государственный университет,

120100. Сырдарьинская область, город

ARTICLE INFO

Received: 30th December 2023

Accepted: 04th January 2024

Online: 05th January 2024

KEY WORDS

Медиаграмотность,
концепция, проблема,
медиаобразование, уровень,
информация, грамотность.

ABSTRACT

Статья посвящена актуальной проблеме повышения медиаграмотности во многих областях, особенно в образовании, которое играет чрезвычайно важную роль в эпоху электронных СМИ. Дается определение медиаобразования и медиаграмотности, а также их структура. Целью исследования была определена попытка оценить рост грамотности, развитие критического мышления у молодых людей и способность осмысленно воспринимать то, что они видят, слышат и читают.

Медиаграмотность - это набор навыков и способностей, которые позволяют людям анализировать, оценивать и создавать сообщения в различных типах средств массовой информации, жанрах и формах. Медиаграмотность основана на модели, которая побуждает людей задавать вопросы о том, что они смотрят, смотрят и читают.

В последние годы в нашу жизнь вошли новые электронные технологии, такие как Интернет, спутниковое телевидение, мобильные телефоны, цифровые камеры и беспроводные устройства, которые воплощают эту реальность в жизнь.

Цифровизация образования представляет собой такое явление, которое непосредственно охватывающее все сферы человека, его необходимо развивать, а также необходимо применять на практике продвинутые технологии обучения для того, чтобы быть в центре мировой цифровой системы [1, с. 5].

Хотя значительная часть развивающихся стран все еще находится за пределами этой "деревни", большинство населения мира смотрит одни и те же телепрограммы и фильмы, слушает одну и ту же музыку и посещает одни и те же веб-сайты. В мире, страдающем от переизбытка информации, активное изучение медиа-возможностей актуально как никогда.

В XXI веке учителя столкнулись с задачей повышения уровня грамотности во многих новых областях, особенно в медиаграмотности и её языке, который играет чрезвычайно важную роль в эпоху электронных СМИ, развлечений и коммуникации. Например, многие дети не могут установить пространственно-временные логические связи, представленные на экране. И не все люди способны понимать язык средств массовой информации. [2, с. 10].



Работа по повышению медиаграмотности ведётся во всём мире и имеет большое значение. Для этого вам необходимо знать структуру, которая включает в себя следующие ключевые концепции:

- Медиаграмотность
- Информационная грамотность
- Свобода самовыражения
- Библиотечная грамотность
- Компьютерная грамотность
- Интернет-грамотность
- Цифровая грамотность
- Грамотность в области кино
- Грамотность в использовании электронных игр
- Телевизионная грамотность
- Грамотность в области рекламы.

Между этими понятиями есть очевидные связи. Многие из них по-прежнему являются предметом оживлённых споров и используются по-разному в зависимости от профессионального контекста или культурной практики конкретного сообщества пользователей [3, с. 10].

До 1980-х годов критики считали повышение медиаграмотности "ненужной роскошью." К счастью, сегодня в нашем многоуровневом интерактивном информационном обществе отношение к этой проблеме изменилось. Курсы по овладению культурой использования СМИ стали неотъемлемой частью изучения литературы в учебных заведениях всех регионов. Местные органы управления образованием все больше понимают, что настоящая грамотность предполагает развитие критического мышления и способности молодых людей избирательно и разумно воспринимать то, что они видят, слышат и читают, как в аудитории, так и за его пределами учебного заведения.

Медиапедагог Дэвид Бэкингом определяет медиаобразование - как процесс изучения медиа и медиаграмотности как результат этого процесса - набора знаний и навыков, приобретаемых учащимися. Курс медиаобразования был назван идеальной учебной программой, поскольку он включает в себя самые современные достижения педагогической практики, носит междисциплинарный характер, способствует развитию критического мышления, ориентирован на учащихся и уделяет особое внимание поиску и анализу информации, а также самостоятельному изучению предмета.

Медиаобразование направлено на формирование у студентов исследовательского подхода к медиа-сообщениям, стремления к целенаправленной ориентации, авторов и целей их обращения к данной аудитории, позиции автора, степени репрезентативности высказываемых в нём взглядов, методов авторов по привлечению внимания аудитории.

Курс медиаобразования не направлен на предоставление правильных ответов, а направлен на обучение тому, как задавать правильные вопросы, чтобы расширить возможности граждан и обучающихся на протяжении всей их жизни. По окончании



курса студенты получают знания, необходимые для грамотного и критического прочтения информационных, развлекательных и рекламных материалов, публикуемых ежедневно в средствах массовой информации. Они способны использовать критическое мышление, жизненный опыт и способность задавать правильные вопросы, касающиеся продукции или сообщений в средствах массовой информации, включая видеоклипы, интернет, опубликованные в

рекламе фильмов и виртуальной рекламе на футбольных полях. Они способны анализировать содержащийся в нём материал с точки зрения того, какая информация в нём содержится, а какая отсутствует, и задаются вопросом, какие цели преследует тот или иной медиа-продукт, кто за него платит, какие ценности он отстаивает и чьим интересам служит, а также как всё это влияет на содержание.

Медиа-пространство огромно и многогранно оно включает в себя не только средства массовой информации и развлечения, такие как газеты, журналы, телевидение, кино и интернет, но и многие формы поп-культуры, такие как мода, игрушки, известные личности и т. Д. Любой, кто пытается ориентироваться в этой области, должен исходить из определенных концептуальных предпосылок при обсуждении различных сложных и взаимосвязанных факторов.

Медиаграмотность, точнее, медиа и информационная грамотность (МИГ), превратилась из модной трендовой дисциплины в вопрос первой необходимости. Теперь, с одной стороны, существует необходимость изучать эту дисциплину в различных классах (от школьных классов до университетских кафедр и корпоративных штаб-квартир). [4, с. 8]

Учителям отводится особая роль в интеграции интернет-грамотности в структуру традиционного медиаобразования в контексте постоянного прогресса современного общества в направлении объединения всех жанров медиа - Интернета, телевидения, радио, видео, CD-ROM, DVD, компьютерных игр и многих видов рекламы - в единый информационно-развлекательный комплекс с "небольшим пространством", который включает в себя: интернет, телевидение, радио, видео, CD-ROM, DVD, компьютерные игры и многие виды рекламы".

Преподаватели понимают, что молодёжь следует обучать не только основам поиска информации в Интернете, но и умению аналитически и избирательно воспринимать большие объёмы информации, которую предлагает Интернет. Однако квалификация большинства учителей не позволяет им включать уроки повышения интернет-грамотности в свою повседневную преподавательскую практику.

В настоящее время учителя могут эффективно использовать в классе высококачественные информационные и коммуникационные технологии, в том числе Интернет, для повышения качества образования. В то же время существует множество препятствий для подготовки учителей к этой работе, например, отсутствие возможностей для профессионального развития, отсутствие финансирования для академической работы в классах и недостаточная осведомленность педагогических факультетов о необходимости такой подготовки. Каждый из нас ежедневно обрабатывает, оценивает и сортирует огромные объёмы данных и различных новостей в сложной информационной и развлекательной культурной среде.



В этих условиях понятие грамотности не ограничивается традиционными рамками умения читать, писать и считать - сегодня мы говорим об информационной, изобразительной медиаграмотности.

Современные молодые люди используют высокие технологии для развлечений, учёбы, исследований, покупок и общения.

Правительства, руководители сферы образования и библиотеки признают, что понимание важности традиционных форм грамотности должно измениться. Их нельзя отодвигать на второй план, но необходимо помочь молодым людям использовать все накопленные знания для управления потоком информации, понимания и обработки полученных сообщений, создания собственных информационных продуктов.

Люди чувствуют потребность в аналитическом, вдумчивом подходе к средствам массовой информации.

Для достижения медийной и информационной грамотности в вузах и учреждениях профессионального образования разработаны программы формирования медийной и информационной грамотности в сочетании с государственными и профессиональными стандартами специальностей, а также образовательные, программные и методические документы, обеспечивающие формирование медийной и информационной грамотности студентов. Медиаграмотность также с большой скоростью включается в образовательный процесс и распространяется среди участников педагогических коллективов, обеспечивая формирование медиаграмотности и информационной грамотности учащихся.

References:

1. Каримова, М. А. Х. (2021). Дистанционное образование образование современности. *Science and Education*, 2(5), 931-935.
2. Karimova, M. (2022). ЦИФРОВИЗАЦИЯ В ОБРАЗОВАНИИ. *Science and innovation*, 1(B8), 1419-1422.
3. Каримова, М. А. Х., & Шукурова, О. (2023). ОСНОВЫ МАСТЕРСТВА ОПАТОРСКОЙ РЕЧИ. *JOURNAL OF INNOVATIONS IN SCIENTIFIC AND EDUCATIONAL RESEARCH*, 6(4), 422-425.
4. Karimova, M. (2022). DIGITALIZATION IN EDUCATION. *Science and Innovation*, 1(8), 1419-1422.
5. Khalilova, L. (2023). GRAMMATICAL GENDER IN LINGUISTICS IS A REFLECTION OF NATURAL GENDER. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 3(2), 328-331.
6. Karimova, M. (2022). DIGITALIZATION IN EDUCATION. *Science and Innovation*, 1(8), 1419-1422.
7. Khalilova, Laylo (2023). GRAMMATICAL GENDER IN LINGUISTICS IS A REFLECTION OF NATURAL GENDER. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 3 (2), 328-331
8. Xalilova, L. R. (2022). Interaction Between The Field Of Gender And Linguistics. *Development and innovations in science*, 1(1), 67-72.



9. Khalilova, L. R. (2023). LEXICAL GENDER IN WRITTEN BUSINESS ENGLISH: A CORPUS-BASED APPROACH. *GOLDEN BRAIN*, 1(4), 196-199.
10. Guliston, L. K. (2021, February). GAINING PRACTICAL COMMUNICATION SKILLS WITH INTERACTIVE METHODS FOR ESP GROUPS. In *Archive of Conferences* (Vol. 16, No. 1, pp. 7-8).
11. Xalilova, L., Turgunboeva, M., Shoxsanam, B., & Tojiev, X. (2021). Interactive Methods in English Classes. *European Scholar Journal*, 2(2), 48-50.
12. Khalilova, L. R. (2019). Interactive teaching methods at a higher education institution. *Молодой ученый*, (36), 63-64.
13. Nuraliyeva, N. (2022). Darslarda o'quvchilarning kretiv fikrlash qobiliyatlarini rivojlantirish. *Science and innovation*, 1(B8), 1423-1426.
14. Bozorboyevna, N. N. (2023). PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF TEACHERS. *Horizon: Journal of Humanity and Artificial Intelligence*, 2(4), 283-289.
15. Nuraliyeva Nargiza Bozorboyevna (2023). BOSHLANG'ICH TA'LIM O'QITUVCHILARINI O'Z USTIDA ISHLASHNING ZAMONAVIY YO'LLARI. *Science and innovation*, 2 (Special Issue 4), 262-265. doi: 10.5281/zenodo.7930683
16. Аякулов У. А. ў., & Нуралиева Н. (2022). ЎҚИТУВЧИ ШАХСИНИ КАСБИЙ АҲАМИЯТГА ЭГА БЎЛГАН ФАЗИЛАТЛАРИНИ ЎРГАНИШНИНГ ПЕДАГОГИК-ПСИХОЛОГИК ОМИЛЛАРИ. *Innovative Development in Educational Activities*, 1(6), 297-304. Retrieved from <https://openidea.uz/index.php/idea/article/view/624>
17. Махмудов Р., Эрназаров А. Ҳарбий хизматчилардаги касбий бузилишнинг (деформациянинг) сабаблари, омиллари ва унинг намоён бўлиши //Общество и инновации. – 2022. – Т. 3. – №. 2/S. – С. 30-34.
18. Nuralieva, N. B. (2022). Developing the Professional Activity of Primary Education Teachers. *International Journal of Social Science Research and Review*, 5(5), 259-264. <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v5i5.308>
19. Xalilova, L., & Xasanov, B. (2023). THE REAL PURPOSE IN GENDERED LANGUAGES. *ZAMONAVIY TARAQQIYOTDA ILM-FAN VA MADANIYATNING O'RNI*, 2(3), 19-22.
20. Ravshanovna, K. L. (2022). The Grammatical Gender of Uzbek Nouns. *Miasto Przyszłości*, 30, 286-287.