

## MULOQOTDAGI ZAMONAVIY TENDENSIYALAR- MEDIAMADANIYAT VA MEDIASAVODXONLIK

Tursunova Shohsanam Botirjon qizi

Farg'ona Davlat Universiteti

<https://doi.org/10.5281/zenodo.6625199>

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada muloqotning zamonaviy tendensiyalari va muloqot nimaligi uning shakllari mediamuloqot tushunchasining hozirgi zamondagi ahamiyati shu bilan birga mediamadaniyat va mediasavodxonlikning shakllanishida internet muloqotining medialingvistik hususiyatlari tadqiq qilingan.

**Kalit so'zlar:** media, mediamuloqot, mediamadaniyat, mediatizatsiya, media kommunikatsiya, axborot kommunikatsiya, mediamuxit, mediasavodxonlik.

Media bugungi tez rivojlanib borayotgan zamonamizda ushbu atama o'zining arzirli o'rniga egadir. Media haqiqatining mahsuloti va shu bilan birga media aloqa vositasi sifatida, odamlar orasida aloqa jarayonini amalga oshirish uchun foydalanadigan barcha vositalar, kanallar va ma'lumotlarni uzatish shakllari hisoblanib, buning asosiy vazifasi habar yetkazishdan iboratdir.

Media atamasi (lotincha "ommaviy axborot vositasi" dan, "o'rta" - vositachi degan ma'noni anglatadi) XX asrning atamasi bo'lib, u dastlab "ommaviy madaniyat" hodisasining har qanday ko'rinishini bildirish uchun kiritilgan, shuning uchun tadqiqotchilar yangi terminologiya yordamida madaniyat tarixi va nazariyasini qayta ko'rib chiqish imkoniyatiga ega bo'ldilar. ... Yangi hodisaning paydo bo'lishi zamonaviy "san'atshunoslik" ning shakllanishiga olib keldi, uning vazifalari, maqomi va ko'lami avvalgiga qaraganda ancha xilma-xil bo'lib bormoqda. Shu bilan birga, dunyoning barcha mamlakatlarida qabul qilingan yagona terminologiya mavjud emas. Qoida tariqasida nafaqat milliy ilmiy maktablar, balki turli mamlakatlarning ayrim olimlari ham "media muhit", "media-madaniyat", "media-ta'lim", "media-savodxonlik" va boshqalar kabi asosiy tushunchalar tahririning o'z versiyalarini taklif qilishadi. Media madaniyatining o'ziga xosligi uning texnik imkoniyatlari bilan belgilanadi, bu media madaniyatning ijtimoiy-madaniy funktsiyalarini shakllantiradi. Bu yuqori axborot hajmi, uzatilayotgan yengillik va ishonchli sezgirlik, bu sezuvchanlikni idrok etish, tezligi, translyatsiya va replikatsiya kengligi, ommaviy xarakter va mavjudlik. Frantsuz sotsiologi Per Budyening fikriga ko'ra, "media madaniyat" tushunchasini talqin qilishda kosmosga va har xil "kapital" ning "ramziy kapital" orqali konvertatsiya qilish uslubiga ahamiyat beriladi. Nazariyshunosning fikriga ko'ra, ommaboplik va jamoatchilik orasida obro'-e'tiborga ega bo'lgan ma'lum bir ommaviy axborot vositasi adresat va adresat o'rtasida vositachi vazifasini

bajarishi mumkin. Biz "ommaviy ishlab chiqarish" ning yaxshi moylangan mexanizmi jamoatchilik fikri va jamiyatning hayotiy pozitsiyasini shakllantirishga imkon beradigan texnologiyalar haqida gapiramiz.

Slavoj Ijekning asarlarida ommaviy axborot vositalarining asl ko'rinishini ko'rish mumkin. Uning fikriga ko'ra, odam o'zini tutib, media madaniyatiga singib ketgan, o'zi yangi ommaviy axborot vositalarining mahsuliga aylanadi. Mediatizatsiya - bu haqiqiy ob'ektni sun'iy narsaga aylantirish jarayoni: "deyarli butunlay" vositachilik qiladigan "tana protezlar yordamida ishlaydi va sun'iy ovoz bilan gapiradi".

Aytishimiz mumkinki, ommaviy axborot vositalari nafaqat ommaviy kommunikatsiyalar, balki ommaviy axborot vositalari hamdir; bu zamonaviy jamiyat uchun buni amalga oshirish qiyin bo'lgan madaniy va axborot monopoliyalari platformasi. Yuqorida aytib o'tilgan fikrlarga asoslanib, ushbu hodisaning quyidagicha ta'riflashni maqul deb topdik: "Media madaniyat - bu insoniyat tomonidan madaniy va tarixiy rivojlanish jarayonida ishlab chiqilgan, shaxsning ijtimoiy ongi va ijtimoiylashuviga hissa qo'shadigan axborot-kommunikatsiya vositalari to'plamidir". Media haqiqati bilan aloqa qilish tajribasini to'plash bilan bir vaqtda ommaviy axborot vositalarini iste'molchisi, shuningdek, M.Haydeggerning so'zlariga ko'ra, "o'z tushunchasida o'sib borayotgan keraksizlikni" tarqatishga imkon beradigan, axborot ommaviy axborot maydonini anglashning murakkabligi va to'liqligiga o'ziga bo'lgan ishonchni kuchaytiradi. M.Haydeggerning so'zlariga qo'shimcha ravishda shuni aytish mumkinki, so'ngi yillarda axborot oqimining bir necha barobar tezlashishi ijobiy ma'lumotlar bilan bir qatorda salbiy ta'sirdagi ma'lumotlarning ko'payishi mediasavodxonlik tushunchasiga zamin yaratdi. Shunday ekan mediasavodxonlik nima? Bugungi kunda buning ahamiyatliligi qaydarajada? Mediasavodxonlik tushunchasi borasida turli xil fikrlar mavjud bo'lib, AQShning Jamiyat xususidagi xalqaro entsiklopediyasida qayd etilishicha, «Mediasavodxonlik» (media literacy) inson jamiyatdagi fuqaro sifatidagi mas'uliyatini his qilgan holda faol va savodli bo'lishi, mediamatnlarni qabul qila olishi, yaratishi, tahlil eta olishi va baholashi, zamonaviy mediani ijtimoiy-madaniy va siyosiy mazmunini tushuna olishi demakdir.

Londonning Qirollik universiteti professori S.Fayrstounning fikriga ko'ra esa, mediasavodxonlik harakat bo'lib, uning asosiy vazifasi insonlarni audiovizual va bosma matnlarning madaniy ahamiyatini tushunish, yaratish va baholashga undashdan iborat.

Ingliz siyosatshunosi R.Kibey esa mediasavodxonlikni turli xil shakllarda ma'lumotlarni uzatish, ularni tahlil etish va baholash deb tushunadi. M.Guetterz esa multimediasavodxonligi

o'z ichiga multimedia hujjatlarini shakllantirishga qaratilgan tillarni bilish, axborotni qayta ishlashga qaratilgan qurilma va usullardan foydalana olish, yangi multimedia texnologiyalarini bilish va ularni baholay olish, mediamatnlarni tanqidiy qabul qilishni oladi, deydi.

Shuni aytishimiz mumkinki, mediasavodxonlik yuqorida bildirilgan fikrlar bilan birgalikda ommaviy axborot vositalari orqali uzatiladigan barcha axborotga tanqidiy qarash, ularga xolis yondoshish va har bir uzatilayotgan axborotni saralashda ongli ravishda yondashish hamdir. Bugungi mediasavodxonlik-axborotning nega va nima uchun uzatilayotganini bilish demakdir.

Mediasavodxonlikning maqsadi har bir medianing ustuvorliklari va kamchiliklarini tushungan holda ular tomonidan tarqatilayotgan axborotni saralay bilish va zarurini qabul qilish ko'nikmalarini shakllantirish bo'lsa, asosiy vazifasi insonlar tomonidan iste'mol qilinadigan har qanday axborotning manipulyativ kuchini anglagan holda undan chegaralanishdir. Shuningdek, odamlarga OAV hamda fuqarolik jurnalistika rolini tushunishga yordam berishdir.

Taniqli hind fotojurnalisti Pabak Sarkarning fikriga ko'ra, mediasavodxonlik sari tashlangan ilk qadam, bu to'g'ri savol bera olishdir. Bugungi kunda Internet orqali amalga oshirilayotgan axborot xurujlar dunyodagi har bir mamlakat milliy xavfsizligi strategiyasining bir qismiga aylandi va u kiberxavfsizlik nomini oldi. Zero, virtual va haqiqiy dunyoning qo'shilishi, aynan virtual dunyo orqali yoshlar tomonidan haqiqiy dunyoni noto'g'ri tushunilishi, turli xil salbiy kuchlar va oqimlar tomonidan bir qarashda ijobiy ko'ringan, ammo mohiyatan inson ongiga salbiy ta'sir qiluvchi axborotning tarqatilishi ko'payib borayotganligi hech kimga sir emas. Aynan jamiyat hayotiga ta'sir etuvchi mazkur salbiy jihatlarning oldini olishda aholini mediasavodli qilish zarur, degan fikrlar ko'paymoqda. Xulosa qilib aytganda mediamuloqotning aholi ongiga kirib borishi va rivojlanishida media muhitni shakllantirishda mediamadaniyat va mediasavodxonlik muhim o'rin tutadi. Ushbu atamalar hozirgi texnologik asrning ajralmas qismidir.

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:**

1. Bourdieu, P. Ramziy mahsulotlar bozori // Per Burdining sotsiologik maydoni [Elektron resurs] .- Kirish rejimi: <http://bourdieu.narod.ru>. - Kirish sanasi: 22.10.2007. Zizek, S. Kiber makon yoki mavjudotni imkonsiz izolyatsiyasi // Kino san'ati. - 1998. - № 1. - S. 123-126 Castells, M. Axborot yoshi: Iqtisodiyot, jamiyat va madaniyat / ed.
2. O.I. Shkaratan. - M., 2000. Kirillova, N.B. Media madaniyat: modernizmdan postmodernizmgacha. - M., 2005 yil.
3. ba'zi bir o'zgartirishlar bilan nashr etilgan: Ommaviy kommunikatsiya va

- ommaviy axborot vositalari nutqi: tadqiqot metodologiyasi tomon // Belgorod davlat universitetining ilmiy nashrlari. Seriya: Gumanitar fanlar. - № 2 (73). - 2010. - 11-son - S.13-21)
4. Rushkoff, D. Media virusi. Qanday qilib pop madaniyat sizning fikringizga yashirincha ta'sir qiladi. - M., 2003 yil
  5. Savchuk, V.V. Media haqiqati. Media mavzusi. Mediafilosofiya (intervyu) // Mediaphilosophy II. Intizom chegaralari
  6. McLuhan, M. Media-ni tushunish: insonning tashqi kengayishi. - M., 2003 yil.
  7. Pastuxov A.G. Ratsionallashtirilgan media amaliyoti tizimida oraliq iqtibos // Mediafalsafa V. Media haqiqatini tahlil qilish usullari / Ed. V.V. Savchuk, M.A. Stepanova. Sankt-Peterburg: Sankt-Peterburg falsafiyjamiyati nashriyoti,2010.S.43-56
  8. Nargis Qosimova Mediasavodxonlik va u nima uchun kerak? .-M.,Xurriyat Boltlar N. OAVning ABC. Moskva: Evropa, 2011. 136 b. (Siyosiy tadqiqotlar)
  9. Debrey R. Mediologiyaga kirish. Per. frantsuz tilidan B.M. Skuratov. Moskva: Praxis,2010.368b.("Jamiyatqiyofasi"seriyasi)
  10. Dobrosklonskaya T.G. Medialingvistika: ommaviy axborot vositalari tilini o'rganishga tizimli yondashuv (Zamonaviy ingliz media nutqi). M.: Flinta:Nauka,2008.264b.
  11. Kirillova N.B. Media madaniyati: zamonaviydan postmoderngacha. 2-nashr.M.:Akademikloyiha,2006.448bKuritsin V.N. Jahannam zavq. Sergey Zenkin Greatis jurnalida (biz bu so'zni qanday hal qilishni bilmaymiz) // Jurnalistika 1993-1997. Sankt-Peterburg:IvanLimbaxnashriyoti,1998.S.20-22McLuhan G. M. Ommaviy axborot vositalarini tushunish: insonning tashqi kengaytmalari. - M. : "Giperborea", "Kuchkovo maydoni", 2007. 464 b.