

IJTIMOIIY TARMOQLARDAN FOYDALANISH JARAYONIDA TALABALAR MEDIASAVODXONLIGINI SHAKLLANTIRISH MASALALARI

Muxabbat Adizova Muxitdinovna

Buxoro xalqaro universiteti mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya. Ushbu tezisda ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish jarayonida talabalar mediasavodxonligini shakllantirishning psixologik jihatlari tahlil qilinadi. Ijtimoiy tarmoqlarning talaba axborot makonidagi o'ri, mediaxabarlarini tanlash va qabul qilish xususiyatlari, ijtimoiy ta'sir, axborot manbasiga ishonch hamda ongli mediaxulq masalalari yoritiladi. Raqamli kommunikatsiya sharoitida talabaning axborot iste'molchisi sifatidagi faolligi bilan birga, axborotni tarqatuvchi subyekt sifatidagi mas'uliyatining ham ortib borayotgani asoslanadi.

Kalit so'zlar: mediasavodxonlik, ijtimoiy tarmoq, talaba, raqamli kommunikatsiya, mediaxulq, axborot tanlash, axborot manbasi, ijtimoiy ta'sir, axborotni tekshirish.

Ijtimoiy tarmoqlar zamonaviy talabaning axborot olish va muloqot qilish muhitining ajralmas qismiga aylangan. Ular orqali talaba nafaqat do'stlari va tanishlari bilan kommunikatsiyaga kirishadi, balki ta'lim, fan, madaniyat, jamiyatdagi voqealar va kasbiy faoliyatga oid turli ma'lumotlarni ham oladi. Ijtimoiy tarmoqlarning tezkorligi va axborot manbalarining ko'pligi foydalanuvchiga keng imkoniyat yaratishi bilan birga, ishonchli va ishonchsiz ma'lumotlarni farqlash, axborot oqimini boshqarish hamda qabul qilingan xabarni ongli ravishda baholash zaruratini ham kuchaytiradi. Shu sababli talabalar mediasavodxonligini shakllantirish masalasini ularning ijtimoiy tarmoqlardagi kundalik faoliyatidan ajratilgan holda ko'rib chiqish maqsadga muvofiq emas.

An'anaviy axborot vositalarida xabarni tayyorlovchi va uni qabul qiluvchi tomonlar nisbatan aniq ajratilgan bo'lsa, ijtimoiy tarmoqlarda foydalanuvchining o'zi ham axborot tarqatuvchiga aylanadi. Talaba biror xabarni o'qishi, unga munosabat bildirishi, izoh yozishi yoki bir necha soniya ichida boshqa foydalanuvchilarga ulashishi mumkin. Natijada mediasavodxonlik faqat axborotni to'g'ri qabul qilish qobiliyati emas, balki uni tarqatish oqibatlarini tushunish va o'z mediaxulqini boshqarish qobiliyatini ham qamrab oladi.

Ijtimoiy tarmoqdagi axborot oqimining o'ziga xos xususiyati shundaki, unda ilmiy, rasmiy, ommabop, reklama, ko'ngilochar va shaxsiy mazmundagi materiallar yagona axborot maydonida uchraydi. Talaba ushbu axborotlarni farqlash uchun faqat mavzuga emas, balki xabarning kelib chiqish manbasi, muallifi, e'lon qilingan vaqti,

maqsadi va daliliy asoslariga ham e'tibor qaratishi zarur. Mazkur ko'nikmalar shakllanmagan hollarda tashqi jihatdan ishonchli ko'ringan xabar mazmunan tekshirilmasdan qabul qilinishi ehtimoli ortadi.

Ijtimoiy tarmoqlarda axborotni tushunish shaxsning avvalgi bilimlari va individual ma'nolar tizimi bilan bog'liq. A.M. Jabbor psixosemantik tahlilga bag'ishlangan tadqiqotida matn mazmunini o'rganishda shaxsning subyektiv ma'nolari va mazmunni qayta tashkil etish xususiyatlarini hisobga olish zarurligini ko'rsatadi [1]. Mazkur yondashuv ijtimoiy tarmoqlardagi axborotga ham tegishlidir. Talaba xabarni tayyor ma'no sifatida qabul qilmaydi, balki o'zining mavjud bilim va tajribasi bilan bog'lab tushunadi. Demak, mediaxabarni to'g'ri tushunish uchun uning obyektiv mazmuni bilan shaxs tomonidan berilayotgan subyektiv talqinni farqlash muhimdir.

Ijtimoiy tarmoqdagi muloqot muhiti axborotga beriladigan bahoga ham ta'sir ko'rsatadi. Xabar ostidagi izohlar, boshqa foydalanuvchilarning munosabati, materialning ko'p ulashilgani yoki katta auditoriya tomonidan qo'llab-quvvatlanishi talabaning dastlabki fikrini o'zgartirishi mumkin. Ko'pchilik tomonidan ma'qullangan axborot ayrim vaziyatlarda qo'shimcha tekshiruvsiz ishonchli deb qabul qilinadi. Biroq xabarning ommaviyligi uning haqqoniyligining bevosita ko'rsatkichi emas. Shu sababli talaba ijtimoiy tasdiq bilan daliliy tasdiqni bir-biridan farqlay olishi kerak.

Tengdoshlarning fikri talabalar orasidagi mediaxulqqa sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin. Talaba o'zi uchun ahamiyatli bo'lgan guruh a'zolari ulashgan xabarlarga begona manbadan kelgan ma'lumotlarga qaraganda ko'proq ishonishi tabiiy. Ammo tanish inson yoki yaqin guruh tomonidan yuborilgan xabar ham noto'g'ri bo'lishi mumkin. Mediasavodxonlik aynan shunday vaziyatda shaxsiy ishonch bilan axborotga nisbatan daliliy ishonchni farqlash imkonini beradi.

Ijtimoiy tarmoqlardagi mediaxulqni tushuntirishda shaxsning kognitiv xususiyatlarini ham e'tibordan chetda qoldirib bo'lmaydi. A.M. Jabbor kognitiv metodlarning psixologik tadqiqotlardagi mohiyatini yoritib, bilish jarayonlarini o'rganishda shaxsning axborotni qayta ishlash usullarini hisobga olish muhimligini qayd etadi [2]. Raqamli muhitda bu holat axborotni tez yoki chuqur qayta ishlash, qo'shimcha ma'lumot izlash, muqobil qarashlarni hisobga olish va qaror qabul qilishdan oldin dalillarni qiyoslashda namoyon bo'ladi. Talabalarda mediasavodxonlikni shakllantirishda axborotni ulashishdan oldingi psixologik nazoratga alohida e'tibor berish zarur. Ijtimoiy tarmoqda bir xabarni boshqalarga yuborish juda oson bo'lgani sababli foydalanuvchi ko'pincha uning ishonchliligini tekshirishga yetarli vaqt ajratmaydi. Ayniqsa, kuchli hissiy reaksiya uyg'otgan materiallarda bu holat ko'proq kuzatilishi mumkin. Shu bois "avval tekshirish, keyin ulashish" tamoyilini talabaning barqaror media odatiga aylantirish mediasavodxonlikning amaliy ko'rsatkichlaridan biri bo'lishi lozim.

Ijtimoiy tarmoqlarda vizual axborotning kuchli ta'sirini ham hisobga olish zarur. Tasvir, infografika va videolar matnga nisbatan tezroq idrok qilinadi va foydalanuvchida kuchli taassurot qoldirishi mumkin. Biroq vizual materialning mavjudligi uning mazmuni haqiqiy ekanligini kafolatlamaydi. Tasvir boshqa voqeadan olingan, video qisqartirilgan yoki kontekstdan ajratilgan bo'lishi mumkin. Shu sababli zamonaviy mediasavodxonlik faqat yozma xabarlarni emas, balki vizual va audiovizual kontentni ham tahlil qilish qobiliyatini talab qiladi.

Talabani ijtimoiy tarmoqlardagi vaqtini va axborot iste'molini boshqara olishi ham mediasavodxonlik bilan bog'liq masalalardan biridir. Uzluksiz axborot oqimi diqqatning tez-tez almashishiga, xabarlarni yuzaki ko'rib chiqishga va murakkab mazmundagi materiallarga kamroq vaqt ajratishga olib kelishi mumkin. Mediasavodxonlikning shakllanishi shaxsning axborot miqdorini ko'paytirishidan ko'ra, zarur axborotni maqsadli tanlash va uni yetarlicha chuqur o'rganish qobiliyatini rivojlantirishni talab etadi.

Oliy ta'lim jarayonida ijtimoiy tarmoqlardan faqat mediasavodxonlikka tahdid sifatida emas, balki uni rivojlantirish imkoniyati sifatida ham foydalanish mumkin. Talabalarga real ijtimoiy tarmoq materiallarini tahlil qilish, bir xabarning dastlabki manbasini topish, bir voqeaning turli platformalardagi talqinlarini solishtirish va axborotning ishonchliligi haqida dalillarga asoslangan xulosa chiqarishga qaratilgan topshiriqlar berilishi maqsadga muvofiq. Bunday faoliyat mediasavodxonlikni nazariy tushunchadan kundalik mediaxulq ko'nikmasiga aylantirishga xizmat qiladi.

Talabalarni media kontent yaratishga jalb qilish ham samarali natija berishi mumkin. Muayyan mavzu bo'yicha qisqa axborot materiali tayyorlash jarayonida talaba manbani tanlash, ma'lumotning aniqligini tekshirish, sarlavha va mazmunning o'zaro mosligini ta'minlash hamda auditoriya oldidagi mas'uliyatini hisobga olish zaruratiga duch keladi. Shu tariqa u axborotni iste'mol qiluvchi shaxs sifatidagi talablarni axborot yaratuvchisi pozitsiyasidan ham tushunib boradi.

Demak, ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish jarayonida mediasavodxonlik talabani axborotni tanlash, tushunish va tekshirishidan tashqari, uning raqamli muhitdagi xulq-atvorini ongli boshqarishida ham namoyon bo'ladi. Talaba o'zi ko'rayotgan axborotning manbasini aniqlashi, ommaviylikni haqqoniylik bilan tenglashtirmasligi, turli pozitsiyalarni qiyoslashi va tekshirilmagan xabarni tarqatmaslik mas'uliyatini anglab yetishi zarur. Bunday sifatlarning shakllanishi uning raqamli axborot muhitidagi mustaqilligini va axborotga nisbatan mas'uliyatli munosabatini kuchaytiradi.

Xulosa. Ijtimoiy tarmoqlar talabalarning mediasavodxonligini shakllantiruvchi muhim axborot va kommunikativ muhit sifatida namoyon bo'lmoqda. Mazkur muhitda talaba bir vaqtning o'zida axborotni qabul qiluvchi, baholovchi va tarqatuvchi subyekt vazifasini bajaradi. Shu sababli mediasavodxonlikning mazmuni axborotni tushunish

bilangina chegaralanmay, uning manbasini aniqlash, ishonchliligini tekshirish, ijtimoiy ta'sirni anglash va o'z mediaxulqini nazorat qilishni ham qamrab oladi. Talabalarda ijtimoiy tarmoqlardan ongli foydalanish ko'nikmasini rivojlantirish uchun axborot manbalarini qiyoslash, birlamchi manbaga murojaat qilish, vizual kontentni tekshirish, qarama-qarshi fikrlarni tahlil qilish va xabarni ulashishdan oldin uning haqqoniyligini baholashga alohida e'tibor qaratish zarur. Mediasavodxonlikning bunday shakllanishi talabaning raqamli muhitdagi axborot faolligini cheklashga emas, aksincha, uni yanada ongli, mustaqil va mas'uliyatli faoliyatga aylantirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Jabbor A.M. Psychosemantic analysis of texts as approach of the psychological researches // “Научный форум: тенденции развития науки и общества” xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. – 2019. – B. 40–41.
2. Jabbor A.M. The essence of cognitive methods in psychological research // *International Journal on Integrated Education*. – 2020. – Vol. 3. – № 6. – P. 28–31. DOI: 10.31149/ijie.v3i6.397.
3. Hobbs R. *Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom*. – Thousand Oaks, CA: Corwin, 2011.
4. Potter W.J. *Media Literacy*. – Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2019.
5. Buckingham D. *The Media Education Manifesto*. – Cambridge: Polity Press, 2019.