МЕДИА ЖАНА МААЛЫМАТТЫК САБАТТУУЛУК

МУГАЛИМ ҮЧҮН РЕСУРСТУК КИТЕП

МЕДИА ЖАНА МААЛЫМАТТЫК САБАТТУУЛУК

МУГАЛИМ ҮЧҮН РЕСУРСТУК КИТЕП

ББК 76 Я721
М 42

Медиа жана маалыматтык сабаттуулук боюнча мугалимдерге арналган ресурстук китеп «ММКларды колдоо борбору» фонду тарабынан даярдалган, Кыргыз билим берүү академиясы менен кеңешип, макулдашылган. Кыргыз Республикасынын Билим берүү жана илим министрлиги тарабынан окутуу жараянында пайдаланууга сунушталган.
Авторлору: Иманкулов М., Усупбаева А., Текимбаева А., Данилова Н., Штурхетский С. Кожобекова Б.
Корректор: Дыйканов Б.
Дизайн: Жетигенов Ч.

М 42 Медиа жана маалыматтык сабаттуулук: мугалимдерге арналган ресурстук китеп. 3000., 2019.
ISBN 978-9967-11-656-6
Методикалык материалдар 9-11-класстарга «Адам жана Коом» сабагынан сабак берген мугалимдерине арналган. Ошондой эле, мугалимдер бул методикалык материалдарды өзүнүн сабагын пландоодо же сабактан тышкаркы сабактарда пайдалана алышат.
Бул материалдар медиадагы маалымат сабаттуулук түшүнүгүн ачып, окуучуларга (студенттерге) анын актуалдуулугун, билим берүү жараянына анын биригүү мүмкүнчүлүгүн, максаттарын жана жыйынтыктарын сүрөттөп, маалымат булактары менен тааныштырып, практикалык сабактардын мисалдарын көрсөтөт.

Бул окуу китебинин кайрадан басылуусуна Германиянын Федералдык экономикалык кызматташтык жана өнүгүү министрлиги, ошондой эле DW Академиясы жардам көрсөттү.

М4501000000-18 УДК 659
ISBN 978-9967-11-656-6 ББК 76 Я72

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

DW Akademie

ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ СМИ
ММК КОЛДОО БОРБОРУ
MEDIA SUPPORT CENTER

МУГАЛИМ ҮЧҮН РЕСУРСТУК КИТЕП
МЕДИА ЖАНА МААЛЫМАТТЫК САБАТТУУЛУК

Аннотация: Методикалык материалдар медиа жана маалыматтык сабаттуулук түшүнүгүн, анын окуучуларга актуалдуулугун, билим берүү процессине аны интеграциялоо мүмкүнчүлүгүн ачыктайт, максаттар менен натыйжаларды, тарбиялоо методдорун сүрөттөйт, окутуу маалыматтарынын булактары менен тааныштырат, практикалык сабактардын үлгүлөрүн келтирет.

Методикалык материалдар «Адам жана коом» курсунун, тарых, география, этика, информатика жана башка сабактардын окутуучуларына жана ошондой эле мектеп китепканачыларына, медиа жана маалыматтык сабаттуулук боюнча окутууну окуу процесси менен мектептин жашоосуна интеграциялоону максат кылган мектеп директорлоруна арналган. Мугалимдер бул методикалык материалдарды өз предметтери боюнча сабактарды жана класстан тышкаркы сабактарды пландоодо колдоно алышат.

Бул методикалык материалдар төмөндөгүдөй жардам көрсөтөт:

1. Медиа жана маалыматтык сабаттуулук деген эмне экенин түшүнүүгө;

2. Медиа жана маалыматтык сабаттуулук боюнча окутууну окуу процесси менен мектептин жашоосуна интеграциялоо жолун табууга;

3. Медиа жана маалыматтык сабаттуулукту түптөө жана баалоо процессин пландоого.

Бул методикалык материалдар башка өлкөлөрдүн тажрыйбаларын, ЮНЕСКО, ДойчеВелле уюмдарынын жана Украина мамлекетинин билим берүү тармагындагы документтерин пайдалануу менен даярдалды.

МАЗМУНУ

1. Киришүү — 8
2. ММС (медиа жана маалыматтык сабаттуулук) деген эмне? — 9
3. Максаттар, милдеттер жана натыйжалар — 10
4. Педагогдордун медиа жана маалыматтык жактан базалык компетенттүүлүгү — 11

I бөлүм. «Маалымат» жана «медиа» — 16
1.1. «Медиа» деген эмне? — 17
1.2. ММКнын түрлөрү — 20
1.3. Заманбап дүйнөдө ММК ролу — 23
1.4. Медиа жана аудитория: ким кимге таасир этүүдө? — 24
1.5. Маалыматтык согуштар — 30
1.6. Медиа аркылуу манипуляциялоо — 31
1.7. Фейктер — 37
1.8. Маалыматты пайдаланууда сын көз менен мамиле кылуу — 38

II бөлүм. Жаңы медиа доорунда маалыматтык стандарттар жана этика — 40
2.1 Маалыматтык стандарттар — 43
2.2 Өзүн-өзү тескөө механизмдери — 46

III бөлүм. Социалдык медиа жана Интернет — 48
3.1 Интернет деген эмне? — 49
3.2. Интернеттин тарыхы тууралуу кыскача маалымат — 50
3.3. Социалдык медиа: мүмкүнчүлүктөр жана коркунучтар — 52
3.4. Интернеттин жана социалдык тармактардын коомго тийгизген таасири — 54

IV бөлүм. Заманбап өспүрүмдүн психологиялык портрети — 56
4.1.Өспүрүмдөрдүн эс тартуу өзгөчөлүгү — 59
4.2.Эс тартуу кыйынчылыктары — 63
4.3. Медиа дүйнөсү жана өспүрүм — 66
4.3.1 Өспүрүм жана Интернет — 66
4.3.2. Компьютердик жана онлайн оюндар — 73
4.3.3 Өспүрүм жана ММК — 76
4.3.4. Өспүрүм жана гаджеттер — 78
4.4.Өспүрүм жана социалдык тармактар — 79

№1-сабак - Маалымат жана медиа 84
Маалымат деген эмне? 87
ММК деген эмне? 91
Сабакты жыйынтыктоо 105
№2-сабак - Журналистика жана медиасабаттуулук 106
Журналист деген ким? 110
Медиасабаттуулук 123
Медиабилимдүүлүк 124
Сабакты жыйынтыктоо 125
№3-сабак - Маалымат тамак катары 126
Маалыматтык «фастфуд» 133
Мемдер 136
Фейктер 141
Сабакты жыйынтыктоо 153
№4-сабак - Маалыматтын адамга болгон таасири 154
Визуалдаштырылган материалдардын түрлөрү 157
Манипуляция 173
ММКлардын пайдасы 179
Сабакты жыйынтыктоо 185
№5-сабак - Сын көз менен ой жүгүртүү 186
Чечим кабыл алуунун 5 баскычы 193
Фактылар жана пикирлер 196
Сабакты жыйынтыктоо 199
№6-сабак - ММК материалдарын сын көз менен талдоо 200
Өспүрүмдөр арасындагы кылмыштуулук 202
Сабакты жыйынтыктоо 213
№7-сабак - Менин интернеттеги мүмкүнчүлүктөрүм 225
Социалдык медиа тармактардын революциясы 229
Сабакты жыйынтыктоо 245
№8-сабак - Интернет менен гармонияда жашоо 246
Жеке маалыматтарды коргоо каражаттары жөнүндө маалымат 253
Интернет коркунучтар 256
Интернет гигиенасынын негизги эрежелери 257
Геолокация 263
Сабакты жыйынтыктоо 267
Жалпы курсту жыйынтыктоо 268
Кроссворд 269

МАЗМУНУ

МЕДИА ЖАНА МААЛЫМАТТЫК САБАТТУУЛУК ДЕГЕН ЭМНЕ?

Азыркы демократиялык коомдо медиа (коммуникация каражаттары) коомдук пикир жаратууда чоң роль ойнойт. Бүгүнкү күндө медианын негизги функциясы – атуулдарга өлкөдө жана дүйнөдө болуп жаткан окуялар туурасында маалымдоо болуп саналат. Азыркы заманда сабаттуу адам үчүн окуганды, жазганды, санаганды билүү аздык кылат. Ар кандай медиа жана башка маалымат каналдары аркылуу улам барган сайын өтө чоң маалымат агымы келүүдө. Окуучуларда өзүнүн «Мендигин» туюндуруу үчүн маалыматты табууга, ой-калчоого, сын көз караш менен карап пайдаланууга жөндөмдүүлүк жетишсиз болуп жатат. Бул үчүн **медиа жана маалыматтык сабаттуулук** билимдери зарыл.

САБАТТУУЛУК (окуп жана жаза билүү) → **КОМПЬЮТЕРДИК САБАТТУУЛУК** (компьютерде иштей билүү) → **МААЛЫМАТТЫК САБАТТУУЛУК** (компьютердик сабаттуулукка кошумча - маалыматты таап, аны иштете билүү жөндөмдүүлүгү) → **МЕДИАСАБАТТУУЛУК** (медианын ар түркүн түрлөрүндө анализдөө, баалоо жана билдирүү жарата билүү жөндөмдүүлүгү)

Биздин жашоону эми маалыматтык жана коммуникациялык технологиялардан өзүнчө бөлүп кароо мүмкүн эмес. Медиасабаттуу болуш үчүн маалыматты жана маалыматтык технологияларды пайдалана билүү жөндөмдүүлүгүнө ээ болуу керек.
Жаңы маалыматтык технологиялардын астында коммуникация процесстери да, адамдардын жүрүм-турумдары да абдан өзгөрдү. Бүгүнкү күндө ар бир адам массалык маалымат каражаттарында жана социалдык тармактарда контент жаратууга катыша алат, өзүнүн жеке билдирүүлөрүн түзүп жана аны Интернетке жайгаштыра алат. Учурда Интернет же глобалдык тармак негизги маалымат булагы болууда.

Интернетти пайдалануу менен:
- ар кандай электрондук китепканаларды, маалымдамаларды (географиялык, даректик, атайын ж.б.), сөздүктөрдү пайдаланууга мүмкүнчүлүк алууга;
- билдирүүлөрдү, документтерди, текст, фото-аудио-видео материалдарды жөнөтүүгө жана кабыл алууга, бардык жаңылыктар менен кабардар болуп турууга;
- аралыктан чет тилдерин, информатика жана башка предметтерди үйрөнүүгө;
- билим берүүчү викториналарга, олимпиадаларга, сынактарга, телеконференцияларга, илимий бирикмелерге катышууга;
- жеке сайттарды түзүүгө;
- электрондук почтаны пайдаланууга;
- компьютерге керектүү маалыматты, окутуучу программаларды ж.б. жүктөөгө болот.

«Интернет заманында» чоңойгон балдар маалыматтык мейкиндикте өзүлөрүн абдан жакшы сезишет, бирок мугалимдин жардамына муктаж болушат. Педагогдор окуучуларга маалыматты туура пайдаланууга үйрөнүүгө, медиа аркылуу өзүнүн инсандыгын туюндурууга жардам бере алышат.

Медиа жана маалыматтык сабаттуулук деген эмне?

Заманбап Интернет-технологиялар бир эле убакта медиа жана маалыматтык сабаттуулукту талап кылат. ЮНЕСКО колдонууга кошмо термин киргизди - **медиа жана маалыматтык сабаттуулук (медиа и информационная грамотность (МИГ).** Термин өз ичине кандай технологияны пайдаланганына карабай бардык коммуникациялык каражаттарды (медиа), массалык маалымат каражаттарын (пресса, радио, телевидение, кино, реклама, интернет ж.б.), маалымат берүүчүлөрдү (китепкана, архив, музей) камтыйт.

Маалыматтык сабаттуулук – бул маалыматты тандоо, түшүнүү, баалоо, пайдалануу, жаратуу, сактоо жана элестете билүү жөндөмдүүлүгү. Маалыматтык сабаттуулукту өздөштүргөн адамдар сын көз караш менен ой жүгүртө алышат, маалыматты анализдеп жана аны пайдалана алышат. Бул окуучуларга жеке, социалдык жана билим алуу максаттарына жетүүгө мүмкүнчүлүк берет.
Маалыматтык сабаттуулук түшүнүгү ар түркүн билимдер менен жөндөмдүүлүктөрдүн кеңири алкагын камтыйт:

- Маалыматка болгон муктаждыкты аныктай билүү жана тааный билүү.
- Маалымат булагын аныктай билүү.
- Маалыматты табуу жана алуу.
- Маалыматты анализдеп жана сапатын баалай билүү.
- Маалыматты тартипке келтирип, чогултуп жана сактай билүү.
- Маалыматты натыйжалуу, адискөйлүк менен абийирдүү пайдалануу.
- Жаңы идеяларды жарата билүү жана тарата билүү.

Медиасабаттуулук – бул образдарды, добуштарды жана билдирүүлөрдү кабыл алуу, анализдөө жана баалоо жөндөмдүүлүгү жана ошондой эле, медиа дүйнөдө жеке максатта компетенттүүлүк менен пикир алмаша билүү жөндөмү.
Медиасабаттуулук өз ичине төмөнкү компетенцияларды камтыйт:

- Эстетикалык жана чыгармачыл: медиаконтентти түшүнүү, жаратуу жана чечмелөө жөндөмү. Бул жөндөмдү окуучулар өз алдынча медиаконтент жаратуу менен калыптандыра алышат.
- Сүйлөшө билүү жана коммуникация: медианын жардамы менен сүйлөшө билүү жана ар түрдүү медиаролдорду өзүнө чактап көрүү, маселен керектөөчү катары да, маалымат берүүчү катары да. Окуучулар буга кызматташуу процессинде жана ар кандай практикалык тапшырмаларды аткаруу учурунда үйрөнүшөт. Пикир алмашуу билимдери аларга өз көз караштарын айта билүүгө үйрөтөт.
- Сын көз менен ой жүгүртүү жана анализ: ар кандай анализдөө каражаттарынын жардамы менен медиаформаларды жана алардын контентин түшүнүү, чечмелөө, баалоо жөндөмдүүлүгү.
- Коопсуз пайдалануу: маселелерди чече билүү жана жагымсыз жагдайлардан алыс болуу жөндөмү. Интернеттеги коопсуздук маселесин айта турган болсо, бул жерде өзүңдүн жеке жашооңду коргой билүү зарыл, зыяндуу контенттен алыс болуу жана кооптуу байланыштарды түзбөө керек.

Медиа жана маалыматтык сабаттуулук – бул медианы, массалык маалымат каражаттарын жана башка маалымат булактарын (китепкана, архив, музей) натыйжалуу пайдалана билүү жөндөмү. Ал сын көз менен ой жүгүртүү жана жарандык коомдо социалдаштыруу жана активдүү жашоо үчүн зарыл болгон өмүр бою өз алдынча билим алуу менен байланыштуу.

МАКСАТТАР, МИЛДЕТТЕР ЖАНА НАТЫЙЖАЛАР

Максат – окуучулардын коммуникация каражаттарын коопсуз пайдалана билүү жана өз пикирин билдире алуу жөндөмдүүлүгүн калыптандыруу, дүйнөгө болгон жеке көз карашын калыптандыруу, аларга өмүр бою окуп-үйрөнүү жөндөмдүүлүгүн тарбиялоого жардам берүү.

Окуучулар эмнени билүүсү зарыл:
- прессада, радио-телеберүүлөрдө, кинодо, интернетте жана башка маалымат булактарында берилген маалыматты түшүнө билүү, анализдөө, сын көз менен баалоо жана маалыматты тандай билүү.
- коммуникация каражаттарындагы ар түрдүү маалыматтардын пайда болуу себебин жана максатын аңдай билүү жана аны эске алуу менен ишенимдүү маалыматты тандап алуу;
- жалпыга белгилүү маалыматтар менен жана маалыматтык технологиялардын мүмкүнчүлүктөрү менен натыйжалуу пайдалана билүү;
- формасы жагынан ар түрдүү маалыматтык билдирүүлөрдү жарата билүү;
- массалык маалымат каражаттары менен медианын ролун баалай билүү жана алар туш болгон чакырыктарды түшүнө билүү.

9-11-класстын окуучуларынан күтүлгөн натыйжалар

- Ачык маалыматтын мазмунунун индивидке, коомго, маданияттын калыптанышына болгон таасирин түшүнөт.
- Сөз эркиндигин жоопкерчиликтүү колдонуп, анын чегин түшүнөт.
- ММКда берилген маалыматтын, чагылдырылган окуя, көрүнүштөрдүн мазмунун сын көз менен пайдаланганды билет.
- Медиа чөйрөдө жана виртуалдык чөйрөдө жоопкерчиликтүү, конструктивдүү түрдө абийир менен пикир алмаша алат жана билдирүүлөрдү жаратат, аларды массалык маалымат каражаттарында таратат.
- Виртуалдык чөйрөдө байланыш түзүүдө зыяндуу жана кемсинтүүчү мазмундардан алыс болот.
- Жоопкерчилик менен даярдалган ачык маалыматты жоопкерчиликсиз, бирөөнүн тапшырмасы менен даярдалган, бирөөнүн кызыкчылыгы бар жалган маалыматтан ажыратып тааный алат.
- Эмне үчүн жана кантип бир эле маалыматты ар кандай адамдар ар түрдүү кабыл алаарын түшүндүрө алат.

Педагогдордун медиа жана маалымат боюнча базалык компетенттүүлүгү

Коомдун жана маданияттын маалыматташуусунун глобалдык процесси билим берүү системасына жаңы милдеттерди коюуда. Бул маселени чечүүдө маалыматтык технологияларды пайдалануу маанилүү орунда турат. Бул педагогдон билимди жана жөндөмдү талап кылат, башкача айтканда, маалыматтык жана коммуникациялык технология жаатындагы компетенттүүлүк керек. Окуучунун интеллектуалдык, таанып-билүүчүлүк жана чыгармачыл потенциалын көтөрүү үчүн педагогдор өзүлөрү өнүгүшү керек.

Окуу-тарбия процессине атайын максат менен ойлонулган түрдө заманбап маалыматтык каражаттарды кошуу, өз алдынча тарбия алууга, чыгармачылыкка, азыркы медиа дүйнөдө эркин багыт алууга көмөк болот. Заманбап медиа адамдын айлана-чөйрөнү кабыл алуусунун комплекстүү каражаты болуп калды. Мультимедиалуулук, интерактивдүүлүк, моделдөө, коммуникативдүүлүк жана жигердүүлүк билим берүү багытындагы медиапродуктту жана билим берүүнүн маалыматтык технологиясын иштеп чыгууга шарт түзөт.

Заманбап маалыматтык жана коммуникациялык технологиялар окуу процессин активдештирүүгө жана индивидуалдуу болушуна өбөлгө түзөт. Медиа окутуунун мазмуну менен методуна олуттуу өзгөртүүлөрдү киргизет. Электрондук медиа материалды жакшы кабыл алууга жана эске тутуп калууга мүмкүнчүлүк берет, кеңири тарбиялык мүмкүнчүлүктөргө ээ, окуучулардын таанып-билүүчүлүккө шыктануусун калыптандырат. Электрондук медианын окуу-тарбия процессинде колдонулушунун психологиялык-педагогикалык өзгөчөлүгүн учетко алуу билим берүү системасын кайра куруу үчүн өтө маанилүү. Бул өзгөчөлүктөрдү түшүнүү жана учетко алуу заманбап педагог үчүн өз ишмердүүлүгүн маалыматтык дүйнөдөгү заманбап өзгөрүүлөргө жана заманбап балдар менен өспүрүмдөрдүн жаңы маалыматтык муктаждыктарына шайкеш жүргүзүүгө мүмкүнчүлүк берет. Ал бул чөйрөдөгү ар кандай маселелерди чечүү процессин так жана туура уюштура алат, өзүнүн жеке адискөйлүгүн жогорулатуу процессинде медианы пайдалана алат.

ПЕДАГОГДОРДУН МЕДИА ЖАНА МААЛЫМАТТЫК ЖАКТАН БАЗАЛЫК КОМПЕТЕНТТҮҮЛҮГҮ

Педагогдордун көпчүлүгү медианы көрсөтмө курал катары гана колдонуп, анын башка дидактикалык, тарбиялык мүмкүнчүлүктөрүн билишпейт. Максаттуу түрдө заманбап педагогду даярдоо абдан зарыл, анын маалыматты кабыл алуу, визуалдык образдардын вербалдык көчүрмөлөрүн чиркештирүү, маалыматтын маанилик өзгөчөлүгүн түшүнүү жана аны практикалык ишмердүүлүгүндө пайдалана билүү жөндөмдүүлүктөрүн өнүктүрүү керек. Мунун баары педагогдун маалыматтык компетенттүүлүгүн көтөрөт жана маалымат агымдарын пайдаланууда анын эркиндигин көбөйтөт.

Медиатехнология жаатындагы компетенттүүлүк – бул методика, ыкма, технологияларды иш жүзүндө өздөштүрө билүү, предметти өнүктүрүү каражаттарына ээ болуу, долбоорлой билүү жана медиа жаратуунун индивидуалдык траектория программасын ишке ашыра билүү жөндөмү болуп саналат.

Педагогдун маалыматтык компеттенттүүлүгүн калыптандыруу боюнча милдеттер төмөнкүлөр:

- медиатексттерди идентификациялоого жана интерпретациялоого үйрөтүү, медианы пайдалануунун ар кандай жолун сынап көрүүгө үйрөтүү, медиапродукт жаратууга үйрөтүү;
- медиабилдирүүлөрдүн маалыматтык мазмунун кабыл алуу, баалоо, түшүнүү жана анализдөөгө үйрөтүү;
- инсандын коммуникативдик жөндөмдүүлүктөрүн өнүктүрүү (вербалдык жана вербалдык эмес);
- сын көз менен ой жүгүртүү жана медиатексттин сапатын баалоо жөндөмдүүлүгүн өнүктүрүү;
- медиакаражаттардын, маалыматтык жана коммуникациялык технологиялардын жардамы менен чыгармачылык менен өзүн туюндуруу жөндөмдүүлүгүн өнүктүрүүгө жана анын методдоруна үйрөтүү.

Заманбап шарттарда педагогдон маалыматтык маданиятка ээ болуу талап кылынат, анын негизи болуп маалыматтык чөйрө жана анын иштөө мыйзамдары туурасындагы билим, маалымат агымында туура багыт ала билүү болуп саналат.

Окуу процессин уюштуруунун зарыл шарты болуп педагогдун заманбап мультимедиа техникаларынын мүмкүнчүлүктөрү туурасында, заманбап офистик жабдыктар туурасында билүүсү, көрсөтмө курал каражаттарын, жеке сайтын жаратуу тажрыйбасына жана методикасына ээ болуусу, өз ишмердүүлүгүндө заманбап окутуу каражаттарын туура колдоно билүүсү, электрондук презентацияларды сабакка даярдай билүүсү, Интернет тармагы берген мүмкүнчүлүктөрдүн арасынан туура багыт ала билүүсү саналат.

Дараметти өстүрө турган мыкты дидактикалык каражаттардын бири болуп мультимедиа технологиясы эсептелет. «Мультимеда» түшүнүгү өз ичине төмөнкүлөрдү камтыйт: текст, графика, мультипликация, видео жана үн. «Мультимедиа» термини эки сөздүн кошулмасынан келип чыккан: multy (латын тилинен multum – көптөгөн, көп бөлүктөрдөн турган, курама) жана media (чөйрө, каражат). Ошентип «мультимедиа» термининин сөзмө сөз котормосу - «көптөгөн чөйрө».

Салттуу билим берүү негизинен маалыматты вербалдык түрдө берүүгө негизделген. Билим берүүнүн вербалдык формасы материалды сызыктуу, абстрактуу жана болушунча майдалап берүү дегенди түшүндүрөт. Окуучуларга окуганга жана окуганды оюнда кайра жаратууга көп убакыт талап кылынат. Кемчиликтеринин арасынан дагы белгилей кетчү нерсе, так бекитилген форма жана көлөм – бардык окуучуларга баяндоонун багыты бир, деталдардын деңгээли бир, маалымат берүүнүн татаалдыгы бир.
Жалпыга маалым болгон факт – адамдын мээси негизинен визуалдык кабыл алууга багытталган, адамдар объектти карап маалыматты көз ирмемде эле алат. Мультимедианын маалыматтык каражаттары таанып билүүнүн психологиялык табиятына шайкеш маалымат бере алат – негизинен көрсөтмөлүү-образдуу формада, муну менен бирге вербалдык-логикалык форма да четте калбайт.

Билим берүүчү медиа продукттун негизги дидактикалык бирдиги болуп ауидовизуалдык образ эсептелет. Техникалык мааниден алганда бул маалымат жүктөгүчтөгү санариптешкен маалымат - экранда чагылдырылган изилденип жаткан объектинин тааныш образы. Психологиялык-педагогикалык мааниден алганда, бул – изилденип жаткан объективдүү реалдуулукту экран аркылуу тааныштырган билим берүүчү материалды жеткирүүнүн сезимтал формасы. Бул мааниден алып караганда ауидиовизуалдык образды жаратуунун негизги милдети – окуучуларга кабыл алуу жана ой жүгүртүү процессинде изилденип жаткан көрүнүштүн көз менен көрө алган образын түзүп берүү, башкача айтканда, жөнөкөй жана түшүнүктүү.

Мультимедиа – бул жөн гана визуалдык маалыматты калыптандыруунун жаңы технологиялык жолу эмес, ошондой эле ал дидактикалык позициядан алганда билимди көз менен көрө алгандай кылып сунуштоонун башка негиздерге таянган жаңы формасы.
Билим берүүчү мультимедиада төмөнкү функционалдык милдеттерди бөлүп көрсөтүүгө болот:
1. Иллюстративдик-маалыматтык (изилденүүчү тууралуу маалыматты иллюстрация аркылуу жеткирүү).
2. Когнитивдик (визуализация изилденип жаткан объектини моделдөөгө мүмкүнчүлүк берет, анын өзгөрүшүнө байкоо салууга болот).
3. Эмоционалдык-окуялык (реалдуу убакыт шартында окуучуну экрандагы окуяларды башкарууга тартат, аны эмоционалдуу жана активдүү изилдөөгө, иликтөөгө катыштырат.)
4. Интерактивдик-интеллектуалдык (программалаштырылган логика «көрсөтмөлүүлүктү» изилдөө үчүн, окуучунун таанып-билүүчүлүк ишмердүүлүгүн, кабыл алуу, материалды эске тутуу процессин башкаруу үчүн аны менен сүйлөшүү мүмкүнчүлүгүн камсыздайт).

Окутуунун өзүнчө методу катары видеометод айырмаланат, аны билим берүүгө, көзөмөлдү уюштурууга, бышыктоо, кайталоо, жалпылоого колдонсо болот. Метод маалыматты визуалдык түрдө кабылдоого негизделген.

Видеометод окуу процессин уюштурууга тактыгы, ойлонулгандыгы жана максаттуулугу менен айырмаланууга тийиш болгон чоң талаптарды коёт. Видеометодду колдонгон мугалимден изилденип жаткан маселеге окуучуларды тартуу боюнча мыкты жөндөмдүүлүк, аларды багыттай билүү, жалпылоочу жыйынтыктарды чыгара билүү, ар бирине индивидуалдуу жардам бере билүү талап кылынат.

Мультимедиалык презентацияларды пайдалануу менен сабак өтүү мектеп окуучуларын билим алууга жакшы маанай жаратууга шыктандырат, окуу материалын тез арада баяндоо менен убакытты үнөмдөөгө өбөлгө болот.
Ошентип, мультимедиа-технологияларын пайдалануу төмөнкү багыттар боюнча мүмкүн: интерактивдик доска, интерактивдик сурамжылоо системасы, ар кандай билим берүү программалары, мультимедиалык экран.

Компьютердин жардамы менен сабакты долбоорлоодо мугалим өз жөндөмдүүлүктөрүнө жараша ар кандай нерселерди жасай алат:

1. Сабактын ар кандай этабында пайдаланууга боло турган программалоо тилинин жардамы менен программалык продуктуларды жасай алат.
2. Сабакка даярданууда же өтүү учурунда даяр программалык продуктуларды (энциклопедия, окутуучу программалар) пайдалана алат.
3. PowerPoint, MicrosoftOffice пакеттеринде электрондук презентацияларын колдоно алат. Электрондук презентациялар мугалимге минималдык даярдык жана өтө көп убакыт сарптабай туруп көрсөтмө материал даярдоого мүмкүнчүлүк берет.
4. Сабакты түзүүдө маалыматтык базалар системасын пайдалана алат.
5. Ар кандай таркатма жана дидактикалык материалдарды даярдоодо Word текст редакторун пайдалана алат.
6. Компьютердик тесттерди жана диагностикалык комплекстерди пайдалана алат.

Медиатехнология жаатындагы практикалык мамиле кылууну калыптандыруу үчүн педагогдор жеке медиатексттерди түзүү тажрыйбасын өздөштүрүүсү керек, мисалы видеосъемка, компьютердик техниканын жардамы менен видеомонтаждоо, сүрөткө тартуу, элестерди сканерден өткөрүү, импорттолгон элестерди компьютерде редакциялоо, слайд презентацияларды жасоо, Интернетке материалдарды жайгаштыруу, анимация эффектилерин пайдалануу ж.б.

Предмет боюнча мугалимдердин маалыматтык технологияларды пайдаланууну мыкты өздөштүрүүсүн камсыздоо маалыматтык жана коммуникациялык технологиялар боюнча билими, өзүнүн профессионалдык ишмердүүлүгүндө жаңы технологияларды пайдалана билүү жөндөмдүүлүгү дегенди түшүндүрөт.

Мугалимдин окутуу процессинин дидактикалык жабдылышын проекциялоо жөндөмү тууралуу айтсак, аудиторияда «өнүктүрүү чөйрөсүн» түзүү максатында ар бир мугалим уюштурууга милдеттүү болгон төмөнкү мүнөздүү жагдайларды бөлүп көрсөтүүгө:

- окуучулардын өз алдынча тандоосу (тема, тапшырмалардын татаалдык деңгээли, формасы жана иштөө жолу ж.б.);
- өз алдынча окуу, ишмердүүлүк (ар кандай иштерди өз алдынча аткаруу, аны аткаруу процессинде жөндөмдүүлүктөр, түшүнүктөр жана элестетүү пайда болот);
- иштин максатын аңдап түшүнүү жана натыйжа үчүн жоопкерчилик;
- индивидуалдык кызыкчылыктарды ишке ашыруу;
- топ-топ болуп иштөө (милдеттерди бөлүштүрүү, пландоо, дискуссия, баалоо жана натыйжаларды талкуулоо);
- түшүнүктөрдү калыптандыруу жана анын негизинде өз аракеттерин уюштуруу;
- билим берүү натыйжалары талап кылган баалоо системаларын пайдалануу (портфолио, жетишкендиктер күндөлүгү, окуучунун ийгиликтер картасы ж.б.);
- педагогдун компетенттүү жүрүм-турумду көрсөтүшү.

Медиатехнология жаатындагы компетенттүүлүктү калыптандыруу жана билим берүү жараянынын дидактикалык жабдылышын долбоорлоого жөндөмү төмөнкү учурларда мүмкүн болот:

1. Педагогдун бул үчүн оң маанайдагы шыктануусу бар болсо жана ошондой эле инфраструктура жана окутууну информатизациялоонун окуу-материалдык базасы жакшыртылса.
2. Техникалык каражаттар жана программалык камсыздандыруу жаатында уюштуруу инфраструктурасын түзүүгө багытталган административдик саясат зарыл.
3. Мугалимдер жогорку окуу жайдын кафедрасындагы болгон жаңы маалыматтык технологиялар менен дидактикалык тажрыйбаларды өздөштүрсө.
4. Квалификацияны жогорулатуу курстарындагы окуулар билим берүү процессинде медиатехнологияларды пайдалануу окутуу боюнча программанын негизинде уюштурулса.

Компьютердик техниканын өнүгүшү жогоруда айтылып кеткен талаптарды аткарууда, окуу процессине жаңы технологияларды, терең дидактикалык жана методикалык талаптарды киргизүүдө кеңири мүмкүнчүлүктөрдү ачат жана аларды колдонбой коюу туура эмес болмок.
Медиатехнология жаатындагы жогорку компетенттүүлүк жана билим берүү процессинин дидактикалык жабдылышын долбоорлоо жөндөмү - педагогдун жеке өсүшүнө, чыгармачылык активдүүлүгүнө жана профессионалдык чеберчилигинин бийиктигине жеткирүүчү негизги жолдордун бири.
Билим берүү процессинде ар түрдүү мультимедианы натыйжалуу пайдаланууга тиешелүү технологиялар учурдагы окутуу системасына үстүртөн караган мүнөздө эмес, бул процесске негиздүү шайкеш түрдө сиңирилгенде гана жетишүүгө болот.

I БӨЛҮМ.
МААЛЫМАТ ЖАНА МЕДИА

1.1. «МЕДИА» ДЕГЕН ЭМНЕ?

Медиа деген эмне экенин аныктоо үчүн бир нече жол бар. Бул термин «кадимки коммуникациянын, маалыматтын, көңүл ачуу жолунун же каналдарынын бири, мисалы: гезит, радио же телевидение» дегенди түшүндүрөт. Медиа адамдар ортосунда билдирүүлөрдү алмашканда пайдаланылат, билдирүүлөр жеке өзү аркылуу, тет-а-тет эмес, медиа аркылуу берилгенде колдонулат. Бул билдирүүлөрдү алмашууда аны жиберип жаткан адам тарабынан коддолуп жана ал билдирүүнү алгандар тарабынан (аудитория) кодунан чыгарылат. Мындай билдирүүлөр медиабилдирүүлөр деп аталат.

«Медиа» деген сөз англис тилинен кирген, мааниси «массалык маалымат каражаттары» деп которулат жана телевидение, радио, гезит жана интернет деген түшүнүктөрдүн жыйындысын түшүндүрөт. Media – латын тилиндеги medium деген сөздүн көптүк түрү, ал массалык маалымат каражаттарынан тышкары, күч же башка таасир бериле турган субстанцияны түшүндүрөт. Ошондой эле бул сөз менен маалымат жүктөгүчтөрдү да аташат, мисалы магнит ленталары же дисктер. «Медиа» сөзү жакталбайт, ММК маанисинде пайдаланганда көптүк түрдө колдонулат. Биз андан ары карай турган Интернет – Кыргызстанда юридикалык жактан алганда ММК деп эсептелбейт, бирок иш жүзүндө барган сайын көптөгөн адамдардын негизги массалык маалымат жана коммуникация каражатына айланып баратат. Интернет медиага кирет.

Салттуу жана Жаңы Медиа

Медианын классификациясы:

негизги каражатынын тиби боюнча (басылма, радио, кино, телевидение, видео, компьютердик тармактар ж.б.),
кабылдоо каналдары боюнча (аудио, видео, аудиовизуалдык, белгилик – тексттик, графикалык),
пайдалануу орду боюнча (индивидуалдык, топтук, массалык, турактык, кызматтык, транспорттук ж.б.),
маалыматтын мазмуну, социалдашуу багыты боюнча (идеологиялык, саясий, нравалык-тарбиялык, таанып-билүү-билим берүүчүлүк, эстетикалык, экологиялык, экономикалык ж.б.).

МЕДИА

Негизги каражатынын түрү боюнча:

- басылма
- радио
- кино
- телевидение
- видео
- компьютердик тармактар

Кабыл алуу каналы боюнча:

- аудио
- видео
- аудиовизуалдык
- белгилик – тексттик
- графикалык

Маалыматтын мазмуну боюнча:

- идеологиялык
- саясий
- нравалык-тарбиялык
- таанып-билүү-билим берүүчүлүк
- эстетикалык
- экологиялык
- экономикалык

Пайдалануу жайы боюнча:

- индивидуалдык
- топтук
- массалык
- турактык
- кызматтык
- транспорттук

КРнын «Массалык маалымат каражаттары жөнүндө» мыйзамынан, 1-берене: «Массалык маалымат каражаттарына гезит, журнал, алардын тиркемеси, альманах, китептер, бюллетендер, туруктуу аты бар көпчүлүккө таркатылчу бир жолку басылмалар, теле-радио, кино жана видеостудиялар, мамлекеттик органдар, маалымат агенттиктери, саясий, коомдук ж.б. уюмдар, жеке адамдар тарабынан чыгарылган аудиовизуалдык жазып алуулар жана программалар кирет.»

Интернет жана тармактык басылмалар, маселен «24.kg», «Zanoza» маалымат агенттиктери, интернет-гезиттер, КРнын «ММКлар жөнүндө» мыйзамы боюнча Кыргызстанда ММК болуп эсептелбейт. Бирок, маалыматтык-жаңылыктык веб-сайттары же интернет басылмалары бар айрым юридикалык субъектилер ММК катары башка продуктуларын: журнал, гезит, бюллетендерин каттатышат.

Дүйнөдө азыркыга чейин Интернетти массалык маалымат каражаты катары эсептөө керекпи деген маселенин үстүндө талкуу жүрүп келет. Бирок бир нерсени эске алуу керек, көпчүлүк адамдарга барган сайын глобалдык тармак негизги маалымат алуучу каражатка айланган.
Айта кетчү нерсе, ММК ишмердүүлүгүн тескеген атайын мыйзамдар бардык эле чет өлкөлөрдө жок. Маселен АКШ, Канада, Улуу Британия, Голландия, Испания, Австралиянын улуттук мыйзамдарында массалык-маалыматтык укук деген сөздү так өзүнүн маанисинде таанышпайт, аларда ММК граждандык нормалар же башка мыйзамдар менен тескелет. Журналисттик ишмердүүлүккө байланыштуу беренелер ар кандай кодекс, мыйзамдарда чачыранды түрдө орун алган (Франциядагыдай).
(кенеnирээк: Комаровский В. С. Мамлекеттик кызмат жана ММК. – Воронеж. ВГУ басмасы, 2003, шилтемеси: http://www.kursach.com/biblio/0005001/0700.htm)

Кыргызстанда маалымат агенттиктеринин веб-сайтынын жана интернет басылмалардын соттук жоопкерчилиги каралган учурларда укуктун башка тармактарындагы нормалар колдонулат: граждандык, кылмыштык ж.б.

1.2. МАССАЛЫК МААЛЫМАТ КАРАЖАТТАРЫНЫН ТҮРЛӨРҮ

а) Массалык маалымат каражаттары басылма жана электрондук болуп бөлүнөт. Биринчи категорияга гезит, журнал жана башка мезгилдүү басылмалар кирет. Электрондук каражаттарга радио жана телевидение кирет.

Басылма ММКлар – бул басма станоктун жардамы менен даярдалган, маалыматты басылган тамгалык текст, сүрөт, фото, плакат, графика, схема жана башка элес-графикалык формалар түрүндө жеткирген, окурман тарабынан визуалдык негизде гана кабылданган массалык маалымат каражаты (гезит, жумалыктар, журналдар, альманах, китептер). Басылма ММКлар убактысы тардыгынан теле жаңылыктарын көрө албагандар үчүн абдан маанилүү.

Электрондук ММКлар. Радионун ММК катары артыкчылыгы маалымат берүүнүн аудиалдык формасында. Телевидениеде буга кошумча визуалдык образдар артыкчылыгы бар. Мурда басылма ММКлардын электордук ММКлардан артыкчылыгы катары мурда окулган нерсеге кайра кайтып келүү мүмкүнчүлүгү, гезит же журналдан алган маалымат туурасында эскерүүлөрдү жаңылап алуу эсептелчү. Учурда электрондук ММКлардын веб-версиялары пайда болуп, каалаган убакта теле материалды же радио программаны кайра угуп же көрүүгө, ал тургай стенограммасын да окуганга мүмкүнчүлүк пайда болду.

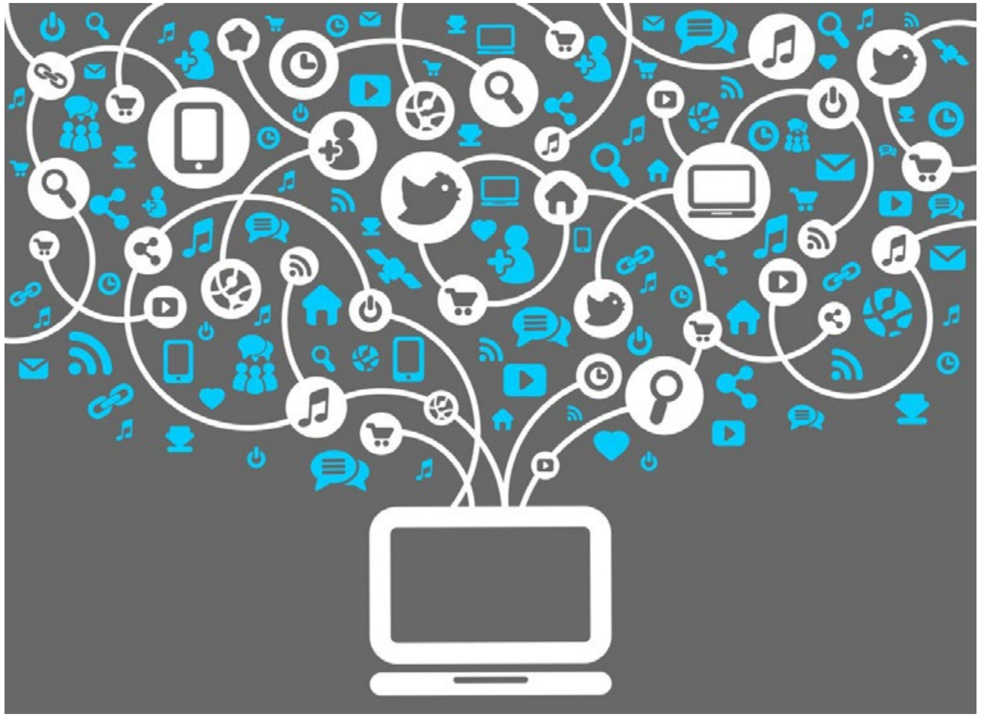
б) Тематикасы жагынан ММКлар коомдук-саясий жана атайын багыттуу болуп бөлүнөт. Коомдук-саясий ММКлар коомдун жашоосундагы маанилүү болгон бардык окуяларды чагылдырат, атайын багыттуу ММКлар өз тематикасына басым жасашат. **Атайын багыттуу ММКларга** белгилүү бир тармактык же ведомстволук ММКлар кирет. Дээрлик ар бир мамлекеттик ведомствонун азыр өзүнүн гезитин чыгарган редакциясы бар. Чакан адистиктеги ММКлар басылма медиада же интернет мейкининде көп кездешет. Кыргызстанда атайын багыттуу радио же телеканал жок. Дүйнөдө бир катар мисалдар бар, атайын багыттуу ММКлар коомдук-саясий мүнөзгө айланып кеткен. Мисалы бүткүл Россиялык мамлекеттик коомдук-патриоттук «Звезда» каналынын баштапкы негизги тематикасы аскердик тема болгон.

в) ММКлардын классификациясынын башка да түрлөрү бар:

- чыгуу мезгили боюнча: күн сайын, жума сайын, ай сайын;
- таркоо масштабы боюнча: 1. Борбордук, жалпы улуттук, республикалык; 2. облустук, регионалдык; 3. шаардык; 4. райондук; 5. айылдык; 6. ведомстволук.

Көп жылдан бери эле басылмалар колдонуудан чыгып жок болот деп айтылып келсе да, ММКнын бул түрү дагы деле өкүм сүрүп келет, жыл сайын дүйнө жүзүндө жаңы гезиттер, журналдар жана башка басма продукциялар ачылууда. Мунун түшүндүрмөсү – жогорку деңгээлдеги ишеним, жеткиликтүүлүгү, каалаган убакта маалыматка кайра кайтуу мүмкүнчүлүгү. Негизги кемчилиги – оперативдүүлүгүнүн төмөндүгү. Басылма күндө чыгарылса да болуп өткөн окуя тууарасында башка ММК түрлөрүнөн кеч кабарлайт.

Басылма, радио, телевидение салттуу массалык маалымат каражаттарына кирет. Соңку убактарда ошондой эле «жаңы медиа» да популярдуулукка ээ болуп келет.



Жаңы ММК же жаңы медиа (англ. Newmedia) — XX кылымдын аягынан баштап колдонууга кирген бул термин, интерактивдик электрондук басылмаларга жана коммуникациянын жаңы түрлөрүнө карата, аларды гезит сыяктуу салттуу медиадан айырмалаш үчүн пайда болгон. Башкача айтканда, бул термин менен санариптик, тармактык технология жана коммуникациянын өнүгүү процессин аташат. Биринчи кезекте санариптик технология туурасында сөз болуп жатат, бул тенденциялар коомдун компьютерлешүүсү менен байланыштуу, анткени 80-жылдарга чейин аналогдук маалыматтарга гана таянып келишкен.

Иллюстрация: Мичиган университетинин профессору Рассел Нойман:

«Newmedia – бул санариптик жабдыктарда дайыма жеткиликтүү болгон, колдонуучуга контент түзүүгө жана таратууга жол берген массалык маалымат каражаттарынын жаңы форматы».

Соңку 25 жылдын ичинде компьютер менен интернеттин пайда болгонуна байланыштуу медиа өтө тездик менен өзгөрүүлөргө дуушар болду. Бирок, бул жаңы медианы мүнөздөбөйт, анткени бир канча мезгилден кийин онлайн-басылмалар, санариптик телевидение салттуу медиа деп эсептелип калды. Кадимки салттуу медиа жаңы технологиялар менен жуурулушуп кетти (мисалы публикация алдындагы сүрөт-элестердин санариптик негизде кайра иштетилиши).

Интернеттин ролу newmedia калыптанышында абдан чоң, анткени ал маалымат берүү үчүн бир эле убакта текст, элес, видео жана аудиону колдонууга жол берет. Жаңы медианын идеологиясындагы негизги өзөгү – интерактивдүүлүгү. Дээрлик 30 жыл мурда жаңы медианы «керектөөчү – керектөөчүгө» түрүндөгү интерактивдүүлүктү жана керектөөчү менен маалыматтын ортосундагы интерактивдүүлүктү камсыздаган коммуникация технологиясы катары аныкташкан.

Азыр ар бир адам минималдык техникалык жабдуу менен каалаган форматтагы жеке өзүнүн медиа-басылмасын: текст же сүрөт түрүндө, аудио же видео түрүндө жарата алат. Буга ылайык жаңы медиа коомдогу коммуникация моделин жана адамдардын бири-бири менен пикир алмашуу жолун толук өзгөртүүдө. Жаңы медиа – бул жеке өзүнүн сегменттешкен рыногуна жана профессионалдарына ээ болгон толук кандуу индустрия болуп саналат, бул жерде негизги ортомчу – Интернет болуп эсептелет.

Бир катар изилдөөчүлөр бул ресурстардын ММК деп аталуу укугун таанышпайт. Мындай пикирди көптөгөн батыш адистери карманышат, бирок бул боюнча олуттуу жүйөлөрүн электрондук маркетинг тармагындагы профессионал Б.Айзенберг келтирет. Ал социалдык медианы салттуу маанидеги массалык маалымат каражаты деп таануудан баш тартуусун мындай деп түшүндүрөт: Бардык салттуу массалык маалымат каражаттарынын максаты коомчулукка социалдык маанилүү маалыматты жеткирүү болуп саналат. «Жаңы медиа», өз кезегинде адамдар арасындагы коммуникациянын гана платформасы болуп саналат. Мындан улам салттуу ММКлар биринчи орунга маалыматты коёт, башкача айтканда, мазмунга маани берилет, ал эми социалдык медианын алкагында баарлашуу, пикир алмашуу үстөмдүк кылат жана билдирүүлөрдүн мазмуну экинчи планда турат.

Буга каршы позициясын петербургдук социалдык медианы изилдөөчү М. С. Будолак билдирет. Анын жыйынтыгы боюнча, «Жаңы медиа — бул онлайн ММКнын жаңы түрү, бул жерде каалаган Интернет пайдалануучу, программалоо билимдерине ээ эмес болсо да, мезгилдүүлүк мүнөзүнө ээ болгон кеңири коомчулукка багытталган социалдык маанилүү маалыматты жаратууга, сактоого жана таркатуу процессине катыша алат». М. С. Будолак өзүнүн макаласында, салттуу ММКлардын бардык функциялары социалдык ММКларга да таандык экенин ырааты менен көрсөткөн.

Жаңы медианын өзгөчөлүгү бул – процесс технологиясы жагынан алганда азыр ар бир адам «жаңы ММК» чыгаруучу боло алгандыгында. «Масс-медианы» «бирди көпкө» тараткан инструмент катары сүрөттөгөн Вин Кросби, жаңы медианы «көптүн көп менен» коммуникациясы катары карайт.

1.3. ЗАМАНБАП ДҮЙНӨДӨГҮ ММКнын РОЛУ

Заманбап коомдун жашоосундагы ММКнын ролун ашыкча баалоого мүмкүн эмес. Дүйнөдө негизги маалымат булагы Интернетке айланган тенденция байкалганына карабай, 2013-жылы M-Vector компаниясы тарабынан жүргүзүлгөн сурамжылоонун жыйынтыгы боюнча, кыргызстандыктар үчүн негизги маалымат булагы болуп салттуу ММКлар эсептелет. «Телевидение эң популярдуу маалымат булагы бойдон калууда – тактап айтканда сурамжылоого катышкандардын - 98,1% башка ММКларга караганда ТВны тандашат. Респонденттер-дин 80% телевидениенин маалымат булагы катары маанилүүлүгүн жана ишенимдүүлүгүн белгилешет. Ошондой эле «Интернетти маанилүү жана ишенимдүү маалымат булагы катары» таануунун да деңгээли өсүүдө, 2012 жана 2013-жылдарды салыштырганда туруктуу өсүү динамикасы байкалды жана келечекте ал өсүүнүн үстүндө болот. Муну жеке интервью түрүндө жүргүзүлгөн иликтөөлөр дагы бир жолу көрсөттү» – деп айтылат иликтөөдө.

Жалпысынан Кыргызстанда массалык маалымат каражаттары профессионалдык этиканы карманышат. Бирок белгилей кетчү нерсе, айрым ММК түрлөрү, мисалы телевидение өлкөдө рентабелдүү бизнес болбогондуктан, менчик ТВ-каналдардын ачылышы, алардын ээлеринин жеке кызыкчылыктарын көздөйт деп болжоого болот. ММКнын редакциялык саясатына таасир этүү булагы болуп же ээси же реклама берүүчү болушу мүмкүн.

Медиа жана маалыматтык сабаттуулукту көтөрүү үчүн ММК ишмердүүлүгүнүн өзгөчөлүгүн билүү жана түшүнүү керек, кантип жана кимдин колунда маалымат таасир этүүнүн жана манипуляция куралына айланат? Ресурстук китепченин бул бөлүгүндө медиага байланыштуу негизги түшүнүктөрдү карайбыз жана ММКны коомдук пикирге таасир этүүнүн жана манипуляция куралы катары изилдейбиз. Ошондой эле, ММК маалыматтарын сын көз менен анализдөөгө жардам бере турган айрым маселелерге токтолобуз.

1.4 МЕДИА ЖАНА АУДИТОРИЯ: КИМ КИМГЕ ТААСИР ЭТҮҮДӨ?

Медиа жана аудиториянын ортосундагы таасир этүү эки багыттуу жүрөт: аудитория медиага таасир этет, медиа да аудиторияга таасир этет. Акыркы айтылган таасир коомдук пикир жаратуу аркылуу ишке ашат.

Заманбап технологиялар жана алардын тездик менен өнүгүүсү маалыматтын жеткиликтүүлүгүн арттырууда. Бул эми өзүнчө бир институттардын, борборлордун же уюмдардын ээлигиндеги чөйрө болбой калды. Заманбап дүйнөдө маалымат булагы ал маалыматтын болушунча кеңири пайдалануучуга тарашына кызыктар. Медиа болсо өз аудиториясын кеңейтүүгө кызыктар. Кыргызстандын мисалында алсак, бул рекламалык бюджет үчүн болгон күрөштөгү атаандаштык менен байланыштуу. Кыргызстандагы ММК институтунун заманбап өнүгүү этабынын өзгөчөлүгү – сунушталган медиа-продуктунун көптүгүн жана рыноктун чектелүүлүгү - аудиториянын чакандыгы. Салыштырмалуу алганда Кыргызстандын чакан калкына расмий түрдө катталган 1500дөн ашуун ММК туура келет. Белгилей кетчү нерсе, катталган айрым ММКлар ишмердүүлүк жүргүзбөшү мүмкүн, бирок юстиция министрлигинин реестринде турат. Айрым интернет-басылмалар ММК катары катталган эмес, иш жүзүндө алар массалык маалымат каражаттарынын функцияларын аткарып жатканы менен, мыйзам боюнча ММК деп эсептелбейт.

Кыргызстандагы медиаресурстардын абдан көптүгү алардын арасындагы чоң атаандаштыкты пайда кылат. Биринчи кезекте интернет-басылмаларынын арасында. Бул реклама рыногунун чакандыгы жана маалыматтык продукт сунуштарынын көптүгү менен байланыштуу. Коомдук телерадиокорпорациясынын генералдык директорунун маалыматы боюнча (КТРК), өлкөдөгү болгон реклама рыногунун жылдык бюджети 8-10 миллион долларга барабар.

Бул каражатты компаниялар өз бюджетине жалаң гана реклама таркатуу үчүн эмес (гезит жана интернет-басылмалардагы публикация, радио жана тв-каналдарда материалдарды чыгаруу), контент жаратууга жана сырткы реклама үчүн да пландайт. Башкача айтканда, бюджеттин чоң бөлүгү ММКларга эмес, рекламалык контенттин өндүрүүчүлөрүнө жумшалат. Маалыматтык продуктуларды керектөөчүлөрдүн анча чоң эмес рыногу, демек, реклама берүүчүлөрдүн товарларын же кызматтарынын потенциалдуу керектөөчүлөр рыногунун чакандыгы ММКлар арасында атаандаштыкка алып келет. Окурмандар менен көрүүчүлөрдү ММКлар контент менен тартышат.

Маалымат берүү формасынын жөнөкөйлөтүү тенденциясы мына ушуну менен түшүндүрүлөт: болушунча көбүрөөк көрүүчү же окурман тартуу үчүн медиа маалыматты интерпретациялоонун жаңы жол-жоболорун издөөдө. Буга бир мисал – журналистиканын ар кандай жанрларындагы көңүл ачуу форматынын кеңейтилиши, жаңылыктар да оюн-зоок форматында бериле баштады. Башка мисал: мультимедиа инструменттеринин (видео, графикалык жасалгалоо) барган сайын көп колдонула башташы (анткени чыгарылган материалды көргөндөрдүн саны көбөйөт). Азыркы учурда башында басылма катары түзүлгөндөрдүн көбү кийинчерээк өз басылмаларынын веб-версиясын ишке салып, учурда мультимедиялык контент жаратууда.

Аудитория тартуунун башка жолу да бар: адамдарды селт эттирген мазмундагы материалдарды чагылдыруу. Бул мыкаачылык менен жасалган кылмыш же жаңжал болушу мүмкүн, же көрүүлөрдүн санын, башкача айтканда веб-ресурска киргендерди көбөйтө турган каалаган котент.

Мисалы 2016-жылдын 30-августунда Кыргызстандагы КЭР элчилигинин аймагында террордук акт ишке ашкан күнү белгилүү интернет-ресурстарынын биринде жардыруу болгон жерден алынган жүрөктүн үшүн алган мазмундагы сүрөт, видео жарыяланган. Бул күнү аталган материал, популярдуулугу жагынан андан кийинки орунда турган Бишкектеги ЦУМдун жанындагы фонтандын реконструкциясы жөнүндөгү материалдан беш эсеге көп көрүлгөн.

«Бишкектеги кытай элчилигинде жардыруу болду». (30 – август, 2016-ж.) **32 684** **жолу көрүлгөн.**	**Кытай элчилигиндеги терακттан кийинки видео** **9546** **жолу көрүлгөн.**	**Омбудсмен казак чек арасындагы «ырайымсыз мамиленин» күбөсү болду** **2967** **жолу көрүлгөн.**
Конституцияга өзгөртүү киргизүү: коомдук пикир үчүн жектөө **1056** **жолу көрүлгөн.**	**Кургак учуктун дарыга туруктуу түрүн дарылоо курсу кыскартылышы мүмкүн** **458** **жолу көрүлгөн.**	**Оштогу көмөкчү мектептин директоруна кылмыш иши козголду** **297** **жолу көрүлгөн.**

Социалдык маанилүү темалар, кылмыш, секс, агрессияга байланыштуу темаларга караганда азыраак кызыгууну жаратып, көп көңүл бурулбайт. Бул ММКнын аудитория тартуу үчүн контент тандоосуна таасир тийгизет. Айрым басылмалардын редакторлору кылмыштар туурасындагы материалдардын көбөйүшүн бул сыяктуу материалдарга болгон аудиториянын кызыгуусу менен түшүндүрүшөт.

Ошентип, аудитория кайсы бир темаларга кызыгуу жаратуу менен массалык маалымат каражаттарына таасир этет. Бирок, позитивдүү таасир боюнча да мисалдар бар. Бир нече жыл мурда телекөрүүчүлөрдүн каалоолору туурасында жүргүзүлгөн сурамжылоого ылайык, кыргызстандыктар көңүл ачуучу, билим берүүчү контенттерди көбүрөөк, саясий темаларды азыраак чагылдырылышын каалашканын айтышкан. Ошондон кийин аудиториянын кызыкчылыктары боюнча контент көбүрөөк пайда боло баштаган, журналисттер экономикалык жана социалдык темаларга көбүрөөк көңүл бура башташкан.

ММК контенти ошондой эле реклама берүүчүдөн жана негиздөөчүдөн да көз каранды болушу мүмкүн. Мисалы, редакция ири реклама берүүчүлөргө ийкемдүү болушу мүмкүн. ММК менен тыгыз кызматташкан корпорациялар бизнес каражатына биргелешкен долбоорлорду ишке ашырышы мүмкүн (рубрика, ТВ-программа ж.б.). Мындай учурларда ММК демөөрчүсүнө ийкемдүүлүк көрсөтүп, журналисттер өнөктөш корпорациянын репутациясына зыян келтирген материал даярдаса, аны жарыялабай же эфирге чыгарбай коюшу толук ыктымал.

Кызыктуу факт: *Түштүк Кореяда ири реклама берүүчү болуп Samsung компаниясы эсептелет. Бул өлкөлүк журналист Субин Ким Capital ТВ-программасына (Кыргызстан - КТРК) берген интервьюсунда, Түштүк Кореядагы бир да компания Samsung компаниясынын рекламасысыз жашай албайт, бул компания жылына бул максаттарга 2 млрд. доллар сарптайт деп айткан. Эгерде бул компаниянын кадыр-баркын түшүргөн кандайдыр бир маалымат болуп калса, бул өлкөнүн ММКлары аны чагылдырбайт, анткени Samsung келишимин бузуп коюшу мүмкүн. Сөз эркиндиги өлкөдөгү коомдун демократиялашуусунун деңгээлинен көз каранды экенин көрсөткөн башка мисал. Германиядагы популярдуу TheShpiegel басылмасынын башкы редактору Матиас Штрайцтын айтымында, анын ММКсы чоң кирешени Apple компаниясы менен болгон рекламалык келишимден алат. Бирок, бул басылма аталган компаниянын Кытайдагы заводундагы жумуш шарты туурасында макала жарыялаган. Бул медиа менен бизнестин ортосундагы мамилелер коомдогу демократиянын деңгээлинен көз каранды экенинин бир мисалы. Маселен 2015-жылы сөз эркиндиги боюнча FreedomHouse аныктаган рейтингде Түштүк Корея 33-орунда туруп, жарым-жартылай эркин өлкө деп таанылган. Ал эми Германия бул рейтингде 18-орунду ээлеп, сөз эркиндиги бар өлкө катары аталган. Кыргызстан «эркин эмес пресса» деген статусу менен 67-орунда турат.*

ММКлар ошондой эле негиздөөчүлөрүнөн да абдан көз каранды. ММКнын ээси жана каржылоонун чоң бөлүгүнүн булагы болуу менен негиздөөчү контентке абдан таасир эте алат. Профессионалдык этика боюнча материалдарда редакциялык саясат негиздөөчүлөрдүн кызыкчылыктарынан көз карандысыздыгы тууралында айтылат. Россия мыйзамдарында ал тургай мындай деп айтылат: «редакция өз ишмердүүлүгүн профессионалдык өз алдынчалыктын негизинде жүргүзөт» . Иш жүзүндө айрым ММКлар коомдук пикирге таасир этүүнүн куралы катары түзүлөт. Маселен саясий максатка жетүү үчүн, бул Кыргызстанга абдан мүнөздүү, анткени ММК өлкөдө кирешелүү ишкана болуп эсептелбейт. Рыноктун чакандыгына байланыштуу ММКлар үчүн жалгыз гана рекламанын же акча төлөнгөн контенттин эсебинен жашоо мүмкүн эмес. Ал эми медианын аудиторияга катуу таасир эте алгандыгы, жеке гезит, маалыматтык веб-ресурс, ал тургай телеканал ачууга олуттуу себеп болууда.

Негиздөөчүлөрүнө жараша ММКлар мамлекеттик жана менчик болуп бөлүнөт. Мамлекеттик ММКлар бюджеттин эсебинен каржыланат жана алардын чиновниктеринен, негизинен өлкө жетекчилеринен көз карандуулугу жогору. Бул бир гана каржылоо маселеси эмес, ММК жетекчисин дайындоо менен да байланыштуу, адатта бийликке лоялдуу жетекчилер дайындалат. Мурдагы советтик өлкөлөрдө ири мамлекеттик телерадио компаниялары улуттук болуп түзүлгөн. Эми болсо улуттуктун ордуна коомдук статус келди.

Коомдук телерадиоберүү салык төлөөчүлөрдүн эсебинен каржыланат жана киреше табуу же коомдук пикирге таасир этүү максатын көздөбөйт. Анын милдети – телерадиоберүү жаатында коомдук кызмат көрсөтүү. Негизинен: тең салмактуу, объективдүү маалымат таркатуу, коомдун бардык топторунун үнүн жеткирүү ж.б.

«КООМДУК ТЕЛЕРАДИОБЕРҮҮ КОРПОРАЦИЯСЫНЫН ТАРЫХЫ (КТРК)»

1931 жыл

20-январь - РСФСР-дын почта жана телеграф боюнча элдик комиссариаты «Кыргыз радиосу» радиостанциясын ишке киргизди».

1933 жыл

Кыргыз радиосу Кыргыз АССРнин Элдик комиссарлар кеңешинин радиофикация жана радиоберүү Комитетине бөлүнгөн.

1957 жыл

Кыргыз ССРнин телевидение жана радиоберүү боюнча Мамлекеттик Комитети болуп аталган (Кыргыз ССРнин Мамтелерадиосу).

1991 жыл

21-февраль Кыргыз ССРнин Мамтелерадиосу Кыргызстан Республикасынын мамлекеттик телерадиокомпаниясы болуп кайра түзүлгөн. (МТРК).

1993 жыл

19-март - Кыргызстан Республикасынын МТРКсы Мамлекеттик Улуттук телерадио корпорациясы болуп кайра түзүлгөн,

1998 жыл

16-январында Кыргыз Республикасынын Мамлекеттик телерадио корпорациясы,

2003 жыл

25-февралында Кыргыз Республикасынын Улуттук телерадио корпорациясы,

2006 жыл

19-январында кайрадан Кыргыз Республикасынын мамлекеттик телерадио компаниясына,

2007 жыл

кайра Кыргыз Республикасынын Улуттук телерадио корпорациясы болуп түзүлгөн.

2010 жыл

Убактылуу Өкмөттүн декрети менен мамлекеттик телерадио компанияга Улуттук деген статус берилген.

2011 жыл

21-декабрында «Кыргыз Республикасынын Телерадиоберүү Корпорациясы жөнүндө» мыйзам кабыл алынган, ага ылайык корпорация улуттук статусуна ээ мамлекеттик телерадиоберүү уюму болуп саналат.

Коомдук телерадиоберүүнүн калыптануу процесси узак болгон. Номиналдык түрдө улуттук статуска ээ болгон менен, мурдагы советтик өлкөлөрдө ММКлар иштеп жаткан бийликтин саясатын пропагандалоо функциясын улантууда. Коомдук телерадиоберүү өзүнчө бир топтун кызыкчылыгын көздөбөш керек (маселен бийликтегилердин), ал бардык социалдык топтордун кызыкчылыктарын чагылдырышы керек. Мындай ММКнын классикалык үлгүсү, адатта Би-Би-Си радиоберүү корпорациясы аталат. (Улуу Британия)

BBC
RADIO

BBC
TEVEVISION CENTRE

Би-Би-Си – коомдук телевидение жана радионун классикалык үлгүсү. Мамлекеттик ишкана болуу менен (Statutorycorporation), ал салык төлөөчүлөрдүн эсебинен каржыланат – радиоприемниктер менен телевизорлорго карата милдеттүү салыктын эсебинен (Televisionlicence).

Өзүнүн көп жылдык тарыхында Би-Би-Си коомдук радиоберүү корпорациясы Улуу Британия эле эмес, анын аймагынан тыш да чындыкка дал келген, ишенимдүү массалык маалымат каражаты деген репутацияга ээ боло алды.

1.5 МААЛЫМАТТЫК СОГУШТАР

Аудитория талашы, анын пикири жана жакшы мамилесине ээ болууга болгон күрөш кадимки маалыматтык согушка айланышы мүмкүн. Бүгүнкү күндө маалыматты курал катары колдонуу согуштук куралды (массалык кыргын куралы) пайдаланганга караганда көбүрөөк кездешет. **Маалыматтык согуш (англ. Information war)** — термини эки мааниге ээ:

1. Стратегиялык деңгээлдеги кандайдыр бир саясий, экономикалык, аскердик жана башка максаттарга жетүү үчүн атайын тандалган жана даярдалган маалыматты, маалыматтык материалдарды таркатуу аркылуу каршылаш тараптагы жарандык калкка, бийликке жана (же) аскердик күчүнө таасир этүү жолу менен топтордун бири-бирине каршы аракеттениши жана мындай таасирден өз тарабын коргоо аракети. «Маалыматтык-психологиялык согуш» термини орус тилине АКШнын аскердик тармагындагы сөздүктөрдөн кирген. Бул терминдин англис тилинен котормосу («information and psychological warfare») «маалыматтык кармаш» же «маалыматтык, психологиялык согуш» деп конкреттүү расмий документтин же илимий публикациянын контекстине жараша ар кандай которулушу мүмкүн . Бул мааниде ошондой эле «психологиялык согуш» термини да колдонулат – башка мамлекеттин жарандык калкына жана (же) аскер кызматкерлерине кандайдыр бир саясий же аскердик максаттарга жетүү үчүн психологиялык жактан таасир этүү [2].

2. Маалыматтык үстөмдүк алуу үчүн каршылаш тараптын маалыматына, маалыматтык процесстерине жана маалыматтык системаларына зыян келтирүү жолу менен, ошол эле убакта өз маалыматын, маалыматтык процесстерин, маалыматтык системаларын коргоого багытталган атайын максаттуу аракеттер.

Глобалдык маалымат мейкининдеги материалдардын анализи адистердин төмөндөгүдөй деп айтуусуна жол берет, батыш өлкөлөрү жана Россия бири-бирине каршы маалыматтык согуш жарыялоодо. Мамлекет мамлекеттик медиа жана маалыматтык ресурстарын каржылоону көбөйтүүдө. Мисалы Кремлдин позициясын чет өлкөлүк аудиторияга чагылдырган RussiaToday телеканалы, «Эл аралык маалымат алмашууга Россиянын катышуусу» деген берене менен толук мамлекеттик бюджеттен каржыланат. 2015 – жылы бул максаттарга 15 млрд. рубль каралган. Айрым булактар 20 млрд. рубльдан ашуун сумма жөнүндө сөз болуп жатканын айтышкан. Расмий булактарда медиа долбоорлордун мамлекет тарабынан каржыланып жатышы маалыматтык чөйрөдө Россия Федерациясынын улуттук кызыкчылыктарын коргоо, Россия туурасында объективдүү образ жаратуу менен байланыштуу экенин айтылат.

Өз кезегинде, АКШ «Свободная Европа» жана «Голос Америки» радиостанцияларында орус тилдүү программаларынын каржылоосун көбөйттү. 2015-жылы бул үчүн 22,6 млн. доллар каралган, бул 2014-жылга салыштырмалуу 104% көп.

Маалыматтык согуштар кайсы бир деңгээлде Кыргызстанга да тиешелүү. Маалыматтын таасири дүйнөлүк процесстер менен окуяларга болгон көз караштардын калыптанышынан сезилүүдө. Айрым учурларда Кыргызстан катышпаган деле маалыматтык согуш улуттук коопсуздукка да, жеке коопсуздукка да коркунуч келтириши мүмкүн. Маселен, «Азаттык» радиосуна берген интервьюсунда Украинага согушуу үчүн барган кыргызстандык жаран мындай чечимди Украинадагы кырдаал туурасында баяндаган жаңылыктарды көргөндөн кийин кабыл алганын айткан.

1.6 МЕДИА АРКЫЛУУ МАНИПУЛИЯЦИЯЛОО

Жарандарга жана демократиялык түзүлүшкө медианын саясий манипуляция үчүн колдонулушу андан аз эмес коркунуч жаратат. **Саясий манипуляция** — бул саясий аң-сезимин жана жүрүм-турумун манипулятордун кызыкчылыгына ылайык аракеттенүүсү же аракеттенбөөсү үчүн көмүскө башкаруу, көмүскө таасир этүү аркылуу манипуляцияланып жаткандарга манипулятордун эркин таңуулоо. Адатта манипуляция деген түшүнүк терс кабылданат. Бирок бардык мезгилдерде бардык коомдо манипуляцилоо кайсы бир деңгээлде дайыма орун алып келген жана орун алууда.

Мындан ары медиа кимдир биреөнүн саясий кызыкчылыгында колдонулган учурдагы манипуляциянын жол-жоболорун карайбыз. Айрым учурларда коомдун аң-сезимин манипуляциялоо бул же тигил ММКнын негизги функциясы болушу мүмкүн. Коомду башкаруунун жолу катары манипуляция анын субъектиси үчүн башка күч же экономикалык методдорго караганда артыкчылыкка ээ. Манипуляциялоо башкарылып жаткандар үчүн көмүскө жүргүзүлөт, түздөн-түз курмандыктарга же кан төгүүгө алып келбейт, биреөнү сатып алууга же көп сандаган саясий каршылаштарын тынчытууга зарыл болгондой чоң материалдык чыгымды талап кылбайт. ММК саясий манипуляциянын негизги куралы болушу мүмкүн, анткени массанын аң-сезимине таасир эте ала турган өтө бай, дээрлик чексиз ресурстарга ээ.

Саясий манипуляциянын негизи болуп ММКлар жараткан көркөм реалдуулук болуп саналат. Мисалы СССР мезгилинде ММКлар партия бийлигин пропагандалоонун куралы болгон, алар өз барактарында же экрандарында чыныгы иш жүзүндөгү кырдаалдан алда канча айырмаланган "реалдуулукту" жаратышкан. Заманбап дүйнөдө медиа образдарында «альтернативдүү реалдуулук» чыныгы реалдуулукту өзгөртүшү мүмкүн. Мисалы атаандаштар тарабынан жасалган буйрутма материал ишкердик субъект үчүн олуттуу көйгөйлөрдү жаратып, анын ишмердүүлүгүнүн токтошуна да алып келиши ыктымал.

Маалымат барган сайын жеткиликтүү болуп баратканы менен ММК өз аудиториясына жеткирүү керек болгон маалыматтарды тандап алат. Массалык маалымат каражаттарында талкуулоо бул же тигил окуянын приоритетин аныктайт. Мисалы, бийликке ыктаган ММКлар адатта бийликке каршы акцияларга көңүл бурушпайт, же аларга карата коомдун терс пикири жаралгандай кылып чагылдырышат.

Бир же эки ММКны гана негизги маалымат булагы катары пайдалануу, аудитория дүйнөнүн ММКлар тандаган картиналар аркылуу көрүп калышына алып келет. Миллиондогон окуялар болуп жатса да, окурмандын же көрүүчүнүн көңүл чордонуна ММК чагылдыруу үчүн тандап алган гана окуялар же алардын интерпретациясы тартууланат.

Маалыматты тандоодон өткөрүү фактору менен катар, ММКлардын манипулятивдик күчүнүн андан кем эмес маанилүү булагы – СӨЗ бар. Ар кандай сөз айкаштарын колдонуу менен бир адам экинчи адамдын айланадагы чындыкты кабыл алуусуна таасир этиши мүмкүн. Мисалы батыш прессасы «2017-жылдын апрель айынын башында Асад Хан-Шейхунда химиялык курал пайдаланды» деп жазса, россиялык ММКлар «Асаддын авиация күчтөрүнүн соккусу астында оппозициянын химиялык курал сакталган кампалары талкаланды» деп жазышты.

Фактыларды интерпретациялоо тигил же бул окуяны же процессти кандай сөз менен атоого байланыштуу болушу мүмкүн: бирөөлөр «жумушсуздук» деп айтса, айрымдар «толук эмес иш менен камсыз болуу» деп айтат. Ошондуктан фактынын өзүн көрө билүү маанилүү, башкача айтканда, болгон окуяны аңдап, аны бирөөлөрдүн пикирлеринен ажыратып, фактынын интерперетациясын тааный билүү зарыл.

Факт (лат.Factum — болгон окуя, нерсе) — билдирүү, далилдөө формасындагы чын-бышыгы такталган билим.

Пикир — толук объективдүүлүгүн тактоо мүмкүн болбогон, фактылардын интерпретациясына жана аларга карата эмоционалдык мамилеге негизделген ой-пикир, көз караш же билдирүү.

Факт – бул чындыгын далилдөөгө муктаждык жок болгон нерсе же анын чындыгы жалпыга маалым, же болбосо чындыгын текшерүү абдан оңой. Ошондуктан фактка келгенде биздин аң-сезим аны түшүнүү же чын-бышыгын текшерүү үчүн көп кыйналбайт, эч кандай сын-пикирсиз дароо кабыл алат. Белгилүү бир сандагы фактылардын арасына кокустан пикир аралашып кетсе, ал азыраак сын-пикир менен кабылданып кетээри аныкталган.

Мисалы: *Азыр эртең мененки убак, силер жаңы материалды изилдеп жатасыңар, материал – медиа жана маалыматтык сабаттуулук боюнча ресурстук китепче. Бул билимдерсиз силер туура чечим кабыл ала албайсыңар.*

Башында айтылган эч кандай күмөн жаратпаган үч сүйлөмдөн кийин төртүнчүсү кадыресе чындык катары эле кабыл алынып кетет, эгер ал өз алдынча же башка ага окшогон пикирлер менен чогуу айтылса андай кабылданмак эмес. Бирок чындыгында төртүнчү пикир кынтыксыз чындык эмес.

ММКлардын манипулятивдик мүмкүнчүлүктөрү фактыларды интерпретациялоо жана аларды комментарийлөө зарылдыгы менен да

байланыштуу. Бул жерде бардыгын журналисттин социалдык жоопкерчилигинин деңгээли чечет: ал фактыларга кандай контекст берет, кандай сөздөр менен сүрөттөйт, эмнени баса белгилейт, эмнени айтпай коёт жана кандай баа берет. Бул жерде жек көрүү же душмандык тил менен баяндоо да манипуляция куралы болушу мүмкүн. Окуя кандай сөздөр менен сүрөттөлөт, ага кандай баа берилет, көрүүчүдө же окурманда ошого жараша эмоция пайда болот («душмандык тил» туурасында кененирээк «Маалыматтын адамга болгон таасири» деген 4-сабактагы окуу тексттеринде айтылат).

ММКлар пайдаланган саясий манипуляциянын амалдары

Социалдык мифтерди жокко чыгаруу үчүн манипуляциялоо технологиялары адамдардын аң-сезимине таасир этүү методдорунун бай арсеналын колдоно алат. ММКлар манипуляциялоону ишке ашырып келген негизги методдордун бири бул маалымат, тактап айтканда маалыматты башкаруу.

МААЛЫМАТТЫ:

- жасалмалап, чындык катары берүүгө;	- толук эмес, бир тараптуу берүү аркылуу бурмалоого;	- редакциялап, өз пикирин, комментарийлерин кошууга;	- манипуляторго пайдалуу кылып интерпретациялоо-го;	- маанилүү деталдарын катып, жашырып коюуга болот.

МЫНДАН ТЫШКАРЫ ММКлардын:

- фактыларга өз позициясына ылайык тандоо менен мамиле кылууга;	- материалга анын мазмунуна дал келбеген баш сөз берүүгө;	- кимдир-бирөөлөрдү айтпаган билдирүүлөрүн айтты деп коюуга;	- чындыкка дал келген маалыматты ал актуал-дуулугун жоготкон учурда чагылдырууга;	- так эмес цитаталарды келтирип, фразанын же билдирүүлөрдүн контексттен үзүп алганда башка маанини, ал тургай карама-каршы маанини берип калган бөлүктөрүн колдонууга мүмкүнчүлүктөрү бар.

Көрүнүп тургандай, ММКлардын манипулятивдик арсеналы абдан кенен: бир фактыны жашырып, экинчисин ашыкча көбүртүү менен чыныгы жагдайды атайылап бурмалоо, жалган билдирүүлөрдү жарыялоо, визуалдык каражаттар жана сөз образдары менен аудиториянын терс пикирин жаратуу ж.б. Бул амалдардын баары мазмуну жана таасир этүү күчү менен айырмаланышат, бирок алардын баарын бир нерсе бириктирип турат: алардын бардыгы аудиториянын белгилүү бир эмоционалдык маанайын, психологиялык көрсөтмөлөрүн жаратууга багытталган. Алардын таасири туурасында төмөндө сөз кылабыз.

Дж. Браундун "Таасир этүү техникасы: пропагандадан мээни бурмалоого чейин" деген китебинде айтылат, манипуляциянын фундаменталдык механизми суггестия болуп саналат, б.а. бирөөлөрдүн конкреттүү бир пикирин ага кандайдыр бир логикалык негиз сунуштабай туруп өзгөртүү аракети, муну менен бирге андай логикалык негиз чынында бар же жок экени маанилүү эмес. Автор ошондой эле суггестиянын бир нече спецификалык амалдарын бөлүп көрсөткөн:

А) СТЕРЕОТИПТЕРДИ КОЛДОНУУ. Стереотип деп кандайдыр бир социалдык объектти адамдардын жеңилдетилген схемалаштырылган түрдө кабылдоосу. (термин социалдык психологияга америкалык публицист У. Липпман тарабынан киргизилген). Адамдарды белгилүү бир «социалдык типтерге» таандык кылуу кадыресе көрүнүштөй эле туюлат. Мезгилдин өтүшү менен бул картина адамдын аң-сезиминде катып, аны текшерүү муктаждыгы жоголот. Ошондуктан ММКлар "негр", "еврей", "коммунист", "капиталист" "жаңы орус" деген сыяктуу түшүнүктөрдү пайдаланганда, алар белгилүү бир адамды айткан жери жок, алар ошол массанын аң-сезиминде бул түшүнүккө байланыштуу калыптанып калган жана ага карата адамдардын белгилүү бир реакциясы калыптанып калган образды айтып жатышат.

Б) АТТЫ АЛМАШТЫРУУ ЖЕ ЯРЛЫКТАРДЫ ТАГУУ. Саясий тилдин жигердүү куралдарынын бири болуп манипулятивдик терминдер же саясий каршылаштарына тагылган "ярлыктар" эсептелет. Алар белгилүү бир максатта ойлоп табылат жана колдонууга киргизилет. Мунун кооптуулугу ММКлардын жардамы менен алар көпчүлүккө кеңири тарап, адатка айланып, күнүмдүк сөздөргө айланып, айрым учурларда башка азыраак агрессия маанисиндеги окшош сөздөрдү колдонуудан сүрүп чыгып көпкө жашагандыгында. Буга бир катар мисалдарды келтирүүгө болот.

«Кызыл-күрөңдөр». Бул термин «демократтар» менен КПСС ортосундагы айыгышкан күрөш мезгилинде пайда болгон. Терминди түзүүчүлөрдүн максаты белгилүү: коммунизм менен фашизмдин ортосунда бирдей деген белги коюу, КПССти каралоо. Ошол мезгил үчүн бул абдан орой угулган, бирок бул терминди көп пайдалануу өз ишин кылды: адамдар «кызыл» жана «күрөң» бирдей эле деп кабылдап калышты

- **«Кавказ түспөлүндөгү адамдар»** – журналисттер тарабынан ойлоп табылган термин. Кеңири тараган «кавказдар» деген терминге караганда бул жаңы термин кандайдыр бир расмий мүнөзгө ээ, юридикалык тарап, жеке адамдар деген сыяктуу. Бирок бул сырткы көрүнүшү гана, анткени расмий термин ачык сабатсыз болушу мүмкүн эмес. Кавказ деген улут жок, мисалы славян улуту жок болгон сыяктуу эле. Бул термин абдан орой, жок кылгыч мүнөзүнө ээ, бирок аны «жалган расмий» формасы сактап келет.

- «Жамандык империясы». Бул терминди кеңири колдонууга «кансыз согуш» күч алып турган мезгилде Р. Рейган киргизген. Ал СССРди аюулардын жана «кан ичкич коммунисттердин» өлкөсү катары көрсөтүү менен америкалыктарды коркутуу максатына жетти. СССР эчак жок болгонуна карабай бул термин жашап келет. Эми болсо жергиликтүү антикоммунисттер мезгил-мезгили менен бул терминди колдонуп жүрүшөт.

- «Үй-бүлө». Бул термин журналисттердин аркасында колдонууга жакында киргизилди. Бул термин президенттин жакын санаалаштарынан турган чакан топту түшүндүрөт. Бул түшүнүктүн массанын аң-сезиминде бекемделиши ММК «үй-бүлөгө» тиешелүү деп атагандарга эч кандай шанс калтырбайт. Белгилүү болгондой, «үй-бүлө» деп Италиядагы мафиоздук кландарды аташат. Сансыз «боевиктердин» жардамы менен бул терминдин мааниси публикага көптөн бери жакшы белгилүү. Президенттин айланасындагыларды «үй-бүлө» деп атоо менен журналисттер көмүскө түрдө аларды чакан топтун кызыкчылыгына жараша мамлекетти башкарган мафиоздук кландарга теңешет. Бул терминди ойлоп тапкандарга жана аны жайылткандарга баа берүү керек – термин чынында өтө кубаттуу идеологиялык күчкө ээ. Манипулятивдик терминдер менен "ярлыктар" массалык аң-сезимди психологиялык программалаштыруунун бир амалы болуп саналат. Алар массалык стереотиптерди калыптандыруунун бир жолу жана аларга каршы туруу өтө кыйын. Абдан жөнөкөй бирок натыйжалуу амал, анын кооптуулугу да мына ушунда.

В) МААЛЫМАТТЫ КАЙТАЛОО. 30 мүнөттөн кийин аудитория маалыматтын 60% гана эстеп калары айтылат. Күндүн аягында анын 40% гана эсте калат, ал эми жуманын аягында 10%. Натыйжада 10 күндөн кийин маселе өзүнөн өзү жоголот, эгер ал жаңы фактылар менен же кайталоо менен жаңыланып турбаса. Эгер билдирүүнү тездик менен кайталап турса, ал өз убагында аудитория тарабынан кабыл алынып, массанын аң-сезиминде орноп калат. «Кайталоо» техникасынын варианттары лозунгдар, чакырыктар, маселен "Бардыгы үчүн бирдей укуктар", "Эл жана партия бирдиктүү" ж.б. сыяктуу. Көп учурда эч кандай мааниси жок мындай фразалар саясатта жана рекламада чоң роль ойнойт. Айрыкча ММКлар жаңылыктарда кайталоону көп колдонушат, улам кийинки чыгарылышта маанилүү жаңылыктар, репортаждар же тексттик маалыматтар эч кандай өзгөрүүсүз кайталанат.

Г) ЫРАСТОО. Бул амалдын өзгөчөлүгү мында, көп учурда ММКлар талаш-талкуунун ордуна жалаңкат ырастоолорду туура көрүшөт, муну менен бирге пикирлердин плюрализми жана медалдын өзүлөрүнө пайдалуу гана тарабын гана сунуштоо менен чектелишет.

Д) РИТОРИКАЛЫК СУРООЛОРДУ КОЮУ ЖАНА УШАК ТАРАТУУ. Коомдук пикирдин негизги коштоочусу болуу менен ММКлар саясий процесстин башка субъектилеринен өзгөчө түрдө коомдун бул же тигил маалыматка болгон муктаждыгын, бул теманын аудиториянын конкреттүү сегментине маанилүүлүгүн сезе алышат. Ошондуктан ММКларды ушак таратуучу расмий булак деп аташканы бекеринен эмес. Муну менен адаттан тыш эч нерсе болбогондой туюлат. ММК болгону аудиторияга жоопсуз калган суроо таштап жатат, бирок көрүүчүнү же окурманды эрксиз ой жүгүртүп, андан ары «ташталган» идеяны пропагандистке керек болгон багытта өнүктүрүүгө түрткү кылган белгилүү бир контекст берет. Ушундай жол менен ушактар коомдук пикирдин жаралышына чоң салым кошот. Көп учурда шайлоо алдындагы кампанияларда оппоненттер туурасындагы терс маалыматтар ушундай деңгээлде таркатылат. " Яковлев криминалдык авторитет эмеспи?" же "Чынында эле Кириенко сайентологдор сектасынын мүчөсүбү?" ж.б. Мындай риторикалык суроолордун натыйжасында массалык аң-сезимде саясатчы туурасында терс пикир орноп, ал анын репутациясын биротоло бузушу мүмкүн.

Е) ЖАРЫМ ЧЫНДЫК – ММКлар тарабынан аудиториянын ишенимине кирүү үчүн окуянын майда-чүйдө, анча маанилүү эмес деталдарын кенен объективдүү сүрөттөп, ал эми маанилүү фактыларын жашырып коюу амалы, же окуянын жалган интерпретациясы (массанын маанайына жараша).

Ж) ММК тарабынан барган сайын кеңири жана адискөйлүк менен колдонулуп бараткан **«образдан кийин»** техникасы. Эгер «Иванов гана» деп жазылган чоң ак баракты элестетсек, дароо суроо туулат: "Эмне Иванов гана? Эмне үчүн?" Түйшүктөнгөн мээ бул суроолорго жооп таба албайт, бирок «образдан кийин» Иванов мээде көпкө сакталып, индивиддин жүрүм-турумуна таасирин тийгизе баштайт. Адам «ой жорууларын» баштайт, ойлоп таап, анын ою боюнча Иванов менен байланыштуу болгон ыктымалдуу окуя чынжырын түзөт. Телевизиондук роликтерде плёнканы үзүү же бир нече секунддук же бир нече апталык тыныгуу аркылуу мындай натыйжага жетүүгө болот, акырында азапка түшкөн индивидке «чындык ачылат»: көрсө «Иванов, бир гана Иванов Россия президенттигине татыктуу».

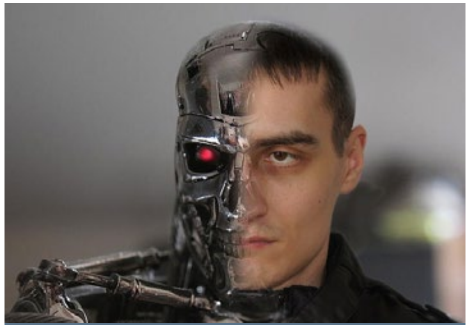
З) КЕЛЕКЕЛӨӨ ММКда көп колдонулган жана иликтөөгө кызыктуу метод, массанын аң-сезимине маалыматтык-психологиялык таасир этүү методу. Анын маңызы конкреттүү адамдарды же ар кандай уюм, бирикмелердин пикир, көз караштарын, идеяларын, программаларын шылдыңдоодо жатат. Бул амалдын эффектиси айрым бир билдирүүлөрдү, адамдардын жүрүм-турум элементтерин шылдыңдоодо тамашалуу, олуттуу эмес мамиле коштолот, кийин бул анын башка билдирүүлөрүнө, көз караштарына да тараганына негизделет. Жыйынтыгында бул ал адамга «олуттуу эмес, компетентсиз адамдын» имиджин жаратып, анын сунуштарына, идеяларына көңүл бурулбай калат.

«Келекелөө» методунун жогорку эффективдүүлүгү көп туюлбаган психикалык көрүнүштөр чөйрөсүнө болгон таасири менен байланыштуу, анткени бул адамдын психологиялык коргонуу аракеттерин төмөндөтөт. Ачык сын жана негативдүү таасир этүү учурунда алар психологиялык барьерлер менен тосулат, бирок таасир этүү юмор формасында болгондо адамдын коргонуу реакциясын кескин төмөндөтөт. Ошондой эле бул методдун жаштар аудиториясында абдан таасирдүү экенин белгилеп коюу керек. Шайлоо кампаниясы учурунда жаштардын саясий кырдаалга болгон кызыгуусу артат. Бирок, окууну, ишти, эс алууну кошо ала жүрүү зарылдыгынан улам алардын саясий кырдаалды терең изилдеп, олуттуу анализдөөгө убактылары жетпейт. Ошондуктан көп учурларда бул пайдалуу нерсе менен жагымдуу нерсени айкалыштыруу жолу менен чечилет. Ошондуктан эгер саясий маалымат тамаша же жаңжал формасында берилсе, анын жаштар тарабынан кабылданышынын натыйжасы кескин жогорулайт.

1.7. ФЕЙКТЕР

Салттуу жана жаңы медиа тууурасында кайрадан сөз кылсак, азыркы учурда жаңы медиада мүмкүн болгон ар бир адамдын маалымдоо каналына айлана алуу мүмкүнчүлүгү, көп сандаган фейктердин пайда болушуна алып келгенин белгилеп кетүү керек.

Бүгүнкү күндө кимди жана эмнени «фейк» деп аташат: Фэйк (англ. «fake - «жасалма, фальш») кеңири маанисинде - «жасалма»



Фотошопто жасалган сүрөттү, атайын бурмалоо максатында монтаждалган видеороликти. Мисалы, иллюстрацияланып жаткан видео бир нече жыл мурда аскердик операция учурунда тартылган, аны болсо азыр болуп жаткан окуянын күбөсү катары көрсөтүү.

Бардыгы эле чын-бышыгын ажырата албаган жалган жаңылыктар (мурда «гезит өрдөктөрү» (газетные утки») деп аталгандар азыр «төгүндүлөр»(«вбросы») деп аталат).

Башкалардын атынан ачылган социалдык баракчалар (адатта атактуу адамдардын атынан). Фейктерди түзүү максаттары:

Фейктерди түзүү максаттары:

а) негизги максаттардын бири - шылуундук. Ал акча топтоп алууга байланыштуу болушу мүмкүн, мисалы ММС боюнча сабактарда каралган «айфон ойнотуу» мисалы. Ошондой эле фейктер белгилүү бир товардын сатылышын көбөйтүү максатында жасалышы мүмкүн, бул учурда жалган пикирлер жарыяланат.

б) анча олуттуу эмес деп эсептелген фейктердин максаты, маалыматтык мейкиндикте туура эмес багыт берип, адаштыруу. Жогоруда айтылган аскердик кампания тууралуу видеону башка окуяга катыштуу деп пайдаланышы буга мисал болот.

в) фейктер трафик генерациясы үчүн жасалышы мүмкүн – көрүүлөрдүн санын көбөйтүү максатында, мындай фейктерге «Сенсация: Путин өлдү!», «Ал эки аптанын ичинде 50 кг арыктады, сен да арыктай аласың!» деген сыяктуу веб-сайттардагы рекламалык шилтемелер кирет.

1.8. МААЛЫМАТТЫ ПАЙДАЛАНУУДА СЫН КӨЗ МЕНЕН МАМИЛЕ КЫЛУУ

Маалыматтын чын-бышыгын текшерүүнүн бир нече этабы бар.

Биринчиси медианын өзүн анализдөө. Маалымат булагынын өзү канчалык деңгээлде ишеним жаратаарын иликтегиле, бул ресурстагы башка публикацияларды окуп көргүлө, башка программаларын карап көргүлө. Өзүңөргө суроо бергиле: бул ресурс үчүн тең салмактуулуктун жоктугу мүнөздүүбү? Жек көрүү тилин же манипуляциянын башка амалдарын көп колдонобу? Мындан улам бул ресурсту пропаганда куралы деп айтууга болобу? Акырында бул медианын негиздөөчүсү ким экенин эстегиле, жарым чындыкты айтуу анын кызыкчылыгында эмеспи, ушул тууралуу ойлонуп көргүлө. Биз буга чейин аныктагандай, жарым чындык ММКлардагы айкын калп менен бирдей эле.

Экинчи этапта ал маалыматты башка альтернативдүү маалымат булактарынан издеп көргүлө. Эсиңерде болсун, ишеним жараткан, такталбаган маалыматты жарыялабаган бир катар ММКлар бар. Азыр жаңы медиа, социалдык тармактардагы жеке аккаунттар журналисттер үчүн маалымат булактарынын бири болуп калды. Жаңы медиадан кандайдыр бир маалыматты билип алып, адатта журналисттер анын чын-бышыгын текшерет. Бирок, акыркы убактарда салттуу ММК журналисттери социалдык тармактардагы пайдалануучулардын жеке аккаунттарына шилтеме кылуу менен кандайдыр бир маалыматты жарыялаган учурлар аз эмес.

Үчүнчү этап: билдирүүнүн өзүн анализдегиле, бул үчүн төмөнкү суроолорго жооп бергиле:

а) Окуя тууралуу маалымат оперативдүү түрдө берилдиби? Бул суроого жооп берип жатканда, эсиңерде болсун, фактыларды текшербей туруп ашыкча оперативдүүлүк менен маалымат берүү авторго жаман кедергисин тийгизиши мүмкүн, мисалы маалымат чындыкка дал келбей калышы ыктымал. Экинчи жагынан, оперативдүүлүктүн жоктугу, балким, фактыларды бурмалоо, «легенда ойлоп табууга» убакыт керек болгондугуна байланыштуу болушу мүмкүн. Бирок ошону менен бирге эле, журналисттик иликтөө узак убакытты, айрым учурларда айларды талап кылаарын эстен чыгарбоо керек. Мисалы панама документтери менен так ушундай болгон .

б) Фактылар пикирден ажыратылганбы? Журналисттин баа берүүчү ой-толгоолору жокпу? Маалыматтын авторлору эмнеге таянып жатканына көңүл бургула, окуяны далилдеген фактылар барбы, же бул жөн гана белгилүү бир адамдардын көз карашы, пикири, интерпретациясыбы. Эсиңерде болсун, фактылар пикирден ажыратылган болушу керек. Интерпретациялар айныксыз факт катары берилбеши керек.

в) Окуя тууралуу маалымат толукпу? Сюжет «Эмне? Кайда? Качан? Ким? Эмне үчүн?» деген суроолорго жооп береби? Материалда логикалык шайкеш келбестиктер жокпу, публикация болуп өткөн окуянын толук картинасын бере алганына көңүл бургула.

г) Сюжеттеги негизги каармандар ким? Сюжет даярдоодо кимдин интервьюлары колдонулган? Алар окуянын түздөн-түз катышуучусубу? Окуянын бардык катышуучулары өз пикирин, позициясын билдирүүгө мүмкүнчүлүк алышканбы? Картина толук болушу үчүн дагы кимдин интервьюсун кошууга болмок? Дагы кандай маалымат сюжетти толук кыла алмак? Бул суроолордун жообу маалымат канчалык деңгээлде чындык экенин түшүнүүгө, айтылгандар окуянын катышуучуларынын сөздөрүбү же «эксперттердин» интерпретациясы экенин түшүнүүгө жардам берет.

е) Бул сюжетте журналисттин кастык мамилеси, эмоционалдык боёк кошулган лексикасы байкалбайбы? Автордун лексикасын изилдеп көрүп, бул материалды окуганда сиз кандай сезимде болушуңузду каалаганын түшүнөсүз. Эмоционалдык боёк кошулган лексика көркөм текст куралы катары журналистикада, постторго комментарийлерде да тигил же бул каарманга белгилүү бир мамилени пайда кылуу үчүн кеңири колдонулат.

Ошентип, ММК көпчүлүк адамдар үчүн негизги маалымат булагы болуп калууда. Бул жаңы медиадагы публикациялардын чын-бышыгын текшерүүнүн мыкты куралы. Алар өзүлөрүн мурдагы бардык функцияларын аткарып келе жатышат, маалымдоодон тартып социалдаштырууга чейин.

Медиа сабаттуулукка ээ болуу – бул жөн гана ММКларга ишенбөө эмес, ошондой эле маалымат агымында сүзгөндү үйрөнүү, сын көз караш менен ой жүгүртө билүү, бардык айтылган нерселерди ишеним менен кабыл албай, фейктерди реалдуулуктан ажырата билүү болуп саналат.

II БӨЛҮМ.
ЖАҢЫ МЕДИА ДООРУНДАГЫ МААЛЫМАТТЫК СТАНДАРТТАР ЖАНА ЭТИКА

Маалыматтык стандарт деген эмне? Катардагы маалымат керектөөчүсү эмне үчүн журналистиканын кесиптик стандарттарын билүүсү керек? Маалыматтык журналистиканын негизги стандарттары кайсылар? Журналисттердин Этикалык Кодексин ким жана эмне үчүн ойлоп тапкан? Медиа коомчулугунда өзүн-өзү тескөөнүн механизми кандай?

Интернет технологиялардын негизинде жаңы медианын өтө тездик менен өнүгүшү ар бир өлкөнүн (жалпы дүйнө алдында) коомчулугунун алдына олуттуу суроолорду коюуда. Жаңы технологиялардын таркашы жана өнүгүшү ушундай тез болуп жаткандыктан, айрым учурларда суроолор топтолуп кетип, бирок жоопсуз калып жатат. Мисалы, телевидение 50 миллион аудитория жыйнаш үчүн 13 жыл талап кылынган, ал эми Telegram социалдык тармагына бул үчүн жарым жыл жетиштүү болду. Мындай катуу ылдамдыкта кантип жооп издөөгө болот? Бирок, бул суроолордун көпчүлүгү этикалык мүнөздө, маалыматтын адамга карата таасиринин өсүшүнө байланыштуу.

Чынында эле, эч качан маалымат адамга мынчалык жакын болуп жана мынчалык өзүнө тарткан эмес. Интернет бизге кайдан болбосун, каалаган убакта, каалаган өлчөмдө жана форматта маалымат табууга мүмкүнчүлүк берет. Адамдар арасындагы байланышты шыктандырган социалдык тармактардын феномени – бизде чындап досторубуз менен сүйлөшүп жаткандай иллюзия жаратканында. Аны менен бирге берилип жаткан маалыматты сын көз менен кабыл алуу сезими жоголуп, же анын деңгээли абдан төмөндөп кетет. Атайын жаңылыктарды көрүү менен телевизордон маалымат алуу башка нерсе, ошол эле жаңылыкка карата социалдык тармактардан досуңдан шилтеме алуу таптакыр башка, айрыкча эгер бул учурда адам сын көз менен ой жүгүртүүгө, ой калчоого жөндөмсүз атмосферада болсо (кечеде, уйку-соонун арасында). Б.а. маалымат мурда кандай болсо, ошол калыбында эле калды, өзүнүн атрибуттары менен, жаратуу жана таратуу өзгөчөлүктөрү менен. Маалымат мурдагыдай эле жалган же чын, орундуу жана керектүү болушу мүмкүн же тескерисинче андай эмес да болушу ыктымал. Адам дагы ошол эле, мурдагы калыбында эле калды. Бирок бул жерде эмне олуттуу өзгөрдү – бул реципиенттин (маалымат кабыл алуучунун) маалыматтын булагына жакындыгы, маалыматты кабыл алып жаткан адамдын өзү маалымат жаратуу жана аны таркатуу мүмкүнчүлүгү.

Мына ушул жерде көптөгөн этикалык мүнөздөгү суроолор топтолгон. Мурда мындай суроолорду журналисттер менен редакторлорго гана берүүгө мүмкүн болчу. Анткени так ошолор, өзүлөрүнүн кесиптик чөйрөсүндө жаңылыктарды жаратуу жана таратуунун этикасы тууралуу кызуу талкууларды жүргүзүшкөн. Ошону менен бирге этикалык тескөөгө биринчи кезекте маалыматтык мүнөздөгү жаңылык материалдар муктаж деп эсептелчү. «Чыгармачылык эргүүнү» каалагандар публицистикалык жанр, автордук колонкалар, фельетон, очерктер менен алектенишкен.

КОЛДОНУУЧУ ҮЧҮН НУСКАМА

Батыш прессасынын салтында жаңылыктар, фактылар (news, маалыматтык журналистика) менен пикир (opinions, публицистика) так ажыратылган. Бирок, бул «пикир» дегендин өзү ээн-эркин мүнөздө эмес, негизинен дайыма фактыларга, логикалык аргументтерге, чындыкка таянган, болгону автор өзүнүн жеке пикирин билдирүүгө укуктуу болгон.

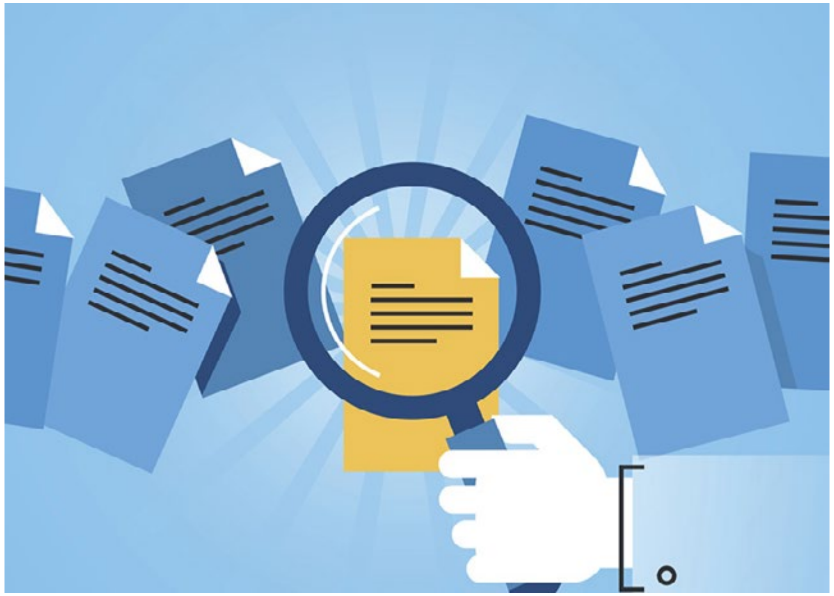
Жаңылыктар (гезиттин биринчи бетинде жайгашкан) дайыма көз карандысыз, кургак болгон, пикирлер (гезитин башка беттеринде жайгашкан) эмоционалдык кемчиликти толуктап турган. Ишкердик дүйнөдө бул орундуу болгон – биржадагы реалдуу котировкалар тууралуу маалыматты ар кандай эксперттердин пикиринен ажыратуу керек болчу. Мына ушундайча маалыматтык журналистиканын негизги стандарттарынын бири калыптанса керек – фактыны пикирден ажыратуу стандарты.
Албетте, прессаны жүз жыл мурда да азыркы бизге тааныш көйгөйлөр коштоп жүргөн – шашмалык, кээде сенсацияны кууп атып маалыматты даярдоодо кетирилген кемчиликтер, айрым убактарда ачык эле «гезит өрдөктөрү» (азыр мындай жалган маалыматты «фейк» деп аташат). Бирок, ошол кезде деле журналисттик коомчулук прессанын негизги капиталы – аудиториянын ишеними экенин түшүнгөн. Сандаган тираждар, бат киреше табуу эмес, так ошол ишеним - Times (Улуу Британияда 1785-жылы негизделген), Le Soire (1887, Бельгия), The Wall Street Journal (1889, АКШ) сыяктуу кубаттуу басылмаларга жүз жылдарды басып өтүп, өз өлкөсүнүн гана эмес, дүйнөлүк маалыматтык рынокто алдыңкы позицияны кармап турууга мүмкүнчүлүк берди.

Ошол «журналистика менен алектенгендердин бардыгын өзүлөрү таратып жаткан маалымат үчүн медианын кайсы түрү болбосун жоопкерчилик алууга чакыруу» тилеги 1922-жылы Американын гезит редакторлорунун коомуна (азыркы профессионал журналисттер коому, АКШ) ички документ катары принциптер Декларациясын кабыл алууга түрткү болгон. Кийин бул документ кеңири тараган. Бүгүнкү күндө журналисттик этиканын Улуттук Кодекстеринин негизин журналисттин жүрүм-турумунун принциптеринин Декларациясы (эл аралык журналисттер федерациясы) жана журналисттик этиканын Эл аралык Принциптери (ЮНЕСКО) түзөт. Айта кетчү нерсе, бул кодекстердин биринчи пунктунда – адамдардын чын маалымат алууга болгон укугу жазылган. Бул эл аралык нормаларды Кыргызстан журналисттеринин этикалык кодексинин (КЖЭК) 8-пункту менен салыштырып көрсөк болот: «Журналист кандай кырдаал болбосун алдын ала жалган маалымат жарыялабашы керек...»

Мына ушул үчүн этикалык стандарттарды билүү маалыматтык продукт жараткан адистерге гана эмес, бул продуктулардын акыркы керектөөчүлөрү үчүн да маанилүү. Башка продуктулар менен аналогия жүргүзүү бул жерде абдан орундуу. Маселен эгер сизге базарда сапатсыз товарды жакшы товар катары сатса, сиздин ден соолугуңузга зыян келиши мүмкүн. Эгер коомго сапатсыз жана/же жалган маалымат берилсе, анын «саламаттыгына» зыян келиши мүмкүн – коркунучтуу тенденцияны өз убагында байкабай калып, же көп учурларда орун алгандай тиги же бул талапкер тууралуу толук, калыс маалымат ала албай туура тандоо эч болбосо жоготуулар менен олуттуу кесепеттер сөзсүз болоору бышык.

Анын үстүнө, каалайбызбы-каалабайбызбы ар бирибиз жөн гана керектөөчү эмес маалымат өндүрүүчү жана жаратуучуга айланган азыркы доордо айрым профессионалдык стандарттар туурасында билүүгө тийишпиз..Телевизор сатып алып жатып, аны тиричилик техникасы катары пайдалануу нускамасын карайбыз. Бирок, маалыматты кабылдоо жана телевизиондук программаларды тандоо боюнча нускама аны менен кошо берилбейт. Чынында, бардыгыбыз стандарттарды сактоо менен даярдалган жогорку сапаттагы продукцияны пайдаланууну кааларыбыз шексиз.

2.1 МААЛЫМАТТЫК СТАНДАРТТАР



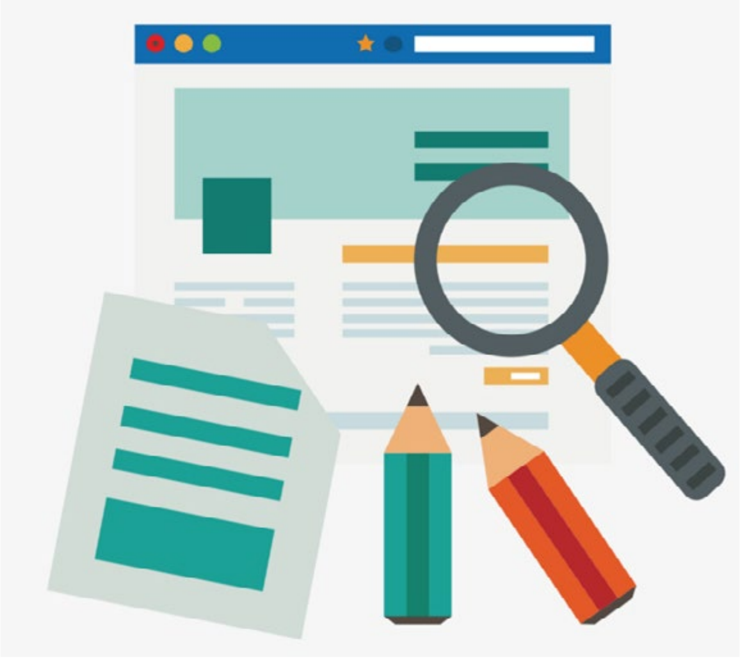
Ошентип, Эл аралык Декларациянын, улуттук кодекстердин жана башка бул сыяктуу документтердин негизинде медиа-эксперттер тарабынан журналистика стандарттары иштелип чыккан, алардын негизгилери: пикир - көз караштардын тең салмактуулугу, оперативдүүлүк (интернет басылмалар үчүн бул стандарт бир аз модификацияланган), чындык (булактарга шилтеме келтирүү), фактылардын комментарийлерден ажыратылышы, тактык, толуктук. Кээде өзүнчө стандарт катары медиа-тексттин жеткиликтүүлүгү (жөнөкөйлүгү) аныкталат, анткени айрым учурларда чынчыл маалыматты деле ар кандай аббревиатура же татаал лексиканы пайдалануу менен коомчулуктан «жашарып коюуга» болот.

Бул стандарттарды кененирээк карап көрөлү:
Пикир – көз караштардын тең салмактуулугу – материалда конфликттин бардык тараптарынын өз аргументтери менен пикирлерин чагылдыруу. КЖЭК 17-пунктуна ылайык, «оппоненттердин көз караштары, анын ичинде журналисттин сынына кабылган оппоненттин да, тең салмактуу берилиши керек». Ошондой эле, мүмкүнчүлүккө жараша көз карандысыз эксперттердин баасы да чагылдырылууга тийиш.

Оперативдүүлүк – бул жаңылыктын сайтка чыгаруу же эфирге берүүнүн ылдамдыгы. Бул стандарт жарандардын чын маалымат алуу укугу менен түздөн-түз байланыштуу, анткени, өз убагында берилбеген маалымат, кечиктирилген же «порция» менен берилген маалымат болуп өткөн окуя туурасында толук, калыс картина бере албайт. Ошондуктан журналистикалык этиканын Эл аралык принциптерин (ЮНЕСКО) эске алуу керек: «жалпы эл жана өз алдынча жарандар чын жана так маалымат алуу жолу менен реалдуулуктун калыс чагылдырылышын көрүүгө укуктуу жана ММК аркылуу өз көз карашын билдирүүгө укуктуу» (1-принцип). Интернет-басылмалар үчүн албетте, оперативдүүлүк бул жаңылык чыккан мүнөттө же секундда жарыялоо. Бирок оперативдүүлүк стандартын башка тактык жана толуктук стандарттары менен бирге кармануу дайыма эле мүмкүн боло бербейт. Комментарий, эксперттик анализдерди чогултуу үчүн убакыт керек. Ошондуктан, медиа-эксперттер интернет-басылмалары үчүн деп окуя туурасында 24 сааттын ичинде жарыяланбаса оперативдүүлүк стандартынын бузулушу катары аныкташат.

Чындык, ырастуулук(булактарга шилтеме) – (булактарга шилтеме) – ар бир жаңылыктын ишенимдүү булагы болушу керек. КЖЭК 8-пунктуна ылайык, «Журналист кандай кырдаал болбосун алдын ала жалган маалымат жарыялабашы керек...», 19-пунктуна ылайык «Журналист Кыргызстан мыйзамдарынын чегинде маалыматты, документтерди, аудио-видео материалдарды алууга (табууга) бардык аракетин жумшашы керек». Журналисттин жүрүм-турумунун принциптеринин Декларациясы бекитет: журналист булагы ага белгилүү болгон фактыга таянуу менен гана маалыматты берүүгө милдеттүү (3-принцип). Журналист ошондой эле, маанилүү маалыматка көңүл кош карап же документтерди жасаганга укугу жок. Этикалык нормалар Кодексине ылайык, «журналист мүмкүнчүлүгүнө жараша келген маалыматтын булагын көрсөтүүсү керек. Коом булактын ишенимдүүлүгү туурасында болушунча көп маалымат билүүгө укуктуу.

Фактылардын комментарийлерден ажыратылышы. Кодекстин 10-пунктунда: «Фактылар, пикирлер жана божомолдор бири-биринен так ажыратылышы керек» деп жазылган. Ошондуктан классикалык жаңылык сюжетинде же макалада автордун пикирин же баасын чагылдырган бир да сөз же сүйлөм болбошу керек жана бирөөнүн пикири же баасы факты катары берилбеши керек.



Тактык. Журналисттин жүрүм-турумунун принциптеринин Декларациясында: чындыкты урматтоо жана коомдун чындыкты билүү укугун сыйлоо – журналисттин биринчи милдетидеп жазылган (1-принцип). Тактык – тыкаттык менен өзгөртүүсүз түрдө фактыларды чагылдыруу же адамдардын айткан сөздөрүн жеткирүү, кызмат ордуларын, адам аттарын, географиялык аталыштарды туура жазуу ж.б.

Маселе боюнча фактыларды жана маалыматты толук берүү – бул стандарт материалдын бир гана «Ким?, Эмне?, Кайда?, Качан» деген сроолорго гана эмес, «Кантип?, Эмне үчүн?» деген суроолорго гана жооп бергендей толуктугун камсыздайт. Кандай тема болбосун, болушунча көп фактылар менен пикирлердин толуктугун талап кылат. Ошондуктан, журналисттин милдети мунун баарын ишенимдүү булактардан табуу. Журналисттик этиканын эл аралык принциптеринде(ЮНЕСКО) айтылат: «Журналисттин эң биринчи млидети –окуяларды чынчыл чагылдыруу, фактыларды өз контексинде берүү, ар кандай көрүнүштөр менен болгон байланышын көрсөтүү жана журналист тарабынан чыгармачылык менен иштелип чыккан маалымат аркылуу жарандарды чын, калыс малымат алуу укугу менен камсыздоо» (2-принцип).

Жеткиликтүүлүк - дагы бир журналисттик стандарт өзгөчө кеңири телевизиондук аудитория үчүн маанилүү. Журналисттер мыкты материал даярдап, бирок, түшүнүксүз тилде берсе (мисалы, професссионалдык лексиканы колдонуу менен), бул учурда жарандарды маалымдоо боюнча бардык аракеттер текке кетет.

Мындан тышкары, **дискриминацияга жол бербөө** сыяктуу глобалдык журналисттик стандарт туурасында да эстен чыгарбоо керек.Бул стандарт өзгөчө акыркы мезгилдерде, журналисттер өзүлөрү күбө болгон конфликт, согуштарды чагылдыруу маселеси туурасында көп ойлоно баштаганда маанилүү боло баштады.

Ошондуктан, конфликттерди чагылдырган журналисттерге өзгөчө жоопкерчилик жүктөлөт. Бул жерде эң негизгиси өз жоопкерчилигин сезүү. Ага эл аралык тажрыйбаларга ылайык төмөнкүлөр кирет: конфликтти түшүнүү милдети, конфликттин себептери жана чыгышына түрткү болгон жагдайларын чагылдыруу милдети, калыс чагылдыруу милдети, адамдык тараптарды чагылдыруу, тынчтыкты орнотуу аракеттерин чагыдыруу милдети.

Мындай жоопкерчилик туурасында КЖЭКде да айтылат (6-пункт): «Журналисттин массалык маалымат каражаттарын коомчулуктун кызыкчылыктарына жана адам укуктарына каршы, согушту, зордук-зомбулукту, расалык, улуттук, жыныстык, регионалдык, диний, сексуалдук жана социалдык өзгөчөлүктөрүнө жараша басмырлоо аракеттерин пропагандалоо үчүн колдонушуна жол берилбейт».

Ошондой эле, 15-пунктунда конфликтти чагылдырууда так чектөөлөр көрсөтүлгөн: «Журналисттер теракт же контртеррор-дук операциялар учурунда башка бардык эркиндик укуктарына караганда, биринчи кезекте адам өмүрүн сактоо биринчи орунда тураарынтүшүнүүгө милдеттүү.Журналисттердин эсинде болушу керек, мындай учурларда террористтер өз позицияларын билдирүү үчүн же башка жерлердеги пикирлештерине шарттуу белги жөнөтүү үчүн ММКларды өз максаттарына пайдаланууну көздөшөт. Ошондуктан журналисттер теракт учурунда өз алдынча террористтерден интервью алып же укук коргоо органдары менен кеңешпей туруп террористтерге түз эфирге чыгууга мүмкүнчүлүк бербеши керек.Теракт же контртеррордук операцияларды чагылдырууда журналист адамдарды куткаруу менен алектенип жаткан адистердин иш аракеттерин кеңири сүрөттөөдөн карманышы керек, ошондой эле окуя болгон жерди жана анын катышуучуларын чагылдырууда ашыкча натурализмдин болушу да ашыктык кылат».

2.2 ӨЗҮН-ӨЗҮ ТЕСКӨӨ МЕХАНИЗМДЕРИ

Бирок, чынында эң негизги маселе мында – бул стандарттар, кодекстер кандай иштейт? Аларды бузууда кандай жоопкерчиликтер каралган?

Өзүбүз көрүп тургандай, бардык эле стандарттар жана этикалык кодекстин талаптары улуттук да, эл аралык мыйзамдарда да бекитилген эмес. Формалдуу түрдө дээрлик бардык учурларда (ачык жалаа жабуу, кылмыштын курмандыктары болгон жашы жете электердин жеке маалыматтарын ачыктоо сыяктуу чуулгандуу учурлардан башка) өз аракеттериңе юридикалык түшүндүрмө табууга болот. Бирок, коомдогу мамилелерди тескеген ал этикалык нормалардын мыйзам менен бекитилбегени маанилүү. Анын үстүнө тескөө предмети өтө назик. Кичине басым кылсаң сөз эркиндиги жоголот, өлкө авторитардык жарга такалат, кичине ээн коё берсең – фейктер, жалаа, өзүм билемдик коомду терс багытка бурат.

Тескөөнүн жалгыз жолу – демократиялык коомдо сыноодон өткөн - журналисттик коомчулуктун өзүн-өзү тескөө жолу. Бул үчүн журналисттер профессионалдык жүрүм-турум боюнча макулдашып, бул эрежелерди Этикалык кодекске киргизет. Мисалы, Кыргызстан журналисттеринин этикалык кодекси 2007-жылы 8-декабрда Журналисттердин Республикалык Курултайында кабыл алынган (2009-жылы 16-апрелде, 2012-жылы 8-декабрда Журналисттердин Республикалык конференциясында өзгөртүү киргизилген). КЖЭК 23 беренеден турат, ал «Кыргызстандагы ММК кызматкерлеринин этикалык жана профессионалдык стандарттарын калыптандыруу үчүн, Кыргызстанда журналистиканын деңгээлин көтөрүү үчүн, ошондой эле коомдун ММКларга болгон ишенимин сактоо үчүн кабыл алынган».

Кодекстин сакталышына көз салуу жана ММК ишмердүүлүгүн баалоону журналисттик коомчулук атайын комиссияга тапшырат, анын курамына медианын кадыр-барктуу өкүлдөрү кирет. Ар кандай өлкөлөрдө мындай Комиссияны түзүү, каржылоо жана анын ишмердүүлүк тажрыйбалар ар түрдүү. Кыргызстанда бул ММКларга карата арыздарды кароо Комиссиясы. Өз жобосуна ылайык, «Комиссия этикалык мүнөздөгү чыр маселелерди карайт, белгилүү бир журналисттин, башкы редактордун, ММК негиздөөчүсүнүн же ээсинин профессионалдуулук ишмердүүлүгүн этикалык жактан баалоого кызыктар болгон жеке адамдардын же юридикалык тараптардын, жана журналисттердин өзүлөрүнүн да арыздары каралат».

Чечим чыгарууга негиз болуп, адам укуктарынын Декларациясынын 19-беренеси, адамдардын жарандык жана саясий укуктары жөнүндөгү Эл аралык Пакттын 19-беренеси, Кыргыз Республикасынын Конституциясынын 14-беренеси, Кыргызстандын маалымат жаатындагы мыйзамдык нормалары, Кыргызстан журналисттеринин этикалык Кодекси, Комиссия тууралуу Жобо эсептелет.

Комиссия 9 мүчөдөн турат (keминде төртөө журналисттер, бештен кем эмес өкмөттүк эмес уюмдардын, мамлекеттик, саясий, билим берүү, илимий жана башка уюмдардын өкүлдөрү). Комиссия мүчөлөрү үч жылдык мөөнөт менен Кыргызстан журналисттер Курултайында Курултайдын делегаттары көрсөткөн талапкерлердин ичинен же редакциялар, этикалык кодексти тааныган коомдук уюмдар тарабынан сунушталган талапкерлерден жазуу жүзүндөгү анкета аркылуу тандалат.

Эми болсо этиканы бузгандарга карата көрүлчү санкциялар тууралуу сөз кылабыз. Комиссия эскертүү берет (эгер атайын ойлонулбаган катачылык болсо), билдирүү жасайт (журналисттерге таркатылат, ММКлар өз каалоолоруна жараша элге жарыялайт же жарыялабайт), коомдук ашкерелөө формасындагы билдирүү таратат (олуттуу эреже бузуу болсо, Комиссия бул учурда мындай билдирүүнү кеңири коомчулукка таратууну сурайт).

Көрүп тургандай санкциялар өтө катаал эмес – болгону орунсуз жүрүм-турум тууралуу кесиптештерге билинет, ММКлар жазып чыгышат. Бирок, өзүн-өзү тескөөнүн мааниси так мына ушунда, коомчулук эртеби-кечпи жүрүм-турум эрежелерин калыптандырат. Бул узак процесс, бирок көптөгөн өнүккөн өлкөлөрдүн тажрыйбалары көрсөткөндөй, абдан натыйжалуу. Зордоо жолу менен эмес, өз ынанымдарына ылайык аракеттенүү менен журналист профессионалдык жактан да, инсан катары да чоң өнүгүүгө жетет, өзүнүн социалдык ролун терең аңдап-түшүнө билет. Ал эми жаңы медиа доорунда биз бардыгыбыз маалымат чогултуучу, жаратуучу жана таратуучуга айланган учурда мындай социалдык ролду (этикалык чектөөлөрү менен бирге) ар бирибиз өзүбүзгө чактап-ченеп көрүшүбүз керек.

III БӨЛҮМ.
СОЦИАЛДЫК МЕДИА ЖАНА ИНТЕРНЕТ

3.1 ИНТЕРНЕТ ДЕГЕН ЭМНЕ?

Интернет (internetworking (англ.) –тармактар ортосундагы алмашуу) —маалыматты сактоо жана берүү үчүнбириккен компьютердик тармактардын бүткүл дүйнөлүк системасы. Көп учурда Интернетти Бүткүл Дүйнөлүк тармак, Глобалдык тармак же жөн гана Тармак деп атап коюшат.

Интернет бул бүт дүйнө боюнча адамдарды компьютер аркылуу бириктирген тармак. Ал муну 'TCP / IP' деп аталган атайын компьютердин «тили» аркылуу ишке ашырат. 'IP адрес' деген термин мына ушундан улам келип чыккан, бул – сиз алууну каалаган маалымат жөнөтүлүүчү адрес. Бул жалпы тилдин жардамы менен маалыматтар чакан бөлүктөргө бөлүнүп, маалымат линиялары аркылуу жөнөтүлүп, жана аны кабыл алууну каалаган адам үчүн кайра чогултулат.

Интернет бүгүнкү күндө адам үчүн зарыл нерселердин бири болуп калды. Интернет бир нече он жылдык мурда, өткөн кылымдын 60-70-жылдары гана пайда болсо да, көп адамдар азыр бир күнүн да интернетсиз элестете алышпайт. Жер шарынын калкынын төрттөн үч бөлүгү жок дегенде бир жолу Дүйнөлүк Желени пайдаланып көрүшкөн, айрымдар аны дайыма пайдаланышат, ал эми активдүү жаш колдонуучулар дайыма Тармакта отурушат. Интернеттин негизги артыкчылыктарынын бири – маалымат менен көз ирмемде алмашуу. Саналуу секунд ичинде Тармактан керектүү китепти табууга, дүйнөнүн башка четинде отурган адам менен байланышууга, кызыктырган суроого жооп табууга болот. Бул адамдардын билим, маалымат, бизнес, мамиле туурасындагы элестетүүлөрүн өзгөрттү. Ал тургай мамлекеттер ортосундагы чек аралар да Интернет реалдуулугунда жок болду.

Интернет бул массалык да жеке личносттор аралык коммуникация каражаты, бул- бүткүл дүйнөлүк видео, аудио сактагыч, ар кандай маалыматтын гиганттык архиви, мегакитепкана. Интернет –визуалдык, аудиовизуалдык медиа каражаттын универсалдуу түрү, ал өз ичине бардык медианы камтыйт, пикир алмашууну жаңы мүмкүнчүлүктөрүн ачты (почта, чат, социалдык тармак), жаңы визуалдык форматтарды кошту (видеоролик, видеосюжет, видеоклиптер сүрөттөр), чыгармачылыктын жаңы түрлөрүн баштады (компьютердик программаларды түзүү жана жакшыртуу, онлайн биргелешкен долбоорлорду жаратуу).

3.2. ИНТЕРНЕТТИН ТАРЫХЫ ТУУРАЛУУ КЫСКАЧА МААЛЫМАТ

Өнүгүүнү биринчи этабы интернетте маалыматтарды онлайн түрүндө окуу болгон. Анын себеби төмөнкү ылдамдык жана башка интернеттин техникалык чектөөлөрү болгон – аны менен Интернет баракчаны форматтоонун атайын тилин билбей туруп колдонуу кыйын болгон. Бул кыйын эле болбостон, көп убакытты да алган. Азыр биз Интернеттин андан кийинки өнүгүү этабын көрүп жатабыз, аны Web 2.0. деп аташат. Азыр колдонуучулар өзүнүн маалыматтарын (окуялар, комментарийлер, фото, видео) клавишаны басуу менен гана жүктөөгө мүмкүн болуп калды. Азыр биз Интернеттен маалыматты окуп гана тим болбостон, аны өзүбүз да жаратып жана тарката алабыз. Интернетти пайдаланып, маалыматты, маселен Facebook баракчасына сүрөт жүктөп же өзүнүн блогун түзгөндөр Web 2.0 мүмкүнчүлүктөрүнөн пайдаланып жатышат, башкача айтканда, ушундайча өнүгүүнүн жаңы этабы керектөөчү менен контент түзүүчүнүн ортосундагы чек араларды ачты.

Интернет дайыма өзгөрүүдө, жаңыланууда. Бул колдонуучуларга маалымат издөөдө чексиз тандоого ээ болууга жол берет. Алар үчүн дайыма жаңылануунун үстүндөгү маалыматтардын абдан чоң базасы дайыма жеткиликтүү. Азыркы учурда Интернетке ким ээлик кылат деген суроо туулат. Интернеттин расмий кожоюну же көзөмөл кылгандар жок, демек, бул жеке адамдар, уюмдар эмне таратып жатса ага өзүлөрү гана жооптуу дегенди түшүндүрөт.

Бир жагынан бул Интернет сөз эркиндигин колдойт дегенди түшүндүрөт, экинчи жагынан ал колдонуучуларды коргой албайт. Интернетте редактордук көзөмөл жок болгондуктан, алгач чындыкка окшогон ушак, жалган маалыматтар көп пайда болушу мүмкүн. Кастык мазмундагы билдирүүлөр, порнография, зордук-зомбулукка чакыруулар абдан көп. Бирок интернет азчылык топторго, өзгөчө топторго пикирин билдирүүгө мүмкүнчүлүк берет. Ал бүт дүйнөдөгү кызыкчылыктары же тажрыйбалары окшош адамдарды бириктире алат.

Интернеттеги бардык маалымат атайын серверлерде сакталат, аларга колдонуучулар кошулат, демек интернеттеги маалыматтарды жок кылууга дээрлик болбойт, ага болгон жеткиликтүүлүктү гана татаалыраак кылууга мүмкүн.

Интернетти көзөмөлдөгөн кандайдыр бир адам же уюм жок болсо да, интернет дүйнөсүндө таасирдүү бир нече уюмду айтууга болот. Алар Microsoft, Apple, Facebook жана Google. Алардын ар биринин өз милдеттери жана мотивдери бар (мисалы акча табуу, колдонуучулар тууралуу маалымат чогултуу ж.б.).

Интернеттин ар түрдүү аспектилери бар, мисалы, веб-коопсуздук, веб-коммерция, веб-коммуникация, интернет-провайдерлер, программисттер жана аппараттык жана программалык камсыздоонун өндүрүүчүлөрү, бул аспектинин ар биринде алдыңкы компаниялар бар.

3.3 СОЦИАЛДЫК МЕДИА: МҮМКҮНЧҮЛҮКТӨР ЖАНА КОРКУНУЧТАР

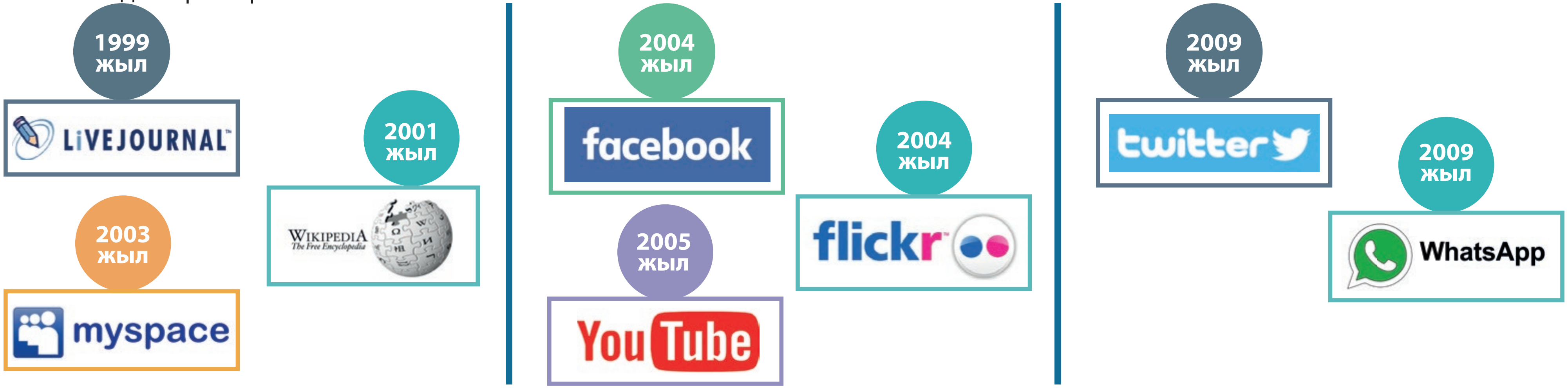
Социалдык медиа бул вебсайттар жана тиркемелер, алар колдонуучуга контент түзүп аны башка колдонуучулар же виртуалдык коомчулуктар менен бөлүшүүгө мүмкүнчүлүк берет. Колдонуучулар жеке баракчасын ачышат, ал профайл деп аталат, андан кийин башка адамдар менен ар кандай жол менен байланыш түзөт, мисалы алар менен сүрөт, видео бөлүшөт, чат аркылуу сүйлөшөт, жалпы кызыкчылыктар боюнча топ түзөт.

Мунун баары 70-жылдардын аягында жарыялардын электрондук тактасы менен башталган. Электрондук такталар колдонуучуларга системага кирип, бири-бири менен азыркыга салыштырганда алда канча жай болсо да сүйлөшүүгө мүмкүнчүлүк берген типтеги сайттардын биринчиси болгон. Таанышуу сайттары биринчи социалдык тармактар деп эсептелет. Алар адамдар Интернетти пайдаланып баштаары менен биринчи пайда боло баштаган. Алар учёттук запись түзгөнгө (адатта сүрөтү менен) жана бири-бири менен байланышууга мүмкүнчүлүк берген.

1999-жылы социалдык тармак деген түшүнүккө башкача мамилени пайдаланган LiveJournal ишке кирген. Ал дайыма жаңыланып туруучу блогдордун социалдык тармагы катары курулган.

Азыркы учурда эң популярдуу социалдык медиа - Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Flickr, LinkedIn жана Pinterest. Интернет мындан башка да интерактивдин түрлөрүн киргизүүдө, мисалы, онлайн банк, блог, онлайн шоппинг.

Социалдык медиа электрондук тактадан ири социалдык тармакка чейинки узак жолду басып өттү. Алар күнүгө өнүгүүнүн үстүндө. Бул чөйрө келечекте да өнүгө берет.



Социалдык медианын жети түрү:

- Интернет-коомчулуктар;
- Блогдор;
- Виртуалдык оюндар;
- Социалдык тармактар;
- Биргелешкен контент өндүрүү боюнча коомчулуктар;
- Биргелешкен долбоорлор;
- Геосоциалдык сервистер.

Социалдык медианын өзгөчөлүктөрү

- Маалыматтын жеткиликтүүлүгү;
- Жеке мейкиндиктин минималдашуусу;
- Мейкиндик чектөөлөрүнүн жоктугу;
- Оперативдүүлүк реалдуу убакыт шартында жооп кылуу.

Социалдык тармактар ошондой эле, салттуу медиа, мисалы гезит, радио, ТВ өндүргөн адамдар үчүн да маанилүү болушу мүмкүн, анткени, барган сайын көп адамдар маалыматты түздөн-түз медиа-басылмадан эмес, социалдык тармактардан алууга умтулуп жатышат. Эгер аларга контент жакса, аны менен досторуна бөлүшөт. Ошондуктан социалдык медиа салттуу медианы тараткан маанилүү каналга айланууда.

Социалдык медиа колдонууга оңой, тез, жана акысыз болгондой кылып программаланган. Колдонуучуларга өзүнүн профайлын түзүү, контент жүктөө же башка колдонуучулар менен байланышуу үчүн атайын билимдин кереги жок. Социалдык медиа кызыкчылыктары окшош адамдарды издөөнүн жеңилдетет, анткени мындай сайттар байланышка барууга, кызыкчылыктар жана ресурстар менен бөлүшүүгө шыктандырат. Күнүгө профессионал журналист эмес эле адамдар окуяларды айтып берүү, кызыктырган маселелерин талкуулоо үчүн каналга ээ боло алат. Социалдык медиа ошондой эле катардагы адамдарга коомдо болуп жаткан окуяларга аралашууга жардам берет, анткени алар комментарий жазып же онлайндан көргөн маалыматына шилтеме жибере алышат.

Тобокелчиликтер. Адамдар өзүлөрүнүн жеке маалыматтары менен жалпы коомго ачык болгон мейкиндикте бөлүшүшөт, жана бул маалыматты башка колдонуучулар ала алышат. Ошондуктан колдонуучулар маалымат менен бөлүшөөрдө кандай маалыматты ачыктап жатканын ойлонуусу керек. Эгер бөлүшүп жаткан маалыматты кимдир бирөө таап албасын десеңиз, андай баракчаны жөндөө учурунда купуялыкты киргизип койсо болот, бул учурда коркунучтар азыраак болот. Айрым жумуш берүүчүлөр өздөрүнүн потенциалдуу кызматкерлеринин профилдерин текшерип, алар өздөрүнө кандай онлайн имидж түзгөнүнө көңүл бурушат. Ал эми эгер сиз эс алууга кетип жатканыңыз тууралуу маалымат жарыяласаңыз, бул маалымат ууруларга жетиши мүмкүн, бул учурда коркунуч көбөйөт.

Маалыматты анонимдүү түрдө жарыялоо да оңой, ошондуктан хакерлерге, фейк аккаунттарга жана онлайн куугунтуктоого жаңы мүмкүнчүлүктөр жаралат. Өзүңүз жөнүндө маалыматты онлайнга жарыялап жатып, сиз өзүңүздү хакердик коркунучка кептешиңиз мүмкүн – сиздин маалыматтарыңызга башкалар сиздин уруксатыңыз жок эле кире алышат. Ошондой эле бул сиз коомчулуктан жашырууну каалаган маалыматтын ачыкталып кетишине алып келиши мүмкүн.

Дайыма Интернетке эмне жайгаштырып жатканыңыз тууралуу ойлонуңуз. Көпчүлүк социалдык тармактар сиз жайгаштырган маалыматтарга кирүү мүмкүнчүлүгү бар адамдардын санын кыскартууга боло турган коопсуздук жөндөөлөрдү пайдаланууга мүмкүнчүлүк берет. Ошондой эле айрым бир колдонуучулардын киришине бөгөт койгон бир нече тыюу салуучу функциялары да бар. Сыр сөзүңүз ишенимдүү экенин текшериңиз – кеминде сегиз белги болушу керек, алардын арасында тамга, сандар, белгилердин болушу абзел жана бул маалыматты дайыма жашыруун кармаңыз. Антпесе маалыматтарыңыз уурдалышы мүмкүн.

3.4. ИНТЕРНЕТТИН ЖАНА СОЦИАЛДЫК ТАРМАКТАРДЫН КООМГО ТИЙГИЗГЕН ТААСИРИ

Акыркы мезгилдерде Интернет менен жана адамдардын жумушу жана жашоосу үчүн жаңы шарттар менен байланышкан дагы бир Digital деген түшүнүк пайда болду. Барган сайын көчкү сыяктуу эбегейсиз маалымат агымы менен иштей билүү, белгисиз шартта ой жүгүртүп, чечим кабыл ала билүү, жаш курак, маданият, географиялык чек ара алкагынан сырткары тармактык коммуникация кура билүү жөндөмүнө суроо-талап өсүп барат. Бул жөндөмдүүлүктүн бардыгын бир сөз менен digital-интеллект деп атоого болот. Интеллекттин так ушул түрү заманбап жашоодо адамдардын натыйжалуулугун аныктайт деген пикирлер бар.

«Digital-интеллект өз ичине төмөнкү үч бөлүктү камтыйт:

- digital-ой жүгүртүү. Маалымат абдан жеткиликтүү болгон менен ал өтө ашыкча көп. Ал тургай «ууланууга» да болот. Мурда негизинен маалыматты алуу билими гана талап кылынса, азыр түшүнүү үчүн аны агымдан бөлүп алып, анын чын-төгүнүн, булагын аныктоо керек. Бул үчүн маанилүү жөндөм - digital-ой жүгүртүү.

- digital-коммуникация –жаңы форматта социалдык байланыштар тармагын кура билүү жана өз ара аракеттенүү аркылуу адамдардын колдоосун алуу. Айрым учурларда адамдардын тармактагы жүрүм-туруму реалдуу турмуштагыдан кескин айырмаланат, алар башкача ачылышат, көрктүүрөөк, харизмалуураак болушуп, алдында турган маселени digital-форматында натыйжалуу чече алышат.

- digital-өнүгүү–дайыма окуунун үстүндө болуп, онлайн-чөйрөдөн шыктануу. Заманбап өз алдынча билим алуу маалыматтык системалары дайыма колдонуучулардан ой-пикир, сунуштарын алып турушат, алар күнүгө жакшыруунун үстүндө. Ал сыяктуу адам да улам көбүрөөк жаңы технологияларды колдонуу менен дайыма жаңыланып, жакшырып туруусу керек.

Социалдык тармактарды жана Интернетти алардын айынан купуялык жоголду деп көп айтышат. Адамдар интернетте өзүлөрү тууралуу оффлайн режимге караганда көбүрөөк айта алышат. Айрым адамдар ошондой эле баарлашуу да онлайн чөйрөсүнө өтүп кетип, көзмө-көз сүйлөшүүлөр аксап жатканына кабатырланышат. Бирок кандай болбосун социалдык медиа маалымат менен тез алмашууга, бири-бири менен байланышта турууга. Ар бир адам кирип, онлайн контент жарата алуу фактысын ала турган болсок, сөз эркиндигине шарт түзгөн демократиялык мейкиндик тууралуу айтууга болот.

Социалдык тармактар ошондой эле саясий активдүүлүк үчүн да ыңгайлуу мейкиндикке айланды. Бул сайттар түздөн-түз саясатчы менен байланыш түзүүгө же саясий ишмерлердин ишмердүүлүгүнө дыкат көз салууга мүмкүнчүлүк берет. Заманбап программалар тез убакытта эле дебаттарды иштеп чыгууга жол берет. Социалдык медианы көп сандаган адамдар кыска убакыттын ичинде пайдалана алышат, демек, алар маалымдоо же адамдарды уюштуруу үчүн колдонулушу мүмкүн. Бул болсо, мисалы, каршылык акцияларын, демонстрацияларды уюштурууга болот дегенди түшүндүрөт. Буга карабай интернет сайттарынын бул түрү мамлекет үчүн да өз атуулдарынын ишмердүүлүгүнө көз салууга мүмкүнчүлүк берет. Социалдык медиа жана Интернет топторго тез билдирүү таратууга мүмкүнчүлүк берет, ошондой эле тездик менен пропаганда жайылтууга да болот.

Интернет күн сайын, мүнөт сайын өсүүдө жана өзгөрүүдө, бул процесстин бүтүшүнүн эч кандай белгилери жок. Чексиз маалыматтык талаа ар бир адамга жеткиликтүү. Мындай ресурстун эң чоң артыкчылыгы ушунда, бирок чексиз пайдалануу жана адамга таасирине байланыштуу кооптунуулар бар. Азыр заманбап техногендик «интернет-көз карандылык» деген оору пайда болууда, муну менен бардык курактагы адамдар оорушат. Адамдар интернетке ашыкча ишенишет, аларда маалыматтын чын-бышыгына, автордун чынчылдыгына байланыштуу эч кандай күмөн жаралбайт. Интернет адамга жакшы кызмат кылуусу үчүн бардык колдонуучулар керектүү маалыматты издеп, тапкандан кийин талдап, баалоосу керек.

IV БӨЛҮМ.
ЗАМАНБАП ӨСПҮРҮМДҮН ПСИХОЛОГИЯЛЫК ПОРТРЕТИ

Бул бөлүм 4 бөлүктөн турат. Биринчи бөлүгү – «Өспүрүмдүн эс тартуу өзгөчөлүгү» - бул мезгилде организмде боло турган, анын психикасына таасир бере турган биологиялык өзгөрүүлөр сүрөттөлөт, өспүрүмдүн негизги ички карама-каршылыктары каралат, анын муктаждыктары, теңтуштары жана чоңдор менен мамилесинин өзгөчөлүктөрү баяндалат. Экинчи бөлүк – «Эс тартуунун кыйынчылыктары» – өспүрүмдөр депрессиясы, суицидалдык жүрүм-турум маселеси анализделет. Үчүнчү бөлүктө – «Медиа дүйнө жана өспүрүм» – өспүрүмдөрдүн заманбап медиа каражаттарын активдүү пайдаланышынын өзгөчөлүктөрү жана бул жаатлагы коркунучтар туурасында айтылат. Төртүнчү бөлүк өспүрүмдөрдүн социалдык тармактарда баарлашууну эмне үчүн жакшы көрөөрүнүн себептерин жана алардын Тармактан көз карандылыгынын белгилерин ачыктайт.

Бул бөлүмдө ошондой эле, Бишкек шаарынын жана Чүй облусунун жогорку классынын окуучуларынын арасында жүргүзүлгөн сурамжылоонун жыйынтыктары сунушталган. Мектеп окуучуларынын жаш куррактары 14-17 жаш. ММС долбоорунун алкагында Бишкекте жана Чүй облусунда жети мектепте сурамжылоо жүргүзүлгөн. Сурамжылоонун максаты жогорку класстын окуучулары тарабынан медиа ресурстарды пайдалануу деңгээлин аныктоо. Сурамжылоого 353 мектеп окуучусу катышкан, 9, 10, 11-класстын окуучулары. Сурамжылоого катышкандардын жарымы кыздар, жарымы балдар. Сурамжылоо анкета формасында өткөрүлдү. Мектептер Бишкектин жана Чүй облусунун ар кайсы райондорунан тандалды. Ар бир мектептен болжол менен бирдей сандагы окуучулар катышты. Сурамжылоо 2017-жылдын 4-апрелинен 29-апрелине чейин жүргүзүлдү.

Заманбап глобалдык кризис дүйнөнүн бардык мамлекеттерин каптап, адамдардын жашоосунун дээрлик бардык чөйрөсүнө таасирин тийгизди. Жаңы маалыматтын эбегейсиз агымы, компьютердик технологияларды пайдалануу, компьютердик оюндардын жайылышы азыркы балдар менен өспүрүмдөрдүн тарбия мейкиндигине чоң таасирин тийгизүүдө. Тарбиялык мейкиндикти түзүү – баланын личность катары калыптанышына билим берүү мекемесинин алкагында гана эмес, андан сырткары да негизги шарт болуп саналат. Балдардын убакытты өткөрүү структурасы да кескин өзгөрдү, анткени компьютер өз ичине телевизор, DVD, музыкалык борбор, китеп ж.б. баарын камтыйт.

Өспүрүм-окуучуга заманбап мектептин шартында билим берүү программасы аркылуу да ашыкча түйшүк тагылган, бул кошумча психикалык, акыл күчүн жумшоону талап кылат, бул балдардын мектеп жашоосунун алкагында жалпы саламаттыгынын абалын начарлатышы мүмкүн. Баланын гармониялуу өсүшү саламаттыгы жакшы шартта гана мүмкүн, Дүйнөлүк Саламаттыкты Сактоо Уюму тарабынан саламаттык деп адамдын физикалык, психикалык жана социалдык бакубаттыгы айтылат. Билим берүү системасында эмгектенген педагогдор жана психологдор үчүн психологиялык саламаттык негизги түшүнүк болушу керек, анын ичине эмоционалдык, таанып-билүүчүлүк чөйрөдөгү бакубаттык, мүнөздүн өсүшү жана личносттун калыптанышы, баланын нерв-психикалык абалы кирет. Бул жагдайга өспүрүмдүн жашоосунда бекем орун алган заманбап медиа технологиялар кошулат.

Азыркы балдар «төрөлгөндө эле компьютерди колдонгонду билгендей» туюлат. Ошондой эле, жаңы билим берүү стандарттарынын киргизилиши менен, заманбап мектептер салттуу окутуу моделдеринен баш тартууда, бала эми өзү маалыматты издеп тапканды үйрөнүшү керек. Мындай шартта Интернет билим берүүдө алмаштыргыс курал болууда. Интернет жаңы билимдердин мыкты булагы, окууда жардам берет, убакытты өткөрүүнү уюштурат.

Бирок ошол эле мезгилде баланы медиа аркылуу алып жаткан маалыматка сын көз менен мамиле кылууну үйрөтүү керек. Азыркы өспүрүмдөр үчүн убакытты жагымдуу өткөрүү үчүн көп мүмкүнчүлүктөр бар, бирок интернет бул жерде өзгөчө орунда турат. Тармак физиологиялык көз карандылыкты пайда кылбайт, бирок психологиялык көз карандылыкты пайда кылат, айрыкча, балдар менен өспүрүмдөр арасында. Эмне үчүн өспүрүмдөр Тармактын таасирине бат берилээрин түшүнүү үчүн бул жаш куракттын өзгөчөлүктөрүн карап көрүү керек.

4.1. ӨСПҮРҮМДӨРДҮН ЭС ТАРТУУ ӨЗГӨЧӨЛҮКТӨРҮ

Адатта өспүрүмдүк курак деп 11ден 16 жашка чейинки мезгилди айтышат (мындан башка да пикирлер бар). Бул мезгилде бардык чөйрөдө баладан чоң кишиге өтүү ишке ашат – дене түзүлүшү, физиологиялык, личносттук (нравалык, акыл-ою, социалдык жактан). Мээнин бардык структурасында жетилүүгө байланыштуу өзгөрүүлөр болот, анын натыйжасында личносттун өнүгүү, калыптануусунда чоң өзгөрүүлөр орун алат. Нерв системасы ички секреция темиринин катуу таасири астындагы абалда болот. Өспүрүмдөр үчүн өзгөчө кыжырдануу, тез чарчоо, уйкусунун бузулушу мүнөздүү. Алар бул мезгилде акыйкатсыз чечимдерге, аракеттерге абдан сезимтал келишет. Аларды кыжырданткан сырткы факторлор күчү жана мүнөзү жагынан андай күчтүү болбосо да, аларды оор кабыл алышат. Өспүрүмдөр чоңдордун берген баасына сезимтал болушат, алардын кадыр-баркына шек келтирген кемсинтүүлөрдү кескин кабыл алышат, үйрөткөндү, окутканды көтөрө алышпайт, айрыкча узак убакыт бою. Эмоционалдык туруксуздук жана максимализм, өжөрдүк жана ойройлук – булардын баары өспүрүмдүн организминдеги гормоналдык толкундоолордун натыйжасындагы жаш куректык өзгөчөлүктөр.

Бул курактагы борбордук психологиялык жаңы түзүлүш болуп, **бойго жетүү сезиминин** калыптанышы эсептелет. Дене боюнун күчтөнүшү өспүрүмгө бойго жеткендей сезимдерди берет, бирок мектептеги жана үйдөгү социалдык статусу өзгөрбөйт. Мына ошондо өз укуктарын таанытуу үчүн, өз алдынчалык үчүн күрөш башталат, бул болсо сөзсүз түрдө чоңдор менен жана өспүрүмдөр менен конфликтке алып келет. Жашоодогу реалдуулуктар менен беттешүү өспүрүмдөрдү нерв бузууларга, ойлонулбаган жосундарга түртөт. 11ден 16 жашка чейинки куракты оор курак деп бекеринен айтышпайт. «Оор» деп физиологиялык жактан гана эмес, негизинен психологиялык жактан тез өзгөрүүлөрдүн айынан айтылат, анткени мындай өзгөрүүлөр айрым учурларда өспүрүмдүн жүрүм-турумун, мурдагы кызыкчылыктарын, байланыштарын түп тамырынан бери өзгөртөт. Өспүрүм куракта ички конфликттер көп орун алат, ага жараша маанайы тез өзгөрүп, досторго, көңүл ачууга муктаждык пайда болуп, агрессия байкалышы мүмкүн.

Өспүрүмдүк курактын «көйгөйлүү чекиттери»

Ата-бала. Ата-энелер менен өспүрүмдөрдүн бири-бирин түшүнө билүү маселеси. Ата-энелердин түшүнүү менен кылган мамилесине өспүрүмдөр орой жооп кылып, алардын көз караштары эскирген деп эсептейт.
Жыныстык маселелер. Жыныстык жактан жетилүү ар кандай өтөт: биреөлөр жыныстык катнашка даяр болсо, экинчилери олуттуу деле кабыл алышпайт. Маселенин башка чеги – эрте жыныстык катнаштар. Ата-энелер балдарынын ишенимине ээ болуусу керек жана мындай сезимтал маселеге кылдат мамиле кылып, эртелей секс менен алектенүүнүн кесепеттеринен коргошу керек.
Сырткы келбетине наразы болуу. Өспүрүм өзүнүн сырткы келбетине кескин мамиле кылат. Физикалык абалы жана сырткы келбети – өзүнө наразы болуунун негизги себептери, алар өзүнө болгон ишенимин жоготуп, агрессияга, айланадагыларга ишенбөөчүлүктү жаратат.
Баарын көрүү керек. Өспүрүм баарын сезип, жасап көргүсү келет. Бул каалоого байланыштуу, тыюу салынган, зыяндуу нерселерге (тамеки, алкоголь, наркотик), жыныстык катнаш же башка жаман жосундарга байланыштуу маселе чыгышы мүмкүн.
Руханий маселелер. Өспүрүм курак өзүнүн ички дүйнөсүнө алгачкы жолу терең үңүлүү менен коштолот. Ал өзүнүн «мендигин» түшүнүүнү, күчтүү жана чабал жактарын аныктоону каалай баштайт. Өзүнүн мүнөзүндөгү сапаттарына наразы болуу абдан күчтүү болушу мүмкүн, ал кандайдыр бир коркуу сезимдердин себептерине айланып, олку-солку абалга, ал тургай суициалдык жосундарга түртүшү ыктымал.

Өспүрүм курак

Өткөөл мезгил

Өспүрүм кайсы бир деңгээлде **балдардын тобуна** кирет

Өспүрүм кайсы бир деңгээлде **чоңдордун тобуна** кирет

Ушундан улам өспүрүмгө **балага кылгандай мамиле** жасоо

Ушундан улам өспүрүмгө **чоңдорго кылгандай мамиле** жасоо

БУГА БАЙЛАНЫШТУУ КАРАМА-КАРШЫЛЫКТАР

Балдарга таандык жүрүм-турумдун айрым формалары өспүрүмгө туура келбейт

Ошол эле убакта **чоңдорго таандык** жүрүм-турум формалары өспүрүмдөргө уруксат эмес, же уруксат, бирок аларды өспүрүмдөр билбейт.

Өспүрүм бала кезиндеги **артыкчылыктардан** ажырайт

Өспүрүм чоңдор колдонгон артыкчылыктардан али колдоно албайт

Ошентип, өспүрүм өткөөл абалында турат, эртерээк чоңоюуну каалайт, бирок чоңдорго таандык татаал, жооптуу маселелерди чечүүгө кудурети жетпейт.

Сүрөт 4.1. Өспүрүмдөрдүн эс тартуу өзгөчөлүктөрү

ӨСПҮРҮМДӨРДҮН ЭМОЦИЯСЫ

Өспүрүмдөрдүн эмоциясы негизинен баарлашуу менен байланыштуу. Өспүрүмдүн эмоционалдык чөйрөсүнө төмөнкүлөр мүнөздүү:

1) катуу эмоционалдык дүүлүгүү – бул өспүрүмдү өз сезимдерин ээлиге билдирген абалга алып келет. Бул куракта өспүрүм чапчаңдыгы, кызуу кандуулугу менен айырмаланат: алар кызыктуу ишке баш-оту менен берилет, өз көз караштарын кызуу коргошот, өзүн жана жолдошторун чоңдор тарабынан кичине эле калыс эмес мамиле болсо коргоого даяр;

2) кенже окуучуларга салыштырмалуу эмоционалдык кайгыруулардын абдан туруктуулугу; мисалы, өспүрүмдөр өз таарынычтарын узакка унутушпайт;

3) сезимдери, бала кезинде жан дүйнөсүн козгогон сезимдер, эми көп деле дээликтирбейт, эгер мурда жакын адамдын же бейтааныш адамдын кайгысы баланын жүрөгүндө терең кайгырууну пайда кылса, өспүрүм кээде мындай нерселерге көз жумуп коюшу мүмкүн;

4) коркунучту күтүүгө жогорку даярдык беймазага салат, беймазалыктын эң жогорку чеги өспүрүм куракта байкалаары аныкталган; бул адамдар менен купуялуу-личносттук мамилелердин пайда болушу менен байланыштуу, мисалы шылдың болуп калуу коркунучуна байланыштуу;

5) сезимдердин карама-каршылыгы: көп учурда өспүрүмдөр өз жолдошун ал жек көрүүгө татыктуу болсо да кызуу коргоого алышат; жеке кадыр-баркына карата бийик сезимдерине ээ болуп туруп, уят иш экенин билсе да алар таарынычтан ыйлап жибериши мүмкүн;

6) аң-сезиминин өсүшү менен башкалар тарабынан берилген баага гана байланыштуу эмес, өзүн өзү баалоого байланыштуу да беймаза болуу;

7) кандайдыр бир топко таандык болуу сезими, ошондуктан алар жолдошторунун сын-пикирин чоңдордукуна же мугалимдикине караганда оорураак кабыл алат; көп учурда топтон бөлүнүп калуу коркунуч бийлейт; өспүрүмдөр бардык жагынан моданы кубалаганга даяр: музыкада, кийим-кече, спорт, кызыгууларында. Көп учурларда бул жерде карама-каршылык пайда болот, модалуу көрүнүп топтон бөлүнүүнү каалап атып кайра ошол топко сиңип кетет. Эгер класста эки-үч балада кандайдыр бир буюм болсо, мисалы планшет, калгандары да «андан кем эмес болуу үчүн» планшет алганга аракет кыла башташат. Эгер өспүрүмгө ата-энеси бир нерсени сатып бербей койсо, ал ага керегинжоктой түр көрсөткөнгө аракет кылат. Көп учурда так ушундай өспүрүм өзүнүн оригиналдуулугу менен айырмаланат;

8) достукка өзгөчө бийик талаптарды коюу; өспүрүмдөрдүн достугу кенже балдарга караганда абдан тандалма, купуялуу жана узак мөөнөттү; достуктун таасири менен өспүрүмдөр өзгөрүшү мүмкүн; топ-топ болуп достошуу кеңири жайылган.

9) бул куракта чексиз каалоо менен күч жана турмуштук тажрыйбанын чектелүүлүгүнүн ортосундагы карама-каршылыктар күч алат. Ошондуктан кызыгуулар көп, натыйжада кызыкчылыктар туруктуу эмес. Кечээ өспүрүм тенниске кызыккан болсо, бүгүн гитарада ойногонду жактырат. Кызыгуулардын туруксуздугу – бул өзүн өзү издөө.

Сүрөт 4.2. Өспүрүм курактагы маанилүү баалуулуктар.

Эмесе өспүрүмдөрдүн жүрүм-турумундагы айрым нюанстар боюнча жыйынтык чыгаралы:

- алар ата-энелери менен кандай себеп болбосун кайым айтышууга даяр
- өзүнүкүн бербейт
- маанайлары тездик менен өзгөрүп турат
- көп учурда беймаза абалында болушат
- дайыма эле адекваттуу болушпайт
- алардын юморго мамилеси кызыктай болот
- алардын жүрүм-турумдары девианттуу болушу мүмкүн – нормага туура келбеген (алкоголго берилүү, мушташ, уурулук, жосунсуз байланыштар, субкультура)
- алар абдан орой, таң калтырган сөздөрдү айтышы мүмкүн
- алардын жосундары эпатаждуу болушу мүмкүн
- алардын сырткы келбеттери
- көзгө одоно көрүнүшү мүмкүн
- алар секс темасына кайдыгер эмес, бирок муну жашырууга аракет кылышат
- алар философия менен ой жүгүртүүгө аракеттенишет
- алар таарынчаак келишет

Чоңдордон эмне талап кылынат?
Чыдамкайлык, Чыдамкайлык жана дагы Чыдамкайлык. Бала менен сүйлөшүү «мен сени сыйлайм, сен да мени сыйла» деген алкакта өтүшү керек. Өспүрүмгө тандоо эркиндигин берүү керек, бирок тиешелүү деңгээлде оңдоолорду киргизип, кайсы жерге чейин жол бериле турганынын чегин белгилеп берүү керек.
Көп учурларда өспүрүмдөр мугалимдери менен конфликтке барышы мүмкүн. Анын мугалим менен болгон мамилеси предметке болгон байланышына өтөт, кээде жалпы окуу процессине да берилиши мүмкүн.
Өспүрүмдөрдүн ой жүгүртүүсү ак-кара түстө экенин түшүнүү зарыл, ошондуктан ага ажырым түстөрдү ачып берүү керек. Түшүндүрүү аркылуу ага түшүнүк, жеке өсүш келе баштайт, ал дүйнө түзүлүшүн жакшы түшүнө баштайт. Өспүрүмдөр менен сүйлөшүүдө чеги менен тамашалашуу жакшы жардам берет. Эгер сиз өзүңүзгө өзүңүз күлө алсаңыз. Өспүрүмдү таарынтпай жакшы мааниде шылдың кыла алсаңыз бул экөөңөрдүн ортоңордогу мамилеге жардамын тийгизет.
Жаштардын сленгин үйрөнгүлө. Аларды анда-санда орундуу пайдалануу сизди өспүрүмгө айлантып койбойт, бирок, балага үнүңүздү жеткириши мүмкүн.
Дайыма көздү жана кулакты ачык кармоо керек. Баладан келген жыт, анын кареги, социалдык тармактардагы байланыштары, телефон сүйлөшүүлөрү – мунун бардыгы көмүскө көзөмөл алдында болушу керек.
Ушул учурда гана сиз өз убагында кеңеш берип, түшүндүрүп, катачылыктан сактап калышыңыз мүмкүн.

4.2. ЭС ТАРТУУ КЫЙЫНЧЫЛЫКТАРЫ

Өспүрүмдөр бир топ кыйынчылык алып келээрин баары билишет. Өткөөл курактын психологиясы трагедиялык көз караштарга толгон, кээде аргасыздыкка алып келет. Социологдордун айтымында, ар бир онунчу өспүрүм өзүн өзү өлтүрүү жөнүндө ойлонот. Жыл сайын жүз өспүрүмдүн төртөө олуттуу депрессияга кабылат. Мындай депрессияны эгер дарылабай койсо, жагдай оорлоп, клиникалык депрессияга алып келиши мүмкүн, бул болсо оор илдет. Бүгүнкү күндө өспүрүмдөр арасындагы өзүн өзү өлтүрүү өлүмгө алып келген себептердин ичинен кырсыктардан кийинки экинчи орунда турат.

- терең депрессия
- үй-бүлөдөгү жайсыздыктар (ата-энелеринин аракечтиги, зомбулук менен мамиле кылуу ж.б.)
- үй-бүлөдөгү чыр-чатактар
- үй-бүлөдөгү кыйынчылыктар, көп учурда ата-энелердин ажырашуусу
- чоңдордун өспүрүмдөрдүн проблемаларына катышууну каалабастыгы
- жоопсуз сүйүү
- таарынткан адамды жазалоо

Сүрөт 4.3 Өспүрүмдөр суицидинин себептери:

Өспүрүм оор кырдаалдардан качканды туура көрөт, суицид – биринчи кезекте бул качуу. Бала өзүн чындап бактысыз сезгенде өзүн өлтүрүүнү чечет. Дагы бир нерсе, бардык эле балдар өзүнүн же башка бирөөнүн өмүрүнүн баалуулугун сезе билишпейт. Өспүрүмдүн оюу боюнча, аны өмүрү ата-энесинин жинине тийүү үчүн, таарынткан адамды жазалоо үчүн арзыбаган баага тете. Суицид аркылуу бала чоңдор сыяктуу эле, өзүнүн жагдайларын өзгөртүүгө аракет кылат деп эсептелет: кайгыруудан кутулуу, аёо сезимин пайда кылуу, жардам алуу, өз көйгөйлөрүнө көңүл бурдуруу, өзүнүкүн бербөө, өч алуу, жоопкерчиликтен качуу.

Көп учурларда суицид аракеттери ишке ашпайт, бирок, кыздар бир жолку аракетинен кийин токтоп калса, балдар бир нече жолу кайра аракет кылышат. Өспүрүмдөр арасындагы суицидди жоюуда биринчи кезекте үй-бүлөдөгү кризистик кырдаалдарды алдын алууга, муктаж өспүрүмдөргө жана анын үй-бүлөсүнө өз убагында социалдык, психологиялык жардам көрсөтүүгө иш-аракеттер жасалышы керек. Ошондой эле өспүрүмдөр арасындагы суицидди болтурбоо аракеттеринде ичимдик ичүү жана башка психоактивдүү заттарды пайдаланууну алдын алуу иштери абдан зарыл.

ӨСПҮРҮМДҮН ЭМОЦИОНАЛДЫК ЖАКТАН БУЗУЛУУЛАРЫНЫН БЕЛГИЛЕРИ:

1. Табитинин жоголушу же тескерисинче ашыкча соргоктугу, уйку качуу
2. Беймаза болгонуна көп даттануу
3. Сырткы келбетине такыр көңүл бурбоо
4. Дайыма жалгыздыкты сезүү же күнөөлүү сезимде болуу
5. Өлүм жөнүндө көп ойлонуу
6. Келечекке пландын жоктугу
7. Үйдөн качуу
8. Өзүнө карата зомбулукту чагылдырган сөздөр, каттар, сүрөттөр
9. Себеби жок ыйлоо, оройлук
10. Жеке буюмдарын таратуу

СУНУШТАР:

1. Өзүн өзү өлтүрүүнү чечкен өспүрүмдү кунт коюп угуу керек.
2. Баланын ниетинин, сезимдеринин канчалык деңгээлде олуттуулугун, эмоционалдык кризистин тереңдигин баалоо керек.
3. Арзыбаган таарынычтары же даттанууларына да катуу көңүл буруңуз.
4. Ал өзүн өзү өлтүрүү туурасында ойлонуп жаткан жокпу, бул суроону бергенден коркпоңуз.
5. Ата-энелер балдары кандай сайттарга кирип жатканына көңүл буруусу керек.
6. Кандай ММКны окушат, телевизордон кандай программаларды көрүп жатканына көңүл бургула.

Өспүрүмдөрдүн суициддик жүрүм-туруму теңтуштарынын арасында жугуштуу болушу мүмкүн. Интернетте жарык дүйнөдөн кетүүнү пропаганда кылган сайттар бар. Мугалимдер бул туурасында билиши керек, бирок психологдордун айтымында окуучулардын көңүлүн бул темага буруп, атайын бул туурасында айтып берип, же алардан мындай сайттар туурасында суроонун кереги жок.

Анткени көпчүлүк балдар кадыресе кызыгуудан улам бул сөздөргө көңүл буруп, ал сайттарга кириши мүмкүн. Бул сайттардын көбүнө кирүү оңой, катталуунун да кереги жок. Акыркы мезгилдерде бир катар өлкөлөрдө коомчулукта социалдык тармактарда негизги кызыкчылыгы суицид темасы болгон өспүрүмдөр тобунун пикир алмашуулары коркуткан. Биздин пикирибизде, бул көрүнүшкө ашыкча көбүртүү менен мамиле жасалды, буга бир нече себеп бар, бирок аларды чагылдыруу бул материалдын предмети эмес.

Ошентсе да, бул сыяктуу тармактардагы ар кандай топтордо өспүрүмдөрдүн убакыт өткөрүү механизмин түшүнүү керек. Мындай топтордун администраторлору балдар психологиясын жакшы билишет. Алар буга атайын профессионалдык билим аркылуу жеттиби же жеке туюму аркылуу үйрөнүшкөнбү, анын бизге мааниси жок. Бирок, алар өз аракеттеринде игрофикация методун активдүү колдонушат, б.а. айрым оюн процесстерин оюн эмес максаттарга пайдалануу. Бул метод маркетингде, рекламада, чоңдорду окутуу курстарында жакшы иштейт. Бирок бул элементтер тармакта зеригип отурган өспүрүмдөргө «кайырмак» болууда. Биринчи жөн гана сынап көрүп, кийин ушунчалык берилип, алар кырдаалды көзөмөлдөй албай, аларды оюн башкарып калышы мүмкүн. Эгер өспүрүмдө ырахат ала турган чөйрөсү аз болсо (үй-бүлөдөгү баарлашуу, достор, хобби, спорт ж.б.) ал мындай мүмкүнчүлүктөрдү тармактан издей баштайт, маселен күмөн жараткан «оюндарга» катышып.

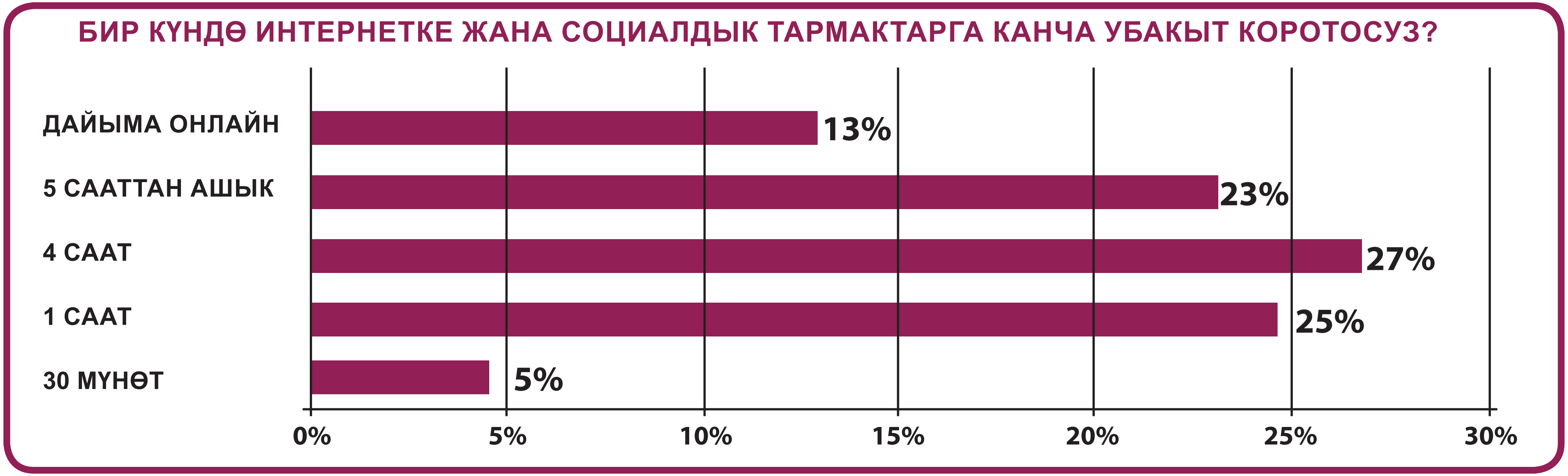
Ошентип, белгилей кетсек, коркунучту «виртуалдык топтор» эле эмес, жашоо деңгээлдин төмөндүгү, кызыктуу ишмердүүлүктүн жоктугу, келечекке ишенбөөчүлүк, жалпы социалдык депрессия, оор социалдык-экономикалык абал, ата-энелердин мыкаачылыгы, кайдыгерлиги да, тескерисинче ашыкча камкордугу, өзүн туюнтууга, ишке салууга мүмкүнчүлүктөрдүн жетишсиздиги да жаратышы мүмкүн.

4.3 МЕДИА ДҮЙНӨСҮ ЖАНА ӨСПҮРҮМ

4.3.1. ӨСПҮРҮМ ЖАНА ИНТЕРНЕТ

Бизге, чоң интернет-колдонуучуларга, тармак биринчи кезекте жумуш үчүн керек, бирок аны менен кошо биз Интернетти өзүбүздүн ар кандай кызыкчылыктарыбызга карата да пайдаланабыз. Биз эгер кааласак баарын таба алаарыбызды билебиз. Ал эми балдар тармакта эмне кылышат жана эмне издешет? Тармактын жеткиликтүүлүгү, жогорку пайдалануу компеттенттүүлүгү менен айкалышкан интернет чөйрөдөгү коркунучтар жана турмуштук тажрыйбанын жетишсиздиги, Глобалдык тармакты пайдаланууда өспүрүмдөрдү кооптуулукка сезимтал топко айлантат.

1 - Диаграмма. Окуучулардын интернетте өткөргөн убактыларынын узактыгы



Биздин жогорку класстар арасында жүргүзүлгөн сурамжылоонун жыйынтыгы боюнча, катышуучулардын 25 % бир күндө интернетке бир сааттай убакыт коротоорун, 50% төрт сааттан ашык убакыт интернетте жана социалдык тармактарда отураарын айткан. 50% окуучулар интернетти күнүгө ата-энелер тарабынан чектөөсүз ээн-эркин пайдаланышат. 26% гана убакыттык чектөөсү бар экенин билдиришкен. Диаграммада көрсөтүлгөндөй, тиешелүү аудиториянын жарымынан көбү интернетте абдан көп убакыт өткөрүшөт.

Белгилүү болгондой, кандай ишмердүүлүк болбосун кандайдыр бир муктаждыкты канагаттандырууга багытталат. Азыркы өспүрүмдөрдүн негизги муктаждыктарынын спектри абдан кеңири. Жашоого зарыл болгон муктаждыктардан сырткары (физиологиялык, коопсуздук), социалдык муктаждыктар да (баарлашуу, сүйүү, кадыр-барк ж.б.) жана инсандыкты өнүктүрүүгө болгон муктаждыктар да (таанып билүү, түшүнүү, өзүнүн ордун табуу) маанилүү орунда турат.

Интернетти пайдалануу менен өспүрүмдөр өздөрүнүн суроо-талаптарынын басымдуу бөлүгүн канагаттандыра алат. Тармактын жардамы менен айрым учурлар буга жетишүү реалдуу турмушка караганда алда канча тез ишке ашат. Андан сырткары, интернетте өспүрүмдөр ата-энесинен же башкалардан көз каранды болбой өз алдынча аракеттене алат. Бул жерде өспүрүм куракка мүнөздүү болгон социалдык муктаждыктардын бири болгон – өз алдынчалуулук жана автономия толук ишке ашат.

Өспүрүмдөр интернеттин жардамы менен кандай муктаждыктарын канагаттандыра алышат? Психологдор өспүрүм интернет пайдалануучуларын 7 типке бөлөт:

ТААНЫП-БИЛГИЧТЕР

Таанып-билгичтер үчүн Интернет – бул маалымат издөөнүн каражаты. Алардын сөзү боюнча Интернет – «сурап-билүү бюросу», «маалыматтык аң», «маалымат издөөдө чексиз мүмкүнчүлүктөр», «көп маалымат табууга боло турган эркин жеке мейкиндик», «маалымат издөөгө абдан ыңгайлуу жана кызыктуу каражат», «сага керектүү кызык жана зарыл болгон маалымат сакталган чоң архив».

Интернет түгөнбөгөн маалымат казынасы катары, өспүрүмдөрдүн таанып-билүүчүлүк активдүүлүгүн канагаттандырган негизги курал болуп саналат. Таанып-билгичтер ар тараптуу кызыкчылыктары менен айырмаланышат. Тармакта алар жаңылыктарды билишет, аларды кызыктырган ар кандай темадагы маалыматтарды издешет, фильм көрүшөт, музыка угушат. Тармактын издөө мүмкүнчүлүктөрү кругозорду өстүрүүгө жардам берет жана таанып билгичтерге дүйнөнүн ар түрдүүлүгүн сунуштайт. Бул категориядагы өспүрүмдөр үчүн, негизгиси билүү эмес, а керектүү маалыматты табуу. Ошентип, таанып-билүү активдүүлүгү издөө активдүүлүгүнө айланат: «ойлонуу», «окууга» болгон аракетинин ордуна мындай өспүрүмдөр «издөөнү» каалап калышат. Мындан тышкары, так ушул категориядагы өспүрүмдө оор стресске алып келе турган маалыматтын ашыкча көптүгүнөн жабыр тартышат.

Кызыгуу жана издөө активдүүлүгү абайлоо сезимин жеңип, маалыматтын чын-бышыгын сын көз менен баалоо жөндөмү төмөндөйт. Интернеттеги таанып-билгич тентимиштер тармактагы коркунучтарды көп баалашпайт. Ошондуктан көбүнчө алар жагымсыз маалыматка кабылып, ар кандай вирус, спамга көп жолугат.

КОЗГОЛОҢЧУЛАР

Козголоңчулар үчүн Интернет: «эмне кааласаң ошону кыла турган жай», ээн-эркин мейкиндик», «интернет – бул жөн гана эркиндик!!!».

Козголоңчулардын ишмердүүлүгү негизинен өз алдынчалуулук жана автономия муктаждыгын канагаттандырууга багытталган. Социалдашуу процессинде бул муктаждык биринчи кезекте, ата-энелерден көз карандысыздыкты түшүндүрөт.

Адатта балдар жана өспүрүмдөр ары жагында кызыктырган виртуалдык дүйнө бар монитор менен жекеме-жеке калышат. Көпчүлүк ата-энелер (70%) бул процесске тоскоол болушпайт жана балдарына тармакты колдонууга чектөө коюшпайт. Биз интернет менен кошо балдарыбыздагы индивидуализм жана эркиндикти тарбиялайбыз. Козголоңчулар биринчи кезекте ушул сабакты өздөштүрүшөт.

Козголоңчулар көп учурларда ата-энелери тыюу салган сайттарга кирээрин моюндашат. Тармактагы адамды өзүнө тарткан, белгисиз мындай аймактарда аларды күтүлбөгөн ачылыштар жана кызыктуу жаңылыктар гана эмес, керексиз, кээ бир учурда өспүрүм үчүн зыяндуу да маалымат болушу мүмкүн. Козголоңчулар көп учурларда интернетти туура эмес максаттарда пайдаланганын моюнга алгандан уялышпайт, мисалы порнография көчүрүү, башка пайдалануучулар менен конфликтке баруу, жабык сайттарды бузуп кирүү.

Мындай иш-аракеттер өспүрүмгө өзүн өз алдынча эркин сезүүгө мүмкүнчүлүк берет, бирок муну менен бирге баарын жасоого болот, жаза болбойт деген иллюзия пайда болот.

Козголоңчулар башка типтеги интернет колдонуучуларга караганда өзүлөрүнүн персоналдык маалыматтарын көп чыгарышат жана тармактагы бейтааныш адамдар менен реалдуу жашоодо көп жолугушат, муну менен өзүн коркунучка кептейт. Мындан тышкары, алардын алдында тармакта кылмышка баруу менен реалдуу жашоодо кылмыш жасоонун ортосунда айырма жок экенин түшүнбөстүк коркунучу турат.

ТУСОВЩИКТЕР

Тусовщиктер үчүн интернет – бул досторду табуу жана пикир алмашуу орду. Интернет - алардын сөзү боюнча «достор менен пикир алмашчу жай», «байланыш каражаты... эркин баарлашуу», «досторду таба турган глобалдык тармак», « планетанын ар кайсы бурчундагы адамдар менен баарлашуу мүмкүнчүлүгү».

Тусовщиктер интернетти өздөрүнүн баарлашууга болгон, кызыкчылыгы бир болгон топко таандыгын сезүү, сүйүү жана башкалар тарабынан кабылданууга байланыштуу социалдык муктаждыктарын канагаттандыруу үчүн пайдаланышат. Ушул максатта алар блог жазышат, достору менен ICQ, Skype, социалдык тармак, чат, форумдарда баарлашат. Мунун жардамы менен алар мамиле курат, пландарын, жолугушууларын талкуулашат, өзүн реализациялайт. Форум, чаттар аркылуу өспүрүм жүрөгүн өйүгөн нерсе туурасында өз пикирин билдирүү мүмкүнчүлүгүн алат, же жөн гана кандайдыр бир маселени талкуулоого катышат. Тусовщиктердин интернетке кирген негизги максаты – досторду табуу жана алар менен байланышты кармоо. Ошондуктан алардын интернеттеги негизги орду социалдык тармактар, бул жерде алар кызыкчылыктар боюнча коомчулуктарды түзүшөт, белгилүү бир топтогу адамдар менен сүйлөшө алышат. Көп сүйлөбөгөн өспүрүмдөр үчүн тармакта дос табуу жеңилирээк. Социалдык тармактарда тусовщиктер жөн гана активдүү жашоо образын алып барбастан, алар контент да жаратышат: өз баракчаларын же профилдерин түзүшөт, ар түрдүү маалыматтарды жүктөшөт, ар кандай мультимедиа функциялары аркылуу өзүлөрүн туюндурууга аракет кылышат, мисалы аватар, стена, граффити, фото, видео.

Тусовщиктердин басымдуу көпчүлүгү (80%) бул же тигил социалдык сервисте блог алып барышат. Блогерлердин арасында жогорку класстын окуучу кыздары көп.

Ошондой эле, бул топко кирген өспүрүмдөр башкаларга салыштырмалуу пикир алмашуу интенсивдүүлүгү жогору болгондуктан, коркунучтарга көп туш болушат, акча талап кылуу, агрессия, сексуалдык опуза. Аларда кокустан таанышып калуу мүмкүнчүлүгү жогору жана өзүлөрү тууралуу жеке маалыматтар менен көп бөлүшкөндүктөн, ар кандай шылуундардын, кылмышкерлердин бутасына айланышы толук ыктымал.

КЕРЕКТӨӨЧҮЛӨР

Заманбап тармак – келечектеги керектөөчүлөр коомунун атуулдарын даярдоочу мектептердин бири. Керектөөчүлөр үчүн интернет – бул чоң дүкөн. Алар интернетти мындай деп сүрөттөшөт: «керектүү нерсеңдин баарын таба ала турган жай», «көп нерсе көчүрүп ала турган жай», «маалымат жана файлдарды алмашуу каражаты», «картинадан баштап ядердик бомбага чейин баарын таба ала турган чоң аң».

Адатта бул типтеги өспүрүмдөр интернеттен сүрөттөрдү, музыка, клип, фильм көчүрүшөт. Жана интернет-дүкөндөрдүн кызматынан пайдаланышат.

Интернет алардын бир нерсеге ээ болуу муктаждыгын канагаттандырат. Өспүрүм үчүн маалыматка жана аны теңтуштары менен бириктирип турган белгилүү бир нерселерге ээ болуу абдан маанилүү: бир музыка угуу, ошол эле фильмди көрүү, аларда бар буюмга ээ болуу, кандайдыр бир программаны колдонуу, эмнени кайдан табууну билүү. Керектөөчү-өспүрүмдөр чоң маалымат агымынан жана кеңири тандоонун арасынан багыт тапканды үйрөнүшөт. Алар салыштырганга, тандаганга көнүшөт. Интернет-керектөөчүлөр абдан маалыматтуу, рационалдуу жана максат коюуда реалдуулукка жакын болушат. Алар туш болчу маанилүү маселе – бул шылуундук. Мындай керектөөчүлөр көп нерселердин (программа, китеп, музыка, фильм) бекер болушуна көнгөн. Кандайдыр бир нерсени ыңгайлуу шартта табуу максатында издөө салуу учурунда алар кылмышкерлердин кылтагына илинип калышы мүмкүн: бекер файл көчүрүп алып аны менен кошо вирус алып келиши мүмкүн же ашыгы менен төлөп калышы мүмкүн, же өзү каалагандан таптакыр башка нерсе алып калышы да ыктымал. Бирок, башка типтегилерге караганда керектөөчүлөр тармакта коркунучтардын бар экенин жакшы түшүнүшөт жана алардын психологиялык коргонуу деңгээли жогору болот.

БОТАНИКТЕР

Ботаниктер үчүн интернет – биринчи кезекте окууга керектүү маалыматтын булагы. Интернет - бул: "билим казуу", "билимдин мыкты булагы", "окуу борбору", "мектеп үчүн маалыматтын булагы".
Адатта, ботаниктер – жакшы окуган, козголоңчулардын көз караштарын бөлүшпөгөн балдар. Өспүрүмдө өздөрү айткандай, бул «жашоо образы, алар зериктирме, замандан арттараак жүрүшөт, өтө тартиптүү жана элпек келишет. Бирок алар текшерүү иш жазууда же үй тапшырмасын аткарбай келгенде кызыктуу маектешке айланып, абдан пайдалуу болушат.
Ботаниктер интернетте таанып-билүүчүлүк муктаждыктарын канагаттандырышат, анын жардамы менен реферат, доклад жазышат, сабактарын окушат, экзамендерге даярданышат. Интернетти окуу үчүн пайдалануу менен алар өзүлөрүнүн жаңы билимдерге болгон муктаждыктарын гана канагаттандырбастан, кругозорун кеңейтишет – табылган маалымат теңтуштары тарабынан мактоого татып, өзүн реализациялоого жардам берет.

Бул типтеги балдар, башкаларга салыштырмалуу тармактагы коркунучтарга аз жолугушат. Алар интернетке өзүлөрү тууралуу жеке маалыматтарды сейрек чыгарышат, интернетте таанышкандар менен реалдуу жашоодо сейрек жолугушат. Алар үчүн негизги кооптуу нерсе – табылган маалыматка сын көз менен карашпагандыгы. Окуу үчүн материал издөө учурунда, көп учурларда алар туура эмес же жалган маалыматка же контентке туш келиши мүмкүн.

ИШТИКТҮҮЛӨР

Аз сандагы бул топко кирген өспүрүмдөр үчүн интернет жумуш издөөнүн же кандайдыр бир ишмердүүлүктүн орду. Интернет алар үчүн: "жумуш орду", "акча табуу", "жумуш үчүн бардык нерсени табууга боло турган жай ". Иштиктүү өспүрүмдөр интернеттен жумуш издешет, программаларды же оюндарды жазышат, сайттарды түзүп жана редакциялайт, бизнес жаңылыктарына кызыгышат.

Бул өспүрүмдөр азыртан эле өзүнүн жана карьерасынын өнүгүшү үчүн жолдорду издеп башташат. Алардын теңтуштары жаңы кесибин аныктоону баштап жатса, алар өзүнүн бир нерсесин жаратууга, кайсы бир ишмердүүлүктө өзүн сынап көрүүгө аракет кылышат. Мындай типтеги колдонуучулар теңтуштарына караганда интернетке олуттуу мамиле кылышат, алар көңүл ачуудан сырткары ар кандай мүмкүнчүлүктөрдү көрүшөт.

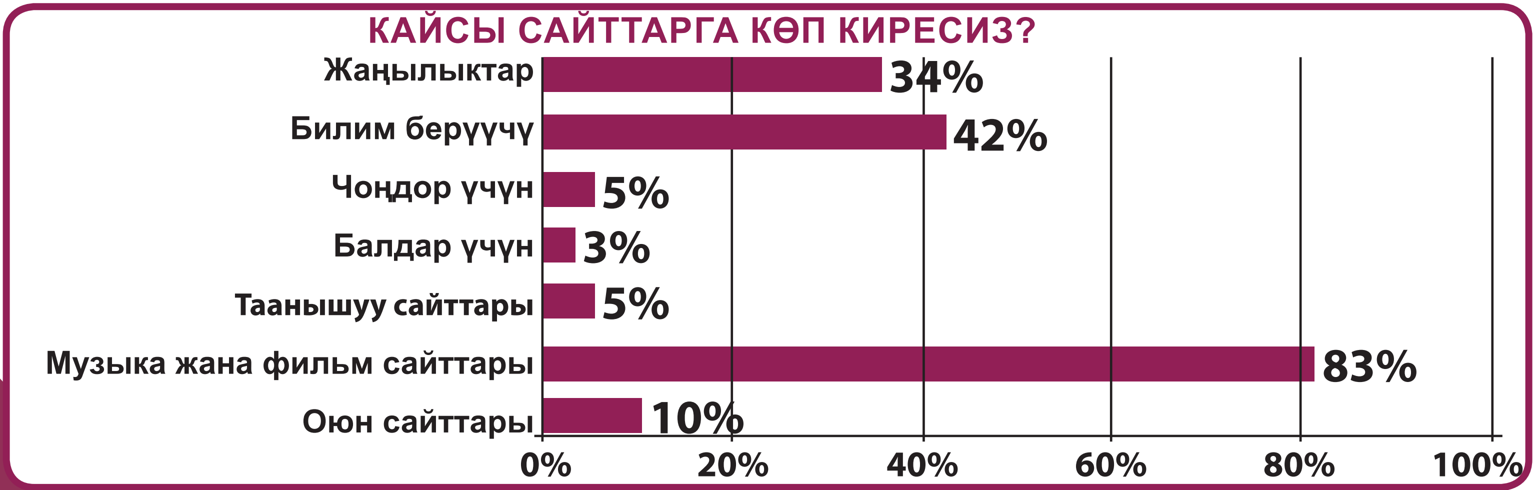
Муну менен баалуулуктардын жана максаттардын дисбалансынын пайда болуу коркунучу бар: мектеп аттестаты жок эле акча табууга болсо, анда окуп эмне кереги бар. Мындан тышкары, интернет аркылуу жумуш издеп жатып аферисттерге кабылуу мүмкүн. Кээде жаш ишкерлер айрым маанилүү факторлорду эстен чыгарып коюусу мүмкүн, мисалы укуктук.

ОЮНЧУЛАР

Бул категориядагы колдонуучулар үчүн, интернет биринчи кезекте оюн каражаты, өспүрүмдөр айткандай, «ойноп турган жай». Алар туурасында 4.3.2. бөлүмүндө кеңири сөз болот.

Бишкек жана Чүй облусунда жогорку класстардын окуучуларынын арасында жүргүзүлгөн сурамжылоонун жыйынтыгы боюнча «таанып-билгичтер» жана «тусовщиктер» басымдуулук кылат.

2- Диаграмма Окуучулар кирген сайттардын мазмуну



Жогорку класстын окуучулары биринчи орунда көңүл ачуучу фильм көргөн, музыка уккан сайттарды көрсөтүшкөн – 83%, экинчи орунда билим берүүчү сайттар турат – 42%. Сурамжылоого катышкандардын 34% гана жаңылык сайттарына кирээрин айтышкан.

Бардык типтеги колдонуучуларды интернет чөйрөнүн коркунуч деңгээлин баалоо боюнча анализдөө менен төмөнкүдөй мыйзам ченемдүүлүк алынды: өспүрүмдөр канчалык интернетти интенсивдүү пайдаланса, ошончолук тармактарда пайда болчу коркунучтарды сезе билүү деңгээли төмөндөйт. Бир жагынан алганда, Интернет канчалык көнүмүшкө айланып, түшүнүктүү жана жеткиликтүү болсо, коркуу сезимин, кооптонууну аныктаган жаңычылдык, белгисиздик факторлорунун маанилүүлүгү төмөн болот. Өспүрүм эмне менен жана кайда, кантип алектенүүнү, ким менен баарлашууну, эмнени издеп, эмне кылыш керектигин, ал эми бир нерсе жакпаса, иш-аракетин өзгөртүп, компьютерди өчүрүп салууну каалаган убакта өзү тандай алаарына ишенимдүү болот. Натыйжада баары көзөмөлдө тургандай сезим пайда болуп, бул болсо адамдын базалык муктаждыктарынын бири болгон коопсуздукка болгон муктаждыгын канагаттандырат. Бирок ушул эле убакта, онлайн режиминде реалдуу жашоого караганда бардыгы ушунчалык тездик менен өзгөрүп турат. Тармакта бардыгын көзөмөлдө кармоо, кырдаалга ээ болуу – бул жөн гана иллюзия. Өзүнө болгон ашыкча ишеним, аярсыздык, бейкапардык өспүрүмдөрдүн жагымсыз жагдайларга туш болуу коркунучун жогорулатат. Ошондуктан, бардык типтеги окуучу-колдонуучулар бир кооптуулук тобуна киришет. Өзгөчө интернетте башкаларга караганда көбүрөөк саякаттагандар.

Ошентип, КРда жогорку натыйжалуу маалыматтык коомду курууга – коопсуз, этикага шайкеш Интернет чөйрөсүн түзбөй туруп жетишүү мүмкүн эмес, биринчи кезекте балдар жана өспүрүмдөр сыяктуу массалык интернет колдонуучуларга. Бул үчүн « балдар – Интернет» системасындагы кырдаалга, өсүп келе жаткан муун үчүн тармакта азыр орун алган жана орун алуусу мүмкүн болгон коркунучтарды эске алуу менен ар тараптуу анализ жүргүзүү керек.

4.3.2. КОМПЬЮТЕРДИК ЖАНА ОНЛАЙН-ОЮНДАР

Оюн адамдын өнүгүшүн эрте эле бала кезинен баштап, өнүгүүнүн эң жогорку чокусуна чыкканга чейин коштоп жүрөт. Оюнга болгон муктаждык түздөн-түз таанып-билүүгө, кадыр-баркка ээ болууга болгон муктаждык менен байланыштуу. Ойноого болгон каалоо балалык менен кошо кетпейт. Оюн бардык куракта керек. Ал эми интернетте каалаган оюнду ойноого болот. Оюндар диапазону абдан кеңири. Соңку 10-12 жыл ичинде технологиялык жана психологиялык жактан алганда примитивдүүлүктөн миллиондогон бюджеттүү, реалдуу графика, үн, видео коштолгон жогорку сапаттуу продуктка чейинки эволюцияны басып өттү. Азыркы учурда мындан тышкары, ар түрдүү перифериялык жабдыктар пайда болду (руль, педаль, вибро-кресло, шлем жана виртуалдуу реалдуулук костюму). Тармактын каражаттары аркылуу бут планетадагы оюнчулардын ортосундагы байланыш түзүлөт.

Интернетте ошондой эле, эч кандай өзгөчөлүгү жок: мутанттар жок, кан төгүлбөйт, зордук-зомбулук жок болгон оюндар бар, бирок баңги заттай эле өзүнө тарткан оюндар, тиркемелер кеңири жайылууда. Мисалы, «Менин сүйүктүү фермам» компьютердик оюну. Балдар үйүнө келээри менен компьютерге чуркашат, бакча сугарып, жаныбарларга кам көрүү үчүн тамак ичкенди да, үй жумуштарын да унутуп коюшат. Мындай оюндар массаны тарта алганы менен өзүнө тартат, бир убакта оюнду жүздөгөн тааныш жана бейтааныш адамдар ойной алышат. Окууга, карьерага, достук жана үй-бүлөлүк байланыштарга онлайн режиминде өткөрүлгөн убакыт оор залакасын тийгизип, реалдуу жашоону арткы планга чыгарат.

Заманбап компьютердик оюндар өзүнүн мыйзамдары, нормалары, баалуулуктары бар кыялдагы интерактивдүү дүйнө кура алат деп чечкиндүү түрдө айтууга болот. Курулган дүйнө оюнчу үчүн канчалык кызыктуу болсо, бул продуктунун оюнчунун социалдашуу процессине таасири ошончолук чоң болот.

Азыр популярдуулукка ээ болгон оюндардын бири көп колдонуучуну камтыган ролдошкон онлайн-оюндар, реалдуу убакыт шартында көп сандаган оюнчулар ойной алышат. Бул жерде өзгөчө көңүл каармандын өнүгүшү, жөндөмдөрүнүн өсүшүнө бурулат. Мындай оюндардагы окуялар фантастикалык дүйнөлөрдө көп катышуучулардын катышуусу астында өтөт, сюжеттик линия каармандын аракеттерине жараша ар кандай багытка бурулушу мүмкүн. Бул оюндар ар кандай жанрлардын элементтерин өзүнө бириктире алат, аны менен ого бетер көп оюнчуларды тартууда жана биринчилерден болуп өспүрүмдөр ойноп баштайт.

Салттуу көз караштарда компьютердик оюндар адамга көз ирмемдик муктаждыгын канагаттандыруу керек болгондо же эмоциясын чыгаруу керек болгондо ойнолот деп айтылат. Бирок чынында баары алда канча татаалыраак.

Компьютердик оюндардын виртуалдык дүйнөсүндө психологиялык мааниде алганда кадыресе жашаганга болот деп айткандарга көптөгөн оюнчулар кошулат. Айрыкча коомдук мамилелер көчүрүлгөн масштабдуу интернет-дүйнөлөргө бул өзгөчө мүнөздүү. Бирок компьютердик оюндарда жана өзүн реализациялоодо эмне өзгөчөлүк бар? Компьютердик оюндардын негизги өзгөчөлүгү техникалык каражаттардын аркасында камсыз болгон «Мен» дегенди виртуалдаштыруунун эбегейсиз күчү болуп саналат. Кадимки ролдошкон оюнда оюн мейкиндиги эрежелер менен берилген, оюнчулар ал эрежелерди кармануута тийиш, антпесе оюн маанисин жоготот, ошондуктан ойноп жаткан адам дайыма ал оюнда экенин өзүнө эстетип туруусу керек. Ал эми компьютердик оюнда ойноп жаткандарга атайлап оюн мейкиндигин сызуунун жана эрежелерди дайыма эстеп туруунун зарылдыгы жок, компьютердик оюнда эрежени бузуу мүмкүн эмес, анткени жол берилген чек ара оюн программасы менен сызылган. Натыйжада оюнчу оюн дүйнөсүнө өтө терең сүңгүп кире алат.

ПОЗИТИВДҮҮ МҮМКҮНЧҮЛҮКТӨР

Онлайн-оюндары сабырдуулукту, кунт коюуну жана шамдагайлыкты талап кылат, мейкиндик жана стратегиялык ой жүгүртүүнү өнүктүрөт;

көптөгөн колдонуучулар бар онлайн-оюндарындагы башка адамдар менен пикир алмашуу мүмкүнчүлүгү жана зарылдыгы коммуникативдик жөндөмдүүлүктү өнүктүрөт.

Оюндар теңтуштар арасында кадыр-баркка ээ болууга шарт түзөт: эмне ойноп жатканың, эмнеде ойноп жатканың жана персонажың кандай деңгээлге жеткени абдан маанилүү. Геймерлер өз персонаждарын өзүн реализациялоо үчүн да пайдаланышат: анткени онлайн-оюндар ким үчүн ойноорунду эле эмес, ага ысым берүүгө, жөндөөлөрүн оңдоого, статусун өзгөртүүгө, экипировкасын жакшыртканга, жакшы куралдантканга, ар кандай көрсөткүчтөрүн (даражасы, жетишкендиктери, популярдуулугу) жакшыртканга мүмкүнчүлүк берет, ал тургай сюжетин да өзгөрткөнгө болот.

Оюндардын сүйүүчүлөрү техникалык жаңычылыктарга көз салып турушат, компьютерди жана Интернетти жакшы билишет. Алардын өзүнчө бир тобу пайда болот – оюнчулар, өнөктөштөрү, форумдардын катышуучулары.

Компьютердик оюндар өнүгүү потенциалы менен аны реализциялоо каражаты дал келбегенине байланышкан курактык кризистерди жеңил өткөрүүгө жардам берет. Өспүрүмдөргө өз алдына бийик максаттарды коюу мүнөздүү, бирок аларды ишке ашырууга тоскоол болгон турмуштук тажрыйбасынын жетишсиздиги психикалык чыңалууну пайда кылат. Оюнда өспүрүм бул чыңалууну азайтуунун жолун табат, ошентип анын жашоосу, ишмердүүлүгү жолго салынып кетет.

ОЮНДАР ПАЙДА КЫЛГАН КООПТОНУУЛАР

Ролдошкон компьютердик оюндарда оюнчу акырындык менен өзүнүн персонажынын ролун өзүнө алып, бул идентификация маселесин жаратышы мүмкүн: өзүнүн каарманынын жашоосу менен жашап, ал виртуалдык дүйнөгө ушунчалык берилип кетиши мүмкүн, реалдуу жашоону унутуп да калат. Реалдуулуктан четтөө жана ролго кирүү оюнга берилүүнүн негизги себептери экени айтылат. Бул оюнга болгон көз карандылыкка же психологиялык бузулууларга алып келиши мүмкүн.

Оюнчулар экран алдында бир күндө көп саат өткөрүшөт. Бул алардын ден соолугуна, психикалык абалына таасир этет: уйку качат, кыжырдануу, кайдыгерлик, тез чарчоо пайда болот.

Башкалар менен өз персонажы катары сүйлөшүп жүрүп, оюнчулар реалдуу адамдардын эмоцияларын ажырата албай баштайт.

Онлайн-оюндарга берилүү материалдык зыян алып келиши мүмкүн: алардын көпчүлүгү финансылык каражаттарды талап кылат, акырында ал чоң суммага айланышы мүмкүн.

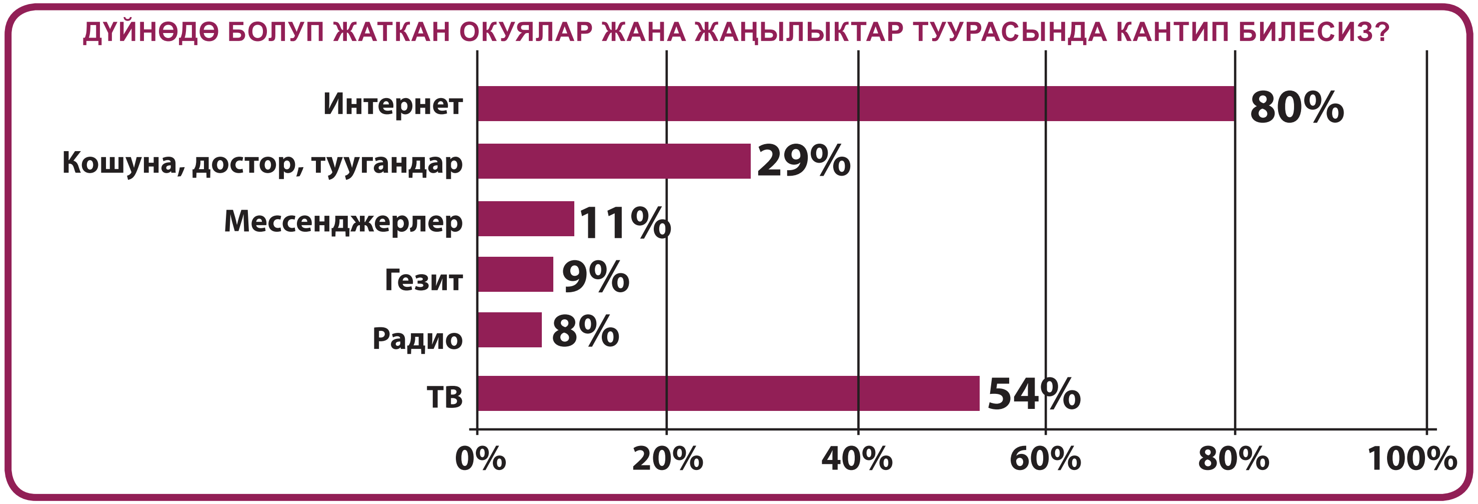
Компьютердик оюндарга берилүү менен адам иллюзиялык өздүк реализация эффектисинин таасирине дуушар болот: өзү да билбей, же аны моюндабай, ал виртуалдык дүйнөдө «жашап» баштайт, ал жакта ал жашоодогу максаттарын ишке ашырат. Коркунучтуусу, адам ал жактагы өз жетишкендиктерине ыраазы болуп, көп учурда чынында эч кандай өспөй эле турганын сезбей калат.

Айта кетчү нерсе, компьютердик оюндарга тартылуу мектепте жакшы окуган, өнүгүүсү жайындагы балдар арасында көп экенин иликтөөлөр көрсөттү. Адаптация кыйынчылыгы бар балдар, тескерисинче, компьютердик оюндарга сейрек кызыгышат. Оюндарга берилүү өзүн реализациялоонун кайсы учурунда зыянын тийгизет: оюндук өздүк реализация кадимки ишмердүүлүгүндөгү өздүк реализацияны алмаштырган учурда. Муну менен бирге оюндагы өздүк реализация эффектиси реалдуу турмуштагы өздүк реализациясына түзөтүүлөрдү киргизүүгө жардам берет. Айрым учурларда өспүрүмгө өзүнө ишенүү үчүн жана реалдуулукта жашап баштаашы үчүн, убактылуу жана виртуалдуу болсо да, ийгилик даамын татуу керек болот.

4.3.3. ӨСПҮРҮМ ЖАНА ММК

Заманбап массалык маалымат каражаттары аудиториянын өзгөчөлүктөрүн эске албастан ар түрдүү, көп пландуу гана маалымат берет.

Диаграмма. Окуучулар үчүн малымат булактары.



Биз жүргүзгөн сурамжылоо көрсөткөндөй, окуучулар дүйнөдө болуп жаткан окуяларды билүү үчүн интернетти негизги маалымат булагы катары колдонушат. Сурамжылоого катышкан 80 % окуучулар дүйнөдө болуп жаткан окуяларды интернеттен билээрин айтышкан, 8% радиодон жана 54 % телевидениеден.

Сурамжылоого ылайык, жогорку класстын окуучулары жаңылыктарды ар кандай жаңылык сайттарынан окушат. Бардык жаңылык сайттарына кирген жогорку класстын окуучуларынын саны бирдей эле. Тарбиялык жактан алганда иликтөөчүлөр массалык маалымат каражаттарынын маанилүү функциялары катары төмөнкүлөрдү бөлүп көрсөтүшөт:

ММК ФУНКЦИЯЛАРЫ:

- Рекреативдик
- Релаксациялык
- Маалыматтык-таанып билүүчүлүк
- Нормативдик
- Фондук
- Көңүл ачуу-компенсатордук
- Интегративдик

Рекреативдик (топ менен же жекече убакыт өткөрүүнү аныктайт);

Релаксациялык – жалгыздык сезимин жоготот, баарлашуу кыйынчылыктарында алаксытат.

Маалыматты таанып билүүчүлүк - Басылма, телевидение, радио, кино адамдардын ар түрдүү фактылар жана кызыктуу көрүнүштөр, коомдук окуялар туурасында маалымат алуу муктаждыгына багытталган.

Нормативдик – массалык маалымат каражаттарынын жардамы аркылуу нормалар, коомдогу жүрүм-турум үлгүлөрү пропагандаланып, баалуулуктар системасы бекитилет, буга байланыштуу массалык маалымат каражаттары адамдардын иш-аракеттеринин коомдук тескегичинин ролун аткарууда.

Интегративдик – массалык маалымат каражаттары адамдардын массасын идеянын айланасына бириктирет, адамдарда жалпы көз караштарды калыптандырат, коомдо психологиялык тонус жаратат.

Көңүл ачуу - компенсатордук – телеэкран алдында эс алуу, кино, журнал барактоо жумуш же окуу күнүнөн кийин денедеги чыңалууну жумшартып, эмоционалдык фонду алмаштырат, ошол эле убакта чыныгы жашоодо жетишпеген жаркын элестерден күч алууга мүмкүнчүлүк берет. Массалык маалымат каражаттарынын бул функциясы өзгөчө өспүрүм, улан курактагылар үчүн өзгөчө маанилүү.

Фондук – Радио, телевидение, үн жазмалары көп адамдар үчүн жалгыздыкты унутуу үчүн пайдаланылат.

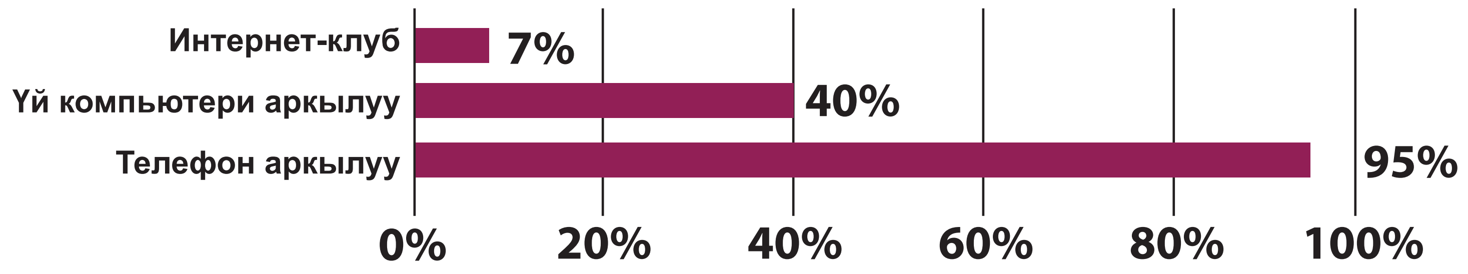
Көп сандаган иликтөөлөрдүн жыйынтыктарына ылайык, маалыматтык технологиялардын адамга болгон таасири толук изилденип бүтө элек деп бүтүм чыгарууга болот. Соңку он жылдыкта көптөгөн окумуштуулардын телевидениенин өспүрүмдөргө тийгизген таасирине байланыштуу маселеге кызыгуулары күч алды. Теле жана видеопродуктулар белгилүү бир пикирди таңуулоо үчүн түрдүү ар кандай эффективдүү амалдарга бай – үн, музыка, жаркын сүрөттөр, кумирлердин имиджи, слогандар, заманбап жаштардын лексикасы, саркеч жашоо ж.б. аркылуу. Чоң адамдарга салыштырмалуу өспүрүмдөр келген маалыматты дайыма эле «жакшы» же «жаман» деп ажырата албайт. Телеканалдарда абдан көп чагылдырылган зордук-зомбулук сценалары, психикасы али калыптана элек өспүрүм үчүн адам өмүрү арзыбаган нерседей туюлуп калышына алып келет.

Бул мезгилде өспүрүмдүн психикасы абдан туруксуз, ошондуктан ал бардык эле учурда ал программаларда берилип жаткан кырдаалдарды объективдүү баалай албайт. Жаш адам экрандагы каармандардын иш-аракеттерин туурайт, аларды өз жашоосуна оошутуруп, өзүнүн кызыкчылыктарын, идеалдарын, айлана-чөйрө менен мамилесин, дүйнөгө болгон мамилесин, баалуулуктарын экрандагы каармандын аракеттерине жараша өнүктүрөт.

4.3.4 ӨСПҮРҮМ ЖАНА ГАДЖЕТТЕР

Азыркы балдар жана өспүрүмдөр мобилдик телефон, смартфон, планшеттердин эң кызуу жактоочулары. Соңку бир нече жылдын ичинде Bluetooth, жогорку сапаттагы фото жана видео жасоо, интернетке кирүү мүмкүнчүлүгү менен жабдылган мобилдик телефондордун жаңы муунунун пайда болушу менен, мобилдик телефондордун пайдалануучуларынын жаш курагы абдан төмөндөдү, көптөгөн балдар жана өспүрүмдөр бул жаңы технологияларды өздөштүргөн.

ИНТЕРНЕТКЕ КАНТИП КИРЕСИЗ?



Бул фактынын далили катары: биздин сурамжылоодо окуучулардын 95% интернетке кирүүнүн негизги каражаты катары телефонду айтышкан, ал эми бул максатта компьютерди пайдаланган окуучулардын саны 40%. Бул көрсөткүчтөр жаштар арасында интернеттин кеңири жайылганын көрсөтөт.

Өспүрүмдөрдүн мобилдик телефон колдонуусунун оң жана терс жактарына кыскача баа бере кетели.

ПОЗИТИВДҮҮ ЖАКТАРЫ:

• Интернетке кирүүгө боло турган смартфонду колдонуу билим берүү сайттарына, мектептин электрондук почта системасына кирүүгө, электрондук файлдарды мектеп жана мектеп ортосунда жөнөтүүгө мүмкүнчүлүк алышат.
• Текст түрүндөгү билдирүүлөрдү да кошумча окуу каражаты катары да колдонууга болот.
• Айрым мобилдик телефон өндүрүүчүлөр колдонуучуларга англис тилин үйрөнүү үчүн видео сабактарды же семинарларды камтыган программаларды сунушташат. Анын жардамы менен окуучулар англис тилин өздөштүрүүдө жетишкендиктерге жете алат.
• Айрым мектептерде мобилдик телефондор кошумча окуу каражаты катары пайдаланылат, алардын жардамы менен ар түрдүү тесттер, ал тургай экзамендерди да өткөрсө болот.

НЕГАТИВДҮҮ ЖАКТАРЫ:

- Көптөгөн балдар кыймылдуу оюндардын ордуна, үйдө отуруп, мобилдик телефондогу оюндарды ойношот, натыйжада алар чабал, жалкоо болуп, ашыкча семирүүгө алып келиши мүмкүн.
- Мобилдик телефон балдар менен өспүрүмдөрдүн жашоосунун кайсы бир бөлүгүн ээлеп алды, китеп окугандын ордуна алар көп убакыттарын мобилдик телефон менен өткөрүшөт.
- Балдар жана өспүрүмдөр алардын өсүү курагындагы өзгөчөлүктөргө байланыштуу, ичинен тап болуп, көп убакытты жалгыз музыка угуу жана мобилдик телефон менен өткөрүшөт. Натыйжада алардын окууга көңүлү келбей, мындай мамиле мектептеги жетишкендигине терс таасирин берет.
- Өспүрүмдөр виртуалдык дүйнөдө реалдуу коомдук мамиле түзүү эрежелерин, социалдык байланыштарын бекемдегенди үйрөнүшпөйт. Жыйынтыгында келечекте ал жаш адам үчүн реалдуу адамдар менен натыйжалуу эмоционалдык байланыш түзүү кыйынга турушу мүмкүн.

Айрым үй-бүлөлөр балага мобилдик телефон сатып берүү себебин, дайыма аны менен байланышта болуп, ал туурасында кабатыр болбоо экенин айтышат. Албетте адамдар өз балдары туурасында санааркашат жана телефон аркылуу аны көзөмөлдөп турууну каалашат. Кандай болбосун мобилдик телефонду пайдалануу азыркы шартта адамга зарыл болгон муктаждыкка айланды. Бирок заманбап технологияларды атайын эрежелер менен колдонуу зарыл. Ошондуктан бул технологияларды туура пайдалануу маданиятын окуу жана тарбия берүү мекемелеринде жайылтуу керек.

Ошентип, азыркы учурда орун алган массалык маалымат каражаттары менен жаңы компьютердик технологиялардын айкалышы өспүрүмдөргө тарбиялык таасир берүүнү активдештирүүгө шарт түзөт. Албетте, бул жерде бул сыяктуу массалык маалымат каражаттарынын өспүрүмдөргө сунуштаган материалдарынын сапаты өзгөчө мааниге ээ.

4.4 ӨСПҮРҮМ ЖАНА СОЦИАЛДЫК ТАРМАКТАР

Өспүрүмдөр Интернетке ар кандай максат менен киришет. Жаш интернет пайдалануучуларынын басымдуу бөлүгүн коммуникаторлор менен Интернет-тусовщиктер түзөт. Алар үчүн Интернет биринчи кезекте дос табуунун жана пикир алмашуунун орду. Скайп, социалдык тармактар, мессенджерлер, чат жана форумдардын жардамы менен балдар жаңы мамилелерди түзүп, эскилерин өнүктүрүшөт. Социалдык тармактарда балдар досторду тез эле таап алышат, атайын тизмеге түшкөн соң «дос» деген статуска ээ болот, көп учурда бул таптакыр тааныбаган адамдар. Өспүрүмдөрдүн досторунун саны жашы өскөн сайын тездик менен көбөйөт. Интернетти Өнүктүрүү Фондунун иликтөөсү боюнча, 9-10 жаштагы 70% балдардын социалдык тармактарда 10дон ашуун досу болот, ал эми 15-16 жашта ар бир төртүнчү өспүрүмдүн онлайн досторунун саны 100дөн ашуун.

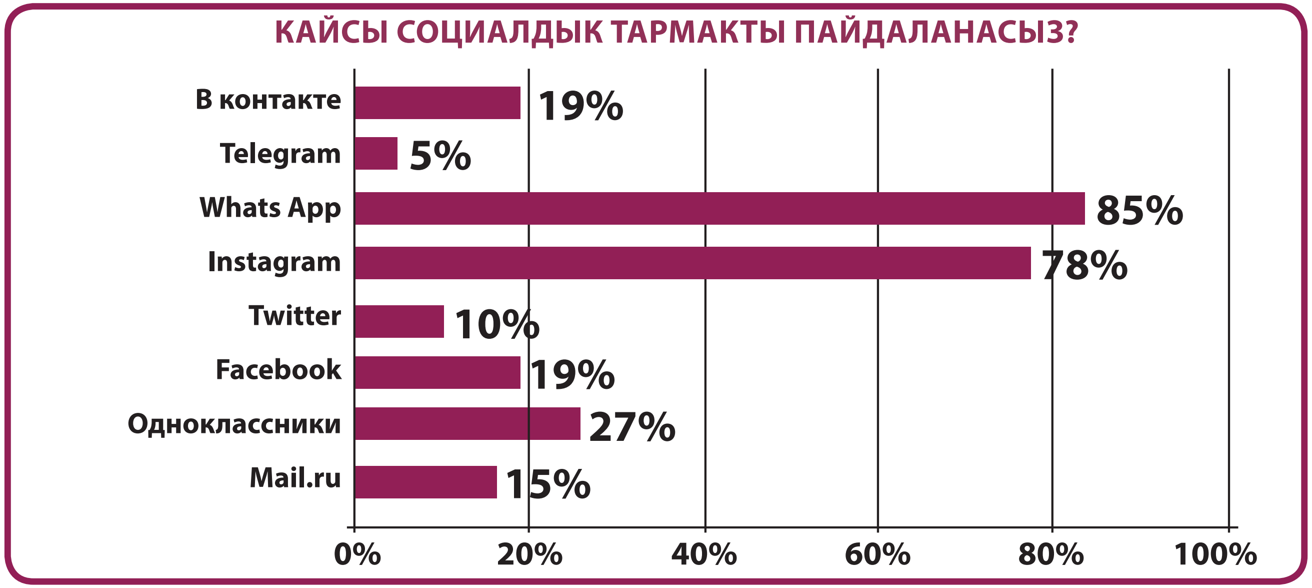
Мындай тармактарда пикир алмашуу менен өспүрүм өзүнүн виртуалдык дүйнөсүн курат. Анын тез эле андан көз карандылыгы пайда болушу мүмкүн. Социалдык тармактар балдарды эмне үчүн тездик менен өзүнө тартып алаарынын бир катар себептери бар:

1. Интернетте реалдуу жашоого салыштырмалуу баары жөнөкөй. Соцтармактарда баарлашуу эч кандай жоопкерчиликти жана милдетти жүктөбөйт.

2. Реалдуу жашоодо каалаган жашоону түзүп алуу мүмкүнчүлүгү.

3. Өспүрүм өзү жөнүндөгү каалаган маалыматын жашырып коё алат.
Биз жүргүзгөн иликтөөлөр көрсөткөндөй, сурамжылоого катышкан балдардын 98% социалдык тармактарды колдоноорун айткан.

5- Диаграмма. Социалдык тармактардын өспүрүмдөр арасындагы популярдуулугу



Ошондой эле өспүрүмдөрдүн өзүн өзү сүрөткө тартуу («селфи») менен массалык кызыгуусун белгилеп кетүү керек. Психологдор аныктагандай, «өзүн өзү рекламалоодон» көз каранды болгон адамдардын эки тобу бар. Биринчиси, бул мурда күзгүнүн алдынан чыкпаган өзүн өзү ашыкча баалаган адамдар. Экинчиси, тескерисинче өзүн өзү баалоосу төмөн, кемчилдик комплекси бар адамдар. Нарцисстер үчүн да, комплекси барлар үчүн да алардын сүрөтү жакты деген «лайк» алуу бирдей эле маанилүү.

Психологияда «сылоо» деген түшүнүк бар. «Сылоо» – адамдын өзүнүн өнөктөшүнө карата көңүлүн буруп, аны кабылдап, аны инсан катары тааныгандыгын билдирген аракети. Өнөктөшү өз кезегинде тигил же бул эмоция, сезимдерди туят. «Сылоо» бул сөзсүз түрдө эле кармоо же тийүү аркылуу ишке ашпайт, ал жылмаюу, комплимент, колдоо, кызыгуу менен угуу, адамдын маанилүүлүгүн баса белгилөө болушу мүмкүн. «Сылоого» болгон муктаждык адамга тамак, аба, суу, жылуулук сыяктуу эле зарыл деген пикирлер бар. Адамдардагы «сылоонун» жетишсиздиги эмоционалдык чабалдыкка жана манипуляцияга оңой берилүүсүнө алып келет.

Өспүрүмдүн жетиштүү личносттук ресурстары болбосо да, ал үчүн, жогоруда сөз болгондой, чоңдор тарабынан анын өз алдынчалуулугунун кабылданышы өтө маанилүү. Алар «сылоону» ар түрдүү жолдор менен алышат. Бирөөлөр абдан тырышчаак, жоопкерчиликтүү окуучу болсо, башкалары «сылоого» мушташта татыктуу болушат. Үчүнчүлөрү буга сырткы келбети менен жетишүүгө аракет кылышат. Ал эми интернетке сүрөттөрүн жайгаштырып, ага «лайк» алуу эң энергия аз корогон метод болуп саналат.

Жалпысынан алганда «лайк» - ырахаттануу жана оң эмоция тартуулаган кубаттоонун бир формасы. Так мына ушундай максатта өспүрүмдөр кезектеги сүрөтүн интернетке жүктөйт. Эгер «лайк» албай калса, тез ачууланып, конфликтке барып, кыжырданышы мүмкүн, ал тургай депрессияга түшкөндөр да болот.

Дүйнөлүк статистикадан кыскача. Бир аз убакыт мурда британдык окумуштуулар социалдык тармактардын колдонуучуларынын тобуна сурамжылоо өткөрүшкөн, ага ылайык 53% адамдар социалдык медиа алардын жүрүм-турумуна таасир этээрин моюндашкан. 51% башка пайдалануучулардын жашоосу менен өзүнүкүн салыштырганда маанайы түшкөнүн айткан.

Албетте, социалдык тармактар өзүн өзү баалоосу туруксуз жана башкалар менен өзүн салыштыруу олку-солку абалга алып келген курактагы өспүрүмдүн өзүн өзү сезүүсүнө жетиштүү деңгээлде таасир тийгизет.

Дүйнөлүк статистикадан кыскача. Бир аз убакыт мурда британдык окумуштуулар социалдык тармактардын колдонуучуларынын тобуна сурамжылоо өткөрүшкөн, ага ылайык 53% адамдар социалдык медиа алардын жүрүм-турумуна таасир этээрин моюндашкан. 51% башка пайдалануучулардын жашоосу менен өзүнүкүн салыштырганда маанайы түшкөнүн айткан.

Мындан тышкары, социалдык тармактар чынында көңүл бурууга арзыбаган нерселерди идеалдаштырууга өбөлгө болот: ушундайча виртуалдык дүйнө чыныгы баалуулуктарды бурмалайт. Бул пайдалануучуларды дайыма башкалар менен өзүн салыштырууга, өз жашоосу тууралуу азыраак ойлонууга аргасыз кылат, өзүнүн жеке табитин жана индивидуалдуулугун өнүктүрүүгө кедергисин тийгизет.

Интернет аркылуу сүйлөшүүгө ашыкча берилүү бир топ маселелерди жаратат. Биринчиден, реалдуу жашоодо адамдар ортосунда карым-катнаш түзүү жөндөмдөрү өнүкпөй калышы мүмкүн. Адатка айланган смайликтерсиз реалдуу маектештин эмоциясын ажыратуу кыйынга турушу мүмкүн. Баарлашуунун салттуу формасы сүрүлүп чыгып же чектелиши ыктымал. Экинчиден, алар өтө тездик менен тиешелүү тизмеге кирген досторду табышат, бирок чындыгында бул көз ирмемдик гана байланыш. Өспүрүмдүн тизмесинде жүздөгөн достору турганда, ал досу менен жеңил эле кол үзүп, ага кайгырып да койбойт. Чынында, социалдык тармактардагы «дос» деген түшүнүк реалдуу түшүнүккө дал келбейт. Дайыма ишеним менен байланышкан, күнүгө аракеттерди жана сыноолорду талап кылган достук мамиле өзүнүн терең адамдык маңызын жоготот.

Тармакта сүйлөшүүнүн өзгөчөлүктөрү идентификацияга байланыштуу маселени да жаратат. Ар кандай ник же аватаркаларга жамынып алып, бир эле убакта көп сандаган адамдар менен пикир алмашуу учурунда, өспүрүм өзүнүн «менин» таппай калышы мүмкүн. Өзү жөнүндө белгисиз, күңүрт, туруксуз элестөө пайда болот. Бул өспүрүмдүн өзүн өзү аныктоо убактысын узартышы ыктымал, идентификация мораторийи – чоң адам катары индивидуалдуулукка ээ болуу боюнча оор процесстер өткөн бала курак менен бойго жетүү курагынын ортосундагы кризистик мөөнөт узарат.

Өспүрүм Интернеттен көз каранды болуп бара жатканын кантип аныктоо керек? Мунун бир нече белгилери бар:

1. Соцтармактарда өткөргөн убактысы узарат.
2. Реалдуу жашоого наааразылык күчөйт. Реалдуу жашоо бозомтук тартып, көңүлсүз боло баштайт.
3. Уйкусу бузулуп, күн тартиби өзгөрөт.
4. Эгер соцтармактарга кирүүгө мүмкүнчүлүгү жок болуп калса, өспүрүмдүн агрессивдүүлүгү байкалат.
5. Окууда проблемалары башталат.

Мындай көз карандылык пайда болбошу үчүн, өспүрүмгө реалдуу жашоо виртуалдык жашоого караганда алда канча кызыктуу, жаркын экенин, көзмө-көз сүйлөшүү Интернеттегиге караганда алда канча кызыктуу экенин көрсөтүү керек. Өспүрүмгө Интернеттен башка көңүл ачуу жолдорун көрсөтүү керек, аны башка пайдалуу нерселер менен кызыктыруу керек, реалдуу жашоодо виртуалдык жашоого караганда баары жакшыраак да.

Акыйкаттык үчүн белгилей кетүү керек, өспүрүмдөрдүн социалдык тармактарды колдонгонунун жакшы жактары да бар.
Жыл сайын өтүүчү 119-америкалык психологиялык ассоциациясында көрсөтүлгөн иликтөөлөргө ылайык, тунт, карым-катнаш кыла албаган интроверт-өспүрүмдөр социалдык тармактардын жардамы менен социалдык жөндөмдөрүн өнүктүрө алышат (баарлашуу, өз аргументтерин билдирүү, сын-пикирди кабыл алуу ж.б.). Анткени уялчаак адамдар монитордун ары жагынан өзүлөрүн коопсуз сезишет. Психологдордун айтымында, өспүрүмдөр социалдык тармак аркылуу бирөөгө аёо сезимин билдирүү менен психикалык жактан тең салмактуу боло баштайт.

Коммуникациялык мүмкүнчүлүктөрү жок, аутисттик спектрдеги көйгөйлөрү бар адамдар көп. Мындай көйгөйлөр ар кандай даражада болушу мүмкүн. Бир жагынан эрте бала кезиндеги аутизм, бул жалпы өнүгүүнү токтотот, экинчи жагынан коммуникациялык мүмкүнчүлүк-төрүн гана чектеген бузулуулар бар, бирок интеллектте эч кандай дефекти жок. Мындай адамдар үчүн онлай-баарлашуу мүмкүнчүлүгү чоң табылга, анткени ал башка адамдар менен коммуникацияга баруу үчүн болгон жан дүйнө күчүн сарптоону талап кылбайт. Интернет аркылуу өзүнө жайлуу, жагымдуу жай таба алышат, муну менен бирге, керектүү инсанга айланып, интеллектуалдык мүмкүнчүлүктөрүн ишке ашырып, толук кандуу, кызыктуу жашоо менен жашай алышат. Мындай адамдар үчүн Тармак социалдашуу мүмкүнчүлүгү.
Жыйынтыгында мындай деп бүтүм чыгарууга болот: өспүрүмдөрдүн социалдык тармактарды колдонушу айрым коркунучтарды жаратат, бирок ошол эле мезгилде бул – өзүн-өзү өнүктүрүүнүн, пикир алмашуунун мыкты мүмкүнчүлүгү.

Өспүрүм курак – адамдын калыптануусундагы эң татаал мезгил. Ата-энелер да, өспүрүмдөр да көп суроо беришет – өткөөл мезгилди бир нече жыл узартпай кантип тездетүүгө болот? Бул кыйынчылыктардын баарын болтурбай койгон кандайдыр бир каражат барбы?

Физикалык саламаттыкты сактоо үчүн бир гана кеңеш – спорт менен алектенүү же башка дене күчүн талап кылган кызыкчылыктар менен алектенүү. Ал эми жан дүйнөдө так калбашы үчүн, өспүрүмгө өткөөл куракттын баардык сырларын болушунча аз жоготуу аркылуу ачууга жардам берген чоңдордун сезимталдыгы жана акылмандыгы зарыл. Бирок, тажаткан кыштан кийин жазды тез келтирүү мүмкүн болбогондой эле, өткөөл куракты тездетүү да мүмкүн эмес!

МЕДИА ЖАНА МААЛЫМАТТЫК САБАТТУУЛУК

САБАКТАР

САБАК №1

Медиа сабак

ТЕМА:
МААЛЫМАТ ЖАНА МЕДИА

САБАКТЫН МАКСАТЫ: маалыматты сын көз менен баалоо жана массалык маалымат каражаттарынын иши боюнча жалпы түшүнүк.

МИЛДЕТТЕР:

- Адамдын жана жалпы коомдун нравалык маданиятын калыптандыруудагы ММК ролунун өсүшү жана демократия процессиндеги-сөз эркиндигинин ролу туурасында түшүнүк берүү.
- Окуучулардын топ-топ болуп иштөө жөндөмүн, аудитория алдында оозеки речь сүйлөө жөндөмүн өнүктүрүү.
- Өз алдынча ой жүгүртүүгө жана өз көз караштары үчүн жоопкерчиликке тарбиялоо.
- Предметтер аралык байланыш: адам жана коом, жарандыктаануу.

САБАКТЫН ЖАБДЫЛЫШЫ:

- Видеоматериалдар;
- Мультимедиалык проектор
- КРнын мыйзамдары

САБАКТЫН ТИБИ: жаңы материалды изилдөө.

НЕГИЗГИ ТҮШҮНҮКТӨР: маалымат, ММК, медиатүзүмдөр, медиасабаттуулук, сын көз менен ой жүгүртүү.

САБАКТЫН ЖҮРҮШҮ:

1. Уюштуруу учуру. Саламдашуу. Окуучулардын сабакка даярдыгын текшерүү. Класста кызматташуу маанайын түзүү.
2. жаңы материалды изилдөө

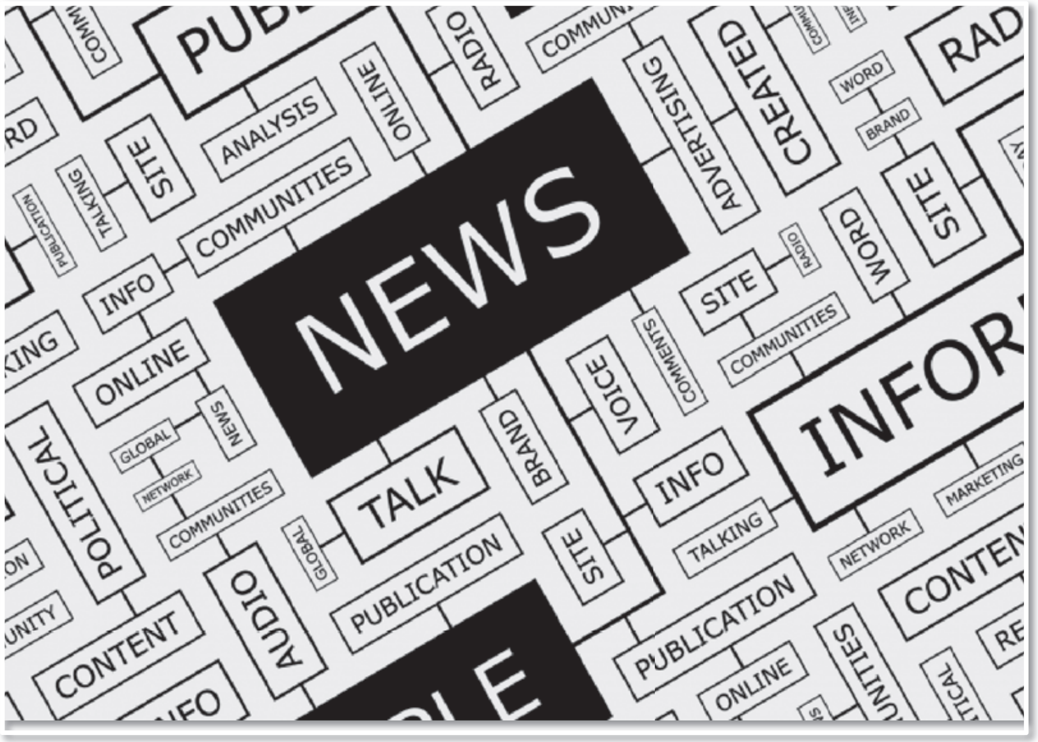
САБАКТЫН ПЛАНЫ:

- Маалымат жана анын түрлөрү
- Заманбап дүйнөдөгү медиа жана маалыматтын орду
- ММК эркиндиги - демократиялык коомдун маанилүү көрсөткүчү катары

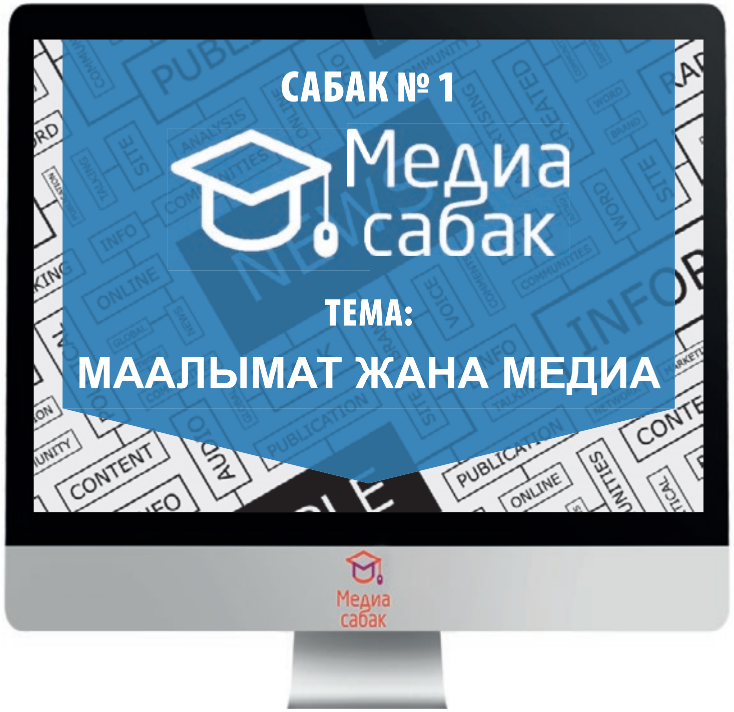
Бүгүн биз силер менен абдан маанилүү, медиа жана малыматтык сабаттуулук боюнча жаңы эксперименталдык курсун баштап жатабыз.

Заманбап коом маалыматтын жана билимдин ролунун жогорулашы, глобалдык маалыматтык мейкиндикти түзүү менен мүнөздөлөт. Ал адамдар ортосундагы натыйжалуу маалыматтык өз ара аракеттенүүнү, дүйнөлүк маалыматтык ресурстарга жеткиликтүүлүктү, маалыматтык продукт же кызматка болгон муктаждыкты канагаттандырууну камсыз кылат. Биздин сабактын темасы «Маалымат жана масс медиа», бирок алгач маалымат деген эмне экенин карап көрөлү, маалыматтын кандай түрлөрү бар, ал кандай болушу керек? Сабактын жүрүшүндө массалык маалымат каражаттарына эмнелер кирээрин, алардын функциясы, коомдогу ролун талдаганга да аракет кылабыз. Бул курс 8 сабактан турат.

Бири-бирибизге ийгилик каалайлы!



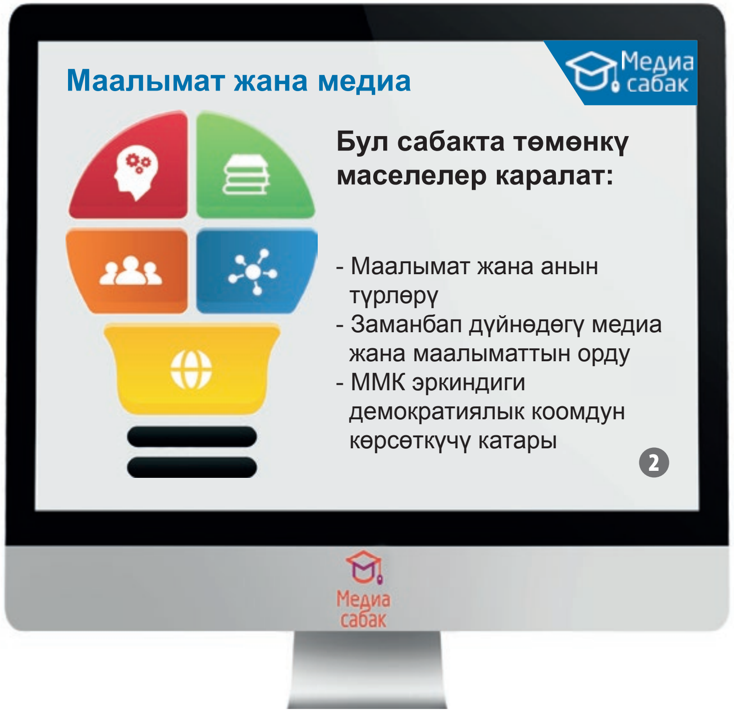
СЛАЙД № 1



«Маалымат деген эмне?» деген видео роликти көрүү

(бул видео ролик «Карусель» каналы тарабынан түзүлгөн жана ачык булактарда бар.)
https://www.youtube.com/watch?v=e8NOs9q4IwA&list=PLeACsCPrcY3CfKKo75y98FvsUCvv2FDK9

слайд № 2

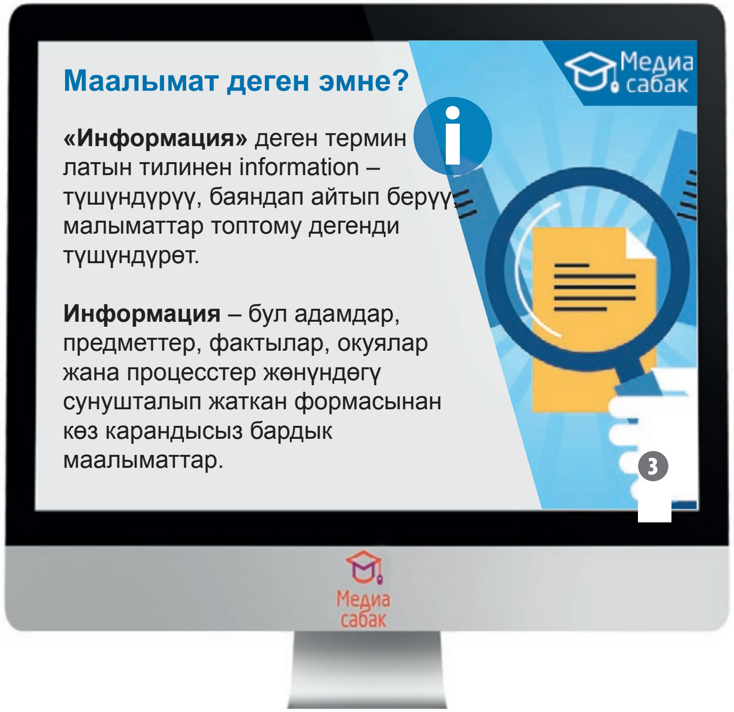


Заманбап коом маалыматтын жана билимдин ролунун жогорулашы, глобалдык маалыматтык мейкиндикти түзүү менен мүнөздөлөт. Ал адамдар ортосундагы натыйжалуу маалыматтык өз ара аракеттенүүнү, дүйнөлүк маалыматтык ресурстарга жеткиликтүүлүктү, маалыматтык продукт же кызматка болгон муктаждыкты канагаттандырууну камсыз кылат.

Маалымат - бул белгилүү бир маалыматтарды кабыл алуу жана аларды аң-сезиминде иштеп чыгуунун негизинде алган керектөөчүнүн билими. Маалымат документ түрүндө, сызуу-чийүү түрүндө, сүрөт, текст, добуш же жарык белгилери, электрдик же нервдик импульстар түрүндө болушу мүмкүн. Башкача айтканда, маалымат алып жүрүүчү катары бардык материалдык объект болушу мүмкүн. Бардык информация билдирүүлөр аркылуу жеткирилет.

Айлана-чөйрөнү таанып-билүү менен ар бирибиз ал туурасында жеке өзүбүздүн элестетүүбүзгө ээ болобуз. Күнүгө биз жаңы бир нерсе үйрөнөбүз – маалымат алабыз. Адабияттарда бул термин боюнча ар кайсы тараптан чечмелеген өтө көп аныктамаларды табууга болот.

СЛАЙД № 3

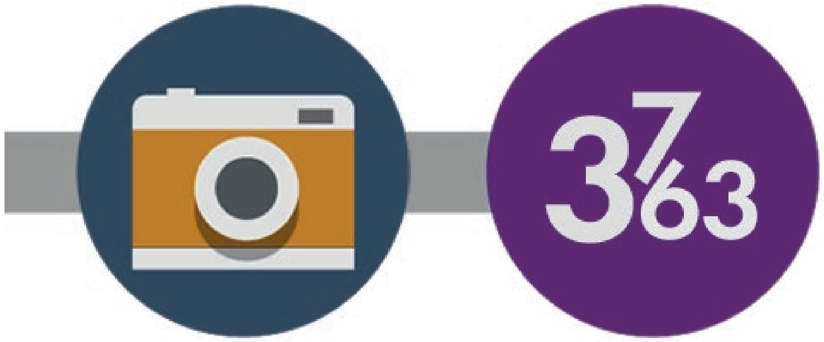


Сунушталган формасы жагынан маалыматтын (информациянын) түрлөрү

ТЕКСТ ТҮРҮНДӨГҮ МААЛЫМАТ

ДОБУШ ТҮРҮНДӨГҮ МААЛЫМАТ

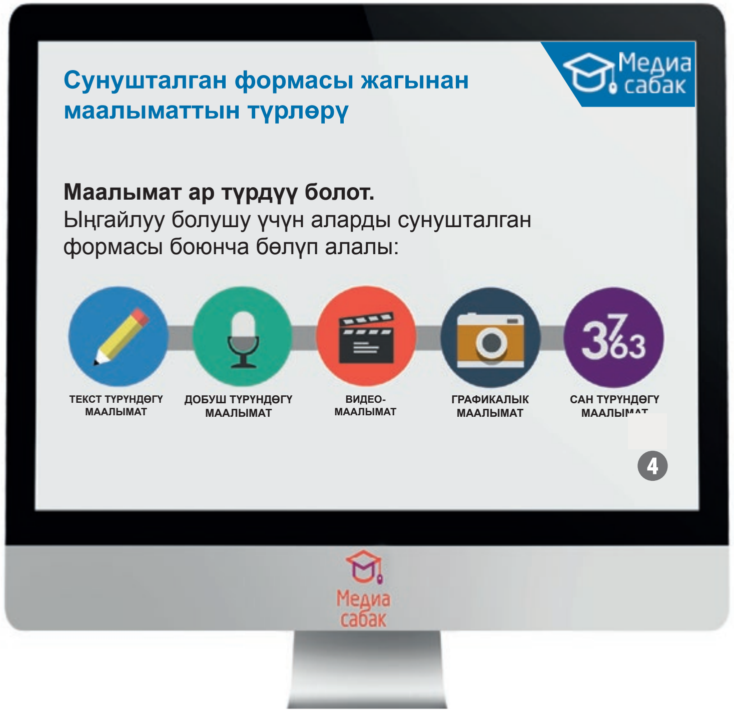
ВИДЕО МААЛЫМАТ



ГРАФИКАЛЫК МААЛЫМАТ

САН ТҮРҮНДӨГҮ МААЛЫМАТ

СЛАЙД № 4



1-КӨНҮГҮҮ. МААЛЫМАТ. ЧАКАН ТОПТОРДО ИШТӨӨ (СУНУШТАЛГАН УБАКЫТ) 15 мүнөт

1-КАДАМ. Окуучуларды 3 топко бөлгүлө.

2-КАДАМ. Ар бир топко тапшырмаларды таратып бергиле (алдын ала тапшырмалары менен карточколорду даярдап койсо болот же тапшырманы доскага жазып бергиле).

3-КАДАМ. Топтордун презентациясы. Окуучулардын болжолдуу жоопторун угуу.

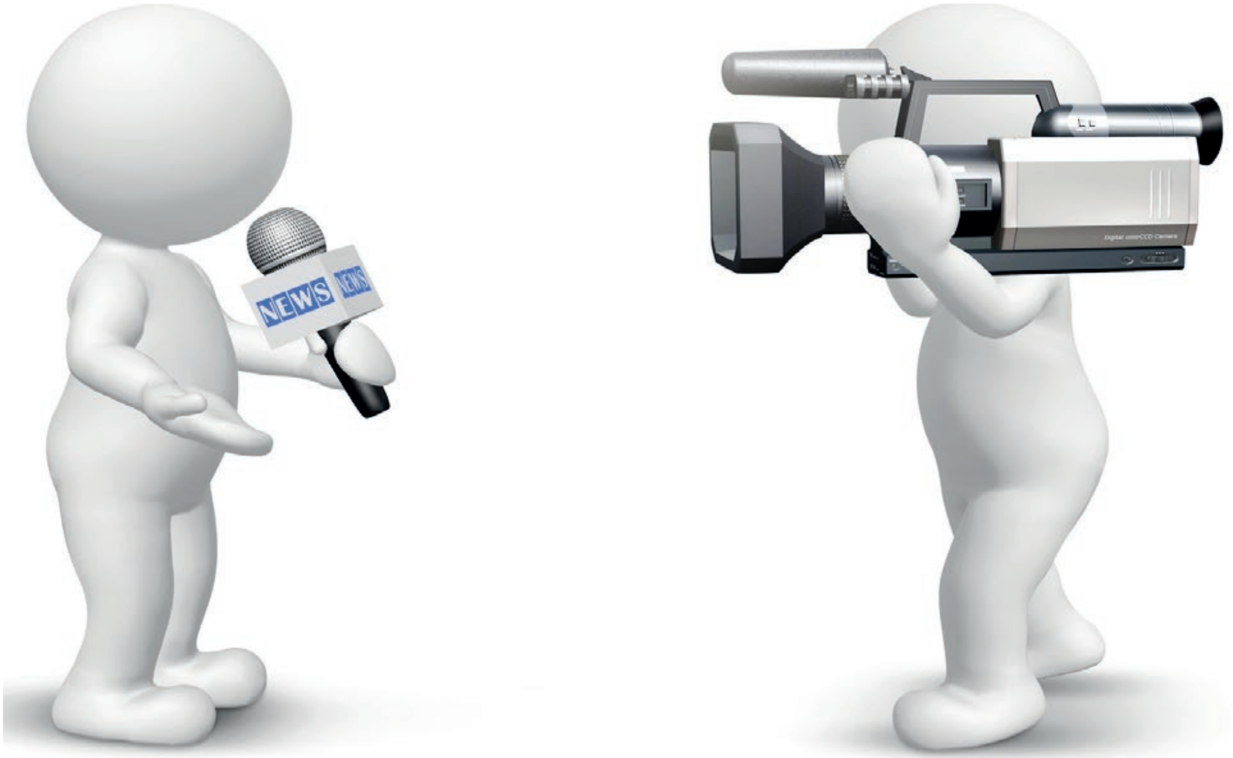
4-КАДАМ. Мугалимдин толуктоосу:

Бул жана кийинки сабактарда биз силер менен массалык маалымат деген эмес, анын функцияларын кененирээк талдайбыз. Жалпы маалымат агымынын журналистке кайсы маалымат кызыктуу болушу мүмкүн экенин билебиз. Бул маалыматты ММК өз аудиториясына: окурманга, көрүүчүгө жана угарманга кандай түрдө жеткириши керектигин билебиз. Жана эмне үчүн сөз эркиндиги абдан маанилүү экендигин, кандай мыйзамдар ар бир адамга сөз эркиндиги жана эркин пикир айтуу менен камсыз кылып жатканын билебиз.

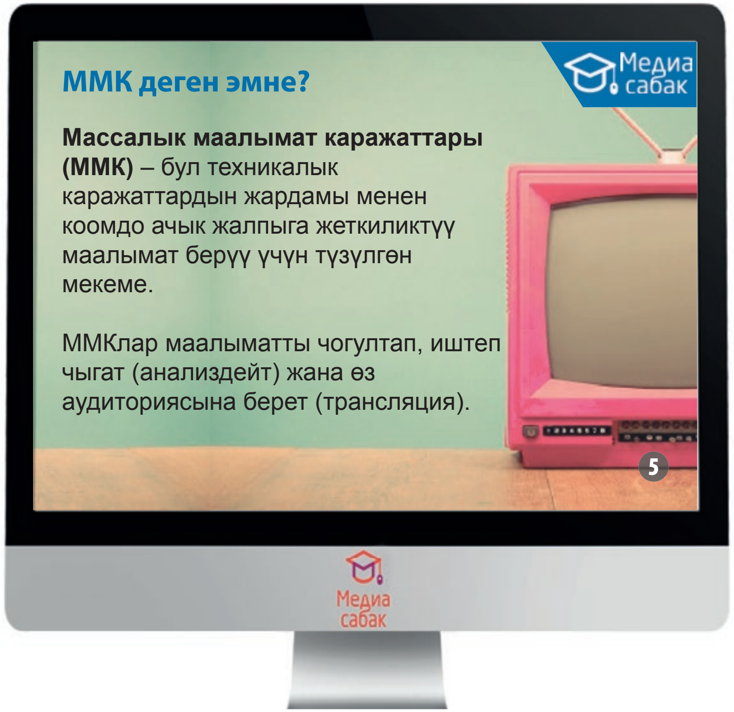
ММК деген эмне?

Массалык маалымат каражаттары (ММК) – бул техникалык каражаттардын жардамы менен коомдо ачык жалпыга жеткиликтүү маалымат берүү үчүн түзүлгөн мекеме.

ММКлар маалыматты чогултуп, иштеп чыгат (анализдейт) жана өз аудиториясына берет **(трансляция).**



СЛАЙД № 5



ММКлар төмөндөгүдөй бөлүнөт:

- **Басылма**– бул китептер, гезиттер, журналдар, башкача айтканда, текст, графика, сүрөттөрү менен кагазга басылган жана көбөйтүлгөн чыгармалар;

- **Электрондук** - бул телевидение, эгер таркатуучу акустикалык же визуалдык маалыматты аналогдук же санарип түрүндө кабель же электромагниттик толкундар менен (жерден же спутник аркылуу) трансляция кылат, ошону менен бирге мындай маалыматтарды ар түрдүү передача катары телевизиондук аппараттарда кабель, антенна же спутник аркылуу кабыл алышат;

- **Радио** – бул медианын бир түрү, анда радокомпаниялар программаларды түзүп, аларды радиостанциялар аркылуу радиоприемниктерге таркатышат, угуучулар аларды тандап угушат;

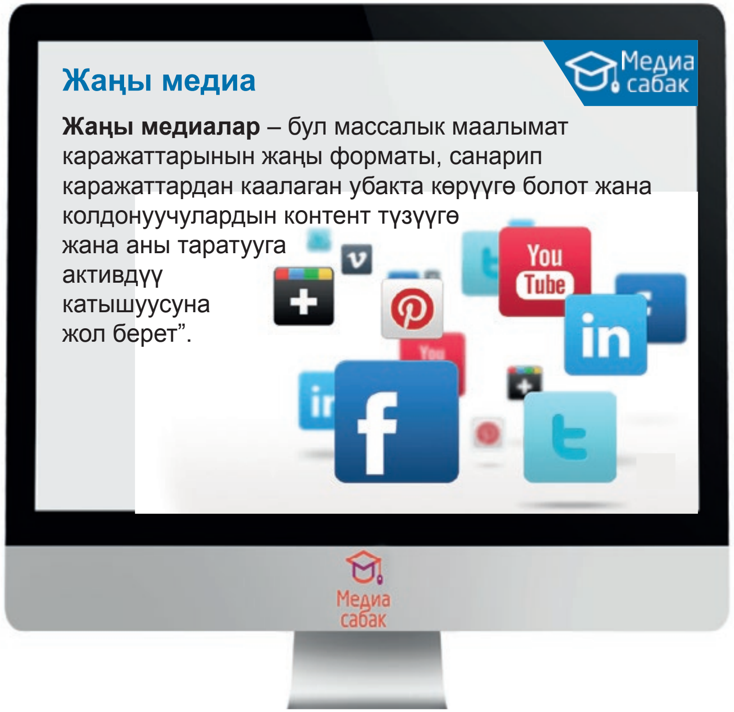
- **Жаңы медиалар** – бул массалык маалымат каражаттарынын жаңы форматы, санарип каражаттардан каалаган убакта көрүүгө болот жана колдонуучулардын контент түзүүгө жана аны таратууга активдүү катышуусуна жол берет».

СЛАЙД № 6

Мугалимдин толуктоосу: Интернет жана тармактык басылмалар, мисален «24.kg», «Zanoza» маалымат агенттиктери, интернет-гезиттер, КРнын «ММКлар жөнүндө» мыйзамы боюнча Кыргызстанда ММК болуп эсептелбейт. Бирок, маалыматтык-жаңылыктык веб-сайттары же интернет басылмалары бар айрым юридикалык субъектилер ММК катары башка продуктуларын: журнал, гезит, бюллетендерин каттатышат.

Дүйнөдө азыркыга чейин Интернетти массалык маалымат каражаты катары эсептөө керекпи деген маселенин үстүндө талкуу жүрүп келет. Бирок бир нерсени эске алуу керек, барган сайын глобалдык тармак негизги массалык маалымат каражатына айланган адамдардын саны өсүүдө.

СЛАЙД № 7

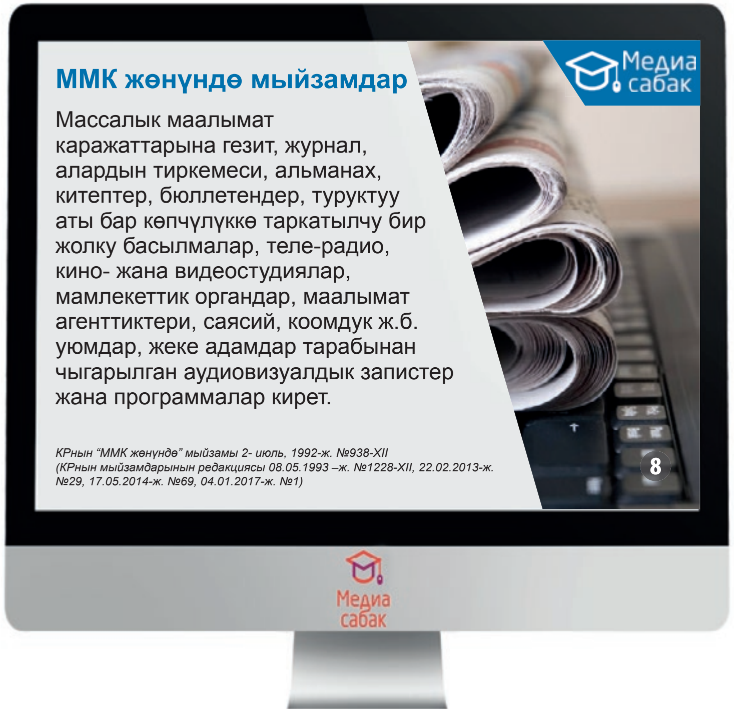


Эркин **ММ демократиялык коомдун маанилүү көрсөткүчү катары.** Пресса канчалык эркин болсо, сөз эркиндиги канчалык көп болсо, өлкөдөгү демократиянын да деңгээли ошончолук жогору болот. Биз мунун эки рейтингдин мисалында талдай алабыз.

Биринчи рейтинг демократиянын деңгээлинин глобалдык индексин көрсөтөт. Андагы ар бир өлкөнүн абалы британиялык The Economist Intelligence Unit (http://gtmarket.ru/ratings/democracy-index/info) изилдөө борборунун методикасы боюнча эсептелет.

Экинчи рейтинг – бул сөз эркиндигинин индекси, аны «Репортеры без границ» эл аралык уюму түзөт. (https://rsf.org/en/ranking/2017)

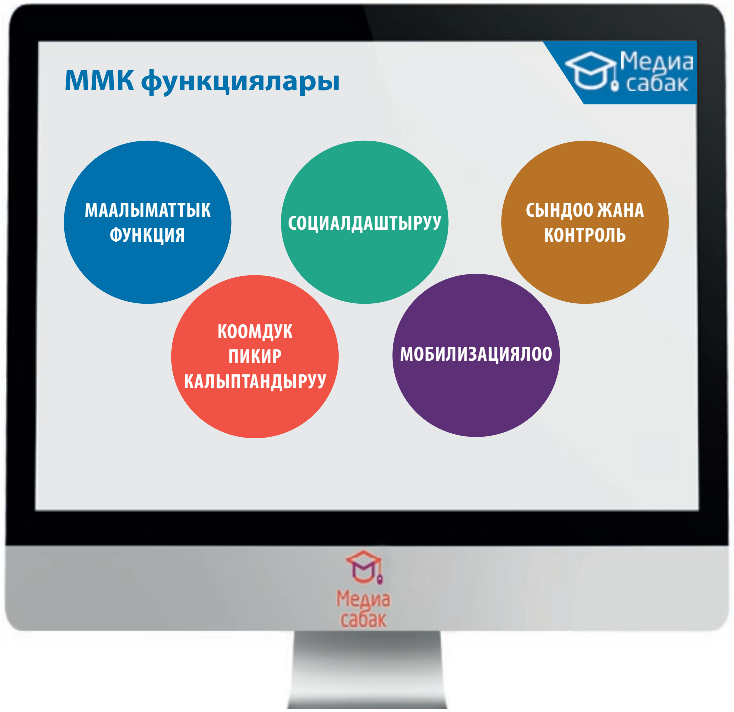
СЛАЙД № 8



- **Маалыматтык функциясы** – ар кандай коомдук кызыкчылыктарды, пикирлерди, саясий көз караштарды алып чыгуу.
- **Социалдаштыруу**– адамдарды саясий баалуулуктарга, нормаларга, жүрүм-турум эрежелерине багыттоо.
- **Сындоо жана контроль**– бийлик органдарынын ишмердүүлүгүн анализдөө, контроль кылуу.
- **Коомдук пикирди калыптандыруу**– массанын аң-сезимине таасир этүү.
- **Мобилдештирүү**–белгилүү бир маселени чечүүдө адамдардын башын кошуу, маалымдоо.

ММК ФУНКЦИЯЛАРЫ

СЛАЙД № 9



Прессанын эркиндиги жана коомдогу демократиянын деңгээли.

Эркин **ММ демократиялык коомдун маанилүү көрсөткүчү катары.**

Пресса канчалык эркин болсо, сөз эркиндиги канчалык көп болсо, өлкөдөгү демократиянын да деңгээли ошончолук жогору болот. Биз мунун эки рейтингдин мисалында талдай алабыз.

Биринчи рейтинг демократиянын деңгээлинин глобалдык индексин көрсөтөт. Андагы ар бир өлкөнүн абалы британиялык The Economist Intelligence Unit (http://gtmarket.ru/ratings/democracy-index/info)изилдөө борборунун методикасы боюнча эсептелет.

Экинчи рейтинг – бул сөз эркиндигинин индекси, аны «Репортеры без границ» эл аралык уюму түзөт.

Демократиянын деңгээли боюнча рейтингде биринчи бештикке кирген өлкөлөр, б.а. көбүрөөк демократиялуу өлкөлөр:

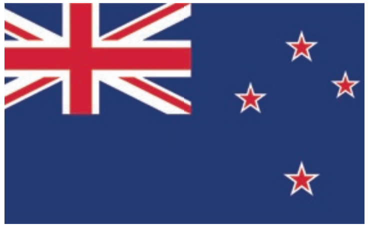
1. Норвегия

2. Швеция

3. Исландия

4. Дания

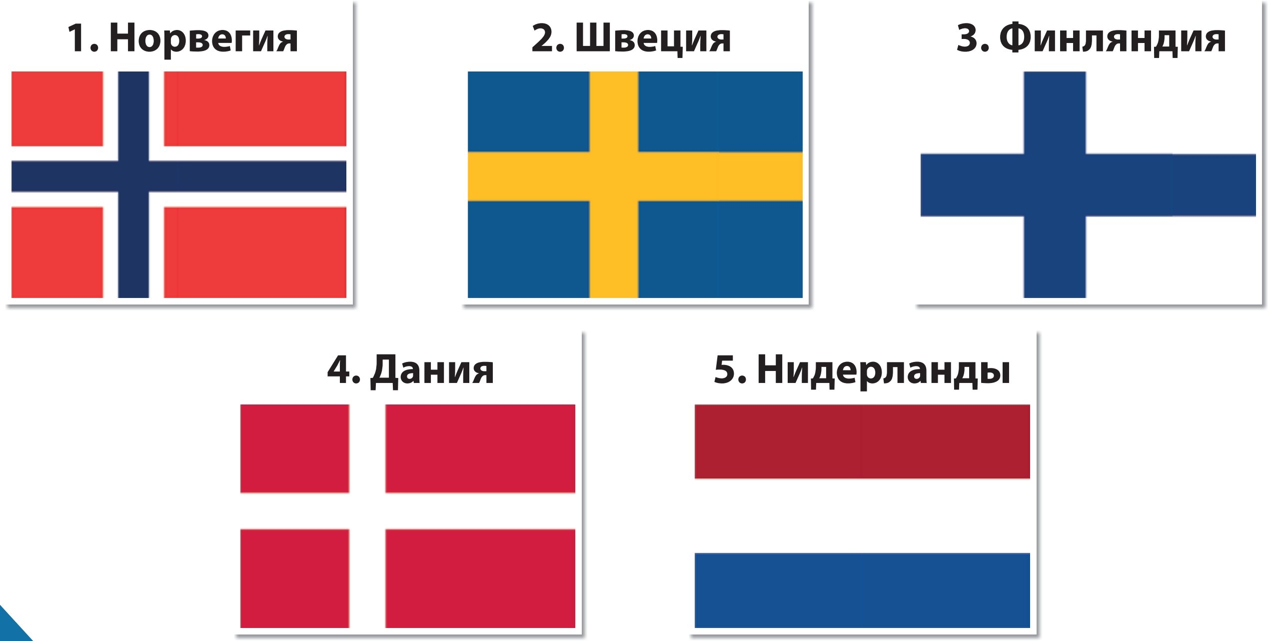
5. Жаңы Зеландия



СЛАЙД № 10

Прессанын эркиндиги жана коомдогу демократиянын деңгээли.

Сөз эркиндигинин индексиндеги беш өлкөнүн катарына бул тизмедеги үч өлкө да кирет. Мисалы, **Норвегия** – демократия индекси боюнча да, сөз эркиндиги боюнча да биринчи орунда турат. Андан кийин **Швеция** демократия рейтинги боюнча экинчи орунда. Үчүнчү орунда **Финляндия**, төртүнчү орунда **Дания**, бул өлкө демократия ретингинде да төртүнчү орунда. Сөз эркиндиги боюнча рейтингдин бешинчи катарын **Нидерланддар** өлкөсү ээлейт.



СЛАЙД № 11

Келгиле андан ары карап көрөлү: демократия деңгээли боюнча үчүнчү орунда турган Исландия, сөз эркиндиги индексинде онунчу орунду ээлейт. Эң демократиялуу делген беш өлкөнүн соңундагы Жаңы Зеландия сөз эркиндиги рейтингинде 13-орунда. Сөз эркиндиги боюнча үчүнчү орундагы

Финляндия, демократиянын деңгээли боюнча тогузунчу орунга, Нидерланддар онунчу орунга ээ. Демек, бул жерде мыйзам ченемдүүлүккө кубө болуп жатабыз: сөз эркиндиги боюнча өлкөнүн рейтинги канчалык жогору болсо, өлкөнүн демократия деңгээли боюнча да көрсөткүчтөрү ошончолук жогору болот. Бул 2017-жылы алынган маалыматтар.

ДЕМОКРАТИЯ БОЮНЧА ГЛОБАЛДЫК ИНДЕКС		СӨЗ ЭРКИНДИГИ ДҮЙНӨЛУК ИНДЕКСИ
3 ОРУН	Исландия	10 ОРУН
5 ОРУН	Новая Зеландия	13 ОРУН
9 ОРУН	Финляндия	3 ОРУН
10 ОРУН	Нидерланды	5 ОРУН

СЛАЙД № 12

Кайсы өлкөлөрдүн бул индекстер боюнча рейтингдери төмөн экенин карап көрөлү.

Демократиянын деңгээли боюнча акыркы бештикте: **Сауд Аравия, Сирия, Чад, Гвинея Бисау** жана акыркысы **Түндүк Корея**.
Түндүк Корея сөз эркиндиги боюнча да акыркы орунда. Анын алдында К**ытай, Сирия, Түркмөнстан** жана **Эритрея** (Чыгыш Африкадагы өлкө) турат.

СЛАЙД № 13

Эки рейтингди салыштырып көрөлү: кайрадан эле демократия рейтингинде акыркы орунда турган өлкөлөр, сөз эркиндиги боюнча да бири-биринен алыс эмес жайгашты. Бир гана **Гвинея Бисау** демократиянын деңгээли боюнча көрсөткүчтөрү абдан жаман болгону менен, сөз эркиндиги боюнча өтө төмөн эмес орунда турат.

ДЕМОКРАТИЯНЫН ДЕҢГЭЭЛИ БОЮНЧА ГЛОБАЛДЫК ИНДЕКСИ

Кытай 142 ОРУН	Эритрея 153 ОРУН
Түркмөнстан 161 ОРУН	Сауд Аравия 163 ОРУН
Сирия 164 ОРУН	Чад 165 ОРУН
Гвинея-Бисау 166 ОРУН	Түндүк Корея 167 ОРУН

СӨЗ ЭРКИНДИГИНИН ДҮЙНӨЛҮК ИНДЕКСИ

Гвинея-Бисау 77 ОРУН	Чад
Сауд Аравия 168 ОРУН	Кытай
Сирия 177 ОРУН	Түркмөнстан
Эритрея 179 ОРУН	Түндүк Корея

СЛАЙД № 14

Эми биздин региондогу өлкөлөрдү салыштырып көрөлү. Сөз эркиндиги боюнча кырдаал **Кыргызстанда** коңшулары жана **Россияга** караганда жакшыраак – 89-орунда. **Россия** 148 орунда, **Таджикстан** – 149-орунда, **Казакстан** – 157-орунда, жогоруда айтылгандай **Туркмөнстан** 168-орунда жана **Өзбекстан** 169-орунда турат.

Демократиянын деңгээли боюнча да **Кыргызстан** коңшуларынын арасында жакшы жыйынтыктарды көрсөтүүдө, 106 – орун, гибриддик режим. Ушул эле убакта региондун башка өлкөлөрүндө жана **Россия** авторитардык режим деп бааланган. Орундар төмөнкүдөй бөлүштүрүлгөн: **Россия** – 122, **Казахстан** – 143, **Таджикистан** – 151, **Өзбекстан** – 161, бул орунда түштүк коңшубуз **Түркмөнстан** менен бөлүшөт.

ДЕМОКРАТИЯНЫН ДЕҢГЭЭЛИ БОЮНЧА ГЛОБАЛДЫК ИНДЕКСИ	
Кыргызстан	106 ОРУН
Россия	122 ОРУН
Казахстан	143 ОРУН
Таджикистан	151 ОРУН
Узбекистан	161 ОРУН
Түркмөнстан	161 ОРУН

СӨЗ ЭРКИНДИГИНИН ДҮЙНӨЛҮК ИНДЕКСИ	
Кыргызстан	89 ОРУН
Россия	148 ОРУН
Таджикистан	149 ОРУН
Казахстан	157 ОРУН
Туркменистан	168 ОРУН
Өзбекстан	169 ОРУН

СЛАЙД № 15

№2-КӨНҮГҮҮ. «КЫРГЫЗ РЕПУБЛИКАСЫНЫН МЫЙЗАМДАРЫ»

15 мүнөт

Жалаа үчүн кылмыш жазасынын алынышы.

Жалаа жабууга берилчү жазанын деңгээли сөз эркиндигинин деңгээлине таасирин тийгизет. Медиачөйрөдөгү юристтер, мунун жыйынтыгында өлкөдөгү демократиялык режим коркунуч алдында калат. Кесиптик ишмердүүлүгү үчүн журналистке кылмыш жаза коркунучу келсе же түрмөгө камалса сөз эркиндигин ишке ашыруу мүмкүн эмес деп ишенишет. 2010-жылга чейин Кыргызстанда ар бир журналист жалаа үчүн кылмыш жазага тартылып же түрмөгө отурушу мүмкүн болчу.
90-жылдары эле бир катар журналисттер өз материалдары үчүн түрмөгө отурушкан.

Мугалим үчүн: (окуучуларга окуп берүү милдеттүү эмес): Макалалар президент Акаевдин мүлкү туурасында, тактап айтканда, Швейцариядагы вилласына байланыштуу болгон. Жалаа үчүн кылмыш жазасын алып салууга төрт жолу аракет болгон: 1997-жылы, 2001, 2003 жана 2007-жылдары. Акыры 2010-жылы гана жаңыКонституция жазылыпп жатканда, баш мыйзамдын текстине маалымат таратуу үчүн кылмыш жазасын берүүгө тыюу салган берене киргилизген. Бирок, муну менен журналисттердин өз публикациясы үчүн жоопкерчилиги алынбайт. Мындай иштер граждандык укуктун чегинде каралат.

1-Кадам.Окуучуларды чакан топторго бөлгүлө. Топторго төмөнкү мыйзамдардын беренелери жардам бере турган кырдаалдарды презентациялоо (сүрөт тартса же сценка койсо болот) тапшырмасы берилет:

1-топ: Адамды каралаган же кадыр-баркына шек келтирген маалымат таратканы үчүн эч ким кылмыш жазасына тартылбайт. (КРнын Конституциясы, 33-берене) Башкача айтканда, эгер кимде-ким бирөөнүнкадыр-баркына шек келтирсе же жалаа жапса, айыпкер бул үчүн кылмыш жазасына тартылбайт.

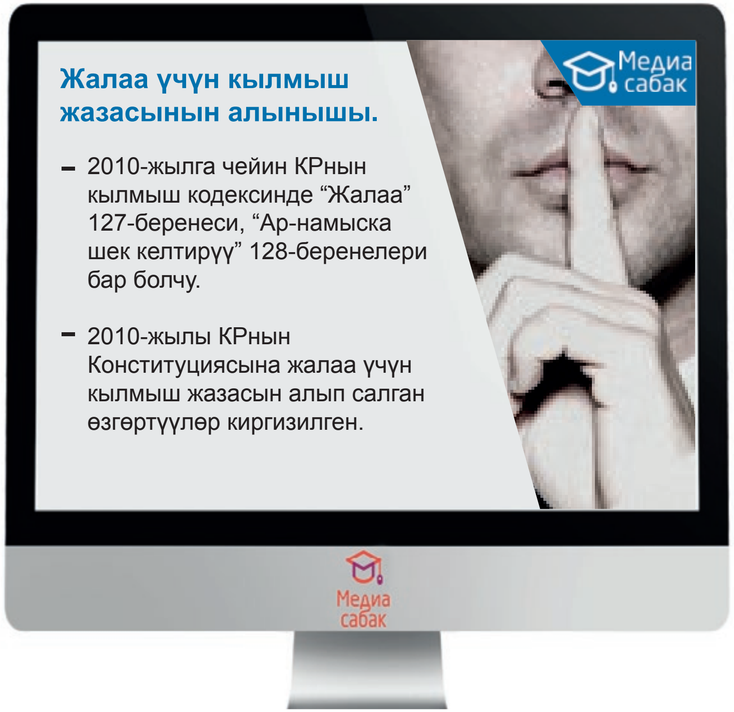
2-топ: Журналисттин милдети:- өз маалыматынын чын-бышыгын текшерүү (Закона КРнын «ММК жөнүндө» мыйзамы, 20-берене)

ТҮШҮНДҮРМӨ ЖАСОО: Журналисттердин өз публикациясы үчүн жоопкерчилигин эч ким албайт. Мындай иштер граждандык укуктун чегинде каралат.

3-топ: Маалыматка жетүү эркиндигинин кепилдиги жана принциптери

Ар бир адамга мамлекеттик органдардан жана жергиликтүү өзүн-өзү башкаруу органдарынан маалымат алуу укугуна кепилдиги берилет...Мамлекет ар бир адамдын малымат издөө, алуу, иликтөө, өндүрүү, жеткирүү жана таратуу укугун коргой. (КРнын «Мамлекеттик органдардагы жана жергиликтүү өзүн-өзү башкаруу органдарындагы маалыматтын жеткиликтүүлүгү жөнүндө» мыйзамы, 3-берене)

СЛАЙД № 17



МУГАЛИМДИН ТОЛУКТООСУ:

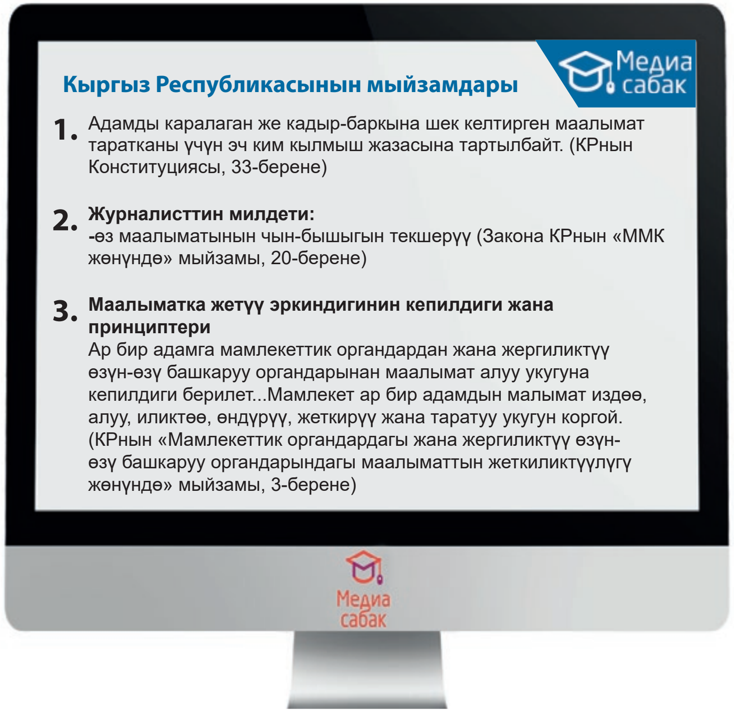
Мугалимдин толуктоосу: Медиа укук жаатындагы юристтердин айтымында, ар-намыска шек келтирүү жана жалаа жабуу – адам өлтүрүү, каракчылык, токмоктоо сыяктуу оор кылмыш эмес, ошондуктан «сөз үчүн» кылмыш жазасы көрүлбөш керек. Бирок, мыйзам журналисттерге өз материалдары үчүн жоопкерчилик тартууга, маалыматты текшерүүгө, чындыгын далилдеген фактыларды издөөгө милдеттендирет. Муну менен эле, мыйзам мамлекеттик органдар тууралуу маалыматты алуу укугун берет. Мындай укук ар бир жаранда бар экенин силер билишиңер керек. Силер мамлекеттик органдардын кызматтары, иши тууралуу маалыматты талап кылганга укугуңар бар, эгер бул маалымат мамлекеттик жашыруун сыр болбосо же конфиденциалдуу мүнөзгө ээ болбосо.

Мугалим үчүн: (эгер окуучулар мамлекеттик сыр деген эмне деп сурап калса)

Мамлекеттик сыр – каалаган маалымат жүктөгүчтөрдө сакталган, Кыргыз Республикасынын коргонуу жөндөмү, коопсуздугу, экономикалык жана саясий кызыкчылыктары жөнүндөгү, мамлекет көзөмөл кылган, Кыргыз Республикасынын Конституциясынын негизинде жана аны аткаруу үчүн иштелип чыккан атайын тизме жана эрежелер менен чектелген маалымат.
Кыргыз Республикасынын «Кыргыз Республикасынын мамлекеттик сырларын коргоо жөнүндө» мыйзамынан

Кыргыз Республикасынын Мыйзамынан, "Кыргыз Республикасынын мамлекеттик сырларын коргоо жөнүндө"

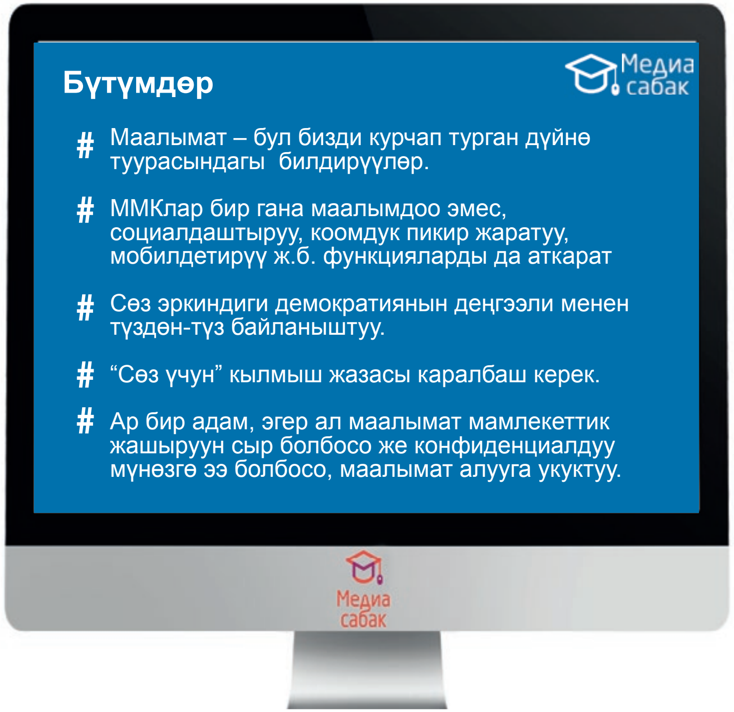
СЛАЙД № 17



Сабакты жыйынтыктоо. Бүтүмдөр:

- Маалымат – бул бизди курчап турган дүйнө тууpасындагы билдирүүлөр.
- ММКлар бир гана маалымдоо эмес, социалдаштыруу, коомдук пикир жаратуу, мобилдетирүү ж.б. функцияларды да аткарат
- Сөз эркиндиги демократиянын деңгээли менен түздөн-түз байланыштуу.
- «Сөз үчүн» кылмыш жазасы каралбаш керек.
- Ар бир адам, эгер ал маалымат мамлекеттик жашыруун сыр болбосо же конфиденциалдуу мүнөз гө ээ болбосо, маалымат алууга укуктуу.

СЛАЙД № 18



САБАК № 2

Медиа сабак

ТЕМА:
ЖУРНАЛИСТИКА ЖАНА МЕДИАСАБАТТУУЛУК

САБАКТЫН МАКСАТЫ: маалыматты сын көз менен баалоо жөндөмүн калыптандыруу жана массалык маалымат каражаттарынын иши боюнча жалпы түшүнүк.

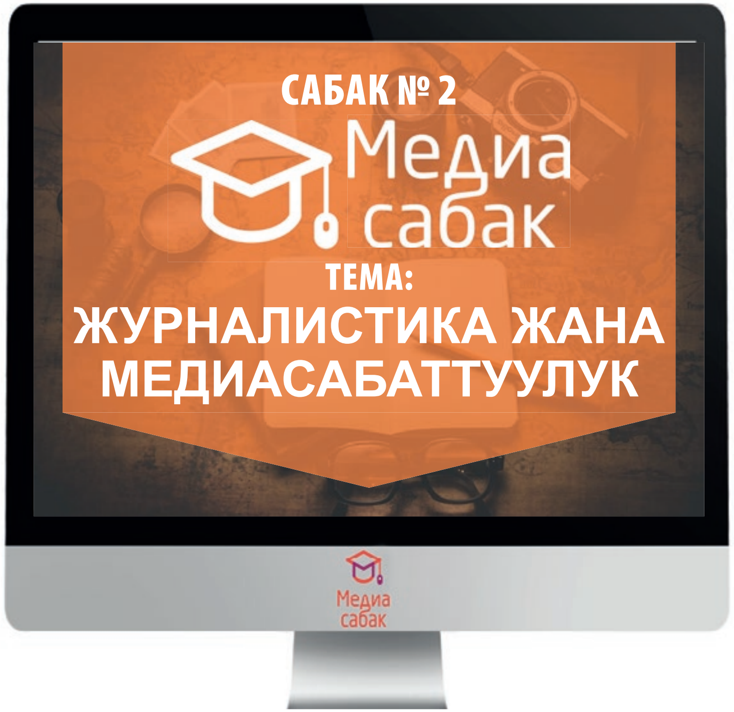
МИЛДЕТТЕР:
• Сапаттуу журналисттик маалымат кандай болуш керектиги боюнча бүтүм чыгаруу.
• Коомго болгон маалыматтык таасир боюнча окуучуларга түшүнүк берүү.
• Окуучулардын топ-топ болуп иштөө жөндөмүн, аудитория алдында оозеки речь сүйлөө жөндөмүн өнүктүрүү.
• Өз алдынча ой жүгүртүүгө жана өз көз караштары үчүн жоопкерчиликке тарбиялоо.

ПРЕДМЕТТЕР АРАЛЫК БАЙЛАНЫШ: адам жана коом, жарандыктаануу.

САБАКТЫН ЖАБДЫЛЫШЫ:
• Мультимедиалык проектор
• «Сокурлар жана пил» оюну үчүн предметтер
• «Сокурлар жана пил» оюнунда окуучулардын көзүн таңуу үчүн 5-6 жоолукча

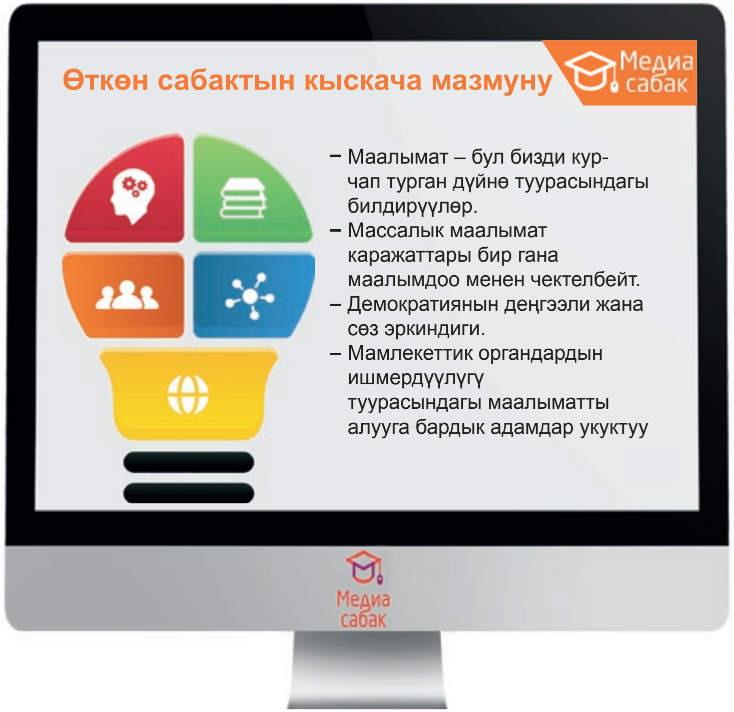
Өткөн сабакта биз силер менен маалымат деген эмне, массалык маалымат каражаттарына эмнелер кирээрин талдаганбыз. Ошондой эле, ММКлар коомдо кандай роль ойноорун, сөз эркиндиги менен демократия кандай тыгыз байланышта экенин билгенбиз. Андан сырткары, ар бир адам, эгер ал маалымат мамлекеттик жашыруун сыр болбосо же конфиденциалдуу мүнөзгө ээ болбосо, маалымат алууга укуктуу экенин билдик.

СЛАЙД № 1



Бүгүн болсо курсту улантуу менен, силер менен журналисттердин иши туурасында, биз кандай маалымат алууга укуктуубуз жана журналисттер кандай маалыматты жеткирүүгө милдеттүү экени боюнча сөз кылабыз. Журналистика кандай болушу керек, биздин колубузда сапаттуу журналисттик продукт турганын аныктоо үчүн кандай критерийлерге жооп бериши керек? Бул суроого жооп издейбиз. Сабактын аягында медиа жана маалыматтык сабаттуулук өз ичине кандай түшүнүктөрдү камтый турганан талкуулайбыз.

СЛАЙД № 2



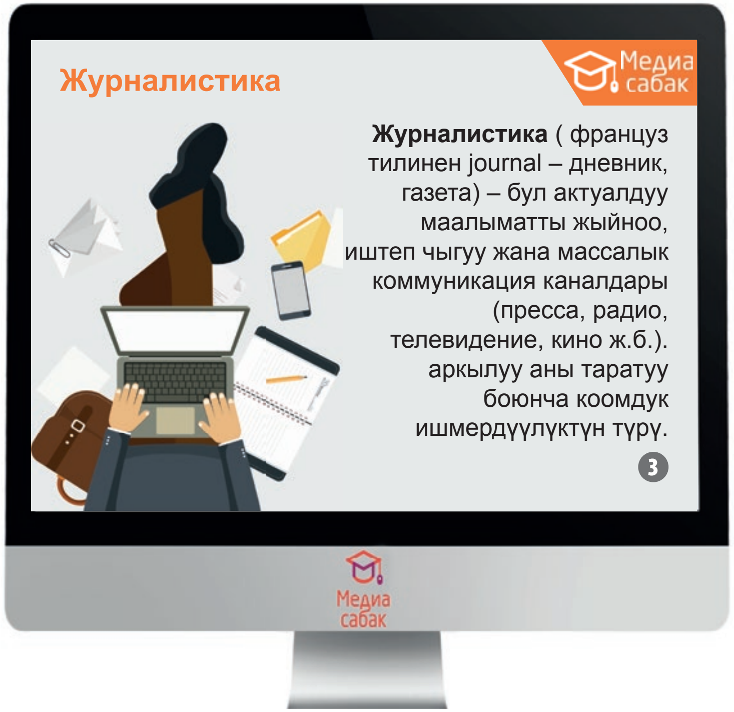
ЖУРНАЛИСТ ДЕГЕН КИМ?

Адабият сабагынан силер алып жаткан билим жана жөндөмдөр көптөгөн кесипти аркалагандарга керек. Азыр болсо журналисттик кесипке токтололу.

Журналистиканын тарыхы Орто кылымдардын башталат, анда саясий маалыматты глашатаи, герольд, курьер жана чабармандар ташып, указдарды окушкан. Кайсы бир деңгээлде заманбап журналистикадагы айрым гезиттердин аталышы ошол кездеги чабармандардан кабар берет: мисалы, форум, трибуна, вестник, курьер ж.б.

Журналистика (француз тилинен journal – дневник, газета) – бул актуалдуу маалыматты жыйноо, иштеп чыгуу жана массалык коммуникация каналдары (пресса, радио, телевидение, кино ж.б.). аркылуу аны таратуу боюнча коомдук ишмердүүлүктүн түрү. Мындан улам, журналист – массалык маалымат каражаттары системасында эмгектенген адам.

СЛАЙД № 3



Журналисттин негизги милдети – адамдарга жаңы, такталган фактыларды кабарлоо. Журналисттин милдетине макала, жаңылык, реклама, репортаж, обзор, очерк ж.б. табуу жана жазуу кирет.

Журнали́ст – негизги кесиби катары журналистика менен алектенген, маанилүү фактылар, окуялар, көрүнүштөр жана адамдар тууралуу маалыматты чогултуу, талдоо, аудитория үчүн баяндоо жолу менен ММКларды маалыматтык жактан толтурууга көмөктөш болгон адам. Престиждүү саналган адистиктеги журналисттер белгилүү бир коомдук пикирди калыптандыруу максатындагы публицистикалык эмгектерге багыт алышат.

Мамлекет ММК ишине кийлигишүүгө укугу жок. Өз ишмердүүлүктөрүндө журналисттер этикалык кодекске таянышат. Журналисттердин этикалык нормалары – кесиптик коомчулуктун өзүн өзү тескөө системасында маанилүү элемент. Бейтараптуулук жана көз карандысыздык – журналисттердин этикалык принциптери, алар дээрлик бардык этикалык кодекстерде бекитилген. Алар журналистти маалыматты бир нече булактан текшерүүгө, кандай маселе болбосун бир нече тараптын көз карашын чагылдырууга милдеттендирет.

СЛАЙД № 4

№1-КӨНҮГҮҮ. ЖУРНАЛИСТТИК МААЛЫМАТ КАНДАЙ БОЛУШУ КЕРЕК? **10 мүнөт**

1-КАДАМ. Окуучуларга суроо. Маалымат кандай болушу керек?

2-КАДАМ. Окуучулардын жообун угуу.

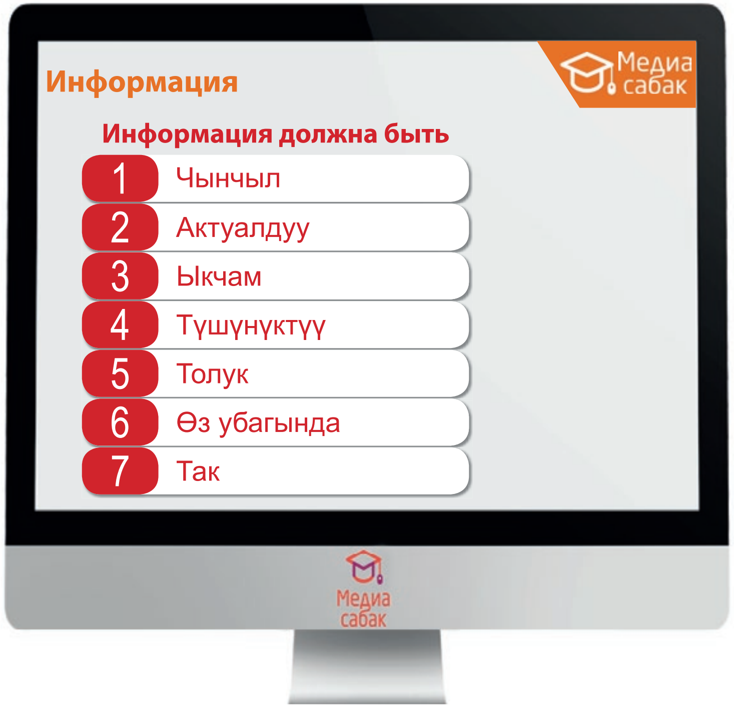
Маалымат кандай болушу керек? (окуучулардын болжолдуу жооптору)

1. Чынчыл.
2. Актуалдуу
3. Ыкчам
5. Түшүнүктүү.
6. Толук.
7. Өз убагында
8. Так…
9. ....
10. ....

ММК маалыматы кандай болушу керек?

1. Чынчыл
2. Актуалдуу
3. Ыкчам
4. Түшүнүктүү
5. Толук
6. Өз убагында
7. Так

СЛАЙД № 5



ОБЪЕКТИВДҮҮ МААЛЫМАТ

Маалымат эч кимдин пикиринен, көз карашынан көз каранды болбосо, ал объективдүү болот.

Мисал:
«Эшикте күн жылуу» деген билдирүү субъективдүү маалымат берет (пикир).
Ал эми «Эшикте 22°С» деген билдирүү бул – объективдүү маалымат – бул факт, эгер термометр туура иштесе.

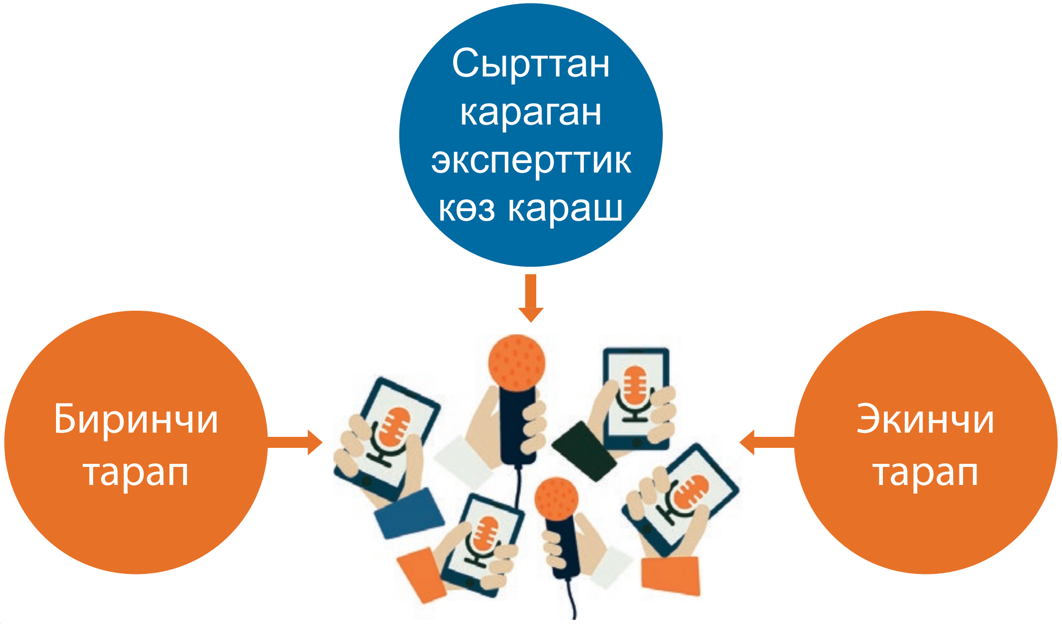
Объективдүү маалыматты туура иштеген датчиктерден, ченегич приборлордон алууга болот. Конкреттүү адамдын аң-сезимине чагылуу менен малымат объективдүү болбой калат, анткени кайсы бир деңгээлде конкреттүү субъекттин пикирине, ой жүгүртүүсүнө, тажрыйбасына, билимине жараша өзгөрөт.

СЛАЙД № 6

Мугалим үчүн: Маалымат качан калыс болот – эгер журналисттин материалга карата алдын ала пикири болбосо, эгер ал өз пикирине далилдерди эмес, чындыкты издесе. Бул журналист өз пикирине ээ болууга укуктуу эмес дегенди түшүндүрбөйт, бул ал өзүнүн материалдарында жалаң гана өз пикирине далил издебеши керек дегенди түшүндүрөт.

Мисалы, эгер журналистке пациенттер кайрылып, райондук ооруканадагы саламаттыкты сактоо кызматтарын алуудагы начар абалды чагылдырууну суранса, журналист оорукананын жетекчисинин оюн угууга, зарыл болсо саламаттыкты сактоо министрлигинин өкүлдөрүнө же анын алдындагы ведомстволордун өкүлдөрүнө сөз берүүгө милдеттүү, бул калысталган тең салмактуу маалымат болуп саналат.

ММК материалдарындагы тең салмактуулук – окуянын, процесстин, конфликттин бардык тараптарына сөз берүү. Бул алтын эреже болуп саналат! Эки талашкан тараптан тышкары, адатта үчүнчү тарап болушу мүмкүн, калыс, эксперттик көз карашы, окуяга сырттан көз салып турган талдоочунун пикири.



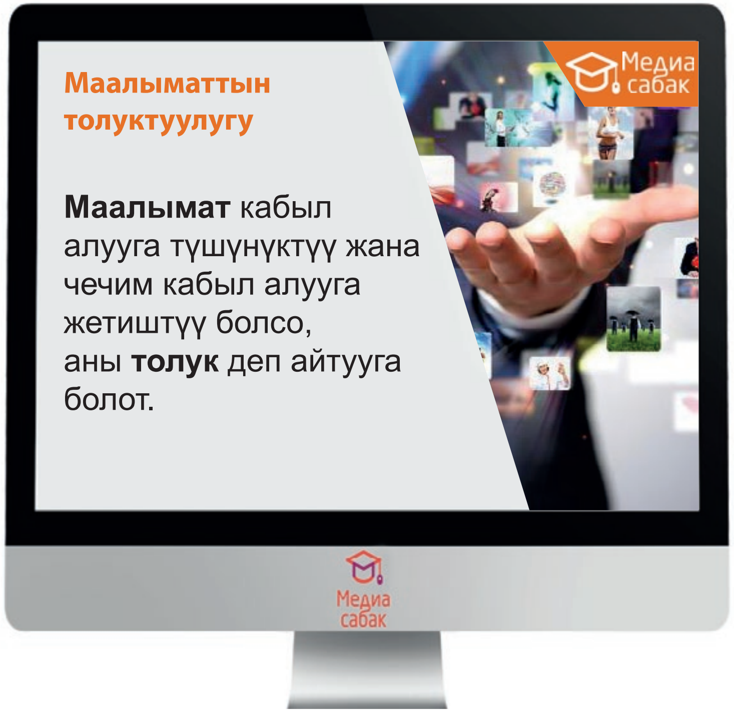
СЛАЙД № 7

МААЛЫМАТТЫН ТОЛУКТУГУ

Маалымат кабыл алууга түшүнүктүү жана чечим кабыл алууга жетиштүү болсо, аны толук деп айтууга болот.

Мисалы: Тарыхчынын кыялы – өткөн доорлор тууралуу толук маалыматка ээ болуу. Бирок, тарыхый маалыматтар эч качан толук болбойт жана маалыматтын толуктугу тарыхый доордон узаган сайын азая баштайт. Ал тургай биздин көз алдыбызда өткөн окуялар толугу менен документтештирилбейт, көп нерселер унутулат, эскерүүлөр өзгөрө баштайт. Толук эмес маалымат туура эмес бүтүмгө же чечимге алып келиши мүмкүн.

СЛАЙД № 8



2-КӨНҮГҮҮ. «СОКУРЛАР ЖАНА ПИЛ»

15 мүнөт

1-КАДАМ. Окуучулардын арасында 3-4 катышуучуну тандап алып, алардын көзүн таңуу керек

2-КАДАМ.Окуучуларга ар кайсы бөлүктөрү ар түрдүү предмет берүү керек (бул жумшак оюнчук болушу мүмкүн, химия кабинетинен кандайдыр бир предмет ж.б.), ар бирине алар предметтин бир гана бөлүгүн кармашы керектигин айткыла (вариант катары бул бөлүктөргө бөлүнө турган предмет болушу мүмкүн, ал бөлүктөрү бири-биринен абдан айырмаланышы абзел, көнүгүүнүн ар бир катышуучусуна бирден бөлүгүн карматкыла). Ар бир катышуучу колунда эмне кармап турганын түшүндүрүүсү керек. Мугалим, алдын ала бул эмне предмет болоорун ойлонуп коюңуз.

3-КАДАМ. Сокурлар жана пил жөнүндөгү притчаны окуу. Мындай байыркы притча бар. Бир кыштакта качандыр бир кезде алты сокур жашаптыр. Бир жолу алар «Бизге пил келди» дегенди угуп калышат. Сокурлар пил деген эмне экени туурасында эч бир түшүнүктөрү жок эле. Алар «биз аны көрө албасак да, барып кармап көрөлү» деп чечишет.

«Пил - бул колонна», – дейт пилдин бутун кармаган биринчи сокур. «Пил бул - аркан», – дейт пилдин куйругун кармаган сокур. «Ой жо-ок, бул бутак» – дейт пилдин узун мурдун кармаган сокур. «Ал чоң желдеткичке окшош экен» дейт жаныбардын кулагын кармап көргөн сокур. «Пил бул – чо-оң челек» дейт пилдин курсагын кармаганы. «Ал чылым тартчу түтүккө көбүрөөк окшош ко» - , дейт пилдин оозунан чыгып турган учтуу сөөгүн сыйпалаган сокур. Алар абдан кызуу талашып, ар бири өзүнүкүн бербейт. Алардын талкуусуна жолдо өтүп бара жаткан акылман адам аралашпаганда эмне болмок эле ким билсин. Анын «эмне болду?» деген суроосуна сокурлар пилдин эмнеге окшош экенин таппай жатканын айтышат. Ар бири өз пикирин айтып чыгышат. Ошондо акылман айткан экен: «Баарыңардыкы туура. Эмне үчүн силер ар бириңер ар башкача айтып жатканыңардын себеби, силер пилдин ар кайсы бөлүгүн кармадыңар. Чынында пилде силер айткан нерселердин баары бар».

КЛАССКА СУРОО: БУЛ ТАМСИЛДИН КАНДАЙЧА ТОЛУК МААЛЫМАТ АЛУУ МЕНЕН БАЙЛАНЫШЫ БАР?

Эгер кыйынчылык жаралса, мугалим үчүн текст: бул притчадан ала турган сабак төмөндөгүдөй, ар түрдүү адамдардын бир эле нерсе туурасындагы пикирлеринде чындыктын бир бөлүгү гана бар. Биз притчанын идеясын, бир предмет, окуя, көрүнүш жөнүндөгү толук маалымат жок болгон кырдаалга салып көрөлү. Кандайдыр бир бөлүгүн гана кармап көрүү менен, биз анын көрүнүшү чынында кандай экенин биле албайбыз.

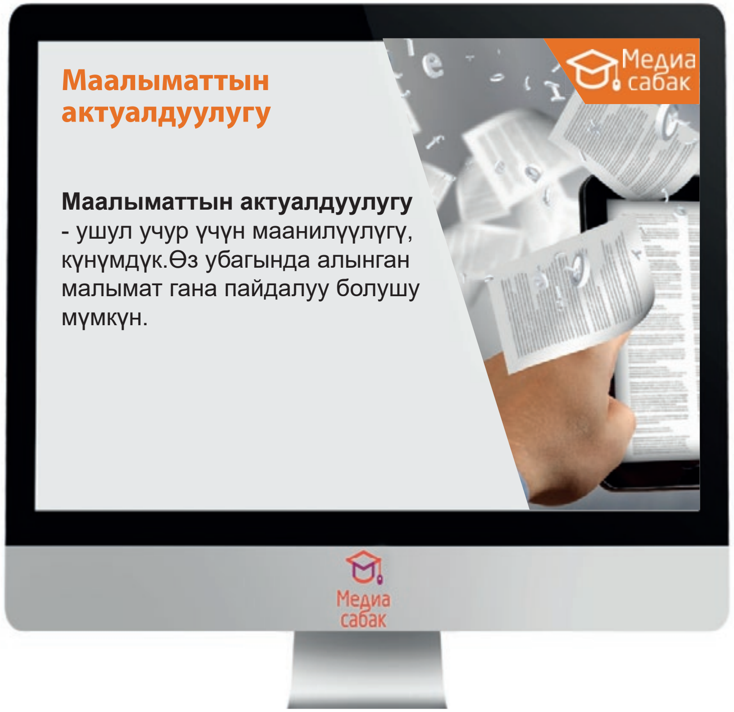
МААЛЫМАТТЫН АКТУАЛДУУЛУГУ

Маалыматтын актуалдуулугу– ушул учур үчүн маанилүүлүгү, күнүмдүк. Өз убагында алынган маалымат гана пайдалуу болушу мүмкүн. Маалыматтын актуалдуу эмес болушуна эки себеп бар: ал эскирип калышы мүмкүн (өткөн жылкы гезит) же керексиз, өтө маанилүү эместиги (мисалы, Италияда бардык товарларга баа 5% төмөндөдү деген билдирүү).

Маалыматтын эскириши – убакыттын өтүшү менен анын баалуулугунун жоголушу. Маалыматты убакыт эскиртпейт, тактаган, толуктаган же толук четке каккан жаңы маалыматтын чыгышы эскиртет. Илимий-техникалык маалыматтар тезирээк эскирет, эстетикалык (искусство) маалыматтар жайыраак.

Логикалуулук, чакандык, берүүнүн ыңгайлуу формасы маалыматты кабылдоону жана сиңирүүнү жеңилдетет.

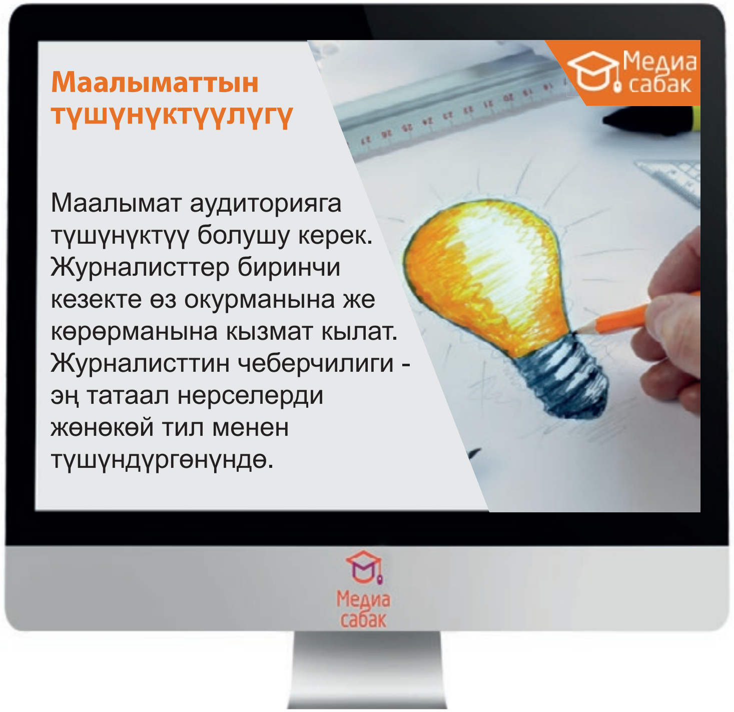
СЛАЙД № 9



Маалымат аудиторияга түшүнүктүү болушу керек. Журналисттер биринчи кезекте өз окурманына же көрерманына кызмат кылат. Журналисттин чеберчилиги – эң татаал нерселерди жөнөкөй тил менен түшүндүргөнүндө.

Ошентип, биз силер менен малымат деген эмне экенин, анын түрлөрүн, ММКга эмне кирээрин, алардын функцияларын жана журналист деген ким экени туурасында билдик. ММКлар демократиянын өнүгүшүнө, жарандардын экономикалык, саясий жашоого аң-сезимдүү катышуусуна көмөкчү болот, бирок манипуляциянын куралы да болушу ыктымал. Манипуляция тууралуу кийинки сабакта сүйлөшөбүз.

СЛАЙД № 10



3-КӨНҮГҮҮ. МЕНИН УБАКТЫМ

10 мүнөт

№	Иш-аракет	Сутка (24 саат)	Жума *7=	Ай *4=
1	Тамактануу			
2	Уйку			
3	Жаңылыктарды жана фильмдерди көрүү			
4	Үй тапшырманы аткаруу			
5	Социалдык тармактарга кирүү (WhatsApp, Одноклассники, Facebook, ВК, ж.б.)			
6	Интернетте достор менен баарлашуу			
7	Үй- бүлөдөгү баарлашуу (ата-эне, эже-карындаш, ага-ини менен)			
8	Үй жумуштарына жардам берүү			
9	Эс алуу, хобби (өзүнө өзү ырахат тартуулоо)			
10	Спорт			
11	Башка			
	Бардыгы (саат менен)	24 саат	168 саат	672 саат

5-КАДАМ. Мугалимдин толуктоосу.

Окумуштуулар аныкташты: 14 - 18 жашка чейинки курактагылар 8-9 саат укташы керек. Уйку учурунда балдардын денеси, мээси эс алып, акыл күчү жана дене күчү калыбына келет. Эгер өспүрүмдүн уйкусу канбаса, аз өтпөй ал чабал, бат кыжырданып, көңүл койбой баштайт. Анын иш жөндөмдүүлүгү 30% кыскарат.
Өспүрүмдөр канча убакыт компьютер алдында өткөрсө болот: 10-12 жаштагы өспүрүмдөр 0,5 – 1 саат, 13-16 жашка 1,5 – 2 сааттан ашпаш керек.

КӨҢҮЛ БУРГУЛА! Эгер көрсөткүчтөр төмөн же жогору болсо, күн тартибин өзгөртүү сунушталат!!!

4-КӨНҮГҮҮ. МЕДИАСАБАТТУУЛУК. МЕДИАБИЛИМ.

10 мүнөт

Адамдын дүйнө кабылдоосунун калыптанышында массалык маалымат каражаттарынын ролу чоң. ММК пайда менен бирге зыян да алып келиши мүмкүн. ММКдан алып жаткан маалыматтан баш тартуу керекпи, бул дээрлик мүмкүн эмес. Маалымат агымында кантип багыт табуу керек? Алынган маалыматты сын көз менен талдоо.

1-КАДАМ. Окуучуларга суроо: Силер «медиасабаттуулук» жана «медибабилим» дегенди кандай түшүнөсүңөр? (оозеки, дароо, тез)

2-КАДАМ. Окуучулардын болжолдуу жообун угуу.

Биринчи кезекте терминдин өзүн талдоо керек. Эгерде сабаттуулукту кеңири маанисинде алсак, сунушталган тилде окуй жана жаза билүү гана эмес, аны менен бирге грамматика жана туура жазуу нормаларында бекитилген эрежелер боюнча жаза билүү. Ал эми медиасабаттуулук – медиатексттерди түшүнө билүү, анализдөө жана жарата билүү жөндөмү.

3-КАДАМ. Медиа жана маалыматтык сабаттулук өз ичине эмнелерди камтыйт:

Маалыматтык сабаттуулук

Китепкана сабаттуулугу

Өзүн туюнтуу жана маалыматтык сабаттуулук эркиндиги

Санариптик сабаттуулук

Медиасабаттулук

ММК

Компьютердик сабаттуулук

Реклама жаатындагы сабаттуулук

Интернет сабаттулук

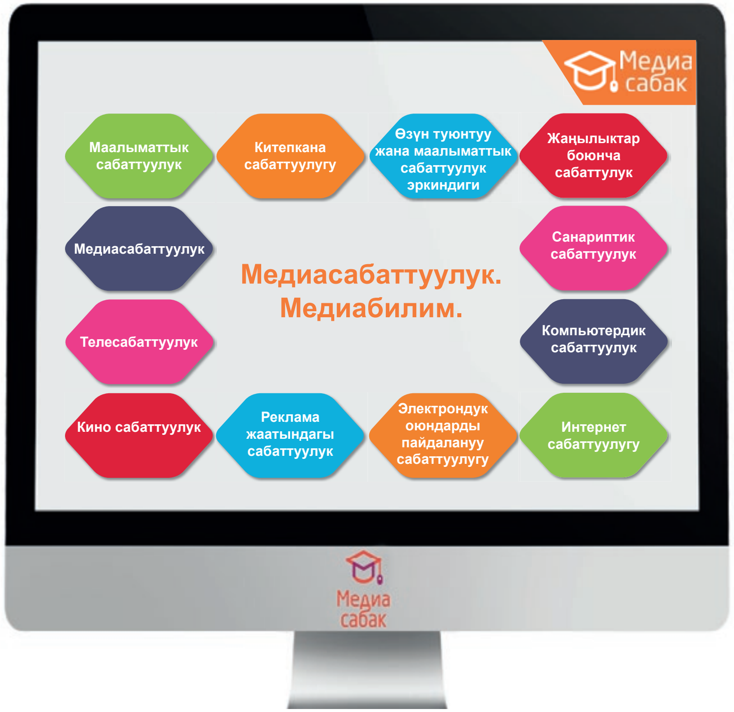
Жаңылыктар боюнча сабаттулук

Телесабаттуулук

Киносабаттуулук

Электрондук оюндарды пайдалануу сабаттуулугу

СЛАЙД № 11



Медиасабаттуулук – бул адамдын:

• ММК ролун жана функциясын түшүнүү;

• Медиа-контентти сын көз менен анализдеп, баалоо;

• ММКны демократиялык максаттарга, маданияттар аралык диалогко, билим алууга пайдалана билүү;

• Жеке өзүнүн медиа контентин өндүрө билүү жөндөмдүүлүгү (өз алдынча медиапродукт жасай билүү).

Мугалим үчүн: азыр жаңы медиа болуп эсептелген соцтармактар ар бир адамга өзүнүн контентин түзүүгө мүмкүнчүлүк берээрин түшүндүрүү керек: фейсбукка пост жазуу, инстаграмга сүрөт жайгаштыруу, ютубка видео жүктөө ж.б.);

- Маалыматтык-коммуникативдик технологиялар менен колдоно билүү жана башка медиа жөндөмдүүлүктөргө ээ болуу.

(Медиабилим боюнча Грюнвальд декларациясы, 1982-ж.)

Сабаттуулук
(окуганды, жазганды билүү)

→

Компьютердик сабаттуулук
компьютерде иштей билүү

↓

Маалыматтык сабаттуулук
компьютерде иштей билүү жана маалыматты чогултуу, кайра иштеп билүү чыга билүү

←

Медиасабаттуулук
анализдөө, баалоо жана медианын ар кандай түрүндө билдирүү жарата билүү

СЛАЙД № 12

Медиабилим – ар бир өлкөнүн жаранынын эркин пикирин билдирүү, маалымат алуу укугунун бир бөлүгү, ал демократияны колдоого өбөлгө түзөт.

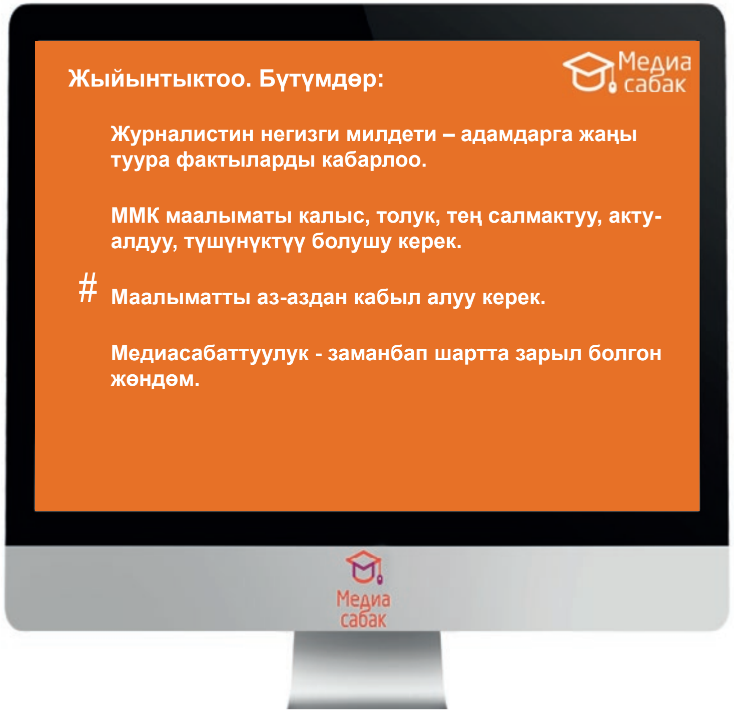
(ЮНЕСКО Рекомендациялары, 2002)

СЛАЙД № 13

Сабакты жыйынтыктоо. Бүтүмдөр:

- Журналистин негизги милдети – адамдарга жаңы туура фактыларды кабарлоо.
- ММК маалыматы калыс, толук, тең салмактуу, актуалдуу, түшүнүктүү болушу керек.
- Маалыматты аз-аздан кабыл алуу керек.
- Медиасабаттуулук - заманбап шартта зарыл болгон жөндөм.

СЛАЙД № 14



САБАК №3

Медиа сабак

ТЕМА:

МААЛЫМАТ ТАМАК КАТАРЫ

Тема: Маалымат тамак катары. Маалыматтык «фастфуд» сын көз менен ой жүгүртүүгө кандайча таасир тийгизет?

Сабактын максаты: маалыматты аң-сезим менен кабыл алууга үйрөнүү, маалыматтык манипуляциянын объектисине айланбоо үчүн маалыматтын түрлөрүн ажырата билүү.

Милдеттер:

- Аудториянын кандайдыр бир пикирин калыптандыруу үчүн жана аудиторияны кандайдыр бир жүрүм-турумга чакыруу үчүн маалыматтын кандай түрлөрү колдонулаарын түшүндүрүү.
- Окуучуларга маалыматтын түрлөрүн ажырата билүүнү, факты менен пикирди ажырата билүүнү үйрөтүү.
- Материалды өздөштүрүү үчүн практикалык көнүгүүлөрдү жасоо.

Сабактын тиби: аралаш: жаңы материал өтүү, алынган билимдерди практикалык негизде текшерүү.

Сабактын формасы: интерактивдүү: окучулардын активдүү катышуусу астында лекция жана топ-топ болуп практикалык иштөө.

Жаңы түшүнүктөр: Маалыматтык «фастфуд», сын көз менен ой жүгүртүүгө , маалыматтын түрлөрү , интернет-мем, лол.

Предметтер аралык байланышы: адам жана коом, жарандыктаануу.

Сабактын жабдылышы: Мультимедиа проектору

Сабактын жүрүшү.
1. Уюштуруу учуру. Мугалимдин кириш сөзү. Тема, сабактын максаттары менен тааныштыруу.(2 мин.)
2. Жаңы материалды изилдөө.

Сабактын планы
- Маалыматтык«фастфуд»жана эмне үчүн маалыматты аң-сезим менен пайдалануу керек.
- Фэйктер, аларды эмне үчүн таратышат, малыматтын чын-бышыгын кантип ажыратуу керек.

Өткөн сабакта биз силер менен маалымат деген эмне, жашоодогу дээрлик бардык чөйрөгө бүгүнкү күндөгү маалыматтык агым кандай олуттуу таасир тийгизээри жөнүндө сөз кылганбыз. Бүгүн болсо, силер кандай маалыматтын түрлөрүнө туш болушуңар мүмкүн экендигин талдайбыз. Интернет аркылуу ар түрдүү маалыматка толук жана эркин жетүү мүмкүнчүлүгү астында сиз маалымат толкунунун алдында калууңуз толук мүмкүн. Балким сиз жөн гана маалымат керектөөчүсүнө айланып, ар кандай сүрөттөрдү карап, кезектеги кызыктуу фактыны окуп же вирустуу видеолорду көрөсүз. Балким маалыматтык манипуляциянын таасирине кабыласыз жалпы агымга кошулуп, буга мисалдарды кийинчерээк келтиребиз. Бирок ошол эле кезде азыркы жаңы технологиялар ачып жаткан маалымат алуу эркиндигин туура пайдалансаңыз жана азыр коммуникациянын ар түрдүү сыяктуу куралдары, анын ичинде интернет, гезит, радио жана телевидение сунуштап жаткан эбегейсиз чоң маалымат массивин аң-сезим менен керектесеңиз, сиз жашооңузду башкарып, жөндөмдөрүңүздү өнүктүрө аласыз.

СЛАЙД № 1

1-КӨНҮГҮҮ. МААЛЫМАТТЫК «ФАСТФУД»

5 мүнөт

1-КАДАМ. Дискуссия. Бүгүн силер менен маалымат туурасында аны тамак катары сөз кылабыз. Маалымат, тамак сыяктуу эле пайдалуу же зыяндуу болушу мүмкүн, ал тургай маалыматтык «фастфуд» болушу да ыктымал. Силер кандай ойлойсуңар, маалыматтык «фастфуд» деген эмне? (эгер окуучуларда вариант жок болсо, «фастфуд» тамак катары эмнени түшүндүрөөрү туурасында ой жүгүрткүлө, андан кийин биргелешкен талкуунун негизинде, тамак сыяктуу фастфуд – куру калориядай эле, маалыматта да көңдөй, маанисиз, көңүл ачуудан башка максаты жок продуктулар болоорун түшүндүргүлө.)

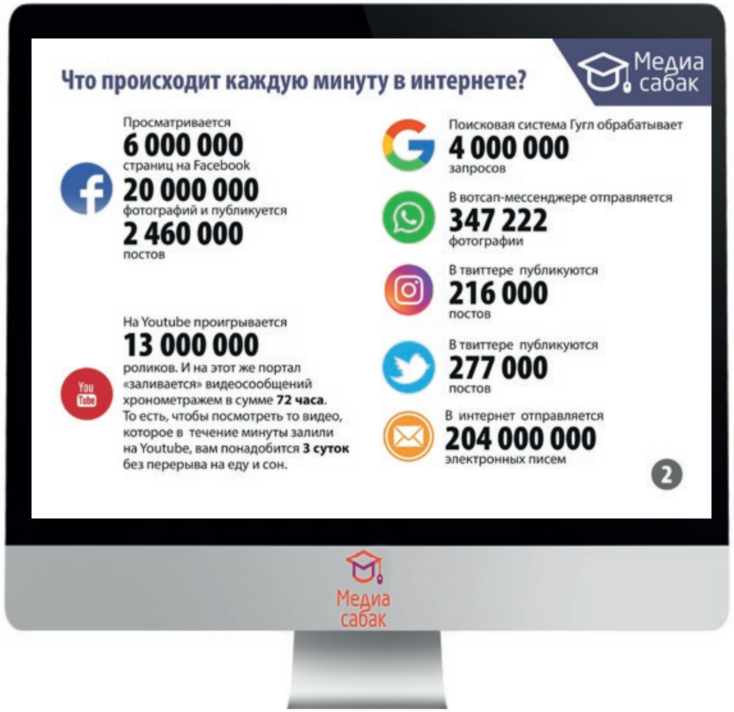
21-кылымды керектөөчүлөрдүн кылымы деп аташат, бул бир гана тиричиликке керектүү предметтерге, тамак-аш, кийим, гаджеттерге эле эмес, маалыматка да тиешелүү. Азыр маалыматты ашыкча пайдалануу мезгили. Төмөнкү маалыматтар буга далил боло алат:

Ар бир мүнөттө

- 204 000000 электрондук кат жөнөтүлөт
- Фэйсбукта 6 000000 баракча, 20 млн. сүрөт каралат, 2 460 000 пост жарыяланат.
- Youtube´да 1 300000 ролик ойнотулат жана ушул эле порталга узактыгы 72 саат болгон видео билдирүү жүктөлөт, башкача айтканда, Youtube´ка бир мүнөттө жүктөлгөн видеонун баарын көрүп чыгыш үчүн уктабай, тамак ичпей 3 сутка убакыт керек.
- Гугл издөө системасы 4 000 000 издөө операцияларын жүргүзөт.
- Вотсап-мессенджерде бир мүнөттө 347 222 сүрөт жөнөтүлөт.
- Твиттерде 277 000 пост жарыяланат.
- Инстаграмда 216 000 пост жарыяланат.

Бул маалыматтар маалымат агымынын эбегейсиз чоңдугун жана ушунчалык көп сандаган контент өндүрүлгөнүн көрсөтүп турат.

СЛАЙД № 2



2-КӨНҮГҮҮ. «АШЫКЧА МААЛЫМАТ»

10 мүнөт

(Материалдар: мессенджерлердин аты жазылган карточкалар; каалаган түстүү журнал, мисалдар жазылган барак, ыктыярчы үчүн калемсап, балдар үчүн тапшырмалар жазылган карточкалар)

1-Кадам. Алты окуучуну тандап алуу керек (активдүү, ачык). Алардын ичинен бир ыктыярчы эшикке чыгат, калгандары тапшырма баракчаларын алышат. Аларга тапшырманы окуп, даярданганга 1 минута берилет.

2-Кадам. Ыктыярчыга мисалдар менен барак берилет, ал 1 минутанын ичинде бардык мисалдарды жазуу түрүндө аткарып чыгышы керек.

«Маалымат каналдары» оюнун ойногон балдар үчүн карточкалар. (тиешелүү каналдын белгисин алардын кийимине тагып же башына кийгизип койсо болот)

Каналдын аталышы	**Аткаруучуга тапшырма**
Канал «Youtube» 2-кадам	Силер чогуу кандайдыр бир кыймыл-аракетти көрсөтүп беришиңер керек жана ошол мааниде маектешишиңер керек. Мисалы, магазинде дос кыздар кийим кийип көрүп жатышат же эки бала бокссташып жатат же башка эки адам катышкан кыймыл-аракет.
Facebook	Кандайдыр бир журнал же гезитти алып барактап жатып, классташыңа андагы сүрөттү көрсөт, сүрөттүн алдындагы текстти анын көңүлү бурулгандай кылып катуу окуп бер. Оюңа эмне келсе айта бер, аба ырайы, саясат, айырмасы жок, бир гана унчукпай калбоо керек!
WhatsUpp	Классташыңа кайрылып жатып, ар бир сүйлөм алдында кандайдыр бир үн чыгарып тур. Мисалы, «динь-динь, кутман таң! динь-динь кел маектешебиз? динь-динь мектептен качан келесиң? ж.б.»
Instagram (кыз)	Сен болсо эшикке чыгып кеткен балага кайрылып, тынбай сүйлөшүң керек, эртең мененки тамакка эмне жедиң, бүгүн жолдон эмне көрдүң, кандай көйнөк сатып алдың жана ар бир сүйлөмдү «Карасаң, мен бүгүн эмне... (жедим, көрдүм, сатып алдым ж.б.» деген сөздөр менен башташың керек.

2-КӨНҮГҮҮ.«АШЫКЧА МААЛЫМАТ»

10 мүнөт

3-Кадам. Бир мүнөттөн кийин процессти токтотуп, ыктыярчы канча мисалды аткарып бүткөнүн текшерүү керек.

Ыктыярчыга суроолор: Ыктыярчыга суроолор: Мисалдарды аткаруу кыйын болдубу? Эгер ошондой болсо, эмне тоскоол болду? Ал классташтарынан уккан жана көргөн маалыматтардан бир нерсе эстеп калдыбы? Жок? Эмне үчүн? Эгер эстеп калса ал маалымат кимден келди эле? Ал маселени аткарууда тоскоол болдубу? Бул адамдардан уккан нерселер пайдалуу болдубу?

Класс менен бул көнүгүү эмнени көрсөткөнүн талкуулагыла.

Бүтүм: маалыматтык «таштандынын» көптүгү иштен алагды кылат, натыйжада башта тыңгылыктуу эч нерсе деле калбайт, жөнөкөй эле тапшырмаларда көп каталар кетиши мүмкүн.

Ыктыярчы үчүн карточка:

4-Кадам. Окуучуларга суроолор. Силер кандай ойлойсуңар маалыматтык «фастфуд» деген эмне жана анын бул көнүгүү менен эмне байланышы бар?

61 - 47 =	16 + 35 =
51 - 24 =	88 + 6 =
65 - 28 =	11 - 7 =
16 + 84 =	43 + 38 =
57 - 19 =	7 + 19 =
59 + 42 =	48 + 37 =
29 + 32 =	54 - 28 =
35 + 47 =	60 - 15 =
23 + 29 =	28 + 4 =
35 + 28 =	62 + 18 =
48 - 39 =	27 + 48 =
19 + 14 =	15 + 18 =
86 + 7 =	90 - 24 =
350 - 1 =	41 - 25 =
32 - 25 =	800 - 70 =
18 + 73 =	81 + 19 =

26 + 47 =	37 + 18 =
94 - 64 =	38 + 26 =
56 - 29 =	75 - 6 =
50 - 47 =	17 + 49 =
52 - 17 =	29 + 41 =
90 - 16 =	74 + 8 =
27 + 47 =	60 - 13 =
25 + 37 =	73 - 18 =
94 - 65 =	350 - 1 =
63 - 28 =	14 + 7 =
56 + 8 =	31 - 15 =
64 + 18 =	39 + 45 =
40 - 38 =	39 + 9 = 30

Мугалим үчүн маалымат:

Эгер кыйынчылык жаралса тамак менен аналогия жүргүзгүлө. Жеңил, эч пайдасыз, көңүл ачуучу маалымат аз өлчөмдө көп зыяны жок, бирок аны дайыма пайдалануу мээнин «таштандыларга» толушуна алып келет.

Пайдаланган маалыматтын сапаттуулугу жеген тамактын сапаты сыяктуу эле абдан маанилүү. Анткени, бул түздөн-түз адамдын ой-жүгүртүү жөндөмүнө таасир тийгизет. Эсиңерде болсун, бардык маалымат: китептер, посттор, сүрөттөр мээнин активдүүлүгүнө таасир этет. Биз баарыбыз мээбизди толтуруп турабыз, ал эми маалыматтын ашыктыгы, айрыкча жеңил маалыматтын көптүгү, сизди жөн гана керектөөчүгө айлантат. Мындай туш келди керектөөнүн баасы – биринчиден убакыт. Эстеп көргүлө, силер канча убакытта бир социалдык тармактарга кирип, жөн эле кезиккен маалыматтарды эле окуп, сүрөттөрдү көрүп баштайсыз, бир саат, анан экинчиси өткөнү билинбейт. Экинчи баасы, убакыттай эле баалуу – маалыматты анализдөө жөндөмү.

СЛАЙД № 3

Маалыматты пайдаланууда эң негизгиси анын санында эмес, анын актуалдуулугунда жана сапатында. Адамдар үчүн баарын билүү жана башкалардан биринчи аны таратуу абдан маанилүү, бирок көп учурда бул үстүртөн гана болот. Бул эмнеге алып келет? Ойлонбой туруп, интернет эмнени сунуштаса баарын тегиз окуу же көз ирмемде аны менен социалдык тармактарда бөлүшүүдө адамдар маалыматты тандоого үлгүрбөйт, фастфуддун куру калориялары менен денесине май топтогондой, бул маалыматтарды мээге топтой берет. Маалыматты сапаттуу анализдөө үчүн убакыт керек, отуруп ойлонуп көрүү керек, зарыл болсо өзүнө өзү суроо берип, аларга жооп бергенге аракет кылыш керек. Бирок буга убакыт жок, анткени бүт убактысын маалыматты чогултууга коротот.

СЛАЙД № 4

3-Көнүгүү. «LOL»

5 мүнөт

СЛАЙД № 5

1-Кадам. Мугалим мемдер менен слайдды көрсөтөт. Слайд № 5

ТАҢ КАЛААРЛЫК

Мемдер.

Мем (англ. meme) — маданий маалымат бирдиги. Мем болуп каалаган идея, символ, манера же адамдан адамга аң-сезимдүү же сезим менен речь, жазуу, видео, ритуал, жесттер аркылуу берилген аракет образы же образдары саналат.

Мем – айтылуу фразалар же персонаждын жардамы менен жеке сезиминди билдирүү жолу. Алар биздин жашообузга бекем орун алды. Достор менен же кесиптештер менен пикир алмашууда көпчүлүк адамдар белгилүү комикстерге таандык «вирус» фразаларды колдонушат, ар кандай жол менен персонаждардын элесин чагылдырууга аракет кылышат.

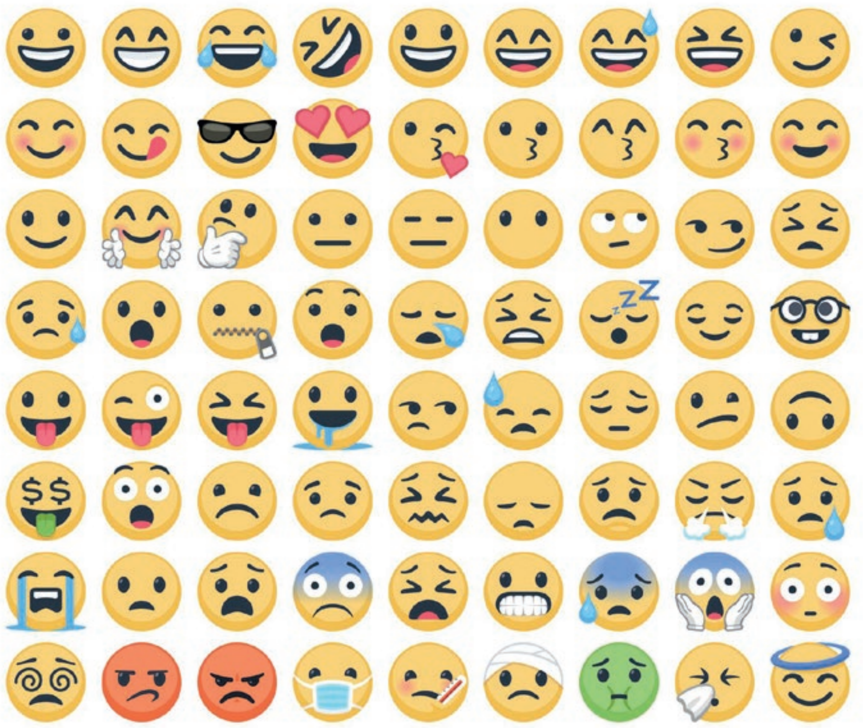
СЛАЙД № 6

Акыркы убактарда виртуалдык баарлашуу процессинде өз мамилелерин же эмоцияларын билдирүү үчүн ар кандай сүрөттөр көп колдонула баштады.

Эмне үчүн адамдар өзүлөрү ойлоп тапкан сөздөрдү аз колдонуп, көбүрөөк мурдатан даяр, бирок бирөөнүн фразаларын же сүрөттөрүн колдоно баштады?(Дискуссия 2-3 мин). Силер мындай нерселерди көп колдоносуңарбы?

Мугалим үчүн маалымат:

Талкуунун багытын, азыр дүйнөдө бардык нерсени жеңилдетүүгө болгон тенденция, анын ичинде сүйлөшүү тилин да, орун алып жатканына бургула. Көпчүлүк адамдар азыр айтышат, эмодзи (мессенджерлердеги смайлдар менен белгилер) –бул бардыгына түшүнүктүү болгон жаңы эл аралык тил.



СЛАЙД № 7

МААЛЫМАТ ТАМАК КАТАРЫ

Адамдар коммуникация үчүн чектелүү гана фразаларды колдонууга көнүп алышы, адамдын ашыкча маалыматты пайдалангандыгынын мисалы.

Бул сүрөт, же «мем»-заманбап маалымат-керектөөчү адамды так чагылдырат, ойлонуп көргөндүн ордуна, анын жообу дайыма даяр: лол. Лол деген эмне?

СЛАЙД № 8

2-Кадам. Дискуссия жана мугалимдин презентациясы.

Биз эмне үчүн мындай болуп бара жатабыз? (окуучулардын жообун угуу).

Анткени, биз маалыматтык «фастфуд» көп колдонобуз.Адамдар өзүлөрү фраза ойлоп табуга жалкоолонушат, ошондуктан алар даяр «загатовкаларды, мемдерди алат да өз баарлашуусунда пайдаланат. Же аларды ойлондурган нерсе жөнүндө ага окшош маалыматты ойлоп табат.

Класска суроо: Маалыматты ашыкча пайдалануу эмнеси менен кооптуу? Мисалдарды окуучулар менен талкуулагыла.

Сын көз менен ой жүгүртүү жөндөмүнүн мокошу. Сын көз менен ой жүгүртүү – бул силерге багыт табууга, туура чечим кабыл алууга жана зыяндуусунан баш тартууга жардам берген жөндөм. Анын мокошу менен анализдөө жөндөмү да азаят. Натыйжада биз окуган, көргөндөрдүн баарына ишене баштайбыз. Жазылгандардын баарына кантип ишене бербөөгө боло турганын мен силерге анан айтып берем. Ошентип, сын көз менен ой жүгүртүү - бул теманы же окуяны силерге көрсөткөн жагынан гана эмес, ар тараптан көрө билүү жөндөмү.

Маалыматты кантип колдонуу керек? Колго тийгендин баарын эле окуунун кереги жок. Кезектеги маалыматты изилдеп жатып, өзүңөргө суроо бергиле, бул маалымат эмнеге керек? Бул алынган маалыматтар жашоону жакшыртканга жардам бере алабы? Качан силер мектепти, андан соң жогорку окуу жайын бүтүп жумуш издегенде, силердин кызматкер катары артыкчылыгыңар маалыматта эмес, анткени ага баары эле ээ боло алышат, маалыматты анализдөө, маанилүүсүн бөлүү жана жашоодо пайдалануу жөндөмүнө ээ болгула. Башыңарды «таштандылар» менен булгабагыла.

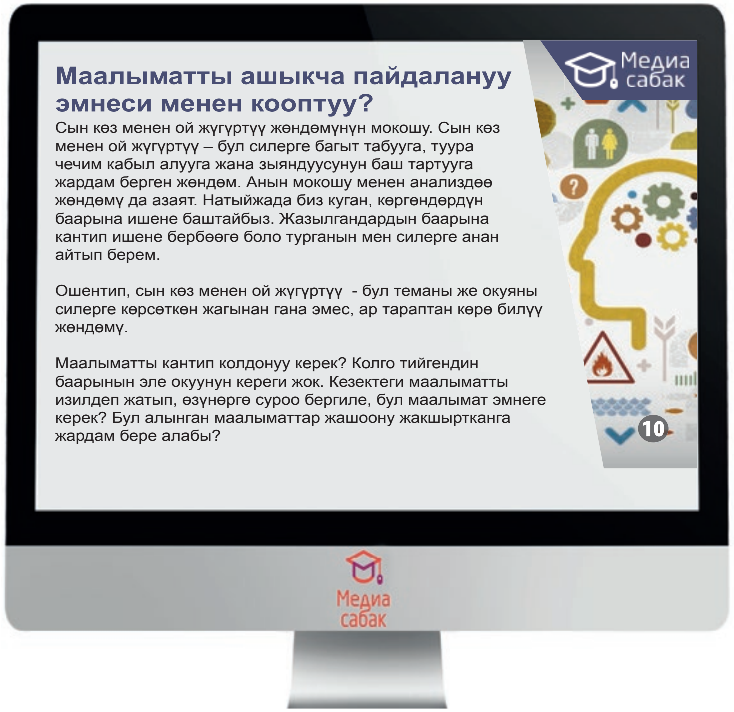
3-Кадам. Окуучуларга суроо: Кандай ойлойсуңар, маалыматтык «фастфуддан»? таптакыр баш тартуу керекпи?
(Оозеки. Тез.)
Окуучулардын жообун угуу.

СЛАЙД № 9

МААЛЫМАТ ТАМАК КАТАРЫ

Маалыматтык «фастфуд» же жеңил маалымат дайыма мээни жай алдырат. Гезиттерде мисалы, акыркы барак анекдот, гороскоп же кызыктуу фактыларга берилет. Канчалык жеңил маалыматты көп колдонгон сайын, ого бетер дагы каалатат. Мисалы адамдар мышыктардын кызыктуу сүрөттөрүн барактоодон баштап, анан күчүктөргө өтөт, анан яхталар, атактуу жылдыздар, анан токтонуу мүмкүн эмес. Мен силерге жеңил маалыматты эч качан пайдаланбаш керек деп айта албайм. Бирок чени менен аң-сезимдүү пайдалануу керек. Болбосо манипуляциянын курмандыгына айланасыңар.

СЛАЙД № 10



4-КӨНҮГҮҮ. ФЕЙКТЕР.

8 мүнөт

1-Кадам. Өткөн сабакта силер менен маалыматтын калыстыгы жана чынчылдыгы тууралсында сөз кылганбыз. Бул сүрөт тууралсында эмне айта аласыңар? Слайдды көрсөтүү

2-Кадам. Суроо: Бул сүрөттүн тарыхын билесиңерби, айтып бергиле?

3-Кадам. Эгер эч ким билбесе, бир окуучуну жарыянын текстин окуп берүүнү сурангыла.

4-Кадам. Класска суроо:

1. Бул жарыяны окуп, асыл тукум күчүк алууну каалагандар канчылык көп болушу мүмкүн деп ойлойсуңар?
2. Канчалык көп адам жардам берүү максатында бул маалыматты өзүнүн социалдык баракчасында таркатууну каалайт деп ойлойсуңар?
3. Бул билдирүү эмне үчүн жасалган, кандай деп ойлойсуңар?

5-Кадам. Фейктин тарыхын баяндоо: Бул сүрөт тексти менен социальдык тармактарда бир нече жылдан бери жүрөт. Ойлонуп көргүлө, бул пост кошумча силерде кандай суроолорду жаратышы мүмкүн?Сын көз караш менен ой жүгүртүү жөндөмүңөрдү пайдаланып, бул билдирүү күмөн туудурган бир нече учурларды белгилегиле.

6-Кадам. Окуучулардын жообун угуу.

7-Кадам. Мугалимдин толуктоосу.

-Эмне үчүн күчүктөрдү сууга чөктүргөнү жаткан кожоюндардын жашаган жери, шаары, же өлкөсү да көрсөтүлгөн эмес?

-Эмне үчүн күчүктөрдүн канчасы ургаачы, канчасы эркек экени, көрсөтүлгөн телефон номери боюна кимге кайрылуу керектиги айтылган эмес?

-Эмне үчүн өтө кымбат турган күчүктөрдү ээлери сууга чөктүрүп өлтүргөн жатат? Орусияда орто эсеп менен далматин күчүктөрү 300 доллар турат. Себетте 15 күчүк жатат, 4500 долларды ким сууга чөктүрөт?

- Эгер башка шаарда, өлкөдө жашасаңар мындай маалыматты эмне үчүн таратат?

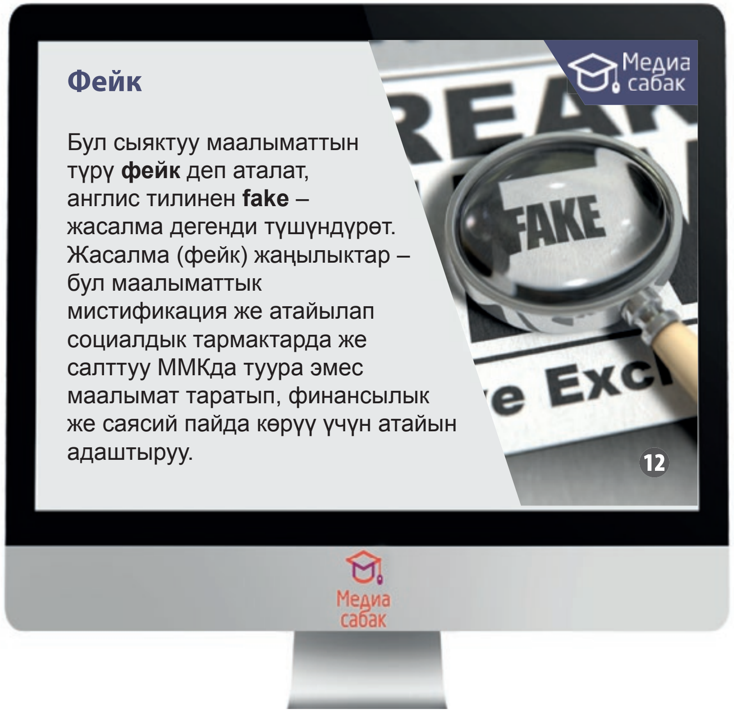
СЛАЙД № 11

Көрсөтүлгөн номер бул атайын номер, ага чалган учурда сиздин номериңизден акча алынат, айрым учурларда чоң сумма алынышы мүмкүн.

Бул сыяктуу маалыматтын түрү фейк деп аталат, англис тилинен fake – жасалма дегенди түшүндүрөт. Википедияда мындай аныктама берилет: Жасалма (фейк) жаңылыктар – бул маалыматтык мистификация же атайылап социалдык тармактарда же салттуу ММКда туура эмес маалымат таратып, финансылык же саясий пайда көрүү үчүн атайын адаштыруу.

Фейктин кандай түрлөрүн билесиңер?

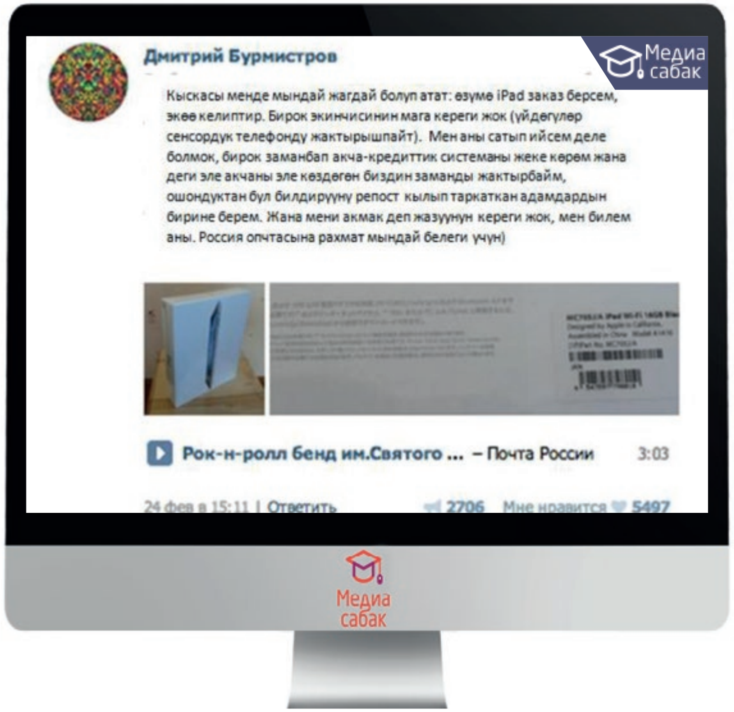
СЛАЙД № 12



Репост кылганы үчүн БМВ же квартира ойнотулган сүрөттөрдү көрсөткүлө. Ошондой эле айфон, айпад жана башка техникалардын ойнотулушун мисал келтиргиле.

Окуучуларга дагы бир жолу бул жарыялар пайда кылчу суроолор туурасында ойлонуп көрүүнү сунуштагыла.

СЛАЙД № 13



Өзүнүн кызыкчылыгы болбосо эч ким техниканы, машина же квартираны эч кимге бекер таратпайт. Бул сыяктуу фейктердин бир нече окшош өзгөчөлүктөрү бар. Кимге жазылыш керектиги көрсөтүлбөйт. Ойнотуу жүргүзүп жаткан адамдын же компаниянын байланыш телефондору айтылбайт. Мындай посттордун авторлору адатта жаңы катталгандар. Алардын активдүүлүгүн текшерип көргүлө. Адатта чоң-чоң утуштарды белгилүү компаниялар өткөрөт.

16 янв 2014 в 9:59

Көңүл бургула!!!

Ушундай болуп калды, башка өлкөгө жашаганы кетип жататм, өзүмдүн бизнесимди ачып адамдай жашайм. Бул жакта эки квартирам бар, бирөө Ростов-на-Донуда экинчиси Москвада. Алардын мага кереги жок, сатканга жалкоом кармап атат, ары-бери чуркаш керек. ОШондуктан бул эки квартирамды бул билдирүүнү репост кылып тараткан эки адамга белек кылууну чечтим. Жеңүүчүлөр туура бир айдан кийин кокустук боюнча эле сандарды тандоо аркылуу аныкталат.

PS: акылым ордунда) Бул спам эмес.

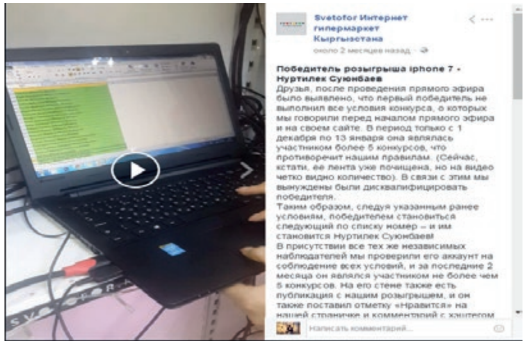
Кеттик!

вчера в 13:04 | Ответить Мне нравится

СЛАЙД № 14

5-КӨНҮГҮҮ. ФЕЙК – ФЕЙК ЭМЕС (Окуучу менен доскада өткөрүлөт)

10 мүнөт



1-Кадам. 2 сүрөттү көрсөткүлө:
2-Кадам. Бул сүрөттөрдүн кайсынысы фейк, кайсынысында чыныгы айфон ойнотулуп жатат?
3-Кадам. Доскага ыктыярчы чакырылат. Ал кайсы белгилери боюнча фейк же чындык экенин аныктап жатканын доскага жазсын. Калган окуучулар принциптерди толуктаганга жардам беришет.

Мугалимге жардам катары:

1-сүрөттө – чынында эле айфон ойнотулууда, анткени: Утушту ким ойнотуп жатканы көрсөтүлгөн - интернет магазин «Светофор». Маалымат ээсинин баракчасы туурасында толук маалыматтары бар – контактылары, адрес, телефон чалып, адреси боюнча барып сурап көрүүгө болот. Утуш оюнунун логикалык максаты бар–баракчасына жазылгандардын санын көбөйтүү
2-сүрөт – фейк: эч нерсе менен түшүндүрүүгө мүмкүн болбогон мартчылык. Текстте мурдагы фейктерде пайдаланылган сүйлөмдөрдү жолуктурууга болот, мисалы «акчаны гана көздөгөн биздин заманды жактырбайм» ж.б., телефону көрсөтүлгөн эмес, автору түшүнүксүз.

Андан кийин түшүндүргүлө. Чыныгы утуш оюндарынын уландысы болот, анткени анын авторлору үчүн бул маркетингдик амал жана имиджин сактоо болуп саналат. Мисалы Фэйсбукта рэнд системасы менен (кокустук менен сан тандоо) жеңүүчү аныкталган видео көрсөтүлгөн.
«Светофор»дүкөнүнүн фейсбук баракчасында жеңүүчүнүн тандоодогу видео жана кийинчирээк анын сүрөтү жарыяланганын окуучуларга түшүндүргүлө. Фейктердин максаты ар кандай болушу мүмкүн. Биринчиден, албетте бул шылуундук. Айфонго байланыштуу окуяда, маселен, сизге жеткирүү кызматы үчүн акча сал деп сурашы мүмкүн, ал эми сиздейден миңдеп саналашы мүмкүн. Квартирага байланыштуу окуяда бул же квартира курган компаниянын вирустук рекламасы болушу мүмкүн. Адамдар кызыгуусун пайда кылып, анан утуш оюнун шылуундарга шылтап коюуга болот, же жөн гана тиги же бул ресурстун катышуучуларынын саны көбөйтүүгө арналган контент болушу мүмкүн.

Бул сүрөттү ким билет?

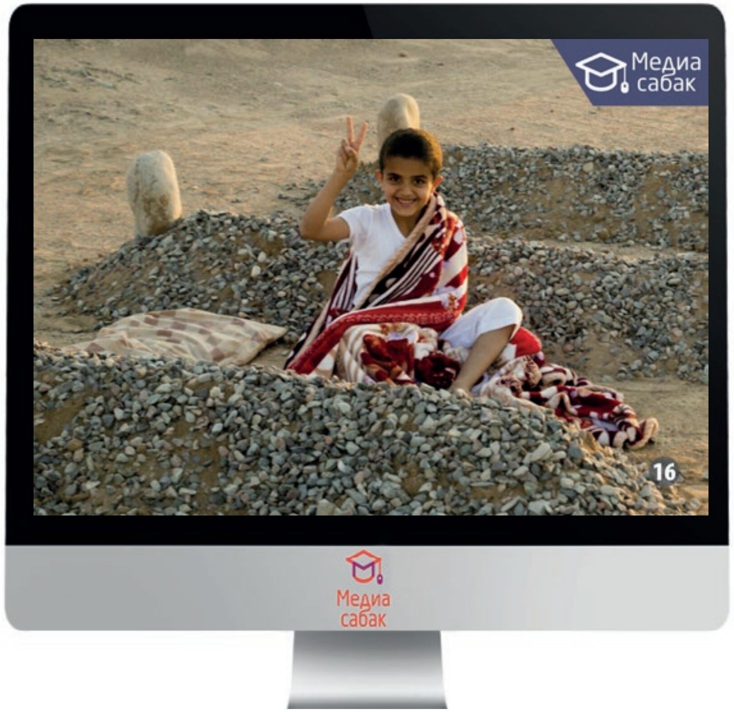
Бир нече жыл мурда бул сүрөт кайгылуу таржымалы менен бүт дүйнөнү кыдырып чыккан, Сириялык жетим ата-энесинин мүрзөсүнүн ортосунда уктап жатканы айтылган. Баардыгы активдүү түрдө бири-бири менен бөлүшкөн.

СЛАЙД № 15

Ал эми окуянын уландысы төмөндөгүдөй: чынында бул сүрөт атайылап тартылган экен, аны Сауд Аравиялык фотограф тарткан, долбоордун идеясы ата-энеге болгон сүйүүнү көрсөтүү болгон. Автор кийин өзү бул эмгегинин мындай тарап кеткенине таң калып, бардык жерге сүрөттүн Сирияга эч катышы жок экенин жазып чыккан.

Бирок телевидение аркылуу да фейктер берилет.

СЛАЙД № 16



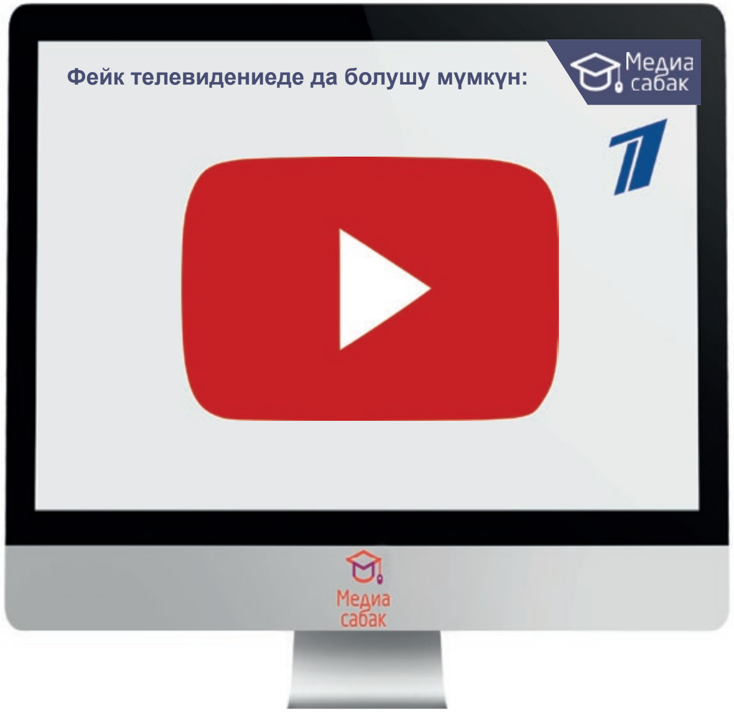
4-КӨНҮГҮҮ. «ТВдагы ФЕЙКТЕР»

5 мүнөт

Журналисттин катачылыгы туурасында видеону көрсөтүү.

Шилтеме: https://www.youtube.com/watch?v=AaxsUN84o90&feature=youtu.be

СЛАЙД № 17



Маалымат:

Бул сюжет Биринчи каналдын эфиринен ММКларда «Челябинск» деп аталган метеорит түшкөн күнү көрсөтүлгөн. Ал Чебаркуль көлүнө түшкөн. Биринчи канал көрсөткөн видео интернеттеги тамашалардын бири болгон. Редакторлор маалыматты текшербей туруп эфирге кетирип, сайтына жайгаштырган. Кийин калпы билингенде, сайттагы видеону алмаштырышкан. Бирок, интернет колдонуучулар бул жаңылык сайтка чыкканын скриншот кылып сактап алышкан.

Жаңылыктарда метеорит кулаган жер деп көрсөтүлгөн жер - Бул Туркмениядагы газ кратери. Ал 1971-жылдан бери Дарваза кыштагына жакын жерде күйүп турат.

Түркмөнстанда советтик геологдор жер алдындагы топтолгон газды табышкан. Скважинаны чалгындоо үчүн казуу-бургулоо иштери учурунда геологдор жер алдындагы кваернага (боштук) туш келишкен, ага байланыштуу жер түшүп кетип, газ толгон чоң ойдуңду пайда кылган. Бургулоо жабдууларынын бардыгы транспорту менен кошо пайда болгон аңга түшүп кеткен, адамдар жабыр тарткан эмес. Адамдарга жана малга зыян болгон газ сыртка чыкпашы үчүн аны өрттөөнү чечишкен. Геологдор өрт бир нече күндөн кийин өчөт деп болжошкон. Бирок, жаңылышкан экен. 1971-жылдан бери кратерден чыккан газ күнү-түнү тынымсыз күйүп турат.

Бул редакторлор видеонун чын-бышыгын текшербей туруп эфирге бергендеги журналисттик катачылыктын мисалы. Бирок айрым учурларда аудиториянын белгилүү бир пикирин жаратыш үчүн атайлап эле туура эмес маалымат таратылат. Маалымат бүгүнкү күндө олуттуу куралга айланды. Анын эң негизгилери болуп телевидение эсептелет, айрыкча КМШ аймагында, Россия, Кыргызстан, Казакстан жана башка постсоветтик өлкөлөрдө.. Телевидение - бул өлкө калкы үчүн маалымат алуунун негизги булагы болуп эсептелет. Мына ошондуктан, телеканалдан эмнени көрсөтүүнү чечүүнү каалагандардын саны көп.

Бүтүм: Дайыма эсиңерде болсун, биз, көрүүчүлөр, ар бирибиз маалыматтын керектөөчүсү болуп саналабыз, анын ичинде теле контенттин да. Эгер телеканалдар мындай фейктерди жасап жатса, анда көрүүчүлөр өзүлөрү ага жол берип жатышат. Көрүүчүлөр бул маалыматты сиңирип жана ага ишенип жатышат.

СЛАЙД № 18

Бирок журналисттер 1-апрелде тамаша кылганды жакшы көрүшөт, кээде алар тамаша катары берген жаңылыктарына айрымдар ишенишет.

Мугалимдин түшүндүрмөсү: Бул ТВ1 каналынын 1-апрелге карата тамашалашуу сюжети экенин окуучуларга түшүндүрүп берүү керек.

Бүтүм: Эмне фейк деп эсептелет? Бардыгы: жалгыз эле социалдык тармактардагы жарыялар эле эмес, башка бирөөнүн атынан түзүлгөн профайл, сүрөт, фотофактылар ж.б.

Бүтүм: Эмне фейк деп эсептелет? Бардыгы: жалгыз эле социалдык тармактардагы жарыялар эле эмес, башка бирөөнүн атынан түзүлгөн профайл, сүрөт, фотофактылар ж.б.

TV1 KG HD
СЕТЕВОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ

СЛАЙД № 19

5-КӨНҮГҮҮ. АСКЕРЛЕР.

7 мүнөт

1-Кадам. Окуучуларды 2 топко бөлүү керек.
2-Кадам. Алдын ала карточкалар таратылат.
(Биринчи топ үчүн № 1 карточка, экинчи топ үчүн № 2 карточка)
3-Кадам. Топторго тапшырма: сүрөттө көргөнүңөр боюнча чакан аңгеме түзгүлө.
4-Кадам. Топтордун презентациясы. Окуучулардын болжолдуу жоопторун угуу
5-Кадам. Мугалимдин толуктоосу. Талкуудан соң, сүрөттү толук көрсөткүлө.

Суроо: Сүрөттөгү окуя боюнча пикириңер өзгөрдүбү?

6-Кадам. Окуучулардын жообу.

Сүрөттүн биринчи бөлүгү туткунга болгон мыкаачылык мамилени көрсөтсө, экинчи бөлүгү болсо көрүүчүнү адаштырышы мүмкүн, аны көргөн адам достук мамиледеги жоокер бирөөгө суу ичирип жатат же туткунга жакшы мамиле кылып жатат деп түшүнүшү мүмкүн. Бирок, чындык ушунда, абсолюттук түрдө ак же кара деген болбойт, туткунга болгон абдан жакшы мамиле, же таптакыр эле ырайымсыз мамиле болбогон сыяктуу эле. Ооба, бул туткун, бирок аны басмырлап жатышкан жок, сыягы ага ишенбегендиктен башына автомат такап жатса керек.

Бул сүрөткө байланыштуу жаңы «мем» пайда болду, ал ар түрдүү кызыктуу булактардан кандайча ар кандай маалымат алышыбыз мүмкүн экенин чагылдырат.

Массалык маалымат каражаттары окуяны толук чагылдырууну талап кылган профессионалдык этиканын стандарттарын сакташат. Журналисттер көп учурда окуяны биринчи булактай эле толук чагылдырышат. Бирок, сүрөттүн бир бөлүгүн гана, же башына автомат такалган жоокерди, же солдатка суу берип жаткандарды гана көрсөткөн ММКлар да бар.

Бул көнүгүү окуя туурасында канчалык көбүрөөк билсең, ошончолук картинаны толук элестетүүгө мүмкүн экенин көрсөтүү үчүн жасалат. Ар кандай себептерге байланыштуу толук маалымат алууга мүмкүн эмес болгон учурларда, маселен окуянын бир бөлүгү атайлап айтылбай калган учурда, сын көз менен ой жүгүртүүгө жардам берет. Анын аркасында биз кошумча суроолорду берип, аларга жооп табууга жана издөөгө мүмкүнчүлүк алабыз.

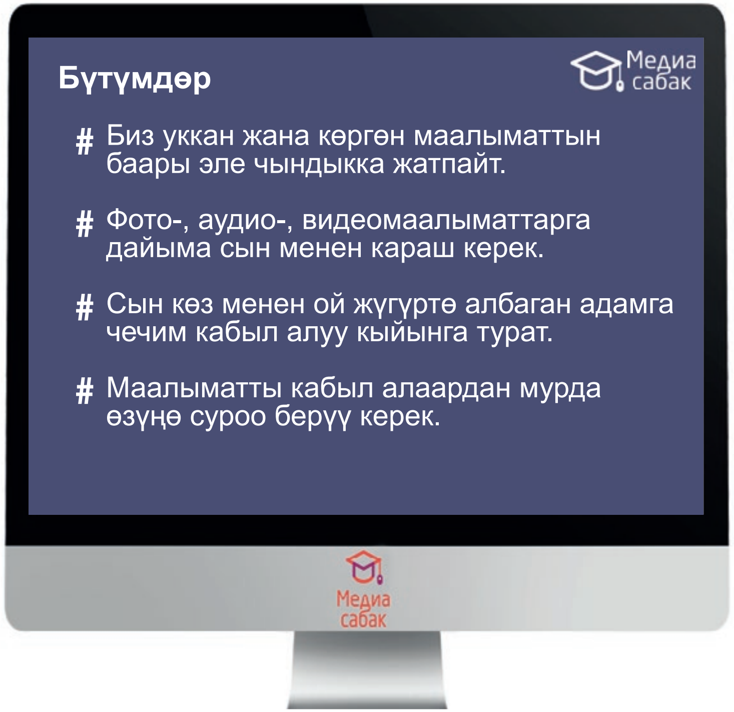
Эгер окуучулар сүрөттөгү реалдуу окуя кандай болгонун билгилери келсе, төмөнкүдөй түшүндүрүңүз:

Американын 15 -экспедициялык бөлүгүнүн деңиз жөө аскерлери ирактык жоокерге флягадан суу берип жатат. Бул бөлүк Ирактын Кувейт тарабына басып киргенде, 200дөй аскери колго түшүп берген. Ирактын түштүгү, 2003-жыл, 21-март. Сүрөт 2003-жылы тартылган.

Бүтүм: (окуучулар менен талкуу) Жеңил маалымат бизди толук ээлеп алуусуна эмне үчүн жол бербөө керек экени туурасында талкуу жүргүзүү. Сын көз менен ой жүгүртүү эмнеге керек?

Сабакты жыйынтыктоо. Бүтүмдөр:

СЛАЙД № 20



Биз уккан жана көргөн маалыматтын баары эле чындыкка жатпайт.

Фото-, аудио-, видеомаалыматтарга дайыма сын менен караш керек.

Сын көз менен ой жүгүртө албаган адамга чечим кабыл алуу кыйынга турат.

Маалыматты кабыл алаардан мурда суроо бериш керек: «Автор маалыматты эмне үчүн берип жатат? Ал эмнени жеткиргиси келип жатат? Мен бул маалыматтан өзүм үчүн кандай пайда ала алдым?».

САБАК № 4

Медиа сабак

ТЕМА:

МААЛЫМАТТЫН АДАМГА БОЛГОН ТААСИРИ

САБАКТЫН ТЕМАСЫ: Маалыматтын адамга болгон таасири.

Сабактын максаты: Өз алдынча сын көз менен ой жүгүртүүнү өнүктүрүү.

МИЛДЕТТЕР:

- Адамдын аң-сезимине маалыматтын таасир этүү маселесин кароо;
- Маалыматтын оң жана терс жактарын ажыратуу;
- Окуучулардын топ-топ болуп иштөө жөндөмүн өнүктүрүү;
- Окуучулардын коммуникативдик сапаттарын жана өз пикирин айта алуу жөндөмүн тарбиялоо.

САБАКТЫН ТИБИ: жаңы материалды өтүү.

САБАКТЫН ФОРМАСЫ: топ-топ болуп иштөөө.

ЖАҢЫ ТҮШҮНҮКТӨР: манипуляция, пропаганда

ПРЕДМЕТТЕР АРАЛЫК БАЙЛАНЫШЫ: экономика, тарых

САБАКТЫН ЖАБДЫЛЫШЫ: Мультимедиа проектору, рекламалык брошюралар, «Сказка» тексти (3 даана)

САБАКТЫН ЖҮРҮШҮ:

1. Уюштуруу учуру. Саламдашуу. Класста кызматташуу маанайын түзүү.
Мугалимдин кириш сөзү. Теманы, сабактын максаттарын түшүндүрүү. (сунушталган убакыт 2 мин.)

2. Жаңы материалды изилдөө.

САБАКТЫН ПЛАНЫ

- Маалыматтын адамдын өзүнө сезилбеген таасири. Рекламалык образдардагы психологиялык манипуляция.
- ММКлардагы манипуляциялоо жана пропаганда.

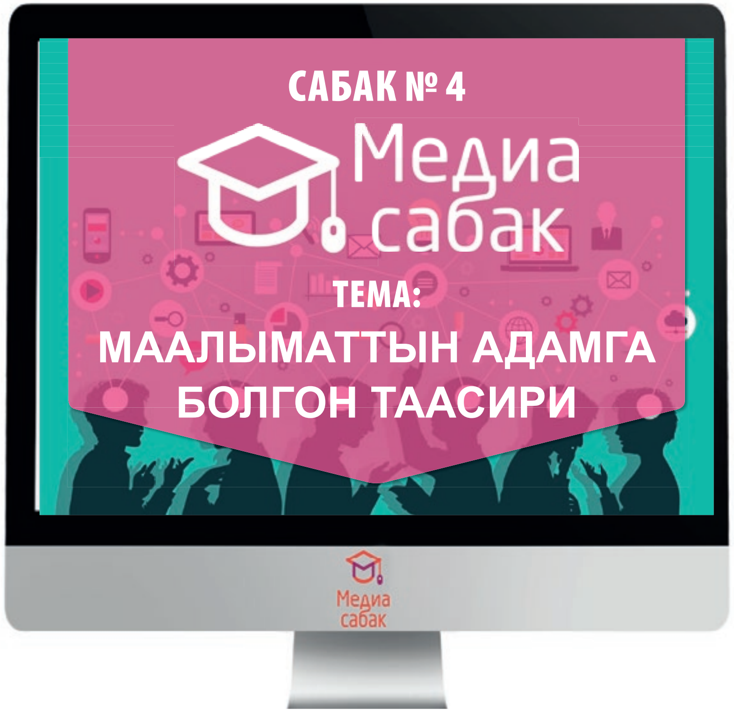
Маалымат ар кандай болот, ал жөн гана билдирүү болушу мүмкүн, а балким пропаганда же реклама болушу да ыктымал.

МААЛЫМАТТЫН АДАМГА БОЛГОН ТААСИРИ

Өткөн сабакта биз маалымат кандай болушу мүмкүн экенин талдаганбыз. Интернетте, телевизордо айтылгандардын баарына эле ишене бербөө керектигин билгенбиз. Бүгүн болсо, белгилүү бир кызыкчылыктары бар адамдардын колунда маалымат кандайча күчтүү куралга айланаары тууарасында сөз кылабыз.«Рекламщиктер», саясатчылар, чечим кабыл алуучу адамдар өз максаттарына маалыматты кантип колдонушат? Бул же тигил ММКнын ээси ким экенин билүү эмне үчүн маанилүү?

Бул сабакта ошондой эле «кастык тили» деген жаңы түшүнүк туурасында биле аласыңар, аны колдонуу көрүүчүнүн же окурмандын маалыматты кабыл алуусуна кандайча таасир этет.

СЛАЙД № 1

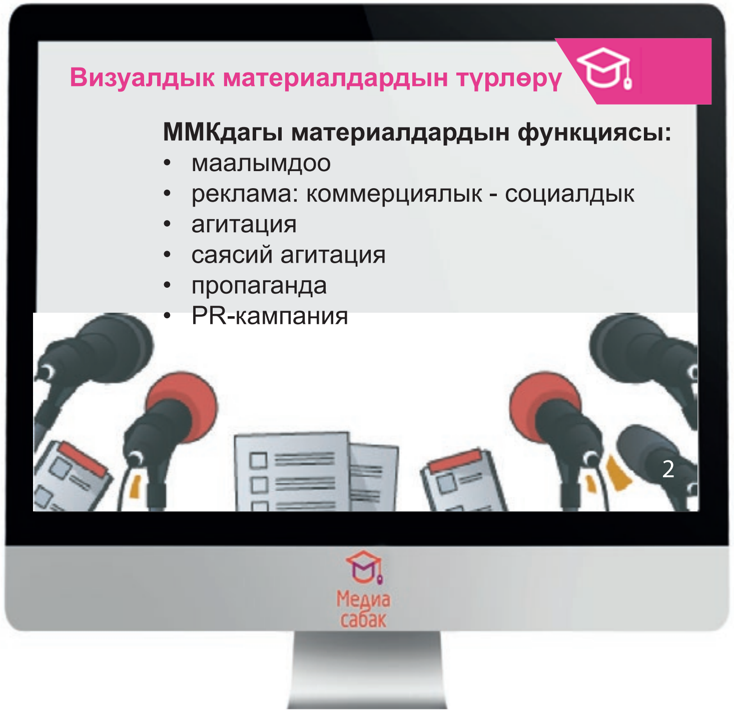


№ 1-КӨНҮГҮҮ.
ВИЗУАЛДЫК МАТЕРИАЛДАРДЫН ТҮРЛӨРҮ

12 мүнөт

Маалымат ар кандай болот, ал жөн гана билдирүү болушу мүмкүн, а балким пропаганда же реклама болушу да ыктымал.

СЛАЙД № 2

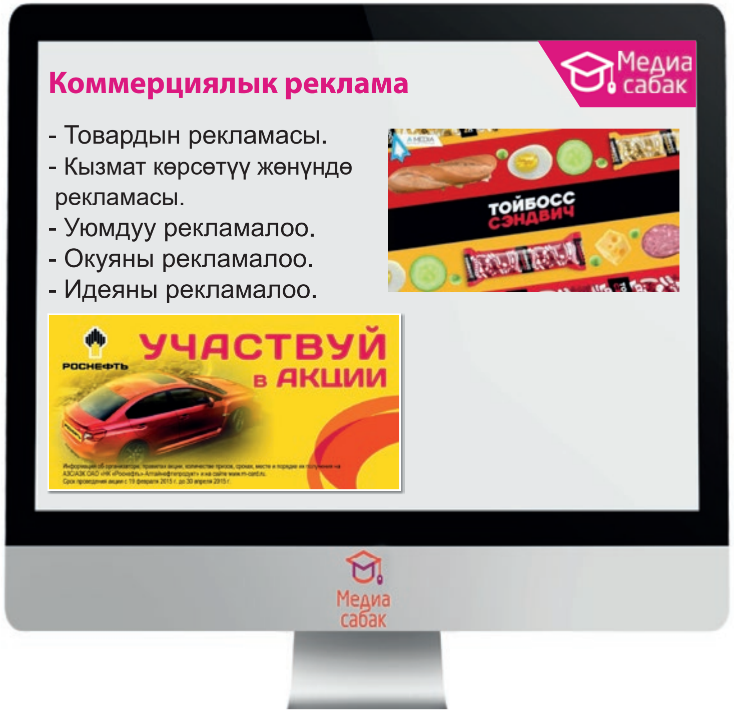


МААЛЫМДОО - бир нерсе болуп жатканы же боло турганы туурасында жарыялоо. Башкача айтканда, окуган адам ал нерсе жөнүндө жөн гана билиши үчүн берилген маалымат.

СЛАЙД № 3

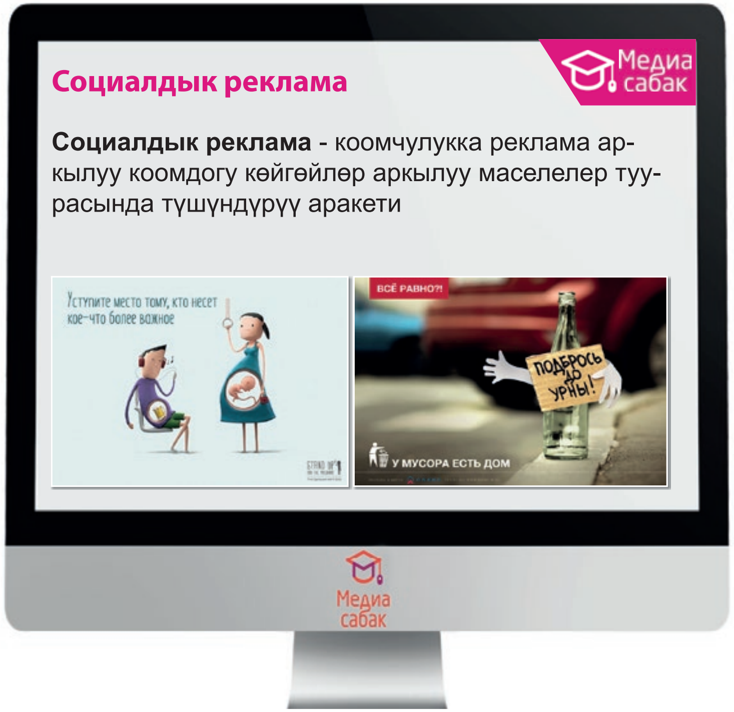
КОММЕРЦИЯЛЫК - товарды же кызматты рекламалайт;

СЛАЙД № 4



Социалдык – коомчулукка реклама аркылуу коомдогу көйгөйлүү маселелер тууралында түшүндүрүү аракети. Маселен, эрте никелердин адамдардын ден соолугуна зыяндуулугу, өзгөчө балдардын тең укуктуулугу (аутизм менен ооругандар мисалы), ден соолугу жагынан мүмкүнчүлүгү чектелген адамдардын тең укуктуулугу (майыптар), алар да үйдө отурбай көчөгө чыгып, эс алуу жайларына, кинотеатрларга ж.б. барууга мүмкүнчүлүктөрдү түзүп берүү.

СЛАЙД № 5



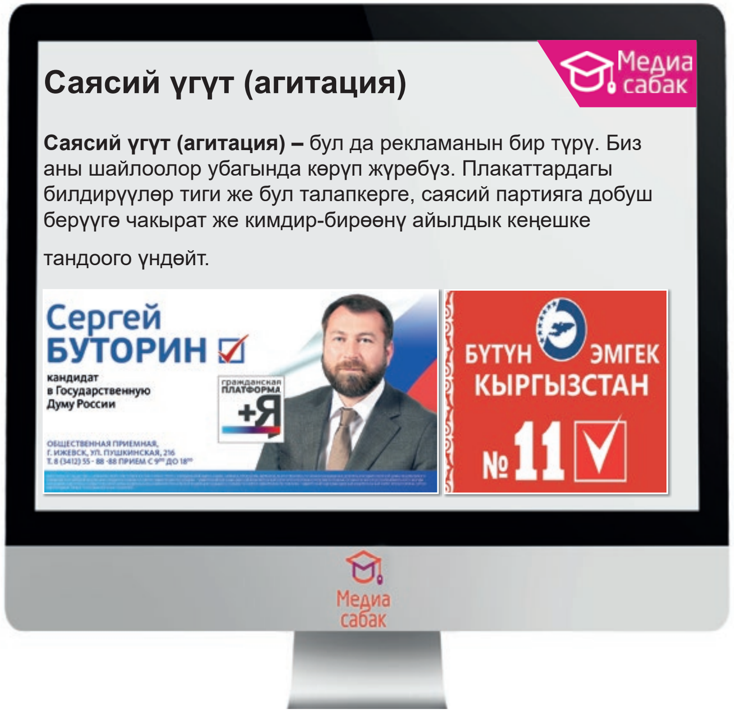
ҮГҮТ (АГИТАЦИЯ) – кеңири массанын арасындагы оозеки жана басма ишмердүүлүк, калкты саясий жактан тарбиялоого багытталган кандайдыр бир идеяны таркатуу максатын көздөйт жана коомчулукту аларды коомдук-саясий турмушка активдүү катышууга чакырат. Аларга шайлоочулар менен жолугушуу, митингдер, жүрүштөр, көрсөтмө агитацияга плакаттар, баракчалар, сырткы жарнак, (баннер, щит, көчөдөгү мониторлор) кирет.

СЛАЙД № 6

МААЛЫМАТТЫН АДАМГА БОЛГОН ТААСИРИ

Саясий үгүт (агитация) – бул да рекламанын бир түрү. Биз аны шайлоолор убагында көрүп жүрөбүз. Плакаттардагы билдирүүлөр тиги же бул талапкерге,
саясий партияга добуш берүүгө чакырат же кимдир-бирөөнү айылдык кеңешке тандоого үндөйт.

СЛАЙД № 7



№2-КӨНҮГҮҮ. ПОСТЕРЛЕРДИ АНЫКТОО

5 мүнөт

1-КАДАМ. Окуучуларды үч топко бөлүү керек.

2-КАДАМ. Ар бир топко мурдатан даярдалган постерлерди жана стикерлерди таратылат.

Социалдык реклама: СССР мезгилиндеги постер. Алкоголду колдонууга каршы социалдык реклама.	**Реклама:** Постер дүйнөгө белгилүү суусундукту рекламалайт.	**Пропаганда:** Экинчи Дүйнөлү Согуштагы советтик пропаганда, анда орус-англис учкучтарынын «достук жолугушуусун» сүрөттөп жатат. Берлин үстүндөгү жолугушуу
Реклама: Постер «Kit-Kat» батончигин рекламалап жатат. «Эс алууга убакыт болсо – Кит-Кат да болот».	**Маалымдоо** Күтүлүп жаткан масленница тууралуу маалымат берүү.	**Социалдык реклама** Аялдардын укугу тууралуу социалдык реклама.
Социалдык реклама Тазалык боюнча социалдык реклама.	**PR-кампания** Уюлдук операторду рекламалоонун үлгүсү	**Агитация** Шайлоо алдындагы үгүт
Маалымдоо ӨКМдин кар көчкү түшөөрү тууралуу билдирүүсү жана кооптуу жол участкаларында жолдо жүрүүгө эскертүү берүү	**Пропаганда**	**PR-кампания** «Технодом» соода борборунун рекламалык кампаниясы

3-КАДАМ. Класска суроо: Ар бир постер кандай билдирүүгө тиешелүү экенин аныктагыла.

№2-КӨНҮГҮҮ. РЕКЛАМА

5 мүнөт

1-Кадам. Окуучуларга сүрөттү көрсөтүү

2-Кадам.Класска суроо: Ар бириңер өз алдынча жооп бергиле, тиш щеткага силер канчалык көп тиш пастасын сыгасыңар?

4-Кадам.Окуучулардын жообу.Эгер окуучулардын бири тиш пастасын щетканын жарымынан азыраагына сыкканын айтса, эмне үчүн деп сурагыла.

СЛАЙД № 10

Чынында врачтар тиш пастаны бир кичине тоголок – буурчактай эле колдонууну сунуштайт. Бул тишти тазалаганга толук жетет.

Тиш пастасын мындай көп колдонууну бизге реклама таңуулап койгон, анткени ар бир рекламадан биз тиш щетканы бойлото толук сыгылган тиш пастасын көрөбүз. Бул тиш пастанын көп сатылышы үчүн колдонулган маркетингдик амал.

СЛАЙД № 11

Дээрлик ар бир маалымат адамга таасир тийгизет. Эстеп көргүлө, акыркы жолу качан кино көрүп жатып ыйладыңар эле, Кайрат Примбердиевдин «Голос» шоусундагы ийгилиги кандайча шыктандырган, же 5-каналдан рак менен ооруган баланы көрсөткөндө кантип кайгырдыңар эле. А балким пенсионерлерди алдап кеткен шылуундарга кандай кыжырдангансыңар. Адам баласы ушундай жаралган, аң-сезимибиз маалыматты дароо кабыл алат, ал эми сезим туюмубуз аны көпкө сактап калат. Адамга маалыматтын таасир этээринин эң жөнөкөй мисалы – реклама. Биздин ички дүйнөбүзгө рекламанын таасирине байланыштуу башка да мисалдар бар.

Азыр майрамдык дасторкондо сөзсүз кока-кол болушу керек деген ишеним кеңири тараган.

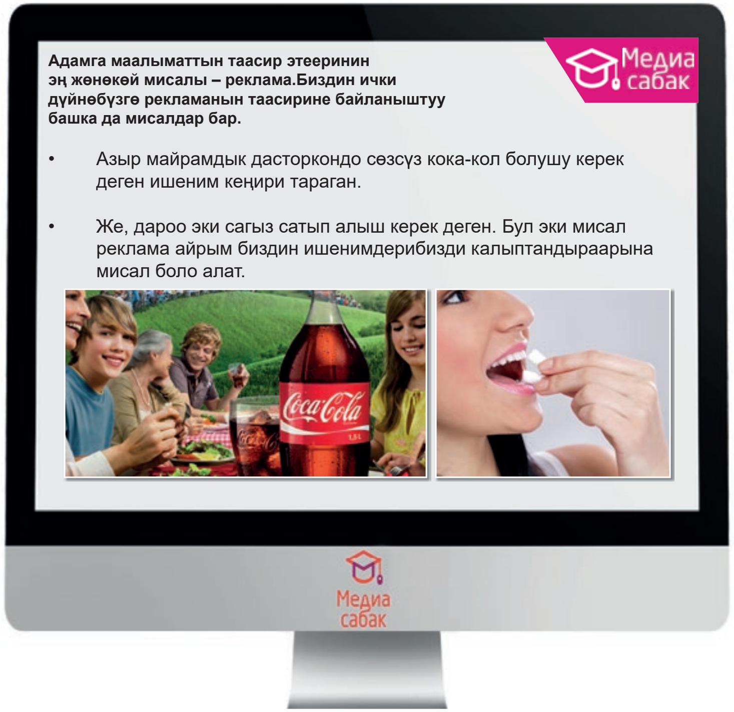
Же, дароо эки сагыз сатып алыш керек деген. Бул эки мисал реклама айрым биздин ишенимдерибизди калыптандыраарына мисал боло алат.

Класска суроо: Кандай ойлойсуңар, булар кандай максатта жасалат?

Жалпы талкуу аркылуу, ушундай жол менен реклама берүүчү адамдардын керектөө көлөмүн көбөйтүүгө, демек, сатуу көлөмүн көбөйтүүгө шарт түзөөрүн түшүндүргүлө. Дароо эки сагызды алып чайнап жаткан рекламанын каарманына карап туруп, көрүүчү бирөө аздык кылат деп ойлошу мүмкүн.

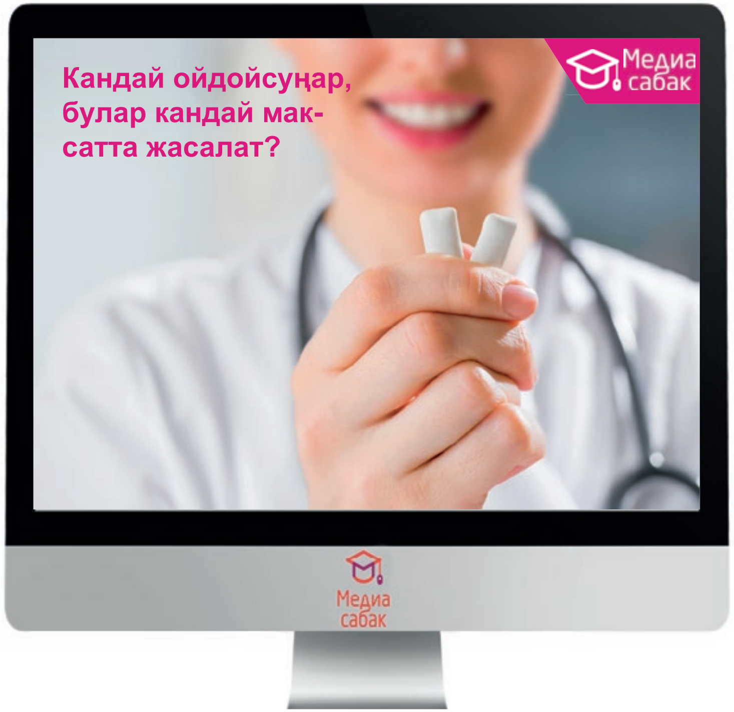
Негизи бул манипуляциялоо. Реклама аркылуу манипуляциялоонун ар кандай амалдары бар. Мисалы, бир товарды рекламаланып жаткан товар менен салыштыруу, порошок же сок. Кээде рекламага атактуу жылдыздарды тартып, ал ырчы же актёр рекламаланып жаткан товарсыз бир күн да жашай албастыгын айтып, ал товарга ийгиликтин образы таңууланат.

СЛАЙД № 12



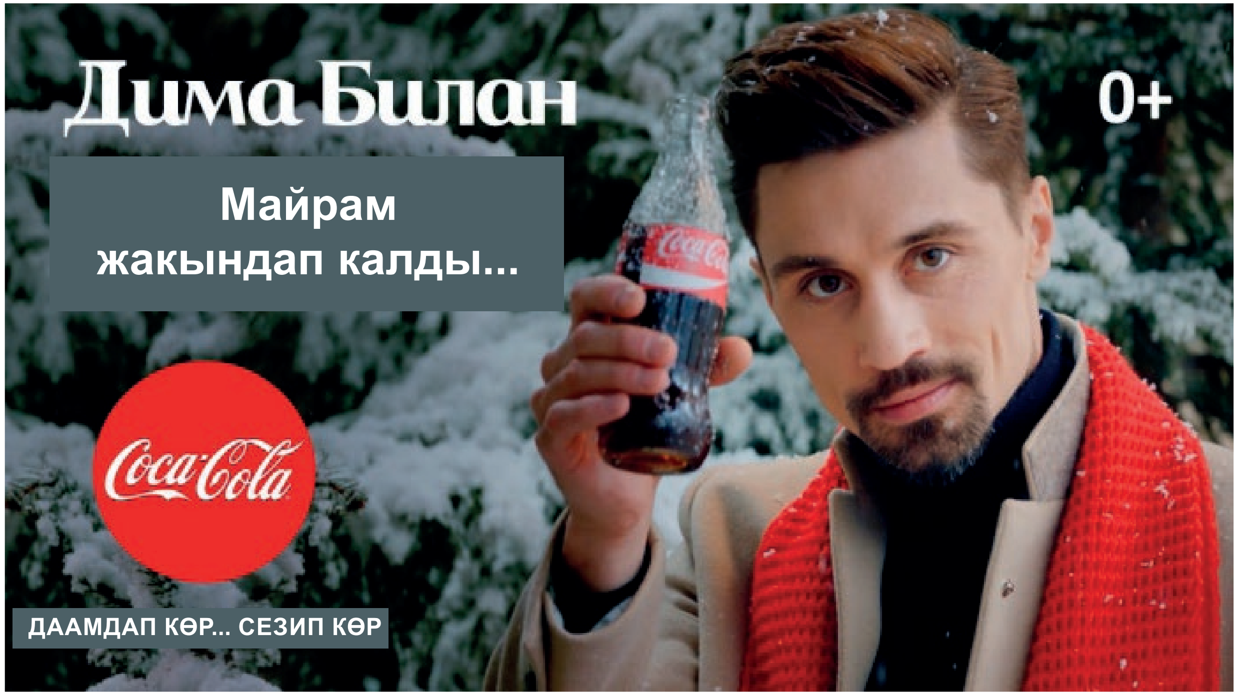
Дароо эки сагызды алып чайнап жаткан рекламанын каарманына карап туруп, көрүүчү бирөө аздык кылат деп ойлошу мүмкүн.

СЛАЙД № 13



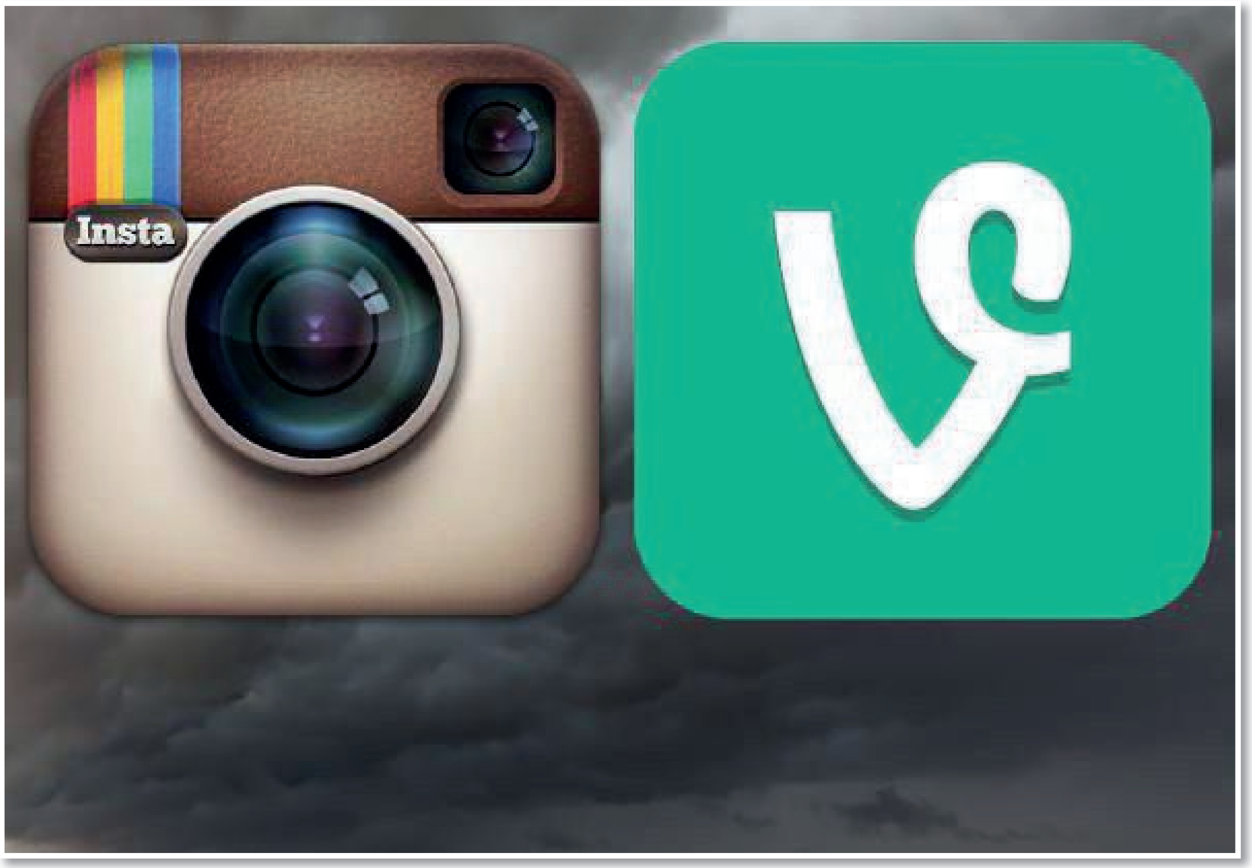
МААЛЫМАТТЫН АДАМГА БОЛГОН ТААСИРИ

Мисалы, инстаграммда ага жүз миңдеген адамдар жазылган колдонуучу, белгилүү бир маркадагы суусундукту ичпей бир күн да тура албайм деп жазса, бул реклама). Көптөгөн өспүрүмдөр өз кумирлерине окшош болууну каалашат, реклама берүүчүлөр мына ушундан пайдаланышат. Бул өспүрүмдөрдүн психологиясын манипуляциялоо.



СЛАЙД № 14

Ушул эле принципте социалдык тармактардын «жылдыздарынын» акча табуу ишмердүүлүгү түзүлгөн. Белгилүү вайнерлер (кыска видео тарткан социалдык тармактын колдонуучулары) көп учурда кайсы бир товарды рекламалашат, аны менен акча табышат.



СЛАЙД № 15

Кыргызстанда орточо эсеп бир пост (сүрөт же текст жайгаштыруу) 500 доллар турат. Мисалы, инстаграммда ага жүз миңдеген адамдар жазылган колдонуучу, белгилүү бир маркадагы суусундукту ичпей бир күн да тура албайм деп жазса, бул реклама.)

Көптөгөн өспүрүмдөр өз кумирлерине окшош болууну каалашат, реклама берүүчүлө мына ушундан пайдаланышат. Бул өспүрүмдөрдүн психологиясын манипуляциялоо.

СЛАЙД № 16

Манипуляция амалдары – жалаң эле рекламада колдонулбайт. Маалымат коомдук аң-сезимди манипуляция кылуунун куралы болуп калат. Кандайдыр бир окуя, көрүнүш боюнча бул же тигил көз карашты калыптандырыу керек болгондо маалымат абдан чоң жардам берет. Массалык маалымат каражаттары пропаганданын куралы болушу мүмкүн. Бул ушундай күчтүү курал, бир улутту экинчи улуттун өкүлдөрүн ырайымсыз түрдө жок кылууга мажбурлай алган эбегейсиз чоң күчкө ээ.

Мисалы, Йозеф Геббельс – Гитлердин убагындагы Германиянын пропаганда министри - национал-социалисттердин популярдуулугунун өсүшүнө чоң салым кошкон. Ал фашизм идеясын алдыга жылдыруу үчүн радио, кинематографты активдүү пайдаланган, анткени телевидение ал кезде анча кеңири тараган эмес, мунун менен ал холокосттун уюштуруучуларынын бир болуп калды, анткени еврейлерди жок кылуу идеясына бүтүндөй бир өлкөнү идеологиялык жактан даярдап койгон.

СЛАЙД № 17

№3-КӨНҮГҮҮ. АССОЦИАЦИЯЛАР

10 мүнөт

1-КАДАМ. Окуучуларды эки топко бөлүү керек.

2-КАДАМ. Ар бир топко төмөнкүлөр жазылган карточкаларды таратып бергиле:

- баалоочу (баа берүү)
- пикирди өзгөртүү
- билим (билүү, үйрөнүү)
- ынаным (ынандыруу, ишендирүү)
- Чакырык (чакыруу)
- агартуу (таанып билүү, түшүндүрүү)
- окуяны сүрөттөп берүү
- маек (баарлашуу)
- таасир (таасир этүү)
- агитация (үндөө, үгүт жүргүзүү)
- объективдүүлүк
- реклама (рекламалоо)
- билдирүү (кабарлоо)

3-КАДАМ. Досканы эки бөлүккө бөлгүлө (же ар бир топкофлипчатжана маркер берсе болот)жана«Маалымдоо»жана«Пропаганда» деген эки сөздү жазгыла. Ар бир топ карточкалардагы сөздөрдү ассоцация боюнча тиешелүү группаларга бөлүшү керек. Бул сөздөрдүн манисине жараша мисал келтирсе андан да жакшы болот.

Маалымдоо – маалымдайт, түшүндүрөт, БИРОК, даяр чечимдерди бербейт.

Пропаганда – маалымдайт, түшүндүрөт, ишендирет, БИРОК, жаман атты кылат, манипуляциялайт.

Жалпысынан пропаганда – бул биздин аң-сезимди манипуляциялоо, .б.а.«ынандыруу» - анткени белгилүү бир пикирди танүүлайт. Мисалы, реклама бизге бир сагыз эмес, экини чайнаш керек деп ынандырып жатат.

№4-КӨНҮГҮҮ. «КИЧИНЕКЕЙ АЛЬФА ӨЛКӨСҮ» ЖОМОГУ

10 мүнөт

1-КАДАМ. Жомокту мурдатан баракка чыгарып даярдап койгула.

2-КАДАМ. Окуучуларды 3 топко (же андан көп) бөлүү керек.

3-КАДАМ. Бардык топторго жомок таратылат, аны андан ары улантуу тапшырмасы берилет.

4-КАДАМ. Дискуссия: Үч өлкөнүн ММКларыкичинекей өлкөнүн тагдырында кандай роль ойноду? Окуучулардын жообу.

5-КАДАМ. Мугалимдин толуктоосу.

Текст. Улуттук малыматтык коопсуздук.
«Альфа – кичинекей падышалыгы» жомогу

Илгери-илгери кичинекей Альфа падышалыгы болуптур. Кичинекей болгону менен ал, бактылуу болгон, анткени падышалыктын жашоочулары бактылуу өмүр сүрүшү үчүн бардык нерсе бар болчу. Өзүнүн минералдык ресурстары, кооз жаратылышы, эмгекчил калкы. Альфанын жашоочулары абдан ишенчээк калк болгон, ошондуктан алар телевидение же гезиттерде айтылган нерсенин баардыгына ишенишчү.

Кичинекей бактылуу падышалыктын үч чоң коңшулары болгон: Бетта, Омега жана Зет. Чоң коңшулары менен Альфа тынчтыкта жашаган.

Күндөрдүн бир күнүндө Бетта падышалыгында калктын саны улам барган сайын көбөйүп бараткнын түшүнүшөт. Бир аздан кийин анын ресурстары калкын бакканга жетпей калышы мүмкүн. Ошентип Бетта Альфанын аймагына көз арта баштайт. Альфа кийинекей, андыктан аны багындыруу чоң коңшуларга караганда оңой эле болот деп ойлоно баштайт. Бирок ачык агрессия колдоо таппай, башка өлкөлөрдөн изолояция болуп калуу коркунучу бар болчу. Ошондуктан, Бетта амалкөйлүк менен аракет кылууну чечип, Альфанын жашоочулары өзүлөрү Беттанын бир бөлүгү болууну каалагандай кылып үгүттөөнү чечет.

Ошентип Бетта Альфада өзүнүн Жеке гезитин ачмак болот, өлкөнүн окурмандарын өзүнө ыктатуу үчүн. Беттанын Гезити Альфанын жашоочулары кандай керемет, алардын салттары сонун деп жаза баштайт. Падышалыктын бийлиги туурасында Гезит көп деле жазбайт же, бейтарап бир нерселерди жазат. Ал эми Гезитти Альфанын жашоочуларынын жарымы окуй баштаганда, Гезит Альфанын бийлиги чабал экенин, Альфанын жашоочуларын бай ресурстары жана чоң мүмкүнчүлүктөрү менен Бетта гана сактай ала турганын жаза баштайт. Альфанын жашоочулары эки лагерге бөлүнө баштайт, Интернетте Беттанын курамына кирүүнү каалагандар менен Альфа көз карандысыз өлкө катары калышы керек дегендердин ортосунда кадимкидей тирешүү башталат.

Мунун баарын Омега көрүп турат. Ал өзүн эң кубаттуу өлкө, демек башка өлкөлөргө караганда көп укукка ээ деп эсептегендиктен, Беттага Альфаны кандай болбосун бербей, андан көрө аны өз аймагына кошуп алууну ойлоп, бул кичинекей өлкөгө өзүнүн «Жеке Интернет-басылмасын» ачууну чечет. «Жеке Интернет-басылмасы» өз публикацияларында Беттаны өлкөнүн ички иштерине кийлигишет деп жемелеп, Беттанын курамына кошулууга каршы болгон Альфа жашоочуларынын арасында тез эле популярдуулукка ээ болот. Альфа бийликтерин да Беттаны да жемелөө менен, Жеке интернт-басылмасы көмүскө түрдө Альфанын жашоочуларын өз курамына кошулууга чакырат.

Бул Альфанын жашоочуларынын арасындагы ажырымды ого бетер кеңейтет. Социалдык тармактардагы тирешүүлөр акырындык менен көчөгө жайылат. Бул же тигил жерде Бетта менен Омеганын тарапкерлеринин мушташы орун алып, ага Альфа көз карандысыз калышы керек дегендер кошулат.

Бул кырдаалда Зет өлкөсү, өзүн абдан мээрман деп эсептегендиктен, Альфаны коңшу мамлекеттирдин маалыматтык таасиринен сактоого өзү гана жардам бере алат деген чечимге келет. Ошондуктан Альфада тезе эле озүнүн телевидениесин ачат. Бул каналда дайыма көз карандысыз мамлекет калуу кандай маанилүү экени айтылып, дайыма Бетта менен Омеганы жемелөөгө өтөт. Альфанын бийлигине да акарат келтирилет.

Анткени, Зет мамлекетинин ою боюнча, коомдогу мындай ажырымга жол берген бийлик мамлекетти башкарууга татыктуу эмес. Ошентип Альфада азыркы бийликке каршы болгон дагы бир топ пайда болот. Күндөдүн бир күнүндө Альфа коомундагы чыңалуу күчөп, жарандык согуш башталат. Үч чоң коңшулар Альфанын маселелерин чечүү керек деп ойлошот. Алар сүйлөшүүлөрдү башташат

АҢГЕМЕНИ УЛАГЫЛА...

Сүйлөшүүлөрдүн натыйжасында Альфаны өз ара бөлүп алышат. Бетта жаңы ресурстарга ээ болгонуна курсант, Омега аймагынын кеңейгенине сүйүнөт. Зет өзүнүн кандай мээрман экенине жетине албайт. Анткени өзүнүн жаңы аймагында жергиликтүү калк үчүн корук сыяктуу жай уюштуруп, мурдагы кичинекей Альфа падышалыгынын салт-санааларын, маданиятын сактап калууга кам көрөт. Альфа гана эч нерсеге кубанбайт, анткени мындан ары андай өлкө жок эле.

5 КАДАМ. Мугалимдин толуктоосу.

Маалыматтын негизинде силерде эмнеге болбосун көз караш калыптанышы мүмкүн, адамга карата гана эмес, кандайдыр бир окуя, көрүнүш, деги эмнеге болбосун. Бардык эле ММК менен журналисттер сатылма эмес. Бирок, бүгүнкү күндө ММК маалымат таратууда абдан чоң ролго ээ, ал эми маалымат куралга айланууда. Азыр көптөгөн согуштар согуш талаасында эмес, маалымат мейкининде жүрүүдө: интернетте, гезит беттеринде, теле-радио эфирлерде. Аларды маалымат согушу деп аташат. Ошондуктан, кимдин белгилүү бир максаты болсо, алар ММК негиздеп жатышат.

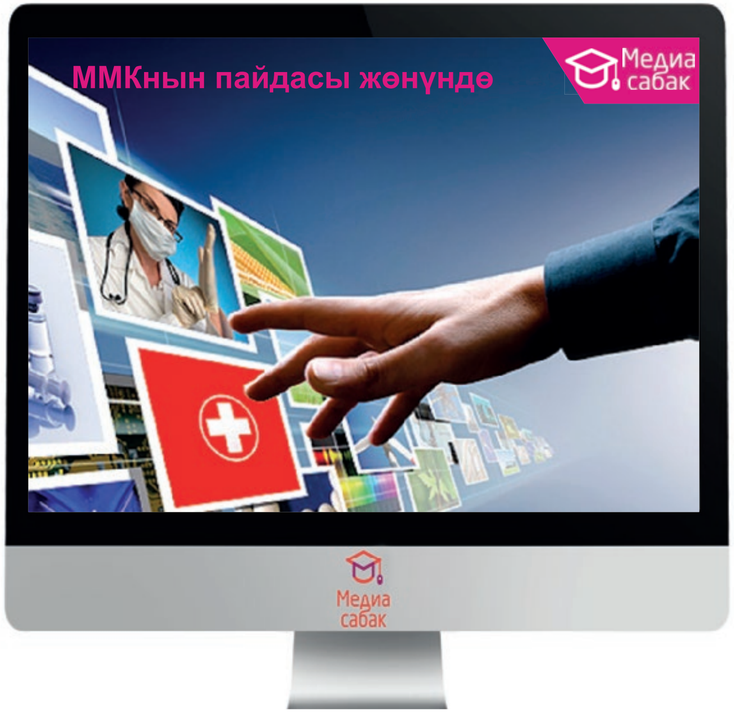
Массалык маалымат каражаттары үчүн этика стандарты бар, анын негизги принциби - калыстык. Журналист тигил же бул тараптын кызыкчылыгын коргой албайт. Негизинен ММКлар ушундай иштешет.

Мисалы: Дүйнөлүк Би-Би-Си кызматы, Германия, Франциянын ММКлары.

СЛАЙД № 18

ММК жана маалымат – абдан кубаттуу курал. Журналисттер коомдун талылуу маселелерин ачыкташат, коомдун жана бийликтин көңүлүн ал көйгөйлөрдүн чечкенге буруyга аракет кылышат. Көптөгөн журналисттер журналисттик иликтөө жүргүзүп, так маалымат берүүгө аракет кылышат.

СЛАЙД № 19



№5-КӨНҮГҮҮ. ММКЛАРДЫН ОҢ ЖАКТАРЫ

2 мүнөт

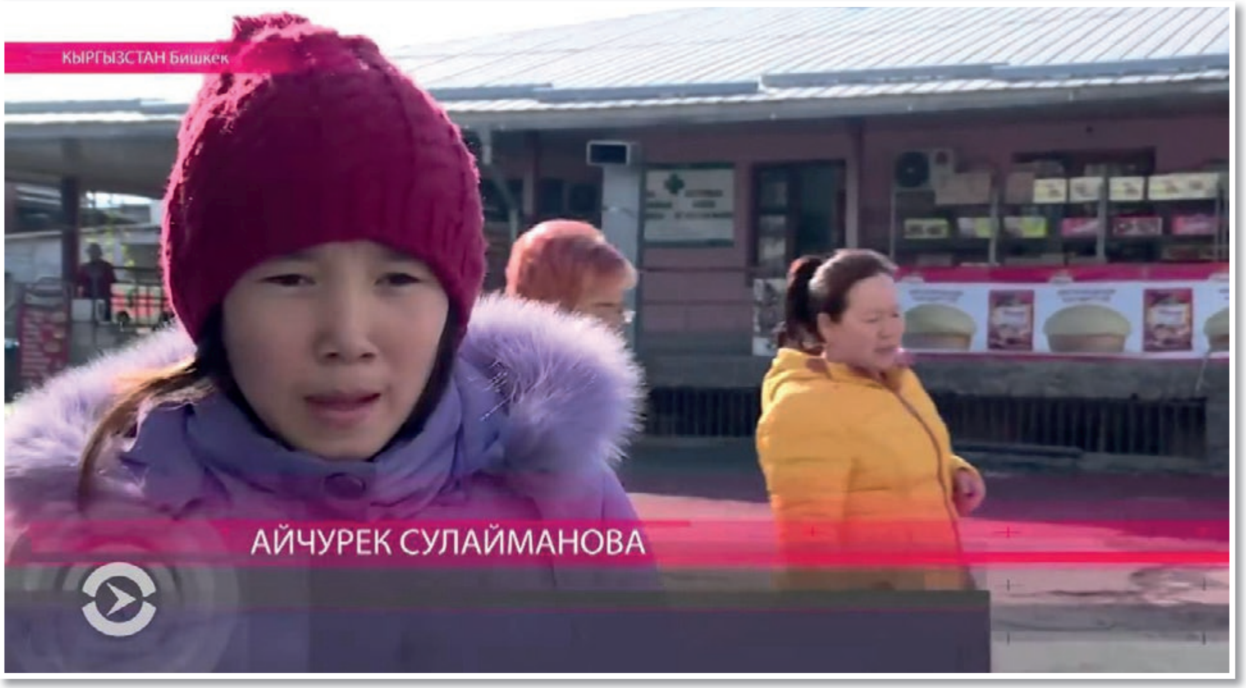
1-КАДАМ. ММКлардын коомго тийгизген оң таасирине мисалдарды келтиргиле.

2-КАДАМ. Окуучулардын жообу.

3-КАДАМ. Мугалимдин толуктоосу. Презентация.

13 жашар Айчүрөк жалгыз өзү үй-бүлөсүн багат, апасы майып, кичүү иниси бар. 11 жашынан баштап Айчүрөк Ош базарынын айланасынан желим баштыктарды чогултуп үй-бүлөсүн багып келет. Журналисттер анын тагдырын чагылдырган соң, анын үй-бүлөсүнө жакшы батир ижарага алып, аларга турак-жай үчүн каражат чогулта башташкан.

СЛАЙД № 20



МААЛЫМАТТЫН АДАМГА БОЛГОН ТААСИРИ

Нургазы – мектепке барууга жана билим алууга мүмкүнчүлүк алуу үчүн квадроцикл сатып алууну каалачу. Анткени, анын майыптарга ылайыкташкан арабасы тез-тез эле бузула берчү. Анын тагдырын Азаттык радиосунун Бишкек бюросунун журналисти Улан Эгизбаев айтып чыккан соң анын тилеги орундалды. Ага квадроцикл белек кылышкан. Бул сюжет интернет-Оскар аталган Webbyawards конкурсунда 65 өлкөнүн арасындагы 12 миң роликтин ичинен «Көрүүчүлөрдүн сүйүүсүнө» татыган. Нургазы сюжеттин автору менен бирге сыйлыкты алуу үчүн АКШга барып келишкен.

СЛАЙД № 21

2017-жылдын январь айында Манас аэропортуна жакын жайгашкан айылдын үстүнө учак кулап түшкөндө, ММКлардын жана интернет-колдонуучулардын активдүүлүгүнүн аркасында жабыр тарткандарга тез арада жардам берүүгө мүмкүн болду. Жабыр тарткандарга жардам берүүдөн тышкары, интернет аркылуу, урандыларды тазалап жаткан куткаруучуларга, милиционерлерге, медиктерге ысык тамак уюштурууга көмөк көрсөтүү жарыясы таркатылып турду.

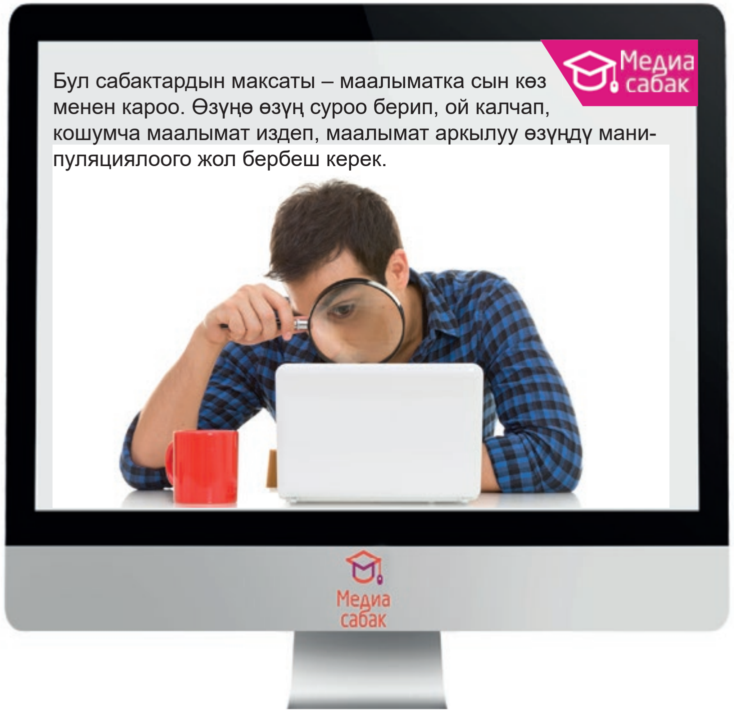
СЛАЙД № 22

Сабакты жалпылоо: Массалык маалымат каражаттары негизинен калп айтпайт. Алар калк үчүн маалыматтын негизги булагы болуп саналат. Бул эки сабакта биз силер менен ММК аркылуу маалымат таратуунун айрым жагдайларын изилдедик.

Бул - мындан ары гезит окуп, телевизор көрбөй коюш керек, журналисттердин баары жалганчылар деп айланадагылардын баарын ишендирүү керек дегенди түшүндүрбөйт. Маалыматсыз калууга болбойт. Бул сабактардын максаты – маалыматка сын көз менен кароо. Өзүңө өзүң суроо берип, ой калчап, кошумча маалымат издеп, маалымат аркылуу өзүңдү манипуляциялоого жол бербеш керек. Ошондой эле, сапаттуу продуктту талап кылуу керек.

Мисалы, көгөргөн, каткан нан эмес, жаңы нан жегиңер келеби? Эгер бир дүкөндө жалаң ушундай эски нан сатылса, экинчисинде жаңы бышкан нан сатылса, кайсынысына барасыңар? Маалыматка да ушундай эле мамиле кылыш керек. Силер – керектөөчүсүңөр жана кимдин маалыматын тандайсыңар өзүңөр чечесиңер. Бирок жалпысынан ММКлар көп учурларда чындыкты жазышат.

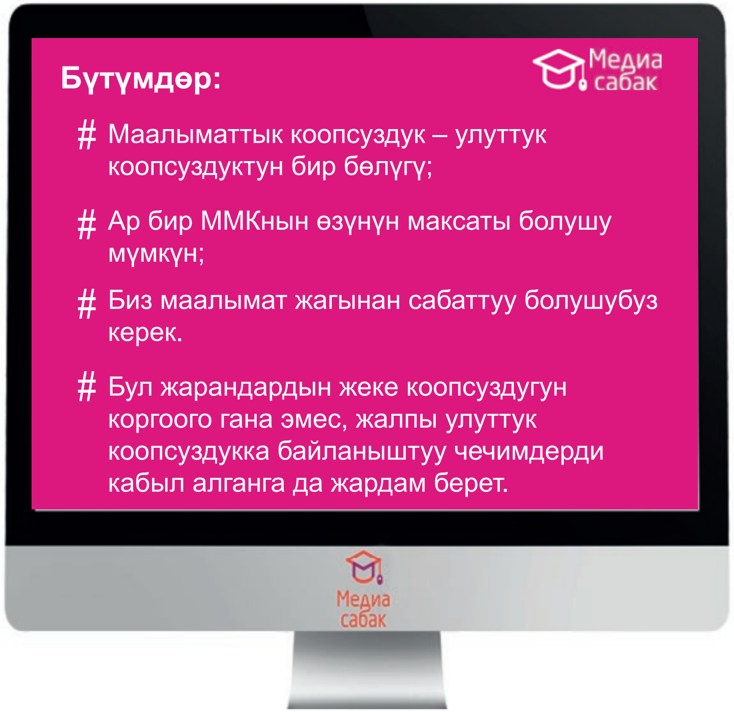
СЛАЙД № 23



Сабакты жыйынтыктоо. Бүтүмдөр:

- Маалыматтык коопсуздук – улуттук коопсуздуктун бир бөлүгү;
- Ар бир ММКнын өзүнүн максаты болушу мүмкүн;
- Биз маалымат жагынан сабаттуу болушубуз керек.
- Бул жарандардын жеке коопсуздугун коргоого гана эмес, жалпы улуттук коопсуздукка байланыштуу чечимдерди кабыл алганга да жардам берет.

СЛАЙД № 24



САБАК №5

Медиа сабак

ТЕМА:

СЫН КӨЗ МЕНЕН ОЙ ЖҮГҮРТҮҮ

САБАКТЫН МАКСАТЫ: Өз алдынча сын көз менен ой жүгүртүүнү өнүктүрүү.

МИЛДЕТТЕР:

- Адамдын аң-сезимин маалыматтын таасир этүү маселесин кароо;
- Маалыматтын оң жана терс жактарын ажыратуу;
- Окуучулардын топ-топ болуш иштөө жөндөмүн өнүктүрүү;
- Окуучулардын коммуникативдик сапаттарын жана өз пикирин айта алуу жөндөмүн тарбиялоо.

САБАКТЫН ТИБИ: жаңы материалды өтүү.

САБАКТЫН ФОРМАСЫ: топ-топ болуп иштөөө.

ЖАҢЫ ТҮШҮНҮКТӨР: манипуляция, пропаганда

ПРЕДМЕТТЕР АРАЛЫК БАЙЛАНЫШЫ: жарандыктаануу, тарых

САБАКТЫН ЖАБДЫЛЫШЫ: Мультимедиа проектору

САБАКТЫН ЖҮРҮШҮ:

1. Уюштуруу учуру. Саламдашуу. Класста кызматташуу маанайын түзүү. Мугалимдин кириш сөзү. Теманы, сабактын максаттарын түшүндүрүү. (сунушталган убакыт 2 мин.)
2. Жаңы материалды изилдөө.

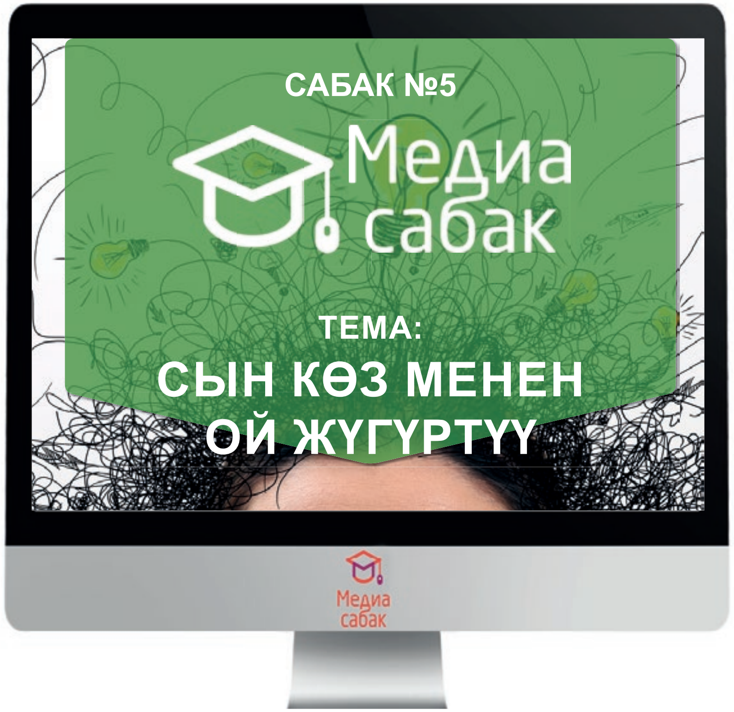
САБАКТЫН ПЛАНЫ
- Сын көз менен ой жүгүртүү
- Фактылар жана пикирлер.

СЫН КӨЗ МЕНЕН ОЙ ЖҮГҮРТҮҮ

Өткөн сабакта биз силер менен маалымат адамга кандай таасир тийгизээрин изилдегенбиз. Интернетте жазылган, телевизордон көрсөткөн нерселердин баардыгына эле ишенбөө керектигин билдик. Бүгүн болсо факт жана пикир деген түшүнүктөрдү талдайбыз, алар ММК материалдарында кандай орун алган, кантип жана эмне үчүн аларды ажырата билүү керек?

Сын көз менен ой жүгүртүү деген эмне, мунун үстүндө да ой жүгүртөбүз жана ММК менен иштөөдө кандай жөндөмдөргө ээ болуу керектигин билебиз.

СЛАЙД № 1



№1-КӨНҮГҮҮ.
СЫН КӨЗ МЕНЕН ОЙ ЖҮГҮРТҮҮ

15 мүнөт

1-КАДАМ. Класска суроо берүү, «Сын көз менен ой жүгүртүү» деген терминди кандай түшүнөсүңөр? Окуучулардыг жообун угуу, окуучулардын темага даярдыгын баалоо.

2-КАДАМ. Тапшырма берүү: **5 мүнөт**

Стейси өзү жалгыз иштесе 2 саатта газонду оруп бүтөт, ушул эле убакта анын синдиси Кэрол муну 4 саатта жасайт. Ал экөөнүн газонду оруп бүтүшүнө канча убакыт талап кылынат? (окуучуларга өз пикирлерин айтууга 2-3 мүнөт берип, бирок туура жоопту ачыктабай туруу керек жана туура жоопко түртпөө керек).

МУГАЛИМ ҮЧҮН МААЛЫМАТ:

Көптөгөн окуучулар ойлонбой туруп аларга жакшы белгилүү болгон орточо арифметикалыкты эсептөө формуласын колдонушат. Алар 2 менен 3тү кошуп, алынган сумманы экиге бөлөт, натыйжада эже-синди экөө чогуу иштесе газонду 3 саатта кыркып бүтүшөт деген жыйынтыкка келишет. Айрым окуучулар гана бул жооптун эч кандай мааниси жок экенине көңүл бурушу мүмкүн. Демек, эгер эже-синди чогуу иштесе Стейси жалгыз иштегенден да көбүрөөк убакыт коротушабы?

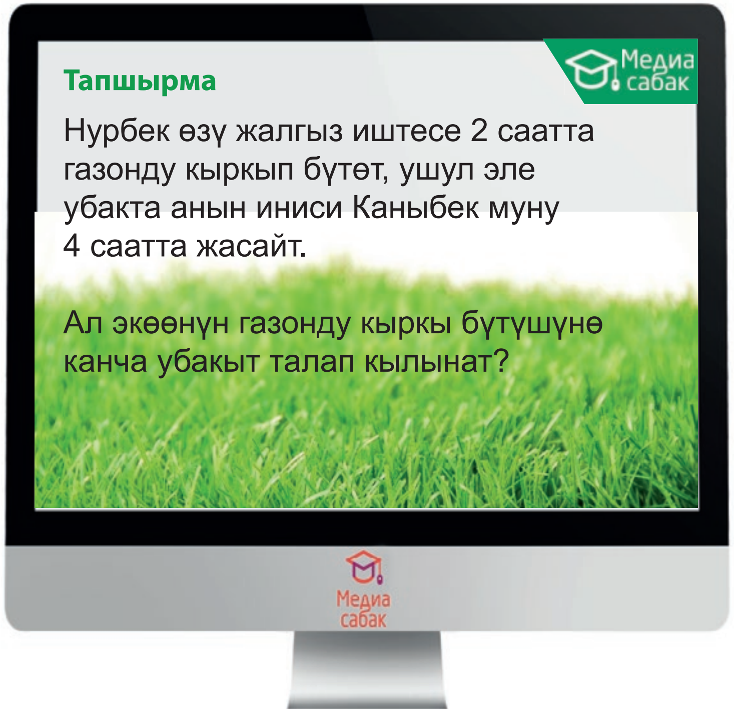
СЛАЙД № 2

Эмне үчүн окуучулар мындай каталарды кетиришет? Анткени алар механикалык түрдө формулаларды колдонууга үйрөнүшкөн. Аларга шашпай, күтүлгөн жооп (бул учурда 2 сааттан кем убакыт) кандай болушу керектигин ойлонууга эч ким үйрөткөн эмес. Алар маселени кезек менен чечүү жөндөмүнө ээ эмес. Кунт көңүл коюу канчалык маанилүү экенине үйрөткөн эмес. (Эгер окуучулар туура жоопту билүүнү каалашса жана өзүлөрүн текшергилери келсе, анда туура жооп 1 саат 20 минута).

МУГАЛИМДИН ТОЛУКТООСУ:

Көп учурларда биз бир нерсени жетишпей жаткандай туюлган ынанымдарды жолуктурабыз. «Бул жерде бир нерсе бар» – деп ойлойбуз да, андан алысыраак болууга аракет кылабыз. Ал эми анын эмнеси туура эмес экенин түшүнүүгө, өз сыныбызды далилдөөгө, аргументтерди келтирүүгө сын көз менен ой жүгүртүү жардам берет.

СЛАЙД № 2



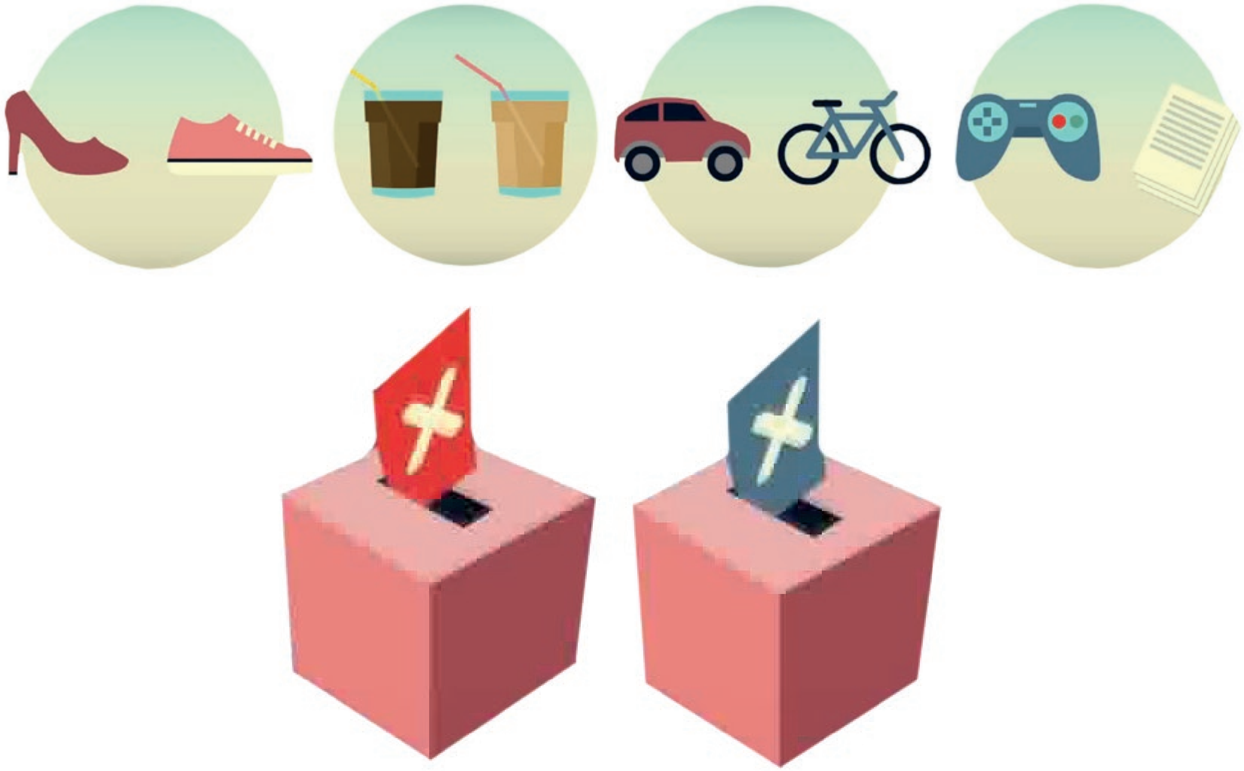
3-КАДАМ. Мугалим классты «Сын көз менен ой жүгүртүү» түшүнүгү менен тааныштырат.

5 мүнөт

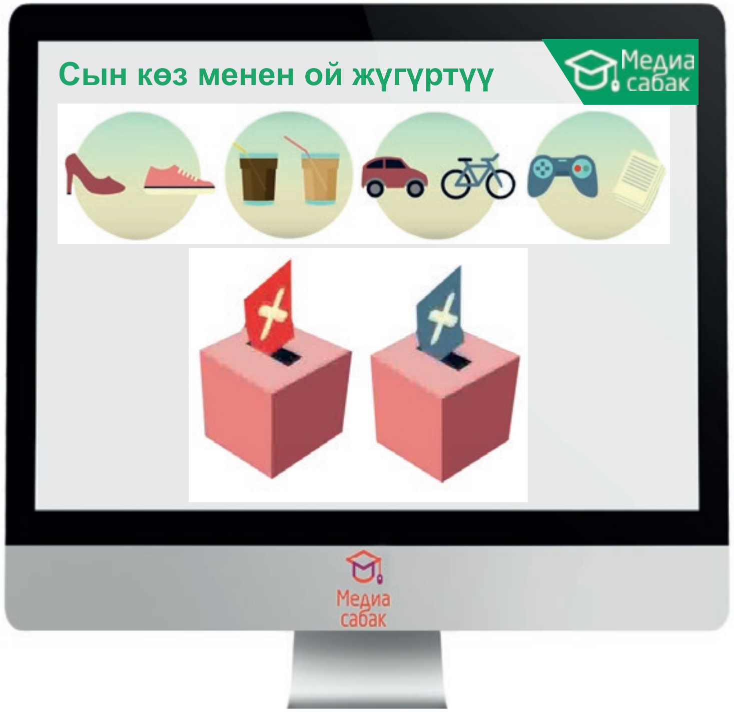
СЛАЙД № 3

Сын көз менен ой жүгүртүү — бул аң-сезимдүү маанини издөө: өз көз караштарың менен бирге эле башкалардын пикирин да эске алуу менен кантип логикалуу ой жүгүртүп жана ага ылайык аракеттенүү керек, бул өз ынанысдарыңдан баш тарта билүү. Жаңы идеяларды жарата алган жана жаңы мүмкүнчүлүктөрдү көрө алган. **Сын көз менен ой жүгүртүү** - маселелерди чечүүдө абдан чоң жардам берет.

4-КАДАМ. «Сын көз менен ой жүгүртүү» видео-роликин көрүү



СЛАЙД № 4



5-КАДАМ. Мугалим чечим кабыл алуудагы сын көз менен ой жүгүртүүнүн 5 тепкичин айтып берет.

1. Чече турган маселени так атагыла
(Эмнеге жетүүнү каалап жатасыңар?)

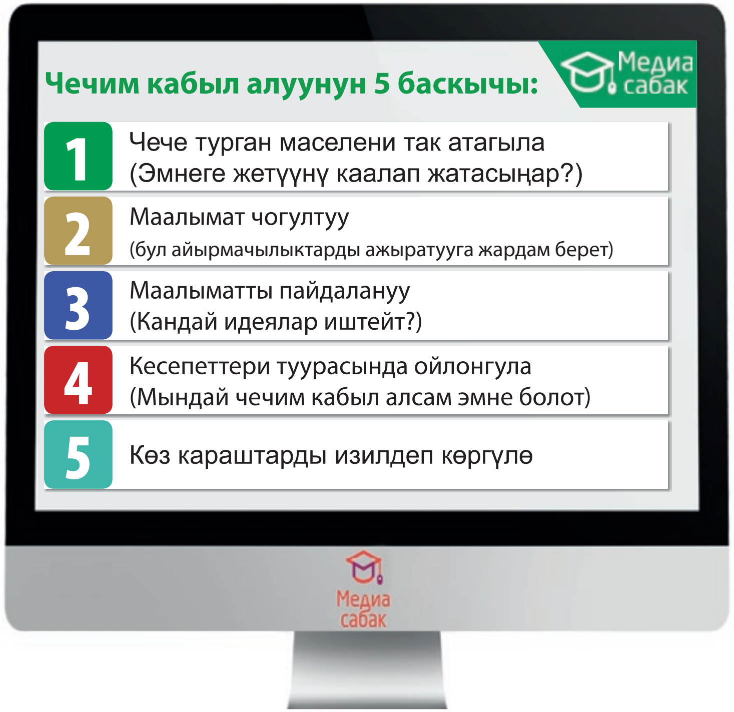
2. Маалымат чогултуу
(бул айырмачылыктарды ажыратууга жардам берет)

3. Маалыматты пайдалануу
(Кандай идеялар иштейт?)

4. Кесепеттери туурасында ойлонгула
(Мындай чечим кабыл алсам эмне болот)

5. Башка көз караштарды изилдеп көргүлө

СЛАЙД № 5



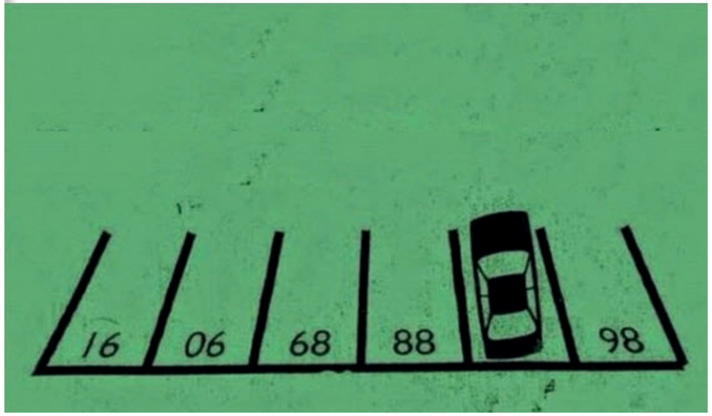
6-КАДАМ. «Сын көз менен ой жүгүртүү 2» видео-роликин көрүү

СЛАЙД № 6

№2-КӨНҮГҮҮ.
ОЙ ЖҮГҮРТҮҮСҮН ӨНҮКТҮРҮҮ БОЮНЧА

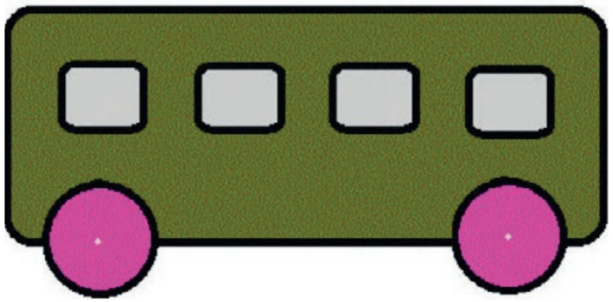
7-КАДАМ. Мугалим сын көз менен ой жүгүртүүнү пайдаланып бир нече маселени аткарууну сунуштайт.

1. Кайсыл сан унаанын түбүндө жашырылган?



2. Ашыкча бөлүктү тапкыла. 15% адамдар гана бул маселени чече алат.

3. Автобус кайда бара жатат?



Тапшырмалардын жооптору:

1. 87, сүрөттүн жөн гана оодарып койгула.
2. Жооп - 1, анткени ал эталон болуп эсептелет, же анын модификациясынын башка фигуралары формасы, түсү же рамкасы жагынан өзгөртүлгөн.
3. Автобус алдын көздөй адаттагыдай эле жолдун оң тарабы менен жүрүп баратат деп элестетсек, ал солду көздөй бара жатат, анткени эшиктери көрүнбөйт.

http://cepia.ru/razvitie-mishleniya булагынан алынды.

№ 3-КӨНҮГҮҮ.
ФАКТЫЛАР ЖАНА ПИКИРЛЕР.

10 мүнөт

1-КАДАМ. Класска суроо.

1. Факт деген эмне?
2. Пикир деген эмне?

2-КАДАМ. Окуучулардын жообу
3-КАДАМ. Фактжана пикир деген эмнеэкенин түшүндүрүү, мисал келтирүү.

Факт латын тилинен которгондо *factum* - болгон нерсе, болуп өткөн окуя дегенди түшүндүрөт. Кеңири маанисинде чындык деген сөзгө синоним катары колдонулат, кандайдыр бир окуя чынында болгону, же бир жыйынтык, натыйжанын чындыгын, акыйкаттыгын төгүндөөгө мүмкүн эместиги. Биз азыр силер менен мектептебиз - бул факт. «Окуучунун аты» азыр менин алдымда отурат – бул да факт. «Биз медиа сабаттулуктун негиздерин үйрөнүп жатабыз, анткени бул келечекте кереги тийиши мүмкүн».

Суроо: Бул фактпы же пикирби?
Биздин медиа сабаттулуктун негиздерин үйрөнүп жатканыбыз, бул факт. Ал эми анын келечекте бизге кереги тийээри – бул факт эмес, анткени ал нерсе ишке аша элек, бул жөн гана пикир.

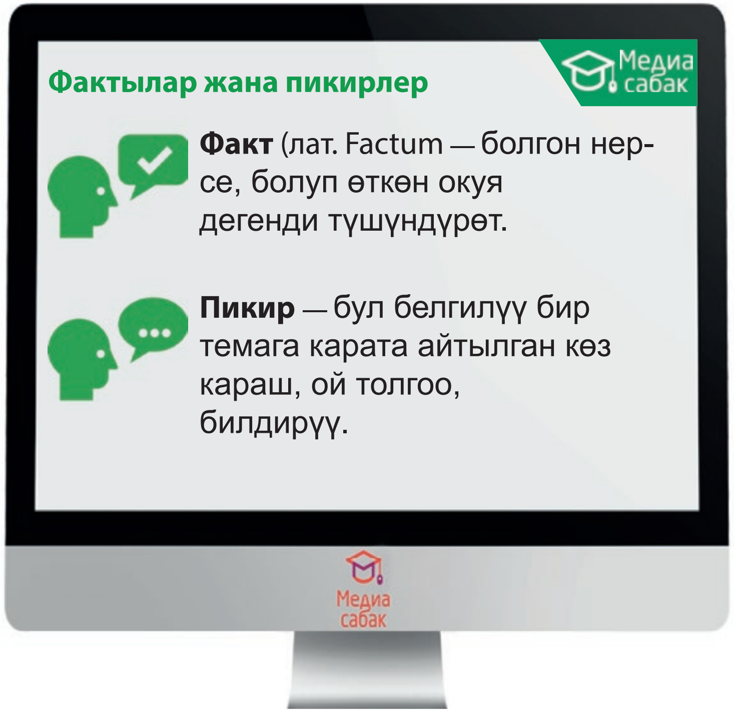
Пикир– бул белгилүү бир темага карата айтылган көз караш, ой толгоо, билдирүү.

Мисалы, Айбек медик болуу үчүн окууга тапшырганы биология менен химияны абдан күчтөнүп окуп жатат. Ал китепти кармап алып окуп, кошумча алектенип жатканы факт. А эгерде «менин оюмча, сен мыкты дарыгер болосуң» десек, бул жөн гана пикир, анткени Айбектин жакшы дарыгер болгону туурасында ишке ашкан окуя жок.

4-КАДАМ. Ар бир партага бирден окшош билдирүүлөр жазылган карточкалар таратып берилет. Алардын бири факт, экинчиси пикир.

ТАПШЫРМА: ар бир саптагы сүйлөмдөрдүн кайсынысы факт, кайсынысы пикир?

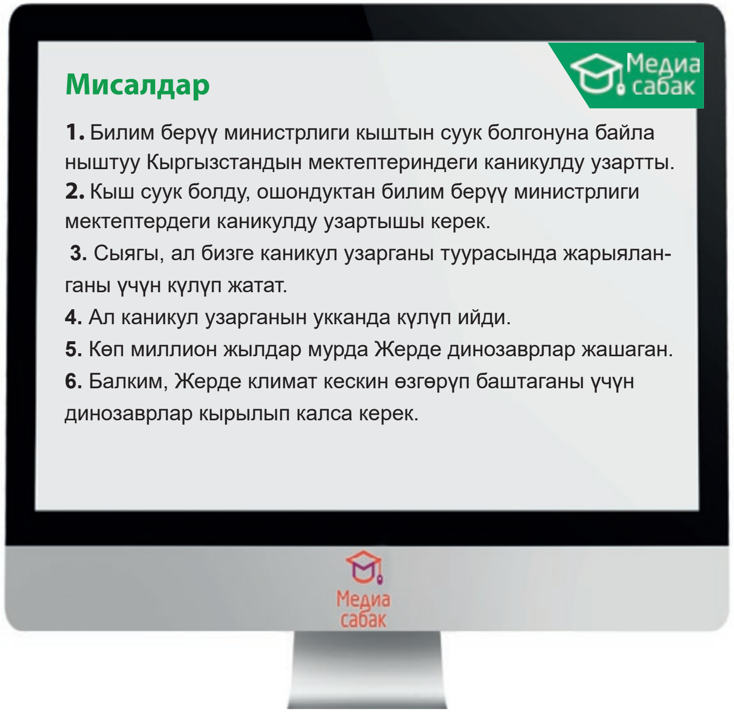
СЛАЙД № 7



5-КАДАМ. Фронталдык сурамжылоо аркылуу жекече иштөө.

1	а) Билим берүү министрлиги кыштын суук болгонуна байланыштуу Кыргызстандын мектептериндеги каникулду узартты.	б) Кыш суук болду, ошондуктан билим берүү министрлиги мектептердеги каникулду узартышы керек.
2	а) Сыягы, ал бизге каникул узарганы тууралуу жарыяланганы үчүн күлүп жатат.	б) Ал каникул узарганын укканда күлүп ийди.
3	а) Сага спорт менен алектенүү абдан пайдалуу болмок.	б) Спорт менен машыгуу менин досумдун ден соолугун жакшыртууга жардам берди.
4	а) Көп миллион жылдар мурда Жерде динозаврлар жашаган.	б) Балким, Жерде климат кескин өзгөрүп баштаганы үчүн динозаврлар кырылып калса керек.
5	а) 2016– жылы Кыргызстанда биринчи жолу дефляция катталды.	б) Дефляция компаниялардын кирешелеринин азайышына алып келиши мүмкүн.
6	а) Эгер марсоход CURIOSITY Марста жашоонун белгилерин тапса, башка планеталык келгиндердин куугунчулары жыргашат.	б) Марсход CURIOSITY Марста жашоонун белгилерин тапкан жок.
7	а) Салык өлчөмдөрү төмөндөтүлгөндөн кийин өлкөнүн экономикалык көрсөткүчтөрү жакшырды.	б) Өлкөнүн экономикалык көрсөткүчтөрүнүн жакшырышына салык өлчөмдөрүнүн төмөндөтүлүшү жардам берди көрүнөт.
8	а) Жакшы төлөнгөн жумуш табуу үчүн, сен англис тилин үйрөнүшүң керек.	б) Менин агам англис тилин үйрөндү, анан ага жакшы жумуш сунушташты.
9	а) Келечектеги медик үчүн, менин оюмча, ал биологияга өтө аз көңүл бөлдү.	б) Ал абдан биологияны абдан тырышып окуган, ошондуктан кирүү экзаменин оңой эле тапшырды
10	а) Эртең биз убактыбызды тоодо өткөрөбүз.	б) Эртең биз тоодо жакшы убакыт өткөрөбүз.

СЛАЙД № 8



6-КАДАМ. Окуучулардын жообу

Туура жооп: фактылар:1а, 2б,3б, 4а, 5а. 6б, 7а, 8б, 9б, 10а
пикирлер:1б, 2а, 3а, 4б, 5б, 6а, 7б, 8а, 9а, 10б

7-КАДАМ. МУГАЛИМДИН ТОЛУКТООСУ:

Бул көнүгүүдөн көргөндөй, кайсы факт, кайсы пикир экенин ажыратуу кыйын. Эсиңерде болсун, факт бул айныксыз ишке ашкан нерсе же ишке ашышы мүмкүн болгон нерсе. Мисалы биз силер менен эртең жаратылышка чыгууну пландап жатабыз. Биз муну пландаганыбыз бул факт. Бирок Аида айтат: биз эртең жаратылышка чыгабыз, бирок бул зериктирген эс алуу болот. Бул пикир. Анткени, ал жактан биз көңүлдүү убакыт өткөрөбүзбү же зеригебизби, бул али белгисиз.

№4-КӨНҮГҮҮ. «БИЗ КАРИКАТУРИСТТЕРБИЗ» ОЮНУ

15 мүнөт

1-КАДАМ. Классты эки топко бөлгүлө.

2-КАДАМ. Аларгы төмөнкүдөй кырдаалды айтып бергиле.

КЫРДААЛ: Асан өрттөнүп кеткен үйдөн батирди ижарага алып жашачу. Анын батири толук өрттөнүп кеткен жок, бирок ремонтту талап кылат. Адистер өрттүн себебин тактай албай жатышат. Асан болсо өрт чыккан күнү ал үйдө болбогонун ырастоодо. Ошондуктан, өрттүн себеби электр тармагынын бузулушуна жана батирдин талапка ылайыксыз өрт коопсуздугуна байланыштуу болушу мүмкүн. Батирдин ээси, Айнура эже, квартираны ижарага алган адам көп убактарда үйдө тамеки тартчу деп белгилөөдө, ага далил өрттөн аман калган таштанды чакадагы тамекинин калдыктары. Айнура эженин ою боюнча, өрт батирди ижарага алуучунун аярсыз мамилесинен улам чыкты.

3-КАДАМ. Топторго тапшырма берилет. Биринчи топ арендатордун карикатурасын тартат, экинчиси батирди ижарага берүүчүнүн.

Биринчи топ, батирди ижарага берген Айнура эженин жактоочуларысыңар.

Экинчи топ, батирди ижарага алган Асандын жактоочуларысыңар.

Бардык топтор конфликттеги алган ордуңарга жараша кырдаалдын карикатурасын тарткыла. Эгерде каалоочулар болсо, тарткан карикатурасынын презентациясы учурунда сценка койсо болот.

5-КАДАМ. Топтордун презентациясы.

Сабакты жыйынтыктоо. Бүтүмдөр:

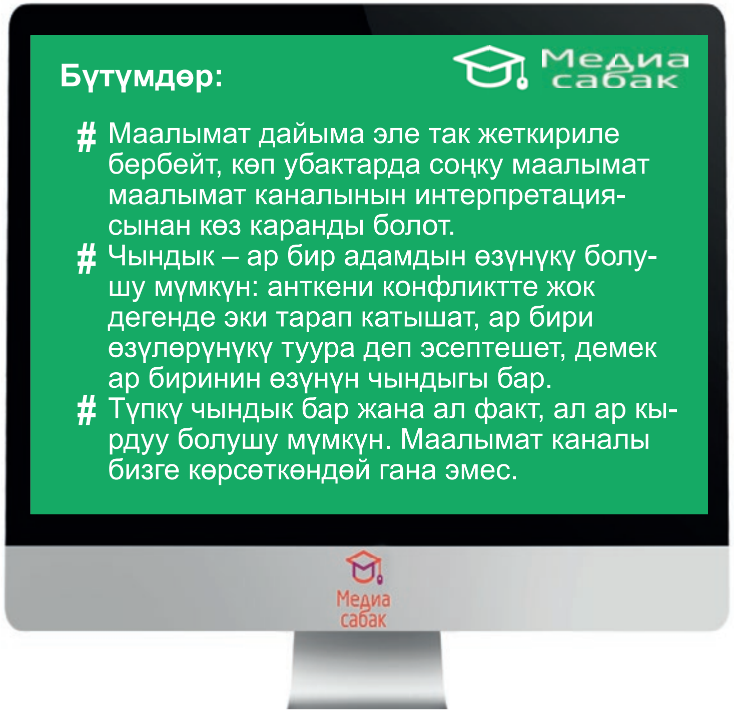
- Маалымат дайыма эле так жеткириле бербейт, көп убактарда соңку маалымат маалымат каналынын интерпретациясынан көз каранды болот.

- Чындык – ар бир адамдын өзүнүкү болушу мүмкүн: антткеникoнфликтте жок дегенде эки тарап катышат, ар бири өзүлөрүнүкү туура деп эсептешет, демек ар биринин өзүнүн чындыгы бар.

- Түпкү чындык бар жана ал факт, ал ар кырдуу болушу мүмкүн. Маалымат каналы бизге көрсөткөндөй гана эмес.

Үй тапшырма: Эгер окуучулардын интернетке кирүүгө мүмкүнчүлүктөрү болсо, алар «ММКдагы кастык тили деген эмне?» деген текстти таап окушу керек. Эгер интернетке кире алышпаса, мугалим өзү текстти үйдөн окуп келүүгө берет.

СЛАЙД № 10



Медиа сабак

САБАК № 6

ТЕМА:
ММК МАТЕРИАЛДАРЫН СЫН КӨЗ МЕНЕН ТАЛДОО

САБАКТЫН МАКСАТЫ: курста өтүлгөн материалды жалпылоо жана мурда алган билимдирди өздөштүрүү системасына киргизүү.

МИЛДЕТТЕР:

- Жаңы маалыматты кабылдоону жана түшүнүүнү;
- Материалды түшүнүүгө жана өздөштүрүүгө баштапкы текшерүү;
- Алынган билимдердин чыгармачылык негизде пайдаланылышы жана ишмердүүлүк амалдарын өздөштүрүү үчүн кыйын маселелерди чечүү аркылуу сабактын практикалык бөлүгүн уюштуруу.
- Бир эле ресурстун 2 телематериалын сын көз менен талдоо.

ЖАҢЫ ТҮШҮНҮКТӨР: ММК сюжеттерин сын көз менен талдоо.

ПРЕДМЕТТЕР АРАЛЫК БАЙЛАНЫШЫ: экономика, тарых
САБАКТЫН ТИБИ: билимдерди жалпылоо, системалоо.
САБАКТЫН ФОРМАСЫ: сабак – практикум
САБАКТЫН ЖАБДЫЛЫШЫ: Мультимедиа проектору

САБАКТЫН ЖҮРҮШҮ:

1. Уюштуруу учуру. Саламдашуу. Класста кызматташуу маанайын түзүү.
2. Мугалимдин кириш сөзү. Теманы, сабактын максаттарын түшүндүрүү.

Биз силер менен маалыматтын аудиторияга тийгизген таасиринин методдору жана формалары туурасында сөз кылганбыз. Бүгүн болсо алынган билимди пайдаланууга аракет кылып көрөбүз.

САБАКТЫН ПЛАНЫ

- ММК материалдарын сын көз менен талдоо:

3. «Өспүрүмдөр кылмыштуулугу» видео сюжети (2016-жылдын 22-ноябрында КТРКнын «Ала-Too» маалымат программасынын жыйынтыктоочу чыгарылышы),
4. «Кыргыз туңгуюгу» фоторепортажы(Lenta.ru, 31-январь, 2017-жыл),
5. «Кандай кааласаңар, ошондой жан баккыла»: Боингдин кулашынан жабыр тарткандар эки айдан бери мамлекеттен жардам күтүүдө»макаласынан үзүндүлөр:(Kloop.kg, 15-март, 2017),
6. «Бишкек: Бак басып калган Жип унаасынын айдоочусу мэриядан компенсация талап кылат» макаласы (Kloop.kg, 30-май, 2017),
7. «Тыюу салынган бүтүрүү кечелери» видео сюжети(КТРК, «Ала-Too» маалымат программасынын жыйынтыктоочу чыгарылышы, 23 май, 2016-жыл),
8. Видео сюжет: «Ош: бүтүрүү кечелери тыюу алдында» (КТРК, «Ала-Too» маалымат программасынын
9. жыйынтыктоочу чыгарылышы, 25- май, 2015-жыл).

№1-КӨНҮГҮҮ. «ӨСПҮРҮМДӨР АРАСЫНДАГЫ КЫЛМЫШТУУЛУК»

15 мүнөт

1-КАДАМ. Окуучуларды 3 топко бөлүү керек.

2-КАДАМ. Толтурууга убакыт кетирбеш үчүн «ММК материалдарынын салыштыруу анализи» таблицасын мурдатан даярдап коюп, сабактын башында окуучуларга таратып берүү керек.

3-КАДАМ. «Өспүрүмдөр кылмыштуулугу» видео сюжетти көрүү (2016-жылдын 22-ноябрында ОТРКнын «Ала-Тоо» маалымат программасынын жыйынтыктоочу чыгарылышы)

СЛАЙД № 2

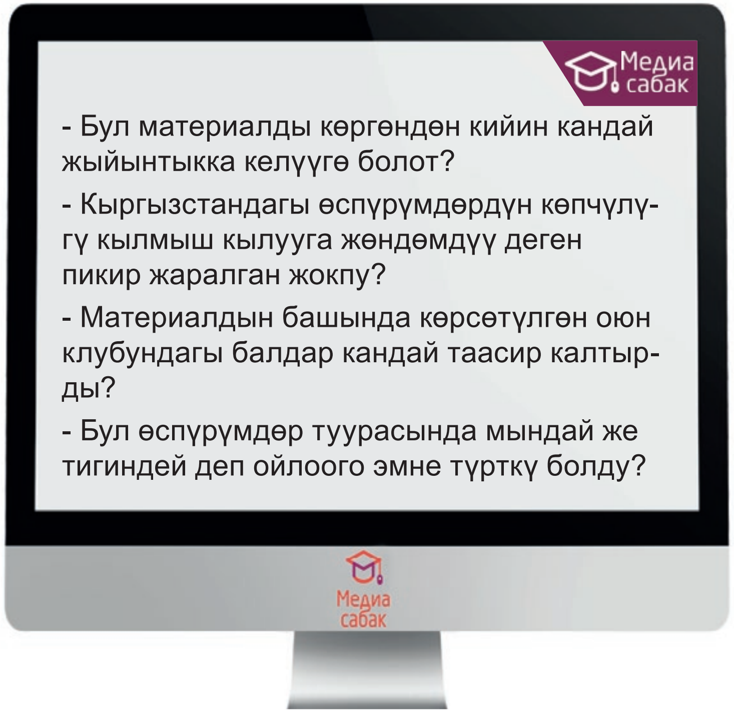
4-КАДАМ. Видеону көрүп бүткөндөн кийин класска суроолор:

А. Бул материалды көргөндөн кийин кандай жыйынтыкка келүүгө болот?
Б. Кыргызстандагы өспүрүмдөрдүн көпчүлүгү кылмыш кылууга жөндөмдүү деген пикир жаралган жокпу?
В. Материалдын башында көрсөтүлгөн оюн клубундагы балдар кандай таасир калтырды?
Г. Бул өспүрүмдөр туурасында мындай же тигиндей деп ойлоого эмне түртку болду?

5-КАДАМ. Окуучулардын жообу

6-КАДАМ. Класс менен бирге биринчи материалга, «Өспүрүмдөр кылмыштуулугу» сюжетине сын көз менен талдоо жүргүзүү.

СЛАЙД № 3



1. Материал эмне жөнүндө?

- Материалда кайсы окуя жөнүндө сөз болуп жатат? (кандай маалыматтык бүтүм)

- Окуя туурасында толук маалымат берилгенби? «Эмне болду», «Кайда болду», «Качан болду», «Эмне үчүн болду» (кырдаалдын пайда болуу себептери) деген суроолорго жооптор барбы? Окуянын динамикасы боюнча маалыматтар барбы? (расмий статистика)?»

Баткенде мектеп окуучулары айдоочуну сабап, аны унаасынын багажнигине салып, машинасын айдап качышкан.

Сюжет бардык суроолорго жооп бербейт. Өспүрүмдөр кылмыштуулугунун себептери так ачыкталган эмес. Өспүрүмдөр арасындагы кылмыштуулук өсүү үстүндөбү же азайганы туурасында маалымат берилген эмес. «Эмне үчүн» деген суроого бир гана жооп бар – компьютер оюндарына берилүү. Бирок, бул жоопту психолог эмес, журналисттин сөзүнө караганда буга балдардын ата-энесин күнөөлөп жаткан мугалим берип жатат. Интернет оюндары - өспүрүмдөр кылмыштуулугунун өсүшүнө жалгыз себеп эмес. Өтө көп факторлор болушу мүмкүн. Ал эми журналист тарабынан тандалган фактор негизги болбошу да ыктымал.

Статистика маалыматтары келтирилген эмес, өспүрүмдөр кылмыштуулугу боюнча кырдаал кандай, өсүп жатабы же азаюудабы?

Мугалим үчүн багыттоочу суроолор: Бул материалда журналист кандай жаңы маалымат бергиси келген? Кырдаалдын жаралышына себеп болгон окуянын себептери ачылганбы? Көрүүчү өзү динамикасын анализдеп алуусун негиз боло турган жалпы абалды чагылдыра турган маалыматтар барбы?

СЛАЙД № 4

2. Материалда негизги каармандар кимдер? Материал даярдоодо кимдердин интервьюлары колдонулган? Алар материалда сөз болуп жаткан окуянын түздөн-түз катышуучуларыбы

Материалда окуянын бир гана катышуучусунун интервьюсу келтирилген - бул ишти алып барган же таанышып чыккан милиция кызматкери. Бирок ал окуяга түздөн-түз катышкан эмес. Мындан тышкары кармалган өспүрүмдү суракка алуу учурунан үзүндү келтирилген. Бирок бул үзүндүдө ал өспүрүм эмне үчүн бул кылмышка барганын түшүндүрбөйт, башкача айтканда өспүрүмдөр кылмыштуулугунун себептери дагы деле ачыкталган жок. Ошондой эле анын кыска интервьюсунда компьютердик оюндарга берилгендиги тууралуу да сөз кылынган эмес, ага карабай журналист балдар кылмыштуулугунун негизги себеби катары ушул факторду тандап отурат.

Мугалим үчүн багыттоочу суроолор: Педагог окуянын катышуучусубу? Ким окуянын катышуучусу болот алат? Кармалган өспүрүм окуянын катышуучусу боло алабы? Өспүрүм эмне үчүн бул кылмышка барганын түшүндүрүп жатабы, анын интервьюсунун же сурагынын негизинде өспүрүмдөр кылмыштуулугунун себептери тууралуу бүтүм чыгарууга болобу? Ал өз сөзүндө өзүнүн же досторунун компьютердик оюндарга берилгендиги тууралуу айтып жатабы?

Ал өз сөзүндө өзүнүн же досторунун компьютердик оюндарга берилгендиги тууралуу айтып жатабы?

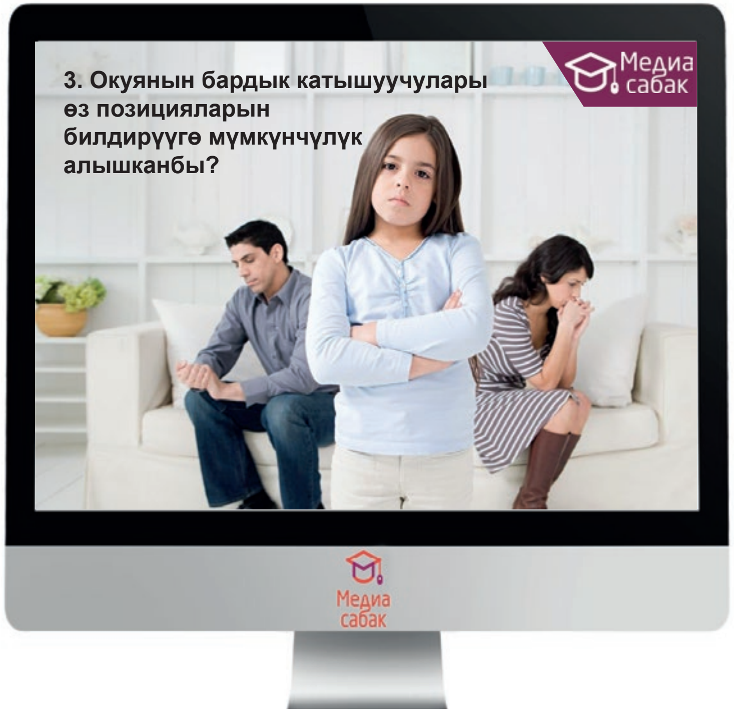
СЛАЙД № 5

3. Окуянын бардык катышуучулары өз позицияларын билдирүүгө мүмкүнчүлүк алышканбы?

Бул материалда башка тараптардын позициялары жетишпейт. Мисалы, мугалим айтып атат, балдар кылмыштуулугуна уй-бүлө, ата-энелери күнөөлүү деп, бирок өспүрүмдөрдүн ата-энелеринин атынан, маселен билим берүү сапатынын начардыгы, билим берүү жана тарбия системасындагы көйгөйлөр туурасында айткан эч ким жок. Мындан башка факторлор туурасында айтып берген психологдун интервьюсу да кошулган эмес.

Мугалим үчүн багыттоочу суроолор:
Маалымат өспүрүмдөр колу-буту байланган айдоочуну багажникке салып алып, анын унаасын айдап жүргөнү жөнүндө берилди. Өспүрүмдөр кылмыштуулугу туурасында толук маалымат берилдиби? Мындан башка да балдар кылмышы туурасында фактылар барбы? Балдар кылмыштуулугу боюнча кандай тенденция орун алып жатканы туурасында (кандайдыр бир иликтөөлөр, статистика) фактылар барбы? Өспүрүмдөр эмне үчүн кылмыш жасашат деген суроого толук жооп берилгенби? Интернет оюндары балдар кылмыштуулугунун бирден-бир себебиби? Сюжетте башка балдар кылмышынын себептери туурасында маалымат барбы?

СЛАЙД № 6



4. Толук маалымат үчүн дагы кимдин интервьюсун кошсо болмок?
Дагы кан дай маалыматты кошууга болот эле?

Бул материалда клубдун администрациясынан интервью кошсо болмок, ал бир эле балдар дайыма келип ойноорун тастыктамак. Психологдун интервьюсу жетишпейт, интернет оюндары балдарды кантип агрессияга жөндөмдүү кылып коёрун айтмак. Өспүрүмдөрдүн психикасына жана өспүрүмдөр арасындагы кылмыштуулуктун өсүшүнө таасир тийгизген дагы башка факторлор тууралуу да маселелер көтөрүлгөн эмес.

Мугалим үчүн багыттоочу суроолор:
Мугалим бул ата-энелердин күнөөсү деп айтып жатат. Ата-энелер да бул боюнча өз пикирлерин айтууга мүмкүнчүлүгү болушу керек беле?

Балдардын психикасы тууралу кесибине байланыштуу ким айтышы керек эле?

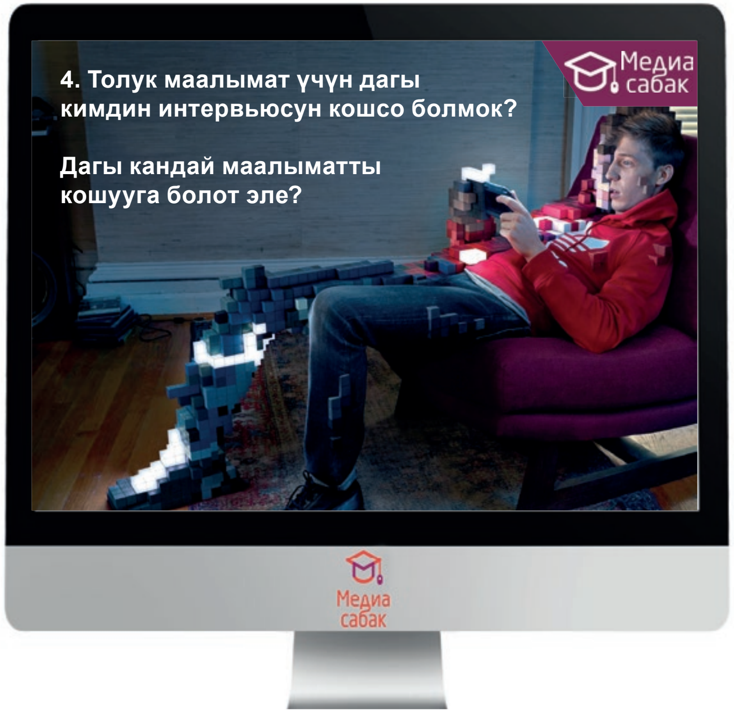
Сюжетте психологдун интервьюсу барбы?

Журналист өспүрүмдөр бардык бош убактыларын компьютерде өткөрөт деп ынандырып жатат. Клубдун кызматкерлеринен балдар тез-тез келип турушабы, баягы эле балдар келеби деген мааниде интервью алуу керек беле?

Өспүрүмдөрдүн психикасына таасир эткен заманбап проблемалар тууралуу км мыкты кылып айтып бере алмак?

Бул материалдан өспүрүмдөр кылмыштуулугу боюнча кырдаалдын толук картинасын көрө алдыңарбы? Материалды көргөндөн кийин өспүрүмдөр кылмыштуулугу көбөйүп же азайып жатканын, өспүрүмдөр негизинен кандай кылмыштарга бараарын биле алдыңарбы?

СЛАЙД № 7



5. Факт менен пикир ажыратылганбы? Факт катары көрсөтүлгөн пикирлер барбы? Мисалдарды көрсөткүлө эгер бар болсо.

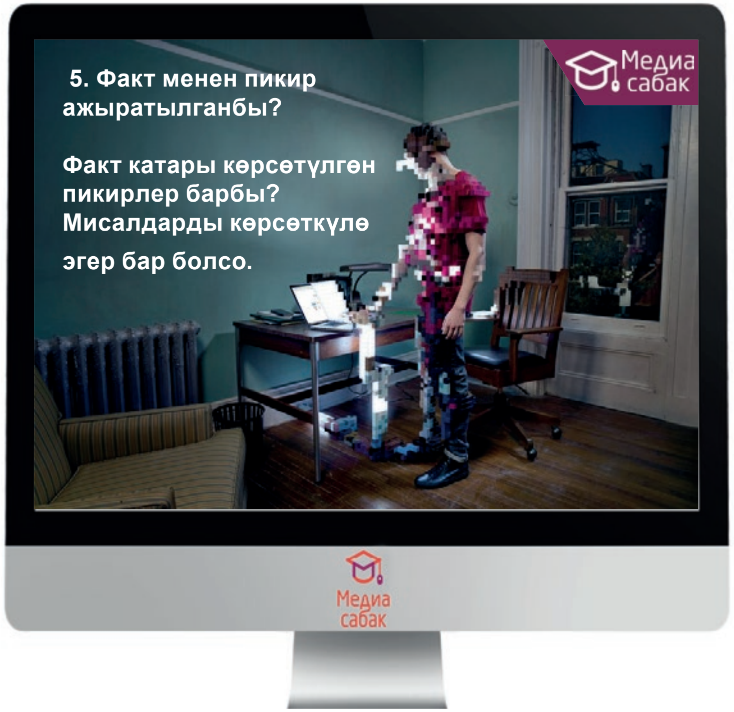
Жок, ажыратылган эмес. Журналист өз атынан баа берүүгө жол берип, өзүнүн жеке пикирлерин факт катары берди. «Бул окуучулар ар бир аскердик куралдын аталышын жатка билишет. Китептин ордуна балдар бош убактыларын интернет оюндары менен өткөрүшөт. Компьютер алдындагы жаш балдар өзүлөрүн оюндагы колуна курал көтөргөн кыйын согушкер катары көрүүнү кыялданышат».

Тексттин бул бөлүгү толугу менен журналистин пикири. Ал тасманын катышуучулары чынында куралдардын атын жатка билишээри, бош убактыларын толук компьютердик клубда өткөрүшөөрү, «кыйын согушкер» болууну кыялданаары чын факт экенин биле албайт. Балким балдардын бири бул жерге биринчи жолу келди, же журналист белгилегендей күнү кечке эмес клубка аптасына бир эле жолу келет. «Өспүрүмдөр кылмыштарынын мүнөздүү белгилери болуп зомбулук жана ырайымсыздык болуп баратат» – бул журналисттин пикири, ал дагы факт катары келтирилүүдө, анткени эч кандай далилдер менен тастыкталган эмес, статистикалык маалыматтар менен бекитилген эмес. Сюжетте айтылган бирден-бир окуя жалпы өспүрүмдөр кылмыштуулугуна мүнөздөмө бере албайт.

Мугалим үчүн багыттоочу суроолор:

Факт бул ишке ашкан, болгон нерсе, пикир – окуя тууралуу маалыматтын интерпретациясы экенин дагы бир жолу окуучулардын эсине салуу керек. Материалда эмне факт экенин дагы бир жолу тактап кетүүгө болот. Факт – өспүрүмдөр байланган айдоочуну түнү менен багажникте салып алып жүрүшкөнү. Бул өспүрүмдөр согуш куралдарынын бардык түрлөрүнүн аталыштарын билет деген ырастоо факт боло алабы, окуучулардан суроо керек. Досторунун, тааныштарынын арасында ок атуучу куралдардын аталыштарынын баарын билгендер канчалык көп экенин тактагыла. Эгер биринчи жолу оюн клубуна кирип көрүп, бул жерде ойноп жаткан балдарды баары бүт бош убактыларын ушул жерде өткөрөт деп айтууга болобу. Ар бири менен сүйлөшүп көрбөй туруп, алардын бардыгы өзүлөрүн кыйын согушкер катары көрүүнү кыялданышат деп кантип ырастоого мүмкүн.

СЛАЙД № 8

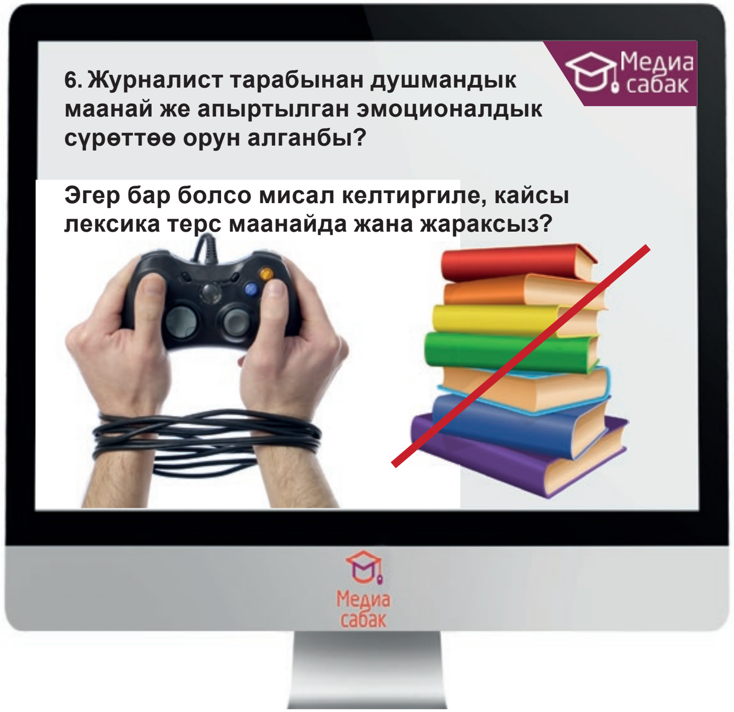


6. Журналист тарабынан душмандык маанай же апыртылган эмоционалдык сүрөттөө орун алганбы? Эгер бар болсо мисал келтиргиле, кайсы лексика терс маанайда жана жараксыз?

Негативдүү лексика орун алган. «Бул окуучулар ар бир аскердик куралдын аталышын жатка билишет. Китептин ордуна балдар бош убактыларын интернет оюндары менен өткөрүшөт. Компьютер алдындагы жаш балдар өзүлөрүн оюндагы колуна курал көтөргөн кыйын согушкер катары көрүүнү кыялданышат».

Мугалим үчүн багыттоочу суроолор:
Текстте кимдир бирөөнүн же кандайдыр бир окуяны ашыкча көкөлөтүп мактоо же, тескерисинче терс маанайда сүрөттөө орун алганбы?
Материалдагы эң эмоционалдуу көрүнүктүү сөз кайсы? Эң таарынычтуусучу?
Кастык тили – бул жөн гана тил тийгизүү эмес. Бул ошондой эле белгилүү бир социалдык топтогу адамдар үчүн кыйраткыч күчкө ээ болушу мүмкүн.

СЛАЙД № 9

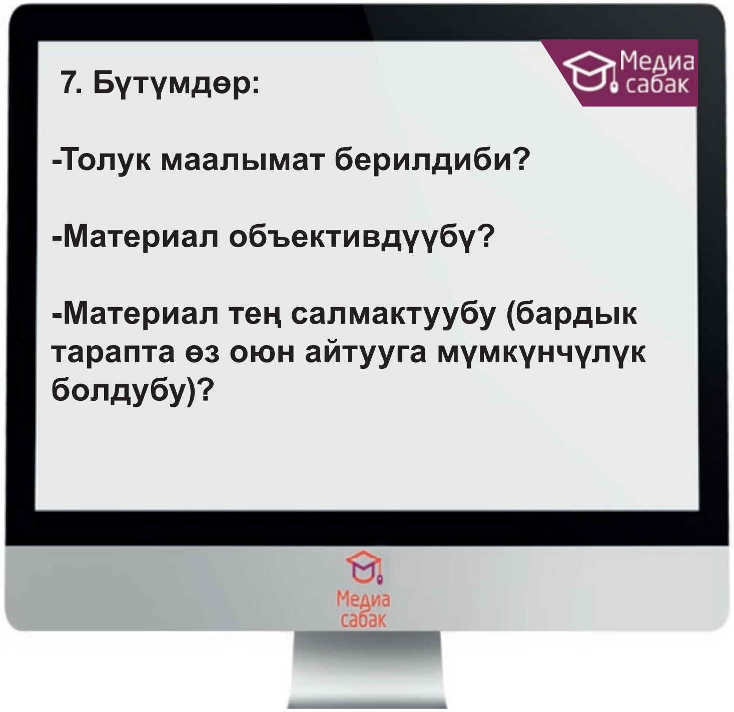


7. Бүтүмдөр: Толук маалымат берилдиби? Материал объективдүүбү? Материал тең салмактуубу (бардык тарапта өз оюн айтууга мүмкүнчүлүк болдубу)?

Материал журналисттик стандарттарды одоно бузат. Маалымат объективдүү берилген эмес, маалыматтын негизин фактылар эмес, журналисттин пикири түзөт. Толук маалымат берилген эмес, материалда тең салмактуулук жок.
Бул учурда сөз манипуляция тууралуу эмес, материал даярдоого адискөйлүк менен мамиле кылуу тууралуу болуп жатат.

Мугалим үчүн багыттоочу суроолор:
Маалымат калыс чагылдырылдыбы?
Тең салмактуулук үчүн конфликттин бардык тараптары пикирлерин айта алыштыбы? Журналист өзүнүн жеке субъективдүү ынанымдарын текстке кошконбу? Маалыматтын аркасы менен манипуляциялоо аракеты барбы?

СЛАЙД № 10



№2-КӨНҮГҮҮ.
ММК МАТЕРИАЛДАРЫН СЫН КӨЗ МЕНЕН ТАЛДОО

20 мүнөт

1-КАДАМ. Топторго каалаган 3 ММК материалын таратып бергиле:

1.«Кыргыз туңгуюгу» фоторепортажы (Lenta.ru, 31-январь, 2017-жыл),
2.«Кандай каалasaңар, ошондой жан баккыла»: Боингдин кулашынан жабыр тарткандар эки айдан бери мамлекеттен жардам күтүүдө» макаласынан үзүндүлөр: (Kloop.kg, 15-март, 2017),
3.«Бишкек: Бак басып калган Жип унаасынын айдоочусу мэриядан компенсация талап кылат» макаласы (Kloop.kg, 30-май, 2017),
4.«Тыюу салынган бүтүрүү кечелери» видео сюжети (КТРК, «Ала-Тоо» маалымат программасынын жыйынтыктоочу чыгарылышы , 23 май, 2016-жыл),

5.Видео сюжет: «Ош: бүтүрүү кечелери тыюу алдында» (КТРК, «Ала-Тоо» маалымат программасынын жыйынтыктоочу чыгарылышы , 25- май, 2015-жыл).

СЛАЙД № 11

№3-КӨНҮГҮҮ. ММК МАТЕРИАЛДАРЫН СЫН КӨЗ МЕНЕН ТАЛДОО

20 мүнөт

СЛАЙД № 11

2-КАДАМ. «ММК материалдарынын салыштыруу анализи» таблицасынтаратылат.

Суроолор		Сюжет 1	Сюжет 2	Сюжет 3
1.	Материал эмне жөнүндө? - Материалда кайсы окуя жөнүндө сөз болуп жатат? (кандай маалыматтык бүтүм) - Окуя туурасында толук маалымат берилгенби? «Эмне болду», «Кайда болду», «Качан болду», «эмне үчүн болду» (кырдалдын пайда болуу себептери) деген суроолорго жооптор барбы?			
2.	Факт менен пикир ажыратылганбы? Факт катары көрсөтүлгөн пикирлер барбы? Мисалдарды көрсөткүлө эгер бар болсо.			
3.	Материалда негизги каармандар кимдер? Материал даярдоодо кимдердин интервьюлары колдонулган? Алар материалда сөз болуп жаткан окуянын түздөн-түз катышуучуларыбы?			
4.	Окуянын бардык катышуучулары өз позицияларын билдирүүгө мүмкүнчүлүк алышканбы?			
5.	Толук маалымат үчүн дагы кимдин интервьюсун кошсо болмок? Дагы кандай маалыматты кошууга болот эле?			
6.	Журналист тарабынан душмандык маанай же апыртылган эмоционалдык сүрөттөө орун алганбы? Эгер бар болсо, мисал келтиргиле, кайсы лексика терс маанайда жана жараксыз?			
7.	Бүтүмдөр:- Толук маалымат берилдиби?- Материал объективдүүбү? - Материал тең салмактуубу (бардык тарапта өз оюн айтууга мүмкүнчүлүк болдубу)?			

3-КАДАМ. Окуучулар 3 топко бөлүнүп, таблицаны өз алдынча толтурушу керек.
4-КАДАМ. Окуучулардын жообун угуу, талкуулоо учурунда зарыл болсо тагыраак жоопторду берүү.

Бүтүм: Адамдын эң маанилүү укуктарынын бири эркин пикирге ээ болуу жана аны эркин билдирүүгө болгон укугу болуп саналат. Маалыматка болгон жеткиликтүүлүк, аны анализдөө жана оперативдүү пайдалануу жана таркатуу – заманбап коомдогу адамдын өнүгүшү үчүн негизги баалуулук.

Сабакты жыйынтыктоо. Бүтүмдөр.

- Ар бир ММКнын өзүнүн кызыкчылыгы болушу мүмкүн;

- ММК сапаттуу материал менен бирге эле сапатсыз материал да сунушташы мүмкүн.

- Бул бир эле массалык маалымат каражатына да тиешелүү болушу мүмкүн, б.а. ошол эле ММК сапаттуу контент да, бир жактуу, сапатсыз материал да бериши мүмкүн.

- Манипуляциянын курмандыгына айланбаш үчүн, материалдын мазмунуна суроо берүү зарыл.

Эбегейсиз ири көлөмдөгү маалыматтын ичинен маанилүүсүн бөлүп, алынган маалыматты текшерип, социалдык маалыматтардын ар түрдүү булактары менен иштей билүү жөндөмүн өнүктүрүү керек.ММКдагы маалыматтарды сын көз менен баалоо, анализдөө,ар кайсы булактарын салыштыруу өтө маанилүү.

СЛАЙД № 12

ӨСПҮРҮМДӨР КЫЛМЫШТУУЛУГУ

Булагы: КТРК

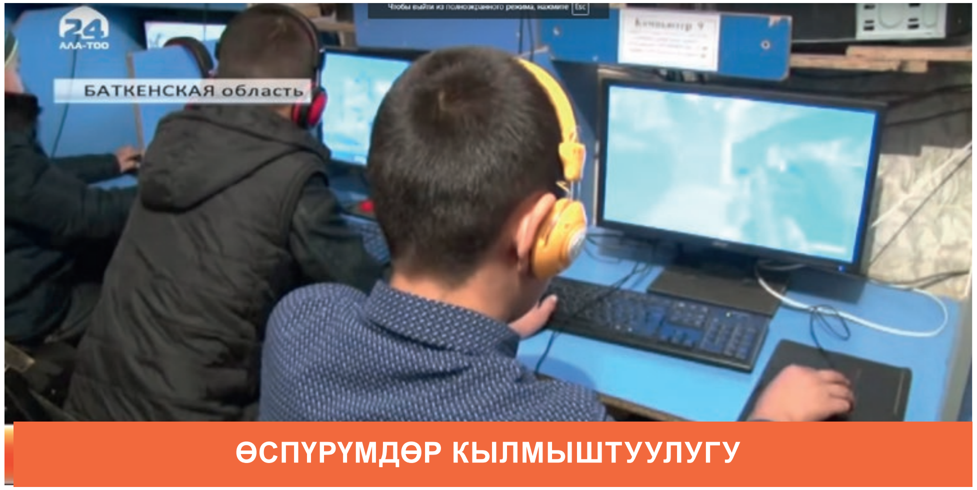
Чыккан күнү: 22.11.2016

Студиядагы дикторлор:
Жашы жете электердин катышуусундагы кылмыштардын саны өсүүдө. Адистер мунун себебин өспүрүмдөрдүн компьютердик оюндарга берилиши менен байланыштырат. Баткен облусунда жашы жете электердин иши боюнча инспекциянын каттоосунда 212 өспүрүм турат.

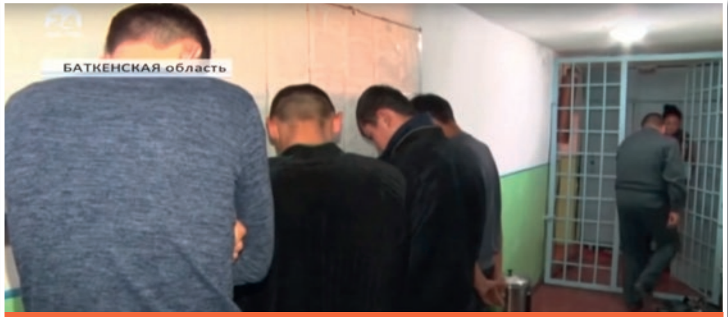
Сюжет:

Кадр артындагы текст:
Бул окуучулар согуштук ок атуучу куралдардын бардыгынын аталыштарын жатка билишет. Китептин ордуна өспүрүмдөр бардык бош убактыларын интернеттеги оюндар менен өткөрүүнү туура көрүшөт. Компьютер алдында отурган жаш балдар өзүлөрүн кыйын согушкер катары көрүүнү кыялданышат.

Баткен облусунун ички иштер бөлүмүнүн жашы жете электердин иши боюнча инспектору Дилярам Жолдошбекованын интервьюсу:
Балдар түнү менен компьютер оюндарын ойноп клубда отурган учурлар көп. Ар бир рейд учурунда интернет клубдун ээлерине эскертүү жасап, жайкысын балдар мындай жерлерде саат 11ге чейин, кышкысын 10го чейин гана болууга уруксат экенин айтабыз. Бул талапты бузгандарга айып салынат.



Кадр артындагы текст:
Бул балдар Баткен шаардык мектебинде окушат. 14-ноябрь түнү айдоочуну сабап, аны багажникке салып алып, түнү менен күйүүчү майы түгөнгүчө шаар аралап жүрүшкөн. Бактыга жараша унаа ээси аман калган.
Кармалган баланын өкүнүп жатканы туурасындагы сөздөрү, кыргыз тилинде.



ӨСПҮРҮМДӨР КЫЛМЫШТУУЛУГУ

Баткен облусунун ички иштер бөлүмүнүн жашы жете электердин иши боюнча инспектору Айсалкын Эргешбай кызынын интервьюсу:
Бул 14-ноябрда түнкү саат 11де болгон. Окуя жабыр тартуучу кайрылган учурда, эртең менен катталды. Шектелген өспүрүмдөдүн баары кармалды. Тергөө жүрүп жатат.

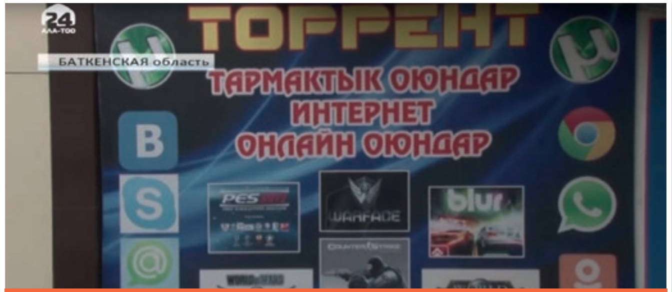
Кадр артындагы текст:
Эмгек сиңирген мугалим Авазбек Жамаловдун айтымында, ата-энелер өз балдарын көзөмөлгө алмайынча милиция өз алдынча өспүрүмдөр арасында тартип орното албайт.

ӨСПҮРҮМДӨР КЫЛМЫШТУУЛУГУ

ӨСПҮРҮМДӨР КЫЛМЫШТУУЛУГУ

Эмгек сиңирген мугалим Авазбек Жамаловдун интервьюсу:
Интернет оюндарына берилүү менен балдардын психикасы бузулуп жатат, ушул себептен алар ар кандай кылмыштарга барууда. Жол берилген чектен ашып жатышат. Үйүнөн мектепке барам деп чыгып, чынында мыйзамга каршы иштер менен алектенишет.

Кадр артындагы текст:
Өспүрүмдө арасындагы кылмыштуулуктун өсүшү коомдо тынчсызданууну жаратууда. Өспүрүмдөр кылмыштарынын мүнөздүү белгилери зомбулук жана мыкаачылык болуууда.



ӨСПҮРҮМДӨР КЫЛМЫШТУУЛУГУ

ОРТО АЗИЯДАГЫ ЖАКЫР ӨЛКӨЛӨРДҮН БИРИНДЕ КАНТИП ТИРИЧИЛИК ӨТҮҮДӨ

Булак: lenta.ru
Чыгуу убактысы: 31-январь, 2017 - жыл

Советтер Союзу тарагандан кийин көз карандысыз Кыргызстанда өнөр жай тездик менен артка кете баштаган. Жаңы мамлекет Орто Азиядагы эң жакыр өлкөлөрдүн бирине айланды. Жумушсуздуктун өсүшү калкты жакырдантып, көпчүлүк адамдар жакшы жашоо издеп башка өлкөлөргө кетишти. Бир катар адамдар үчүн гастарбайтердик тагдыр дагы деле жагымдуу сезилет, анткени алар Кыргызстандын шарты менен алганда жаман эмес акча табышууда. Республиканын өзүндө орточо эмгек акы 200 доллардан ашпайт, ал эми бюджеттик тармакта иштегендер 100 долларга жетпеген айлык алышат. Мындай жумуш да баарына жетиштүү эмес. «Лента.ру» түнкүсүн иштеген жумушчулардын сүрөтүн жарыялайт. Шахтёрлор, милиция кызматкерлери, старьевщиктер. Коом аларды дээрлик байкабагандай.

Нурлан көмүр жүктөлгөн вагонетканы Сүлүктү шаарындагы шахтанын оозун көздөй түртүп баратат. Ал 1987-жылы туулган, 6 жылдан бери шахтыда иштейт.

Алексей досу Вячеслав экөө таштанды талаасында укташат. Ал соттолгонуна байланыштуу жумушка орношо алган эмес, ошондуктан таштандыда иштеп баштаган. Бердик айылында анын үйү жана үй-бүлөсү бар.

Бишкекте кайгуул милиция кызматкерлери суу каналына секирип кеткен кишини издеп жатат. Соңку убактарда республикада өз өмүрүнө кол салгандардын саны өсүп жатканы айтылып келет.

18 жашар Бердигул ТЭЦтин күл төккөн жеринен чакага көмүр чогултат. Ал балдар үйүнөн чыккандан кийин дароо эле иштеп баштаган. Анын туугандары жок, кара жумуш менен жан багат. Бакай-Ата конушунун жанында Бишкек ТЭЦтин күл төкчү жайы бар. Трубалар аркылуу бул жерге суу менен көмүр агып келет. Бул жерде жумушчулар мыйзамсыз көмүр чогултуу менен күнү-түнү алектенишет. Мезгил-мезгили менен милиция кайгуулу келип турат, бирок ал деле Бакай-Атанын жашоочуларын токтотпойт. Бул жерде кышкы жылуулук берүү мезгилинде гана көмүр чогултууга болот. Дайыма сууда жүргөндүктөн көп жумушчулардын ден соолуктары начарлоодо.

Арсен ТЭЦтин күл чогултчу жеринен алыс эмес жердеги үйүнүн короосунда башын жууп жатат. Бул жерге жакыныраак ал үй-бүлөсү, ата-энеси менен кышка жакын көчүп келет. 12 жашынан бери ушул жерде иштейт. Азыр ал 24 жашта, үй-бүлөсү, балдары бар. 2015-жылы консерваторияны бүтүргөн, азыр өзүнүн «Красный восток» музыкалык тобунда ойнойт.

Бишкекте кайгуул милиция кызматкерлери мас абалындагы айдоочу аялды кармашты. Кайгуул милициянын ар бир экипажы фото-видео жазгычтар менен жабдылган. Бирок, айлыктарынын аздыгынан бир катар милиция кызматкерлери жазгычтардын бетин жезл менен жаап коюп, пара алышат.

Мыктыбек күл төкчү жердеги жумушунан кийин эс алып отурат. Ал бул жерде Орусиядан мыйзам бузуп депортация болгондон кийин иштеп баштаган.

«КАНДАЙ КААЛАСАҢАР, ОШОНДОЙ ЖАН БАККЫЛА»: БОИНГДИН КУЛАШЫНАН ЖАБЫР ТАРТКАНДАР ЭКИ АЙДАН БЕРИ МАМЛЕКЕТТЕН ЖАРДАМ КҮТҮҮДӨ»

Булагы: Kloop
Чыгуу убактысы: 15.03.2017

Дача-Су айылына «Боинг-747» кулап 39 адамдын өмүрүн алган каргашалуу күндөн бери эки ай убакыт өттү. Кыргызстандын жана анын аймагынан сырткары жүргөндөр жардам катары 96 миллион сомдон ашуун каражат чогултуп беришкен, бирок бийлик өкүлдөрү бул каражаттарды жапа чеккендерге бөлүштүрүп бере элек. Жарым-жартылай талкаланган айылда адамдар кантип жашап жатышат жана эмне үчүн тезирээк ал жерден кеткилери келишет?

Исак Анарбаев 58жашта. Ал Бишкектеги Манас аэропортунун кончу тилкесинен 3 км алыстыкта жайгашкан Дача-Су айылында алты жылдан бери үй-бүлөсү менен жашайт. Анарбаев 11 баланын атасы. Бирок азыр эки кызы жана жубайы менен гана жашайт. Каргашага чейин үй-бүлөсүн багуу үчүн үйүндө тандырга нан жаап, айылдыктарга сатчу. Ал өзү айткандай, бүт көчөсү андан нан сатып жечү. Исактын үй-бүлөсү өз үйүн куруп бүтө элек болчу, үстүңкү кабаты салына элек болгондуктан, үй-бүлө дагы деле жертөлөсүндө жашайт. Так ошол жертөлөдө жашагандыктан алар аман калган болушу керек. Эртең менен үйүнөн эшикке чыгып, мурда коңшулары жашаган жерде урандыларды гана көрөт. Түнкүсүн самолёттор учуп бара жатканда азыр да коркунучтан ойгонот. Ал мамлекет каргаша болгондон бери бул үй-бүлөгө эч кандай жардам көрсөтпөгөнүнө нааразы.

Анын үй-бүлөсү волонтёрлордон гана гуманитардык жардам алышкан. Мурдагыдай нан да жаба албайт, самолёт анын тандырын талкалап кеткен. Самолёттун калдыктары ар кай жакка учуп, бак-дарактарды, тоокканасын, чарбалык курулуштарын талкалаган. Исак мамлекеттен жардам болооруна үмүт да кылбай калганын айтат. Кайрадан тандырын калыбына келтирүү үчүн ал туугандарынан карыз сурап же банктан кредит алууну ойлонууда. Бирок, ал өзү да, үй-бүлөсү да бул жерге көпкө калууну каалашпайт. «Коопсуз жерге кетебиз деп үмүттөнөбүз. Бул биздин жалгыз үмүтүбүз, башка эч нерсенин кереги жок» – дешет Исактын жакындары. Анын кыздары Мадина менен Айсулуу мектепте окушат, каргашадан кийин ден соолуктары начарлаган. Керосиндин жытынан баштары ооруп, кусушат. Мындан тышкары алар психологиялык кыйынчылыктарга туш болгон. Мадина дагы деле каргашалуу күндү унута албайт. Ал өзүнүн каза болгон коңшулары жөнүндө ыр чыгарган. Ар бир досун ал өзгөчө кылып сүрөттөйт – Мадина алар менен качандыр бир кезде бейиште көрүшөм деп ишенет.

«БАШКА ЖАККА КӨЧҮРӨ АЛБАЙБЫЗ»

Бүгүнкү күндө Дачи-СУ айылында 861 адам жашайт. Ар бир үй-бүлө дайыма каргашаны элестетип турган бул жерден кетүүнү каалашат. Бирок, Чүй облусунун губернатору Бактыбек Кудайбергенов бул айылдын жашоочуларына жаңы үй таап көчүрүп кетүүгө бийликтин мүмкүнчүлүгү жоктугун айтат. Облуста жабыр тарткандарга таратып берүүгө жерлер бар. Бирок алар агрардык максаттарга пайдаланылат, аларга турак-жай салганга болбойт. Бул жерлерди айдоо жеринен турак-жай салчу жерге өткөрүү чечимин Жогорку Кеңеш бекитиши керек. Мындан тышкары, бийлик өкүлдөрүнүн айтымында, жер маселеси чечилген күндө да адамдарды көчүрүп барып, инфраструктурасын түзүп берүүгө мамлекет үчүн убакыт талап кылынат. Кудайбергеновдун айтымында, түрк тарап менен мамлекет жөлөк пул маселеси боюнча сүйлөшүүлөрдү жүргүзүүдө. Жыйынтыгы тууралуу азырынча маалымат жок. Ошондой эле, кайрымдуу адамдар тарабынан чогултулган 96 миллион сом дагы деле Өзгөчө кырдаалдар министрлигинин эсебинде турат. Бул акчаларды бөлүштүрүүгө эч ким шашылбайт. «Акчалар ӨКМдин эсебинде турат, калк чогулткан акчанын бир сому да коротулган жок» – дейт губернатор. Жергиликтүү бийлик өкүлдөрү билдиргендей, акчаны бөлүштүрүү менен учак кулашынан каза болгондордун жакындарынан түзүлгөн комиссия алектенүүдө. Ново-Павловка айыл өкмөтүнүн башчысы Улан Садалиев, 24-мартка чейин ким кандай материалдык жардам алаарын комиссия такташы керек деп билдирди. Бирок бийликтегилер бул мөөнөттү бир нече жолу жылдырышкан. Буга чейин Сокулук районунун акими Болот Саткеев Kloop.kg´ге берген интервьюсунда каражаттарды бөлүштүрүү маселеси 13-мартка чейин чечилет деп билдирген. Комиссия акчаны кантип бөлүштүрүүнү чечкенче, «Дизель» интернет-форумунун колдонуучулары жабыр тарткандарга чогулган миллион сомун таркатышты. Акчанын көп бөлүгүн алар биринчи кезекте каза болгондордун жакындарына, андан кийин калган жабырлануучуларга таркатышты.

«БУЛ ЖЕРДИН КЕЛЕЧЕГИ ЖОК»

Дачи-СУ айылынын жашоочулары өз келечектерин көрө алышпайт.

Айыл жашоочусу Мирлан Токоев аэропорттун жанында жашаган коркунучтуу болуп калгандыктан бул жерде эч ким үйүн сата албайт деп даттанууда. «Бул үйлөрдү биз сатып алганбыз. Эми болсо кайра сата албайбыз. Азыр бул жерге самолёт кулашы мүмкүн экенин баары билишет» – дейт ал. Мирлан самолёт кулагандан бери балдары дагы деле эсине келе албай жатканын айтат. Алар көчөдө чогуу ойногон каза болгон досторун эстеп, түнкүсүн коркуп ойгонуп, ар бир самолётту үнү угулбай калганча узатып көнүп калышкан. «Мамлекеттен эч кандай жардам болгон жок. Адамдар шифер алып келишиптир, бирок мен алган жокмун, анткени бул жерде жашагым келбейт. Абдан коркунучтуу болуп калды. Келечек жок» – дейт ал. Гүлбарчын Момукеева көчүп кетүүнү күтүп жаткан үй-бүлөлөрдүн бири. Каргаша убагында анын үйү толук талкаланган, бийлик анын үй-бүлөсү үчүн жашап турганга Бишкектен турак берген. Бирок бул убактылуу гана берилген турак, Гүлбарчын бийлик тарабынан жеке турак сатып алганга каражат берилет деп үмүттөнөт. Гүлбарчын күйөөсү, кайненеси жана үч баласы менен жашаган алардын үйүн кулаган учак толук талкалап кеткен. Ал күн тууралуу сөз кылганда эле коңшуларын эстейт. Көз жашын тыюуга мүмкүн эмес. (...)

«БИШКЕК: БАК БАСЫП КАЛГАН ЖИП УНААСЫНЫН АЙДООЧУСУ МЭРИЯДАН КОМПЕНСАЦИЯ ТАЛАП КЫЛАТ»

Булагы: **Kloop.kg,**
Чыгуу убактысы: **30-май, 2017-ж.**

29-майда катуу шамал шаар боюнча 16 бакты кулаткан. Теректердин бири Жеңиш аянтынын жанында Султан Ибраимов атындагы көчөдө токтоп турган «Лексус GX 470» унаасынын үстүнө түшкөн.

Унаанын ээси Элдиярдын айтымында, анын үй-бүлөсү өчпөс оттун жанында сейилдеп жүргөн. «Мен унааны Өчпөс оттун жанына таштап, балдарды алып келейин деп беш мүнөткө басып кеткем. Кокусунан шамал башталды да, чоң бак менин унаамдын үстүнө кулап түштү. Эми аны кайра жасаганга болбой калды», — дейт Эльдияр.

Унаанын ээси мэрияга компенсация төлөтүп алуу үчүн кайрылаарын билдирди. «Зеленстрой» муниципалдык ишканасынын башкы агроному Эльнура Джолдошева Kloop.kg`ге берген интервьюсунда, компенсация төлөө маселесин сот гана чечээрин билдирди.

«Биз акт түздүк, процедура боюнча бул акт сотко берилет. Соттун чечими менен компенсация маселеси аныкталат. Бул биздин компетенциябыздагы маселе эмес», — дейт ал.

Кайгуул милиция башкармалыгынын маалымат катчысы Таалай Бугубаев Kloop.kg`ге, шаарда унаа токтотуу жол эрежелери менен тескелет деп билдирди. «Айдоочу жол белгилерин карашы керек болчу, эгер унаа коюуга уруксат белгиси турса, ал жерге токтотсо болот, эгер жок болсо, ал жерге унаа койгонго болбойт», — деди Бугубаев.

Бирок, «Лексустун» ээси аялдамадан кийин эле унаасын калтырып кеткен, ал жерде унаа токтотууга болот деген белги коюлган эмес.

(Google-maps сайтына шилтеме, бул жерде ар бир адам белги коюлганын карап алса болот)

«ТЫЮУ САЛЫНГАН БҮТҮРҮҮ КЕЧЕЛЕРИ»

Булагы: КТРК
Чыгуу убактысы: 23 май, 2016-жыл

Студиядагы дикторлор:
Бул жылы акыркы коңгуроо 27-майда кагылат, демек жакында бүтүрүү кечелери. Бирок, мындай иш-чараларга Билим берүү министрлиги тарабынан беш жылдан берүү тыюу салынып келет.

Сюжет

Кадр артындагы текст:
Ательелерде кече көйнөктөрүн тигип, бутиктерде костюмдар менен смокингдерди кий-ип чактап жаткан мезгил. Кымбат авто, лимузиндер, кафе-ресторандар дээрлик жарым жыл мурда брондолгон. Бүтүрүүчүлөр көптөн күткөн мектепти аяктоо салтанатын май-рамдоого даярдык көрүп жатышат.

Бишкек шаардык билим берүү башкармалыгын жетекчиси Сауле Мейрманованын интервьюсу.
Ооба, ата-энелер айтып жатышат «Биз сентябрда эле ресторанга заказ берип койгонб-уз. Анан кантип бизге тыюу саласыңар» деп.

«ТЫЮУ САЛЫНГАН БҮТҮРҮҮ КЕЧЕЛЕРИ»

Кадр артындагы текст:

Бирок, бүтүрүү кечелерин өткөрүүгө билим берүү министрлиги беш жыл мурда эле тыюу салган. Бирок ага көңүл бурулбай келет. Ата-энелер да, бүтүрүүчүлөр да бүтүрүү кечесиз калгылары келишпейт. Мугалимдерге айтпай акча чогултулат.

Бишкек ГУВДнын жашы жете электер боюнча инспекциясынын жетекчиси Жамиля Токомбаеванын интервьюсу: « Бул фактыга токтолуп кетким келет. Ата-энелер убакыт бөлүп, балдары менен балдары менен сүйлөшсө жакшы болмок».

Кадр артындагы текст:
Айрымдар мектеп имаратында майрамдашат, бул учурда жоокерчиликти мектеп жетекчилиги алат. Кээ биреөлөр ресторандарда же тоого чыгып кетишет, бул учурда ата-энелер менен бүтүрүүчүлөрдүн өзүлөрүнөн башка жоопкерчиликти эч ким албайт. Ал ортодо кайгуул милиция башкармалыгы айдоочуларга сак болууну эскертип, бүтүрүүчүлөргө болсо жаңы мыйзамды сактоого чакырышат, ага ылайык унаанын терезесинен же төбөсүнөн башты чыгарууга тыюу салынат.

Бишкек кайгуул милициясынын башчысынын орун басары Эрлан Атантаевдин интервьюсу: «Автоээнбаштык» мыйзамы күчүнө кирди, ага ылайык 5 машинадан ашык колонна менен жүрүүгө болбойт жана унаанын терезесинен же төбөсүнөн башты чыгарууга тыюу салынат. Бул аракеттерге 3-5 миңге чейин айып салынат.

Кадр артындагы текст

Үйлөнүү үлпөтүбү же бүтүрүүчүлөр кортежиби, колонна менен жүрүүгө тыюу салынат. Жол кайгуул департаментинин кызматкерлери жана Бишкектин 500дөй милиция кызматкерлери күчөтүлгөн режимге өтүштү. Мындай отуруштар укук коргоо кызматкерлери менен болгон жаңжал же үрөй учурган жол кырсыгы менен аяктаган учурлар бар. Өткөн жылы Жалал-Абад облусунда мектепти бүтүрүүнү майрамдоо учурунда жол кырсыгынын айынан 6 бүтүрүүчү ооруканага жаткырылып, 2 өспүрүм жана оператор мерт болгон, минивэндин салонунда 9 адам болгон.

«ОШ: БҮТҮРҮҮ КЕЧЕЛЕРИ ТЫЮУ АЛДЫНДА»

Булагы: КТРК
Чыгуу убактысы: 25-май, 2015-жыл

Студиядагы диктор: Аз убакыттан кийин мектептерде акыркы коңгуроо жаңырат. Жогорку класстын окуучулары мектеп менен коштошот. Мурда айтылгандай, январь айындагы төрт күндүк каникулдун эсебинен акыркы коңгуроо 29-майга жылдырылган. Бул майрамга бүтүрүүчүлөр жигердүү даярданууда. Бирок, автоунаалар менен кыдыруу, кафе-ресторандарда майрамдоого тыюу салынган. Бүтүрүүчүлөр мыйзам бузбашы үчүн кандай иш чаралар көрүлүп жатканы туурасында Динар Мамекованын материалында.

Кадр артындагы текст
Быйыл буга чейинки жылдар сыяктуу эле, акыркы коңгуроону дүңгүрөтө майрамдоо, бүтүрүү баллын өткөрүүгө тыюу салынган. 29-майда мектептерде салтанаттуу жыйын өтөт, бүтүрүүчү кечеси да мектепте өтүп, аттестаттарды тапшыруу бир саатка жетпеген убакытка созулат. Ошону менен тарашат. Бүтүрүүчүлөр бул жаңылыкты ар кандай кабыл алышты.

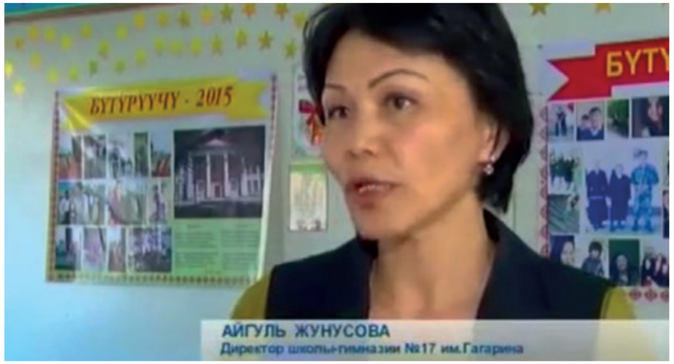
Дастан Нурлан уулунун интервьюсу, бүтүрүүчү: Биздин эсибизде, мурда бүтүрүүчүлөр бул майрамды аябай сонун белгилешчү, таңды тосушчу. Бизди эсибизде түбөлүккө сакталып кылышы үчүн биз да чоң майрам кылгыбыз келет. Эмне бизге тыюу салып жатышат?

Каныкей Каныбек кызынын интервьюсу, бүтүрүүчү: Мен мындай нормаларды туура деп эсептейм, анткени чоңдор биздин коопсуздугубуз туурасында ойлоп жатат, экинчиден бул чоң чыгымдарга алып келет.

«ОШ: БҮТҮРҮҮ КЕЧЕЛЕРИ ТЫЮУ АЛДЫНДА»

Кадр артындагы текст
Ош шаардык билим берүү башкармалыгы мугалимдер жана ата-энелер менен сүйлөшүүлөрдү жүргүзүп жатышат.

Ош шаардык билим берүү башкармалыгынын адиси Абдыкалык Акжоловдун интервьюсу
Ар бир мектепте салтанаттуу жыйын саат 9да башталат жана 10до бүтөт. Эгер мектептер билим берүү башкармалыгынын милдеттендирмесин аткарбаса мектеп директорун жумуштан алууга чейинки маселе көтөрүлөт.



Гагарин атындагы № 17 мектеп-гимназиянын директору Айгул Жунусованын интервьюсу.
Мэрия биздин баарыбызды, ата-энелерди чогултуп, алар да бул буйрук туурасында укту. Ошондуктан, биз тараптан тартип бузуулар болбойт деп үмүттөнөм.

Кадр артындагы текст
Коопсуздукка укук коргоо органдары көз салышууда. Бул күнү маселе жаралбашы үчүн алар ресторан-кафелердин ээлери жана унаа кортеж ээлери менен сүйлөшүүлөрдү жүргүзүшкөн.

Ош шаарынын жана Ош облусунун УВДсынын маалымат-катчысы Жениш Ашырбаевдин интервьюсу: «Эгер алар мыйзам бузса, биз айып салабыз. Чынында быйыл өткөн жылга караганда баары катаалыраак».

Кадр артындагы текст

Мындан тышкары, майрам күндөрү укук коргоо кызматкерлери күзөтүшөт. Эки миңден ашууну милиция кызматкерлери жана үч миңден ашууну ошуундар тартылган. Аксакалдар кеңеши менен аялдар комитети да тартылмакчы.

САБАК № 7

Медиа сабак

ТЕМА:

«МЕНИН ИНТЕРНЕТТЕГИ МҮМКҮНЧҮЛҮКТӨРҮМ»

МЕНИН ИНТЕРНЕТТЕГИ МҮМКҮНЧҮЛҮКТӨРҮМ

Сабактын максаты: жаңы медиадагы маалыматтарды сын көз менен баалоо жөндөмүн калыптандырууга өбөлгө болуу жана глобалдык Интернет тармагын пайдалануунун пайдалуу билимдерин өздөштүрүү.

Милдеттер:

- Адамдын маданиятынын калыптанышында жана анын жалпы ишмердүүлүгүндө Интернеттин ролунун өсүп бара жатышын таануу. Интернеттин адамга болгон таасиринин оң жана терс жактарын аныктоо.
- Коомго болгон маалыматтын таасирине байланыштуу маселелерди аныктоо.
- Глобалдык Интернет тармагындагы болгон мүмкүнчүлүктөрдүн болушунча максималдуу спектрин элестетүү.
- Интернеттеги маалыматты колдонуу процессинде сын көз менен ой жүгүртүү жөндөмүн өнүктүрүү.
- Эл алдында сөз сүйлөө жөндөмүн өстүрүү.
- Өз алдынча ой жүгүртүү жана өз ынанымдарына жоопкерчиликти болууга тарбиялоо, технологиялык жаңычылыктарды өздөштүрүү адатын калыптандыруу.

Сабактын жабдылышы: Мультимедиа проектору

Сабактын тиби: Мурда алган билимдерди системалаштыруу жана жаңы материалды изилдөө.
Негизги түшүнүктө: «Интернет» жана «жаңы медиа», сын көз менен ой жүгүртүү ,маалымат, социалдык тармактар, мессэнджерлер.

Сабактын жүрүшү
1.Уюштуруу учуру. Саламдашуу. Класста кызматташуу маанайын түзүү.
Мугалимдин кириш сөзү. Теманы, сабактын максаттарын түшүндүрүү.
2. Жаңы материалды изилдөө

Сабактын планы
- Заманбап дүйнөдө Интернеттин жана маалымат технологияларынын орду;
- Заманбап адамдын жашоосундагы Интернеттин ролу жана функциясы;
- «Жаңы медиа» жана «жарандык журналистика» түшүнүктөрү.

Уюштуруу учуру. Саламдашуу. Класста кызматташуу маанайын түзүү.

Мугалимдин кириш сөзү. Теманы, сабактын максаттарын түшүндүрүү.

Жаңы материалды изилдөө.

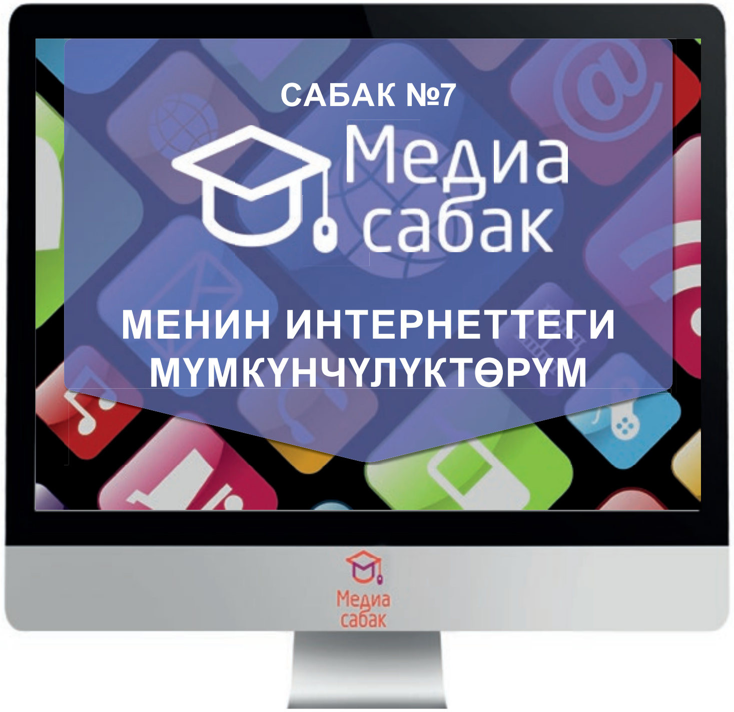
Сабактын планы
- Заманбап дүйнөдө Интернеттин жана маалымат технологияларынын орду;
- Заманбап адамдын жашоосундагы Интернеттин ролу жана функциясы;
- «Жаңы медиа» жана «жарандык журналистика» түшүнүктөрү.

Сабактын жүрүшү
1.Уюштуруу учуру. Теманы жарыялоо.

Мугалим окуучулардан мурдагы сабакта эмне өтүлгөнүн сурайт. Мугалим бул сабакта окуучулардын Интернет туурасындагы билимдери текшериле турганын билдирет: окуучулар онлайн-ресурстарды канчалык мыкты деңгээлде билишет. Бул максатты төмөнкү көнүгүү жасалат.

Мугалим бул сабакта окуучулардын Интернет туурасындагы билимдери текшериле турганын билдирет: окуучулар онлайн-ресурстарды канчалык мыкты деңгээлде билишет. Бул максатты төмөнкү көнүгүү жасалат.

СЛАЙД № 1



№1-КӨНҮГҮҮ. «ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСТАР»

5 мүнөт

1-КАДАМ. Окуучуларды 3 топко бөлүү.

2-КАДАМ. Ар бир топ окшош тапшырмалар жазылган карточкаларды алышат.

ТАПШЫРМА: Интернет ресурстарды белгилеринен аныктагыла. Алар кандай аталышат? Андан соң интернет-ресурсуна тиешелүү аныктамаларды тандагыла.

1. ________

2. ________

3. ________

4. ________

5. ________

6. ________

7. ________

8. ________

9. ________

А.Көңүл ачуучу социалдык тармак – достор менен сүйлөшүү, фото жана видео, фильмдер жана сериалдар, музыка, оюндар, кызыкчылыктар боюнча топтор. Кыргызстандагы популярдуу социалдык тармактардын бири. Социалдык тармак Mail.Ru Group`ка тиешелүү. Сайтка кирүүлөрдүн саны — бир суткада 70 миллиондон ашуун.

Б. Бул тиркеме смартфон колдонуучуларына көз ирмемде билдирүүлөр (фото, видео) менен алмашууга мүмкүнчүлүк берет. Бул ресурстун аталышы «Эмне болуп жатат?» деген фразага окшош.

В. Эгер бул ресурс голиввуддук кинокомпания болгондо, аларда ар бир жума сайын 60 000 жаңы фильм чыгарып турганга материалдары жетиштүү болмок. Бул ресурстагы бардык роликтерди көрүп бүткөнгө 1700 жыл керек. Бул Интернет-ресурс – популярдуу видеохостинг, б.а. видео жайгаштырууга болот. Бул кирүүлөрдүн саны боюнча дүйнө жүзүндө экинчи орунда турган сайт. Ал колдонуучуларга видеону сактоо, жеткирүү, көрсөтүү жана монетизация кызматын көрсөтөт (б.а. видеонун көп көрүлгөнүнөн акча табуу).

Г. Бул ресурста колдонуучулар күнүгө 6 миллиард «лайк» жана комментарийлерди калтырышат, 300 миллион сүрөт жүктөшөт. 2011-жылы февралда «Google» компаниясынын Жакынкы Чыгыш боюнча маркетинг менеджери ВаэльГоним Египетте революция ушул социалдык тармакта башталган деп билдирген.

Бүгүнкү күндө бул ресурс — дүйнөдөгү эң ири социалдык тармак болуп саналат.

Д. Бул жерде бир гана чарчы формат эмес, альбом, портрет түрүндөгү форматты дагы колдонсо болот. Бул сүрөт де видео алмашууну эң тез кызматы.

Е. Кыргызстандагы популярдуу сайттардын бири – акысыз видео көрүп, музыка укса болот. KG бөлүгүндө кыргыз тилиндеги музыка, клип жана фильмдер бар.

Ж. Интернеттеги эң ири издөө системасы. Популярдуулугу боюнча биринчи орунда турат (77,05 %),бир айда 41 млрд 345 млн суроо-талапты канааттандырат. Бардык форматтагы документтерди издөөгө болот.

З. Веб интерфейстин жардамы менен ачык түрдө пикир алмашуу үчүн социалдык тармак, SMS же башка программалары бардык курактагы колдонуучулар үчүн. Бул тармактын белгиси омурткалуулар классына кирген жаныбарга окшош.

И. 2002-жылы бул ресурстун кыргызча бөлүгү пайда болгон. Бирок ал 2012-жылы гана активдүү пайдаланыла баштады. Бул ресурста интернеттин дээрлик бардык колдонуучулары маалымат алышат жана каалаган адам ал маалыматтардын автору боло алышат. Бул жалпыга жеткиликтүү, көп тилдүү, универсалдуу, эркин контенттүү интернет-энциклопедия.

Туура жооп.

1-В YouTube, 2-Г Facebook, 3-А Одноклассники, 4-Б WhatsApp, 5-Е Namba, 6-Ж Google, 7-Д Instagram, 8-И Википедия, 9-З Twitter.

№2-КӨНҮГҮҮ.
ВИДЕО – РОЛИК КӨРҮҮ

5 мүнөт

1-КАДАМ. «Социалдыкмедиа тармактагы революция» видеороликин көрсөтүү

2-КАДАМ. «Интернет бүгүн мага кандай жардам берүүдө?»деген темада видеону окуучулар менен талкуулоо.

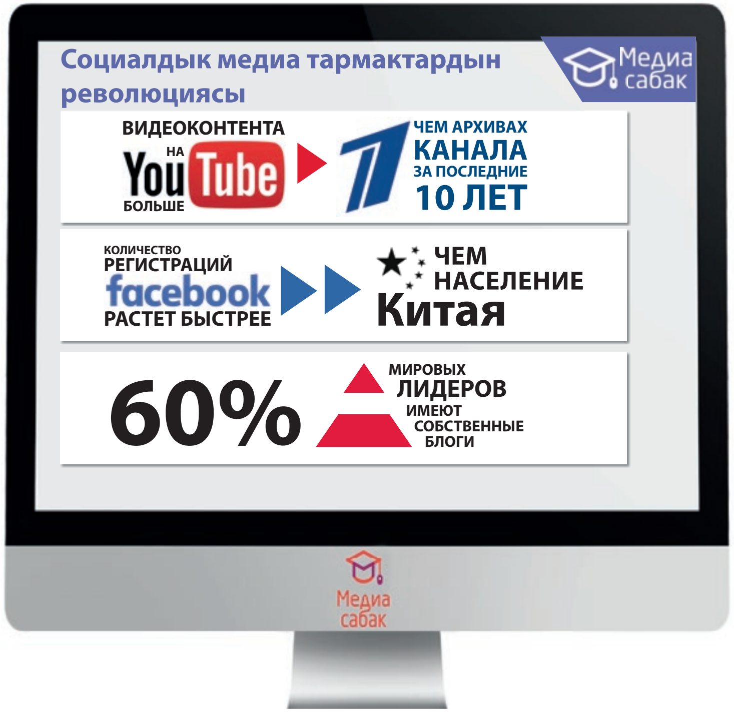
3-КАДАМ. Мугалимдин толуктоосу:

Заманбап адам өзүн жаңы технологияларсыз элестете албайт: Интернет, мобилдик байланыш, техникалык мүнөздөмөсү жагынан компьютерден калышпаган телефондор. Ал эми Интернет биздин жашообузга өтө тез сүңгүп кирип, телевизор, радио, магнитофон жана башка сактоо жана жөнөтүү каражаттарынын ордун алмаштырды.

Бүгүн глобалдык тармактын жардамы менен адамдар билим алышат, бизнес-иштерин жүргүзүшөт, өз кызыкчылыктарына жараша клубдарды түзүшөт, көз ирмемде маалымат менен алмаша алышат, алыста туруп башка өлкөнүн компаниясында иштей алышат, бирок ушул эле убакта эл аралык шылуундардын да объектисине айланышат.

Интернет өзүнүн технологиялык өзгөчөлүктөрү жана уникалдуулугу менен маалымат сактоо жана таратуунун дүйнөдөгү эң популярдуу жайына айланды. Ал 4 жылдын ичинде 50 000 000 адамдан турган аудиторияны чогулта алды, радио буга 38 жыл, ал эми телевидение 13 жыл короткон. Окумуштуу-генетиктер заманбап балдардагы «электрондук ген» туурасында олуттуу сөз кыла башташты: санариптик реалдуулук – алардын жашоосунун ажырагыс бөлүгү, баарлашууну виртуалдаштыруу алар үчүн кадыресе нерсе. Бүгүнкү күндө ой жүгүртүү – бул маалыматты кантип жана кайдан табуу керектигин билүү жөндөмү дегенди түшүндүрүп калды.

СЛАЙД № 2



№3-КӨНҮГҮҮ. «АДАМДАРДЫН ЖҮРҮМ-ТУРУМУ»

5 мүнөт

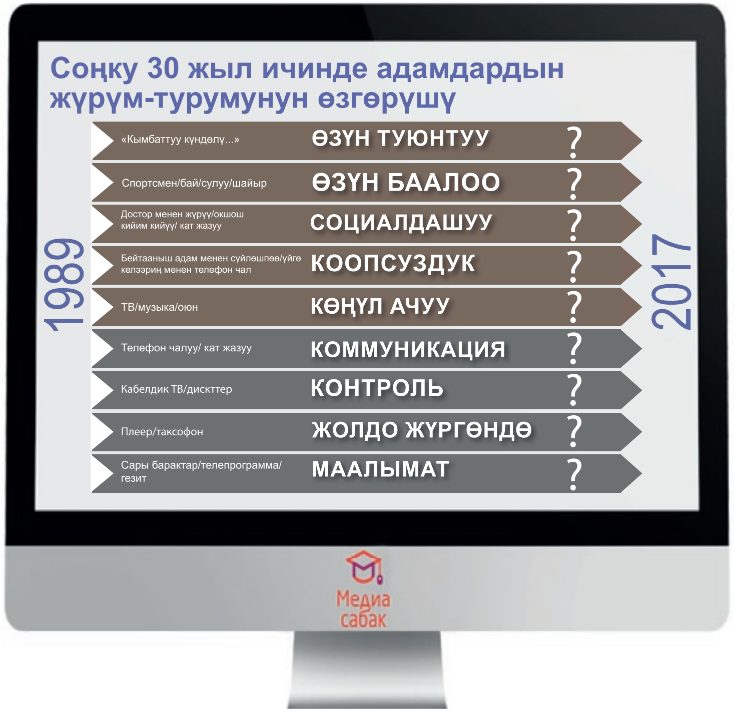
1-КАДАМ. Окуучуларды үчкө бөлгүлө
2-КАДАМ. Ар бир тарапка тапшырма берилет

Тапшырма:
«Соңку 10 жыл ичинде адамдардын жүрүм-турум кандай өзгөрдү?» Сүрөттү чоң экранга чыгарып көрсөтүүгө болот.

Соңку 20 жыл ичинде адамдардын жүрүм-турумунун өзгөрүшү

1989		2017
«Кымбаттуу күндөлүк...»	ӨЗҮН ТУЮНТУУ	?
Спортсмен/бай/сулуу/шайыр	ӨЗҮН БААЛОО	?
Достор менен жүрүү/окшош кийим кийүү/ кат жазуу	СОЦИАЛДАШУУ	?
Бейтааныш адам менен сүйлөшпөө/үйгө келээриң менен телефон чал	КООПСУЗДУК	?
ТВ/музыка/оюн	КӨҢҮЛ АЧУУ	?
Телефон чалуу/ кат жазуу	КОММУНИКАЦИЯ	?
Кабелдик ТВ/дисктер	КОНТРОЛЬ	?
Плеер/таксофон	ЖОЛДО ЖҮРГӨНДӨ	?
Сары барактар/телепрограмма/ гезит	МААЛЫМАТ	?

СЛАЙД № 3



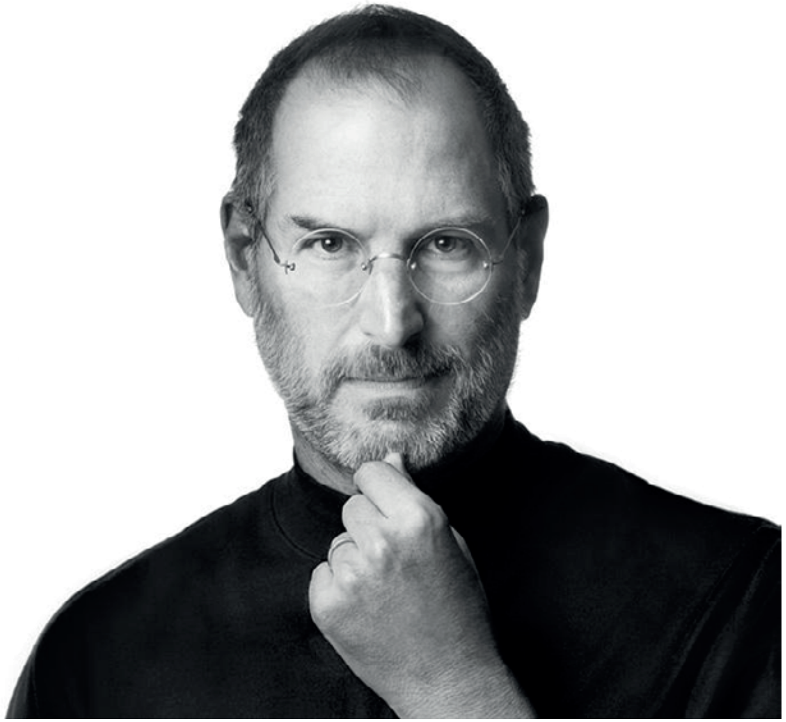
Туура жоопторду текшерүү «туура жооптор»

1989		2017
«Кымбаттуу күндөлү...»	**ӨЗҮН ТУЮНТУУ**	Блогдор/подкасттар
Спортсмен/бай/сулуу/шайыр	**ӨЗҮН БААЛОО**	Онлайн-бирикмелер жана оюндар / «Достор»
Достор менен жүрүү/окшош кийим кийүү/ кат жазуу	**СОЦИАЛДАШУУ**	Электрондук почта, заматта келген кат, /уюлдук телефон
Бейтааныш адам менен сүйлөшпөө/үйгө келээриң менен телефон чал	**КООПСУЗДУК**	уюлдук телефон
ТВ/музыка/оюн	**КӨҢҮЛ АЧУУ**	HDTV/iPod/видео-оюндар/ интернет
Телефон чалуу/ кат жазуу	**КОММУНИКАЦИЯ**	Электрондук почта/Твиттер Социалдык тармактар
Кабелдик ТВ/дисктер	**КОНТРОЛЬ**	Санарип видео-жаздыруу/ санарип контентти жүктөө
Плеер/таксофон	**ЖОЛДО ЖҮРГӨНДӨ**	iPod/уюлдук телефон/ смартфон
Сары барактар/телепрограмма/ гезит	**МААЛЫМАТ**	Издөө/санарип кабельдик ТВ/ интернет

№4-КӨНҮГҮҮ. «ИШКЕ АШКАН КЫЯЛДАР»

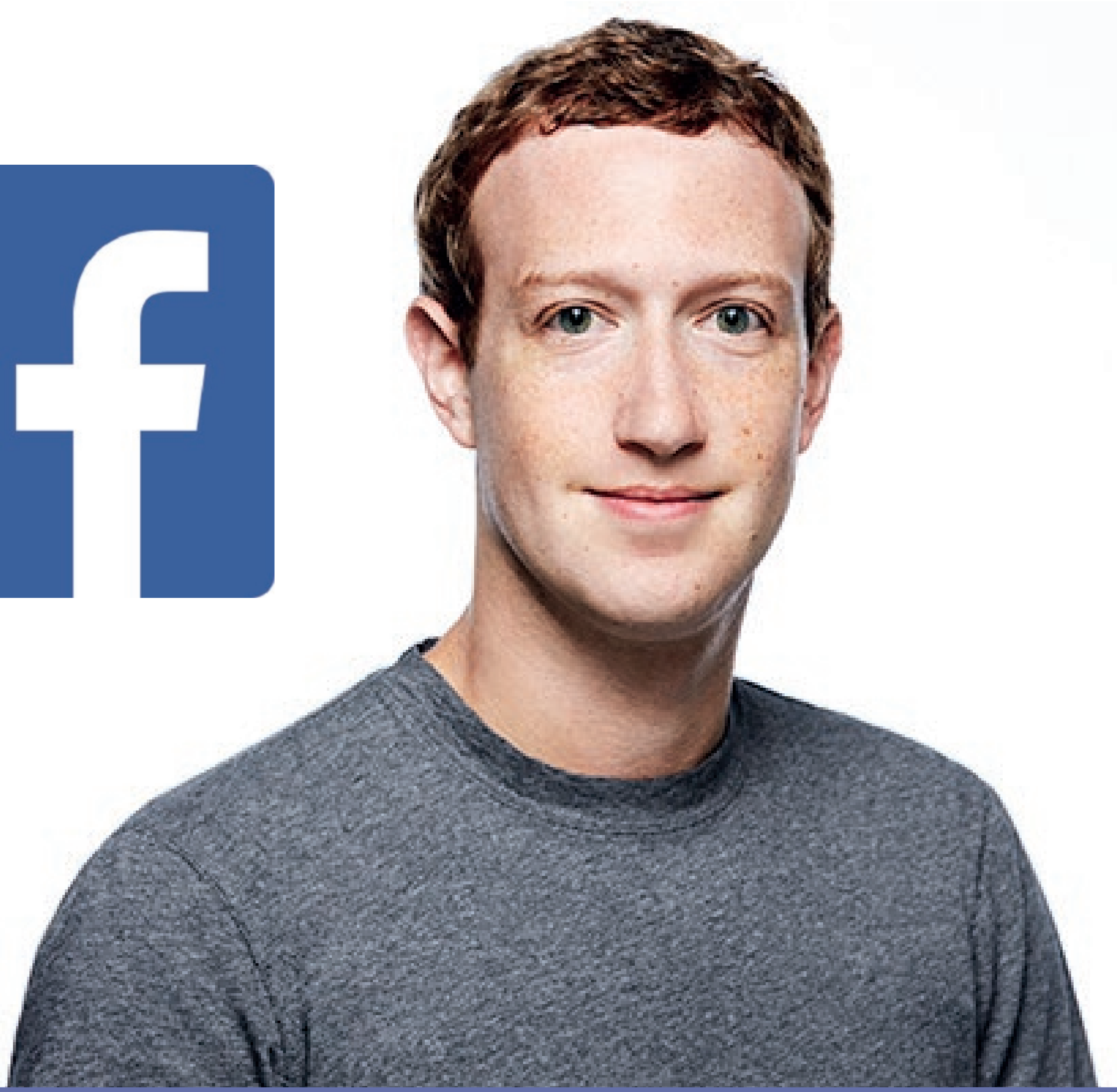
Мугалим кезек менен слайддарды көрсөтөт жана «Бул ким?», жана «Интернет ага атактуу болууга кантип жардам берди?» деген суроолорду берет.

Мугалимдин толуктоосу: Интернеттин пайда болушу менен дүйнөдө Стив Джобс жана Марк Цукерберг сыяктуу генийлер жаралды. Биринчи генийдин кыялы ар бир адамга үйүндө жеке компьютерге ээ болууга мүмкүнчүлүк берди. Бүгүнкү күндө ар бир адам Стив Жобс негиздеген Apple компаниясынын техникасына ээ болууну кыялданышат. Ал бакма бала болгон, бирок өз идеясына жана максатына жетүүгө жан дилин берген.



СЛАЙД № 4

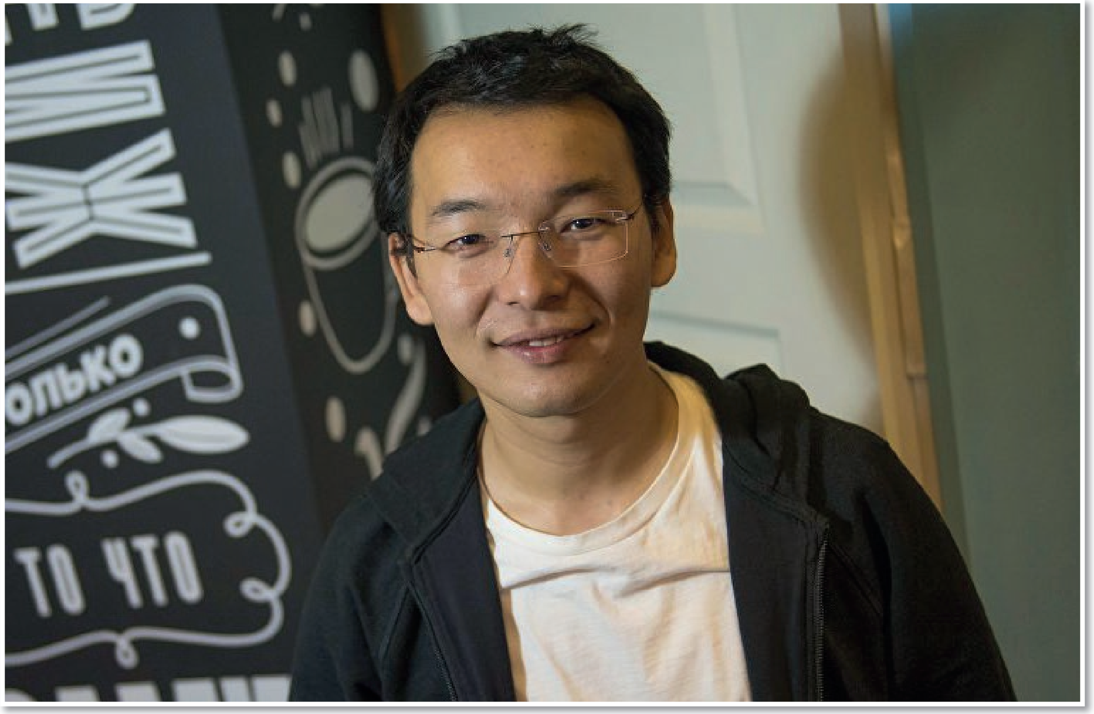
Марк Цукерберг студент мезгилинде жолдоштору менен бирге студенттер үчүн социалдык тармак ойлоп тапкан, бүгүн бул тармак дүйнө боюнча миллиндогон адамдардын башын кошту жана мунун менен ал дүйнөдөгү эң бай адамдардын катарына кирди.



СЛАЙД № 5

Биздин мекендештерибиздин арасында да кызыктуу ийгилик таржымалдары бар. Мисалы Тилек Мамутов Google компаниясынын кызматкери болууну кыялданып келген, бүгүнкү күнү ал адамзат үчүн чоң ачылыш болгон жашыруун долбоорлорду иштеп чыгуучу X Lab лабораториясында иштейт.

Google



СЛАЙД № 6

Студент Элдана Сатыбалдиева өзүнүн тамашалуу роликтери менен Инстаграммда жарым миллиондон ашуун аудиторияны чогултуп, Казакстан жана Россияда популярдуулукка ээ болду.

СЛАЙД № 7

Instagram

Өткөн жылы бүт дүйнө жүзү афган өспүрүмүнүн кыялы кандайча ишке ашканына күбө болушту. Анын желим баштыктан жасалган Месси деген жазуусу бар футболдук формасы менен түшкөн сүрөтү Интерентте кеңири тараган. Бир жылдан кийин атактуу футболист аны менен жолугушту.

СЛАЙД № 8

№ 5-КӨНҮГҮҮ. «МЕН ЭМНЕНИ КААЛАЙМ?»

10 мүнөт

Милдеттер: Интернеттин мүмкүнчүлүктөрүн ар бир бала менен байланыштыруу.
1-Кадам. Окуучулардын жекече иштөөсү.
Мугалим окуучуларга тапшырма берет «Өз кыялыңар туурасында ойлонуп көрүп, аны бир-эки сүйлөм менен атагыла. Аны кагазга жазгыла. Убакыт 1 мин.».
2-Кадам. Өз кыялыңарды ишке ашырууда интернетти пайдалануунун 5 жолун жазгыла. (1-2 мин.)
(Мугалим үчүн маалымат: Мисалы: мен чет тилин өздөштүрүүдө скайп аркылуу сүйлөшүү үчүн маектеш таба алам; сайттан жакшы жумуш таба алам; мен дүйнөлүк китепкана ресурстарын пайдалана алам ж.б.)
3-Кадам. Акыл калчаа.Мугалим бир катар идеяларды айтууну жана аларды доскага беш колонка кылып жазууну сунуштайт.
4-Кадам. Мугалим ар бир мамычанын алдына функциянын аталышын жазат (окуучулардын жоптору на жараша)

Маалыматтык функция	Эң чоң жана тез маалымат булагы
Маалымат жиберүү функциясы	Жеке жана ишкердик максаттагы виртуалдык коммуникациянын аянтчасы
Социалдык функция	кызыкчылыктар боюнча ири клуб
Билим берүүчү функция	Билим алуу үчүн гиганттык мейкиндик
Көңүл ачуучу функция	Өздүк реализация, көңүл ачуу, жеке маселелерди чечүү

«Интернет бүгүнкү күндө адамдын жашоосунда мына ушундай функцияларды аткарат».

5-Кадам. Окуучуларды беш топко бөлүп, ар бир топко бирден функция боюнча тапшырма берилет.
Тапшырма: функцияны чечмелеп жана аны пайдалануу боюнча болушунча көп мисал келтирлгиле.

- Интернет - Эң чоң жана тез маалымат булагы (Кайсы ММКнын Интернет сайты бар экенин атагыла).
- Интернет - Жеке жана ишкердик максаттагы виртуалдык коммуникациянын аянтчасы (email, мессэнджерлер - Скайп, ВотсАпп, Телеграм, Вайбер, социалдык тармактар).
- Интернет - кызыкчылыктар боюнча ири клуб (социалдык тармактардагы коомчулуктар, тематикалык форумдар жана порталдар).
- Интернет - Билим алуу үчүн гиганттык мейкиндик(онлайн-университеттер, курстар, окутуучу видеолор, энциклопедиялар).
- Интернет - Өздүк реализация, көңүл ачуу, жеке маселелерди чечүү (инстаграмм, блог, шаар карталары, такси ж.б.).

6-Кадам. Топтордун презентациисы

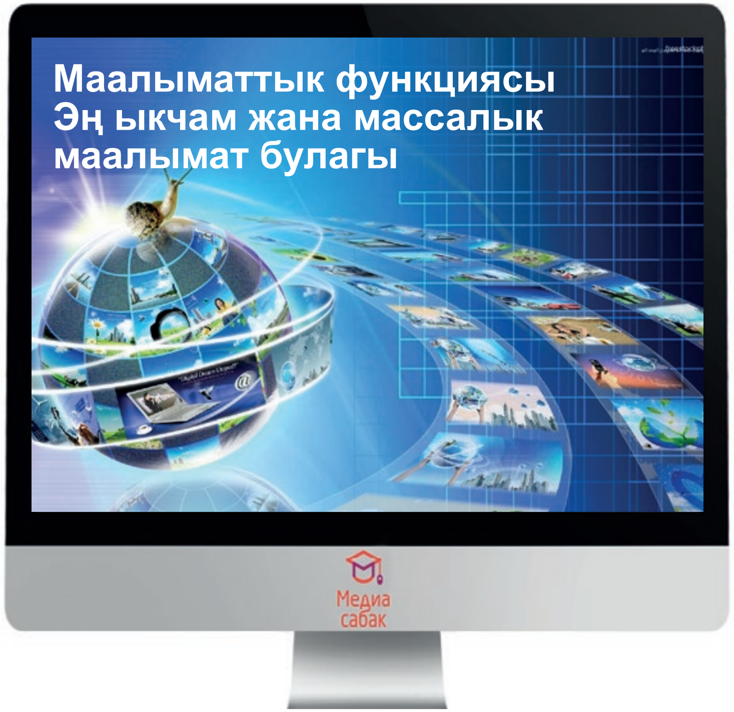
БҮТҮМ: Интернет –жеке, профессионалдык жана тиричилик маселелерин чечүүчү эң ыңгайлуу курал. Бул ошондой эле кошумча билим алуунун, чыгармачылык жактан өздүк реализациянын каражаты.

№ 6-КӨНҮГҮҮ. «ИНТЕРНЕТТИН МҮМКҮНЧҮЛҮКТӨРҮ»

5 мүнөт

1-Кадам. Мугалим слайддарды кезеги менен көрсөтөт. Текстти окууга же өз сөзү менен айтууга болот.

СЛАЙД № 9



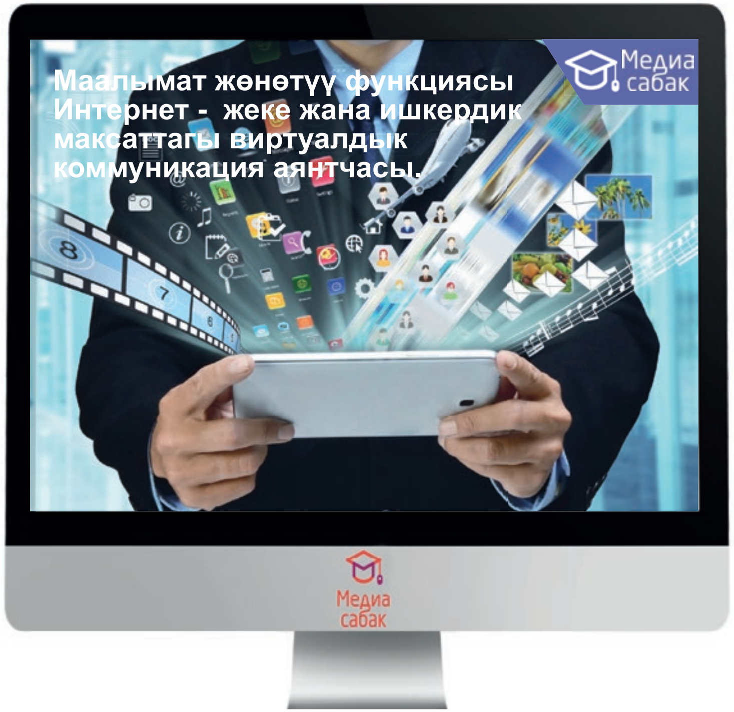
Интернет – эң чоң маалымат булагы:

Бир нече жыл мурда англис тилинде расмий түрдө «google» этиши пайда болгон, ал «Интернетте издөө» дегенди түшүндүрөт.

«Digital» стилинде ой жүгүртүү –бул азыркы жаштардын мээге өтө көп маалыматты топтобой, аны кайдан жана кантип издөөнү билүү жөндөмү. Адистер барган сайын «digital» стилинде ой жүгүртүү тууралуу көп сөз кыла башташты. Б.а. бардык булактардан келип жаткан маалыматтарды, расмий маалымат болобу же мессенджерлерден келген маалымат болобу, анализдөө жана системалаштыруу жөндөмү. Маалыматты издөө аракеттери натыйжалуу болушу үчүн эмнени сурап жатканыңды так жазуу керек жана булактын репутациясына катуу көңүл буруу керек.

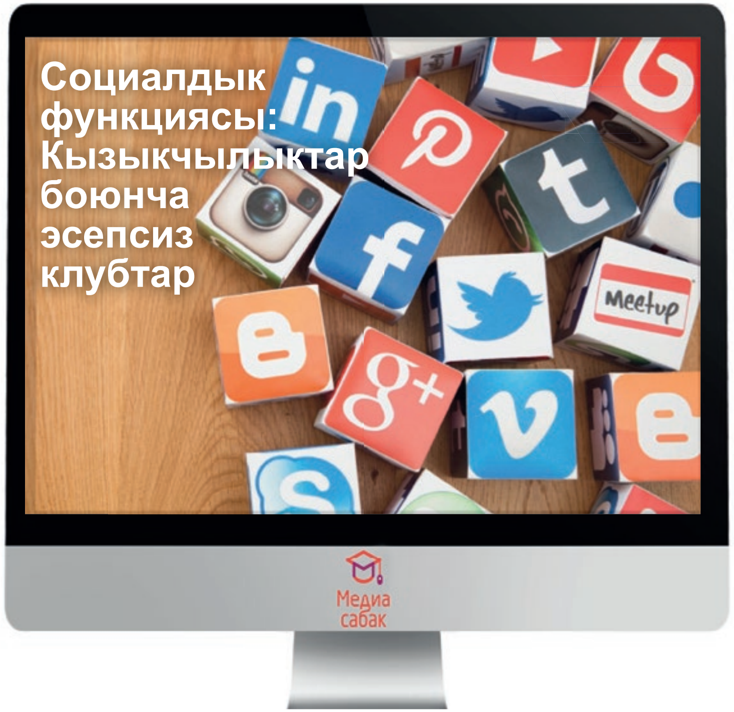
2000-жылдардын башында дүйнөдө медиареволюция орун алды: салттуу ММК (ТВ, радио, гезит, журнал) маалымат жеткирүүнүн тездиги жагынан Интернеттен артка кала баштады. Барган сайын көбүрөөк реклама, демек каржы булактары Интернет-долбоорлорго салына баштады.

СЛАЙД № 10



Бүгүнкү күндө ММК Интернетте да орун алууну каалашат, айрымдар болсо эски формасынан такыр баш тартып толугу менен тармакта иштөөгө өткөн. «Жаңы медиа». Расмий ММКлардын башка бүгүнкү күндө Интернетте толтура маалыматтык жана көңүл ачуучу материалдар бар, аларды колдонуучулар өзүлөрү жаратышат. Күнүгө тармактын колдонуучулары ар түрдүү окуяларга күбө болушат, заманбап телефондор сүрөт эле эмес видео тартканга да жарайт. Ошондуктан Интернетте азыр катардагы адамдар жараткан маалыматтын кеңири спектрин табууга болот.Санариптик форматтагы маалыматтын көз ирмемде миңдеген, миллиондогон адамдарга таркашы жана ар бир колдонуучунун маанилүү маалы-

СЛАЙД № 11



маттын булагы боло ала турган феномен «жаңы медиа» деп аталат. Муну түшүнүү менен КРдагы көптөгөн электрондук ММКлар өлкө жашоочулары жөнөтө турган жаңылыктарды топтогон бөлүмдөрүн ачып жана өнүктүрүп жатышат.
Мисалы төмөнкү ресурстар:

http://reporter.akipress.org/
http://zanoza.kg/?lable=15
http://knews.kg/report
http://www.vb.kg/?user_news&l=15

Салттуу ММКлар заманбап технологиялардын артта калбоо аракетинде. Мисалы азыр ар бир ТВ каналдын Кыргызстан жашоочулары видео форматында жаңылыктарды жөнөтө ала турган өзүнүн нормерлери бар. Эң актуалдуу видеолор эфирге чыгарылат. Бул сайттарда чагылдырылган маалыматтар көп учурларда жашоодогу чыныгы өзгөрүүлөргө алып келген учурлар арбын, мисалы туш келди таштанды таштоону, курулуш курууну токтотуу, кызмат адамдарын жазалоо ж.б.

Дискуссия: А силер жарандык жаңылыктар сайтына жөнөтүү керек болгон окуяларга күбө болдуңар беле? Ал туурасында айтып бергиле. Ал чынында көпчүлүккө жарыялоого татыктуубу?

Интернет - жеке жана ишкердик максаттагы виртуалдык коммуникация аянтчасы. 2015-жылы эле мобилдик операторлор мобилдик байланыш кирешелери төмөндөй баштаганын жана маалыматты Интернеттен пайдалануу көлөмүнүн өсүп жатканын айтып чыгышкан. Технологиялар акырындык менен биздин жеке жашообузга да, жумушубузга да кирди. Бүгүнкү күндө электрондук почта же Интернетсиз жашоосун элестеткендер аз. Тармактын заманбап мүмкүнчүлүктөрү бизге дүйнөнүн ар кайсы бурчундагы адамдар менен алардын кызматына, статусуна карабай эч кыйналбастан сүйлөшүүгө мүмкүнчүлүк берет.

Заманбап почта кызматтары кат жөнөтүү жана кабыл алуу менен гана чектелбестен, башка дагы толтура Интернетте иштөө функциялары менен камсыздайт. Мисалы, Gmail менен Yandex бизге көнүмүш болгон документтерди түзүүгө, сактоого жана редакциялоого жол берет - тексттер, таблицалар, презентациялар.

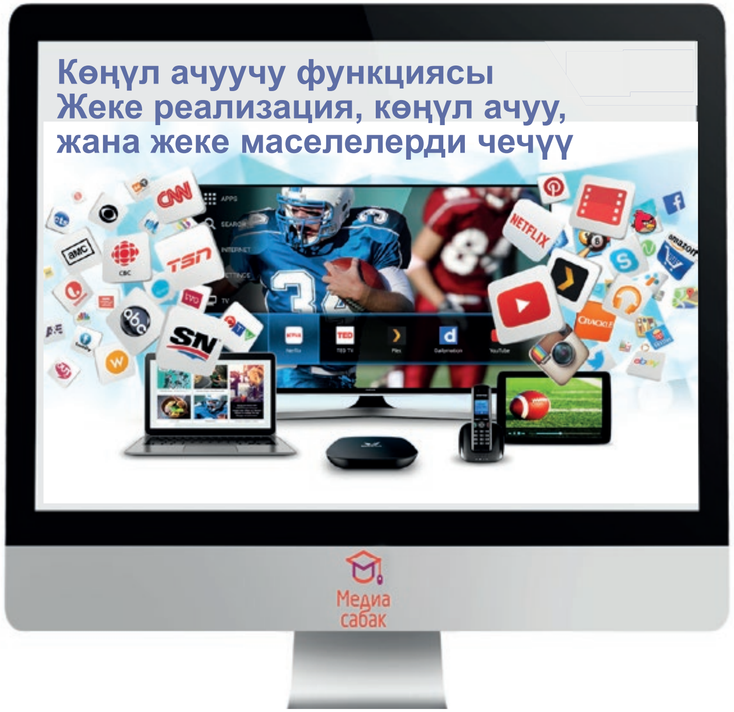
СЛАЙД № 12

МЕНИН ИНТЕРНЕТТЕГИ МҮМКҮНЧҮЛҮКТӨРҮМ

Чоң көлөмдөгү маалыматты жөнөтүү үчүн дисктер менен флешкаларды колдонуу барган сайын сейрек болуп барат. «Файл-алмашуу» деп аталган Интернет-сервистер чоң файлдарды, мисалы фото архив же видео жөнөтүүгө ыңгайлашкан. Кабыл алуучу дароо эле бул маалыматтарды көчүрүп ала алат. Ошондой эле, ишкердик коммуникацияда бир убакта көп адамдар менен сүйлөшүү кызматтары көп колдонулат. Алардын ичинен эң популярдуу сервистер Skype жана Zoom.

Интернеттин социалдык функциясы: Интернет, коомчулуктарды – тармактарды калыптандыруунун эң натыйжалуу жолу. Бул кызыкчылыктар боюнча клубдар, эксперттик коомчулуктар, фан-клубдар ж.б. Бул коомчулуктар жүздөгөн, миңдеген, кээде миллиондогон адамдардын башын бириктирет. Эч бир салттуу жол менен муну Интеренттегидей натыйжалуу кылып ишке ашырууга мүмкүн эмес болчу. Ошондуктан, кээде айтышат Интернет «тармактардын тармагы» деп. Учурда көптөгөн мектеп окуучуларынын бул мектепте окугандарды жана бүтүргөндөрдү чогулууга чакырган социалдык тармактарда баракчалары бар. Өз баракчаларында алар мектептеги жетишкендиктер жана жаңылыктар менен бөлүшүшөт..

СЛАЙД № 13



Бирок Тармакта сүйлөшүүнүн белгилүү бир эрежелерин билүү керек. «Социалдык тармактарда адам өзүн кандай алып жүрүүсү керек. 1-бөлүк» видео ролигин көрсөтүү.

Интернет билим алуу үчүн: https://ky.wikipedia.org/ - Кыргыз тилиндеги Википедия. Кыргыз тилиндеги эң чоң энциклопедия. Бүгүнкү күндө кыргызстандыктар тарабынан 65 000 статей жазылган. Бул ресурстун артыкчылыгы – ар бир колдонуучу жаңы макала кошо алгандыгында.

СЛАЙД № 14

Канчалык көбүрөөк фактыларга далилдер келтирилсе, ошончолук тезирээк макалаңыз жарык көрөт.
Ошондой эле белгилей кетүүчү нерсе, реферат жазуу үчүн же сабакка маалымат издөө үчүн окуучулар биринчи кезекте Википедиядагы маалыматка кайрылышат. Бул ачык энциклопедия жана андан материалдарды көчүрүүгө боло турганын түшүнүү абдан маанилүү. Бирок, маалыматтын булагына шилтеме кылбай коюу плагиат болуп саналат. Ар бир мугалим муну бат эле билип алат, болгону окуучулар тешкерүүгө берген эмгектеринин текстинин бир бөлүгүн «гуглдай» коюш керек. Колдонуучулар өзүлөрү видео жайгаштырууга болгон сайттардын пайда болушу менен, өтө көп сандаган визуалдык материалдар жаралды, анын жардамы менен көрүүчү маселени чечүү жолун же билимдерин үйрөнөт. Бүгүнкү күндө эң популярдуу видео-сайт - Ютуб (https://www.youtube.com/). Андан каалаган видео тапса болот.

Жакында демилгечи топ Кыргызстандын тарыхын орус тилинде мультфильм аркылуу көрсөттү:

https://www.youtube.com/channel/UCUHAaZfxX1FvajRK4LYG2BA/videos

СЛАЙД № 15

Сабакты жыйынтыктоо. Бүтүмдөр:

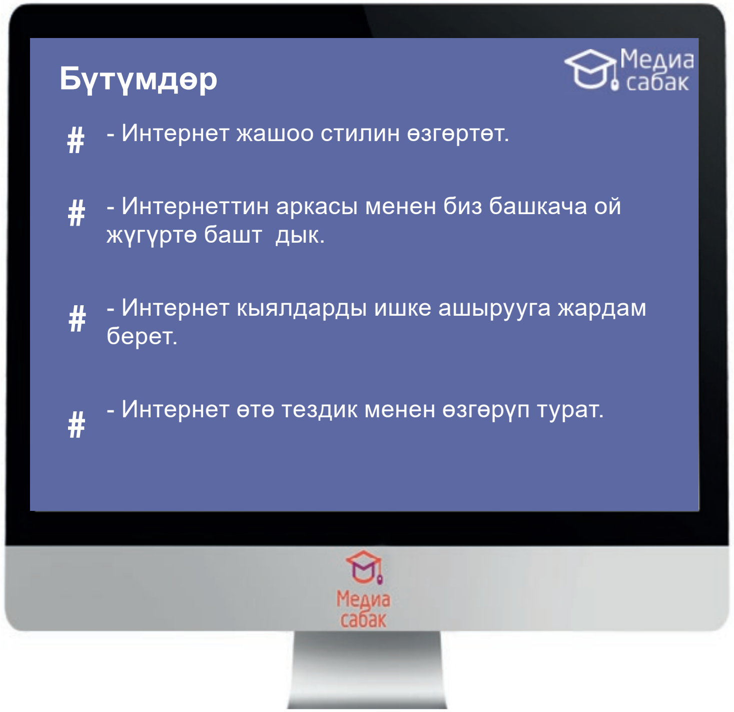
- Интернет жашоо стилин өзгөртөт.
- Интернеттин аркасы менен биз башкача ой жүгүртө баштадык.
- Интернет кыялдарды ишке ашырууга жардам берет.
- Интернет өтө тездик менен өзгөрүп турат

Үй тапшырма: Окуучуларды 3 топко бөлүп, ар бирине тапшырма берүү.

ТАПШЫРМА: Кыялыңдагы мектептин сайтынын маектин жана мазмунун иштеп чыгуу. Ал кандай функцияны аткарышы керек?

Ар бир топ А-1 форматындагы ватманга мектеп сайтынын башкы бетин тартышы керек, дизайнын ойлоп чыгуу, кандай бөлүмдөрү болушу керек, шрифти ж.б. Топтордун презентациясы келерки сабакта.

СЛАЙД № 18



Медиа сабак

САБАК № 8

ТЕМА:

ИНТЕРНЕТ МЕНЕН ГАРМОНИЯДА ЖАШОО

Сабактын максаты: интернет-гигиена эрежелерин колдонууда окуучулардын активдүү позициясын калыптандыруу; жеке маалыматтарды эмне үчүн жана кантип коргоо керектигин аныктоо;

Милдеттер:

- Жеке маалымат деген эмне экенин түшүндүрүү, жаксыз маалымат кантип жеке маалыматка айланаарын көрсөтүү;
- Интернеттеги жеке маалыматты көзөмөлдөө канчалык кыйын экенин көрсөтүү.
- Окуучуларды интернет-гигиена эрежелери менен тааныштыруу;
- Жаңы материалды өздөштүрүүдө практикалык көнүгүүлөрдү аткаруу.

Сабактын тиби: аралаш, жаңы материалды өздөштүрүү жана алынган билимдерди пайдалануу жөндөмүн текшерүү.

Сабактын формасы: интерактивдүү: окуучулар активдүү катышкан лекция жана топ-топ болуп практикалык иштөө.

Жаңы түшүнүктөр: интернет-гигиена, санариптик компетенттүүлүк, жеке маалыматтар.

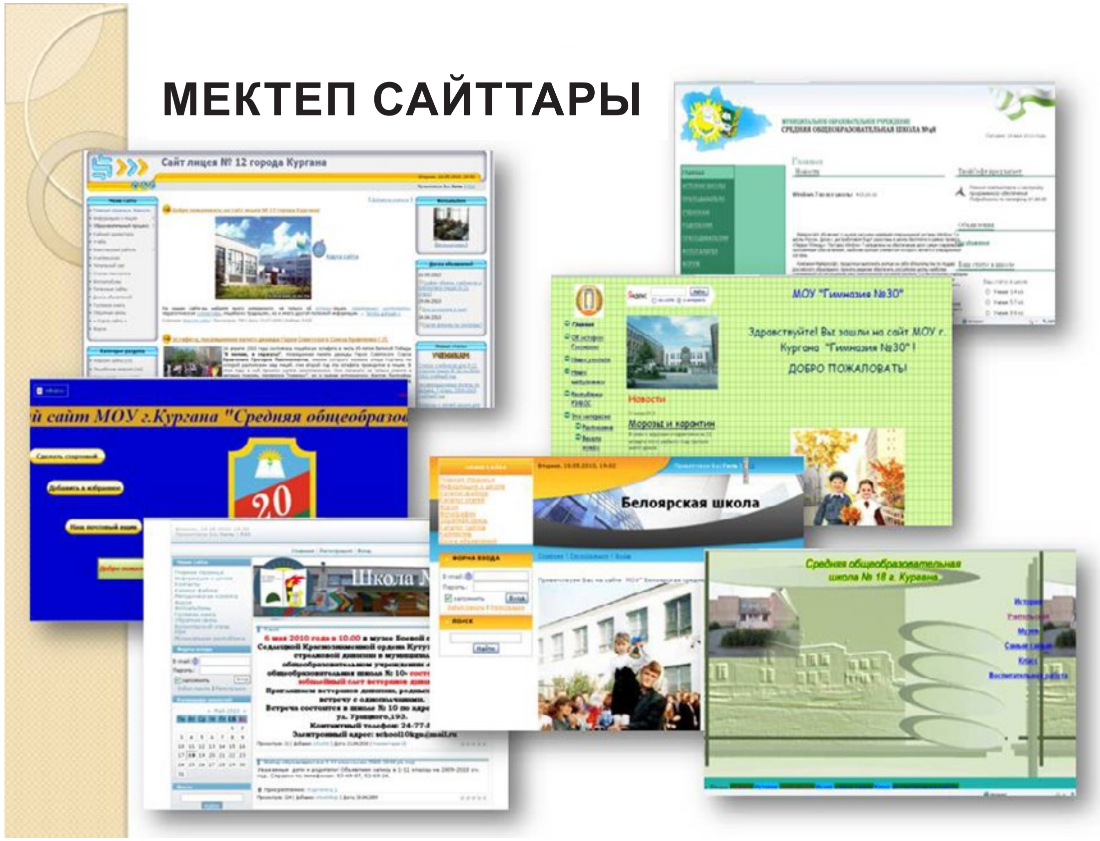
Предметтер аралык байланышы: жарандык таануу.

Сабактын жабдылышы: Мультимедиа проектору

ҮЙ ТАПШЫРМАНЫ ТЕКШЕРҮҮ

5 мүнөт

Үй тапшырманы текшерүү. Окуучулар өз топтору менен өзүлөрүнүн мектеп сайтын презентациялашат. (сунушталган убакыт5 мин.)



Мугалим жаңы темага багыттайт: «Силер өзүңөрдүн сайтыңардын үстүндө кагаз жүзүндө эмес, чындыгында эле эмгектендиңер деп элестеткиле. Ал абдан кооз, заманбап көрүнөт. Ал жакка мектеп окуучулары катталышы үчүн силер көп эмгектендиңер. Актуалдуу контент менен толтуруп, кызыктуу кылганга аракет кылып жатасыңар. Кокустан аны кимдир бирөөлөр бузуп кирип, бардык жөндөөлөрүн алмаштырып, ал тургай ага кирүү мүмкүн болбой калды. Силер кандай сезимде болосуар?

Окуучулар менен кыскача дискуссия.

СЛАЙД № 1

«Жаңылыктардан силер күнүгө миңдеген сайттар бузулуп, чабуулга дуушар болуп жатканы туурасында көрүп жатасыңар, алардын арасында биржа, банк, ФБР,NASA, ал тургай Пентагон жана АКШнын Ак Үйү да бар. Бул сайттар абдан ишенимдүү электрондук коопсуздук системалары менен корголгон.

Ошондуктан социалдык тармактагы жеке маалыматтарды бузуп кирүү абдан оңой. Ким мындай окуяга туш болду эле?

Ал эми баракчаларда силердин катталуу убагында киргизген жеке маалыматтарыңар бар да жана алар башка адамдар тарабынан өз максаттары үчүн пайдаланылышы мүмкүн.

СЛАЙД № 2

№1-КӨНҮГҮҮ. «МЕНИН ПРОФИЛИМ»

10 мүнөт

Бул маселени тереңирээк кароо үчүн, мугалим окуучуларга төмөнкү тапшырманы аткарууну сунуштайт:

«Интернетте жаңы популярдуу ресурс пайда болду деп элестеткиле. Ал азыркы ресурстардын мүмкүнчүлүктөрүнүн баарын бириктирет: социалдык тармактар, видеохостинг, викичөйрө, онлайн-каналдар, жана ошондой эле билим алуу жана эс алуунун жаңы уникалдуу мүмкүнчүлүктөрү. Силердин досторуңардын көбү бул ресурска катталышкан, ошондуктан силер да ал ресурска тезирээк киргиңер келип жатат. Бул үчүн жөнөкөй катталуу форманы гана толтуруу керек»

1-Кадам. Окуучуларга каттоо формасы таратылат жана аларды толтуруу тапшырмасы берилет. Балдарга өзгөчө эскертүү керек, алар социалдык тармактарда пайдаланган өзүлөрүнүн чыныгы сыр сөзүн жазбай, бул көнүгүү үчүн жаңы сыр сөз ойлоп табуулары керек.

2-Кадам. Ар бир окуучу өзүнүн жеке өзүнүн маалыматтарын түзүшү керек

Логин*	
жынысы: А,Э	
жашы*	
Электрондук почта*	
Мобилдик телефонунун номери	+996 (___) _________-_________-
Сыр сөз*	
Сыр сөздү тастыктоо*	
Өлкө / Шаар	
Үй-бүлөлүк абалы	
Жумуш/окуу орду	
Кызыкчылыктары, Сүйүктүү музыкасы, Сүйүктүү китеби, Сүйүктүү кинофильми, Сүйүктүү телепрограммалары	

Профилде жайгаштырылган маалымат биз жөнүндө эмнелерди айтып жатат?

СЛАЙД № 3

3-Кадам. Бул суроого жооп алыш үчүн мугалим толтурулган формаларды чогултуп алып, туш келди кайра окуучуларга таратат. Ал окуучуларга бул кимдин профили экенин аныктоону тапшырат. Бул убакта окуучулар бири-бирине айтпашы керек.

Окуучулардын баары тапшырманы аткарып бүткөн соң, мугалим ар бир окуучу кезеги менен профилдин ээсинин сыр сөзүн айтууну, андан соң анын ээси ким экендигин далилдөөлөрү менен айтууну суранат. Бардык ой-пикирлер, шектенүүлөр, божомолдор айтылган соң, профиль ээлери же ырастап же жооптордун тууралыгын четке кагышы керек.

4-Кадам. Көнүгүүнү талкуулоо.

- Кайсы профилдин ээсин табуу оңой же кыйын болду?
- Профилдин ээсин табууга эмне көмөк болду/тоскоол болду?
- Профилди толтуруп жатканда кандай негиздерге таяндыңар?

5-Кадам. Көнүгүүнү аткарып бүткөн соң, мугалим толтурулган профидерди өздөрүнө таратып берип, жеке маалыматтарга аяр мамиле кылуу керектигин эскертет.

СЛАЙД № 3

Жеке маалыматтарды коргоо туурсында:

• Ишенимдүү сыр сөз силердин онлайн-ресурстардагы жана тиркемелердеги аккаунттарыңарды коргой алат.

• Купуялыкка жөндөө башка адамдардын силердин ар кайсы онлайн-ресуртстардагы жеке маалыматтарыңарга кирүү деңгээлдерин аныктоого жол берет.

• Жеке маалыматтарды башкаруу эрежелери силердин интернетке жүктөгөн жеке маалыматтарыңардын өз репутацияңарга кандай таасир этээрин түшүнүүгө жардам берет. Интернетке жеке маалыматтарды киргизүүдөн мурда өзүңөр каалаган ресурста экеңиңерге көзүңөр жетсин, шылуундар түзгөн башка жасалма баракча болуп калышы мүмкүн.

СЛАЙД № 4

№ 3-КӨНҮГҮҮ. «ИНТЕРНЕТ-ГИГИЕНА»

15 мүнөт

1-Окуучулар менен дискуссия: «Интернет-гигиенанын жөнөкөй эрежелери».

Интернет-гигиена деген эмне?

Биз билгендей, гигиена – бул айлана-чөйрөдөгү вирус, бактериялардан коргонуу, ден соолукта болуу. Бизди бала кезибизден баштап гигиенаны сактаганга үйрөтүшкөн (тишти тазалоо, тамак ичээрде колду жуу, жашылча-жемиштерди жууп жеш керек ж.б.).

Интернет – так ушул сыяктуу эле вирустар жана башка коркунучтар бар чөйрө, бир гана ден соолукка эмес, капчыгыңа да, руханий дүйнөңө да зыяны тийиши мүмкүн. Биз гигиена эрежелерин бала кезден тартып үйрөнөбүз, ошондуктан интернет колдонуучулары да интернет-гигиена туурасында Тармакка биринчи кадам жасагандан баштап эске алышы керек.

2-Кадам. Окуучулардын 3 топко бөлгүлө

3-Кадам. Ар бир топко мурдатан даярдалган карточкалардагы тапшырманы таратуу. Тапшырманы аткарып бүткөндөн кийин ар бир топ презентация кылат.

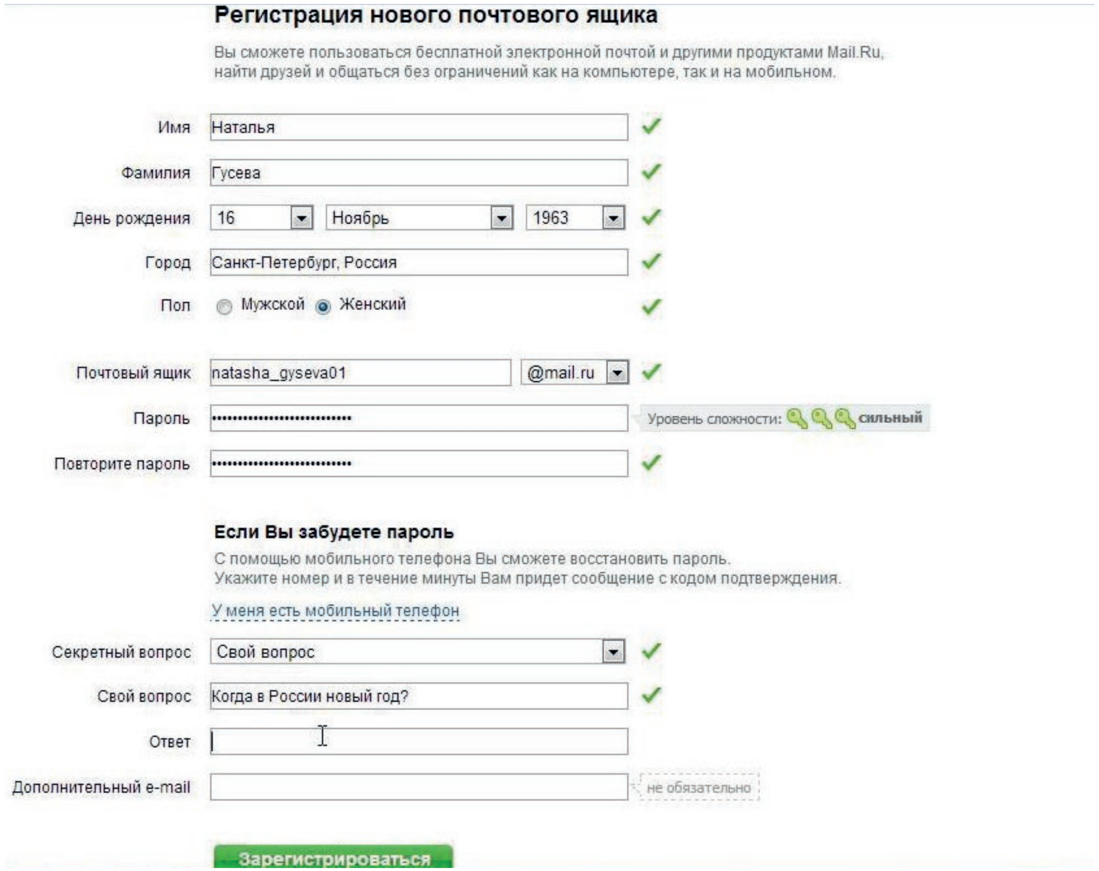
1 группа. Кандай интернет коркунучтары бар?
2 группа. Кандай интернет-гигиена эрежелерин билесиңер?
3 группа. Геолокация деген эмне? Анын оң жана терс жактары.

4-Кадам. Окуучулардын жообун угуу

«Социалдык тармактарда адам өзүн кандай алып жүрүүсү керек?» видео ролиги (видео ролик «Карусель» телеканалы тарабынан түзүлгөн жана ачык интернет булактарында бар)

5-Кадам. Мугалимдин толуктоосу.

Интернет (глобалдык компьютердик тармак) бүгүнкү күндө - бул 150 өлкөдөн 15 миллион абонент, ай сайын тармактын көлөмү 7-10% чоңоюуда. Мурда тармак бир гана файлдарды алмашуу жана электрондук почта үчүн пайдаланылчу. Азыр болсо анын жардамы менен алда канча татаал маселелер да чечилүүдө.


Регистрация нового почтового ящика

Вы сможете пользоваться бесплатной электронной почтой и другими продуктами Mail.Ru, найти друзей и общаться без ограничений как на компьютере, так и на мобильном.

Имя	Наталья
Фамилия	Гусева
День рождения	16 / Ноябрь / 1963
Город	Санкт-Петербург, Россия
Пол	Мужской / Женский
Почтовый ящик	natasha_gyseva01 @mail.ru
Пароль	•••••••••••••••••••••••••• Уровень сложности: сильный
Повторите пароль	••••••••••••••••••••••••••

Если Вы забудете пароль

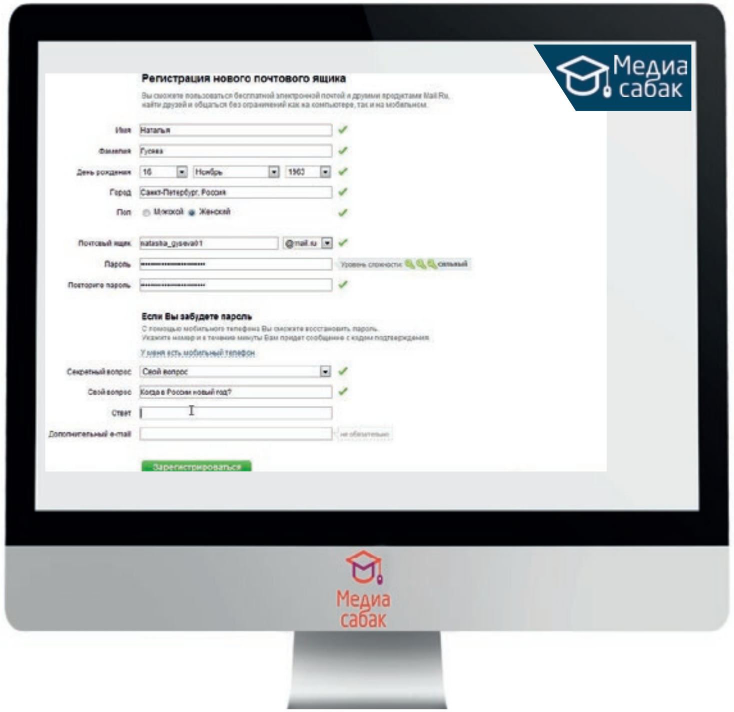
С помощью мобильного телефона Вы сможете восстановить пароль.
Укажите номер и в течение минуты Вам придет сообщение с кодом подтверждения.

У меня есть мобильный телефон

Секретный вопрос	Свой вопрос
Свой вопрос	Когда в России новый год?
Ответ	
Дополнительный e-mail	не обязательно

Зарегистрироваться

СЛАЙД № 5



Интернет-гигиена өтө маанилүү, 99% учурларда колдонуучунун коопсуздугу өзүнөн көз каранды. Эң жогорку технологиялык бузуп киргүүлөрдөн коргонуу мүмкүн эмес. Ошондуктан интернет-сервистер өз колдонуучуларын төмөнкүдөй каражаттардын жардамы менен коргошот:

Негизги интернет-гигиена эрежелери.

СЛАЙД № 7

Коопсуз иштөө эрежелери

Татаал сыр сөз – сайтка, социалдык тармакка катталуу учурунда тамга, сан, ар кандай белгилерден турган татаал сыр сөз ойлоп тап. Сыр сөз канчалык татаал болсо, ошончолук аккаунтту бузуу кыйын болот. Сыр сөздү өзүң гана билишиң керек.

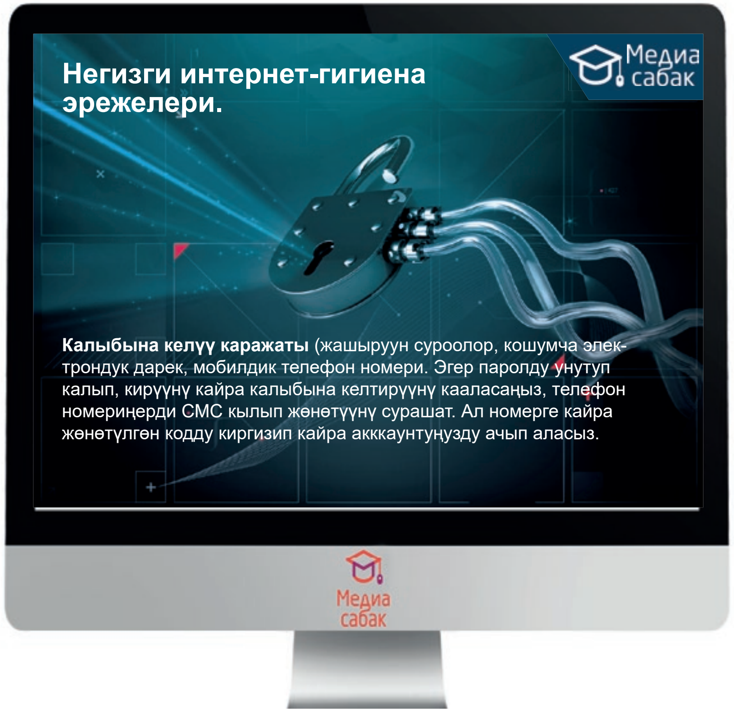
Жеке маалымат - Интернеттеги бейтааныш адамдарга өзүң жөнүндө эч качан айтып бербе: кайда жашайсың, же окуйсуң, телефон номериң. Ата-энең кайда иштээрин айтпа, телефон номерлерин да. Бул маалымат сага жана ата-энеңе зыян алып келиши мүмкүн.

СЛАЙД № 9

Сайттан чыгууну унутпа – башка бирөөлөрдүн компьютери менен иштегенде электрондук почтадан же социалдык баракчаңдан чыгып коюуну унутпа. Болбосо кийинки колдонуучу сенин жеке маалыматтарыңды окуп алышы мүмкүн.

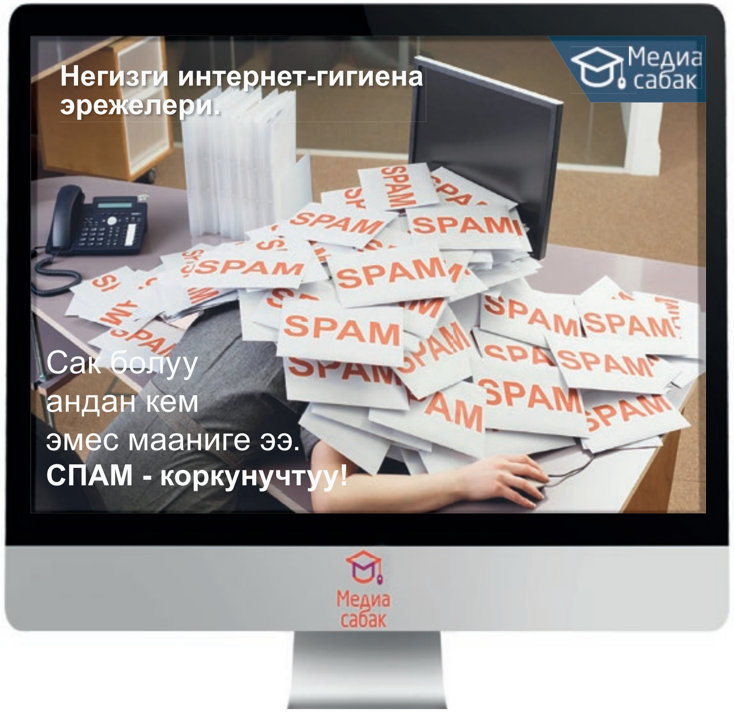
Чоңдордун кеңеши – интернетте кезиккен бардык түшүнүксүз нерселер тууралуу чоңдордон сура, алар сага эмне кылыш керектигин же кылууга болбой турганын айтып беришет.

СЛАЙД № 10



СМС жөнөтпө – эгер интернеттен бир нерсе көчүрүп алгың келсе, ал үчүн СМС жөнөт деп жатса, эч качан жөнөтпө. Кыска номерлерге СМС бир нече миң турушу мүмкүн.

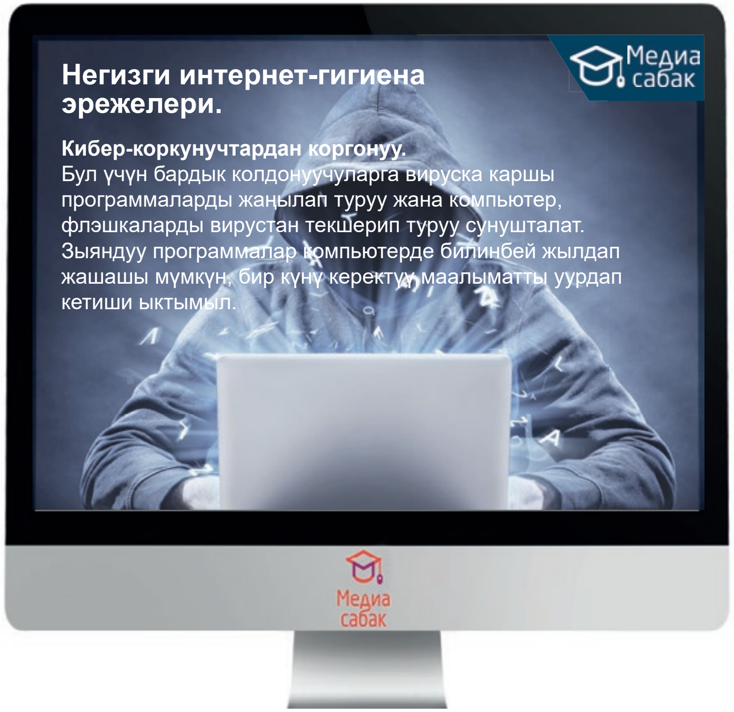
СЛАЙД № 11



Абайла, бейтааныш адам – эч качан тааныбаган адамдардын билдирүүсүнө жооп кайтарба, СМС жөнөтпө. Эгер ал жолугушалы десе, же жаман сөздөрдү айтса чоңдорго кабарла. Интернетте айрымдар өзүн башка адам катары көрсөтүшү мүмкүн.

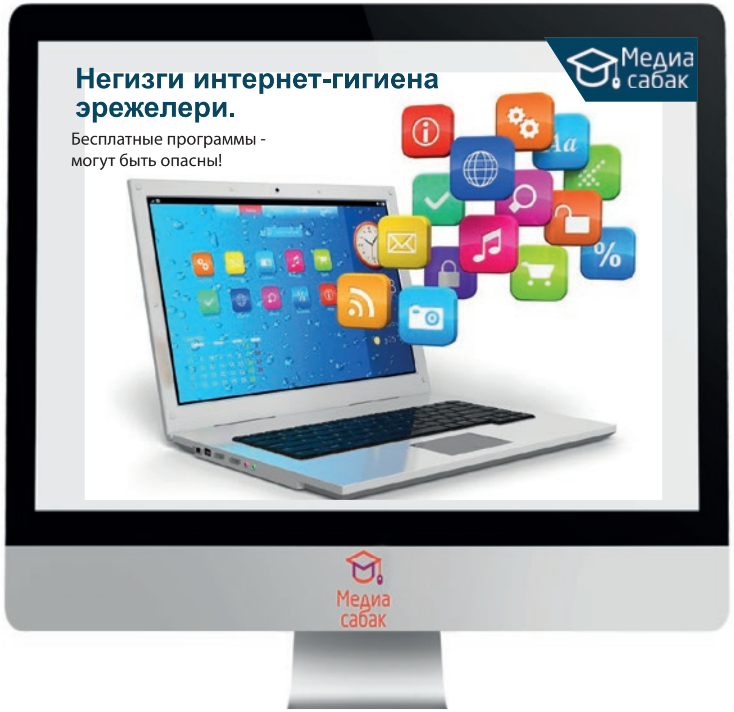
«Интернеттеги коопсуздук» видео-роликтин көрүү

СЛАЙД № 12



Бул үчүн бардык колдонуучуларга вируска каршы программаларды жаңылап туруу жана компьютер, флэшкаларды вирустан текшерип туруу сунушталат. Зыяндуу программалар компьютерде билинбей жылдап жашашы мүмкүн, бир күнү керектүү маалыматты уурдап кетиши ыктымыл.

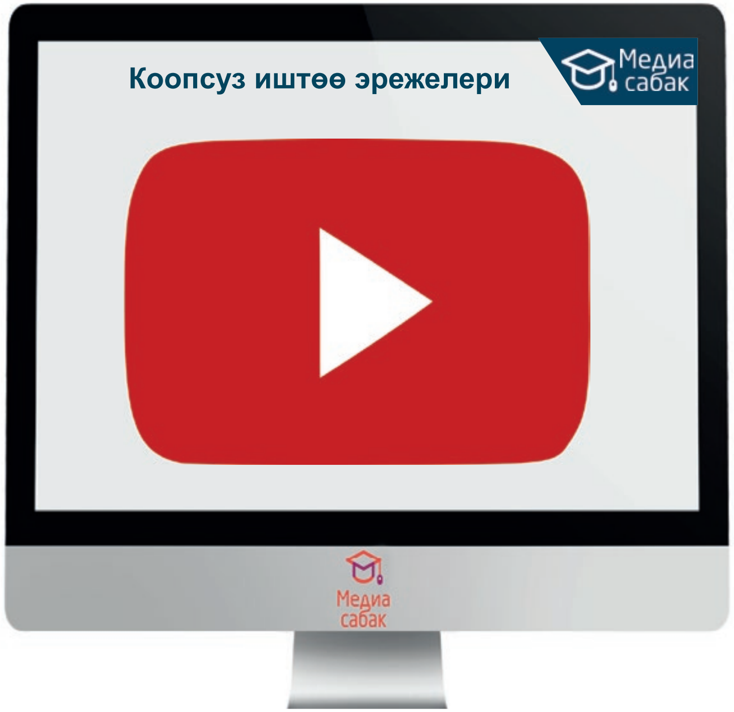
СЛАЙД № 13



3-топтун жоопторуна толуктоо: «Геолокация»

Акыркы жылдары биздин жашообузга биз мурда укпаган түшүнүктөр пайда болду, алардын бири – **геолокация.** Бул сөздү мурда айрым бир кесип ээлери гана колдонушкан – аскерлер, моряктар, учкучтар ж.б. Бүгүн болсо бул түшүнүк көңүл ачууда, интернет баарлашууда, күнүмдүк жашоодо кеңири орун алды. **«Геолокация»** сөзү эки сөздөн куралган – грек тилинен «гео», жердин үстүңкү бети, англис тилинен «location» — жайгашуу, орун алуу, позиция дегенди түшүндүрөт. Бул сөз менен объекттин кайда экенин андан келген радиосигналдын жардамы менен аныктоону аташат.

СЛАЙД № 14



Биз кайда жүргөнүбүз тууралуу маалымат менен бөлүшкөндө жана интернетке сүрөт чыгарганда, биз көп учурда кырдаал көзөмөлдөн чыгып баратканын байкабай калабыз – геолоакцияга аяр эмес мамиле кылуу коркунучу мына ушунда. Тармакка киргизилген ар бир маалымат биз үчүн олуттуу маселенин себеби болушу мүмкүн.

СЛАЙД № 15

Жогоруда айтылгандай, кайда, кантип убакыт өткөрүп жүргөнүңөр тууралуу маалымат кылмышкер үчүн силердин хоббиңер, кызыкчылыктар жөнүндө кабар берет жана ал муну өз максаттарына колдонушу ыктымал. Бул тууралуу биз алдын ала ойлонбогондуктан, мындай кырдаал биз үчүн күтүлбөстүктөй туюлат. Мына ушул үчүн жашооңуз тууралуу кеңири маалыматты интернетке жайгаштыраардан мурда ойлонуу керек.

Геолокациянын оң жактары: геолокация турмушта кеңири пайдаланылат. Геолокация кесибинин өзгөчөлүгүнө жараша кайсы бир аймакта багыт табуу зарыл болгон адамдарга чоң пайда алып келет.

СЛАЙД № 16

Анын жардамы кайсы учурда тиет:

- тааныш эмес жерден өзүңдүн кайда экениңди билиш үчүн, керектүү жерге эң ыңгайлуу маршрут табуу үчүн;
- чоочун шаарда багыт алууга, керектүү уюм, магазин, кафе, ресторан, музей, парк, коомдук транспорттун аялдамалары ж.б. оңой табууга;
- унааңдын кайда жүргөнүнө байкоо жүргүзүү, айрыкча унааны уурдап кеткен учурларда өтө пайдалуу;
- жоголгон же уурдалган электрондук гаджеттерди табууга – телефон, планшет, гаджеттер ж.б.;
- жөнөткөн аманаттарды, жүктөрдүн кыймылына көз салуу.

СЛАЙД № 17

«Социалдык тармактарда адам өзүн кандай алып жүрүүсү керек? 2-бөлүк» видео-роликин көрүү. Талкуу.

СЛАЙД № 17

Сабакты жыйынтыктоо. Бүтүмдөр:

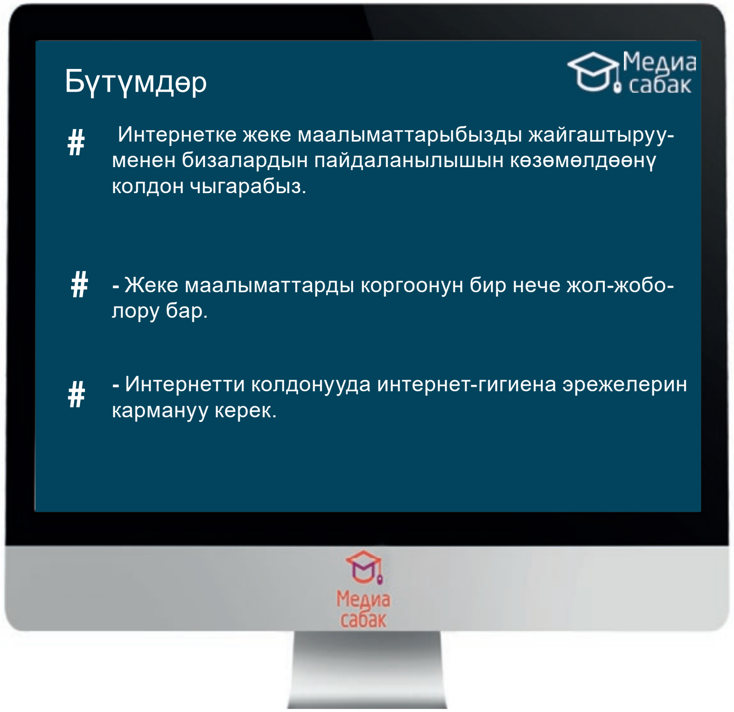
2 мүнөт

- Интернетке жеке маалыматтарыбызды жайгаштыруу менен биз алардын пайдаланылышын көзөмөлдөөнү колдон чыгарабыз.

- Жеке маалыматтарды коргоонун бир нече жол-жоболору бар.

- Интернетти колдонууда интернет-гигиена эрежелерин кармануу керек.

СЛАЙД № 18



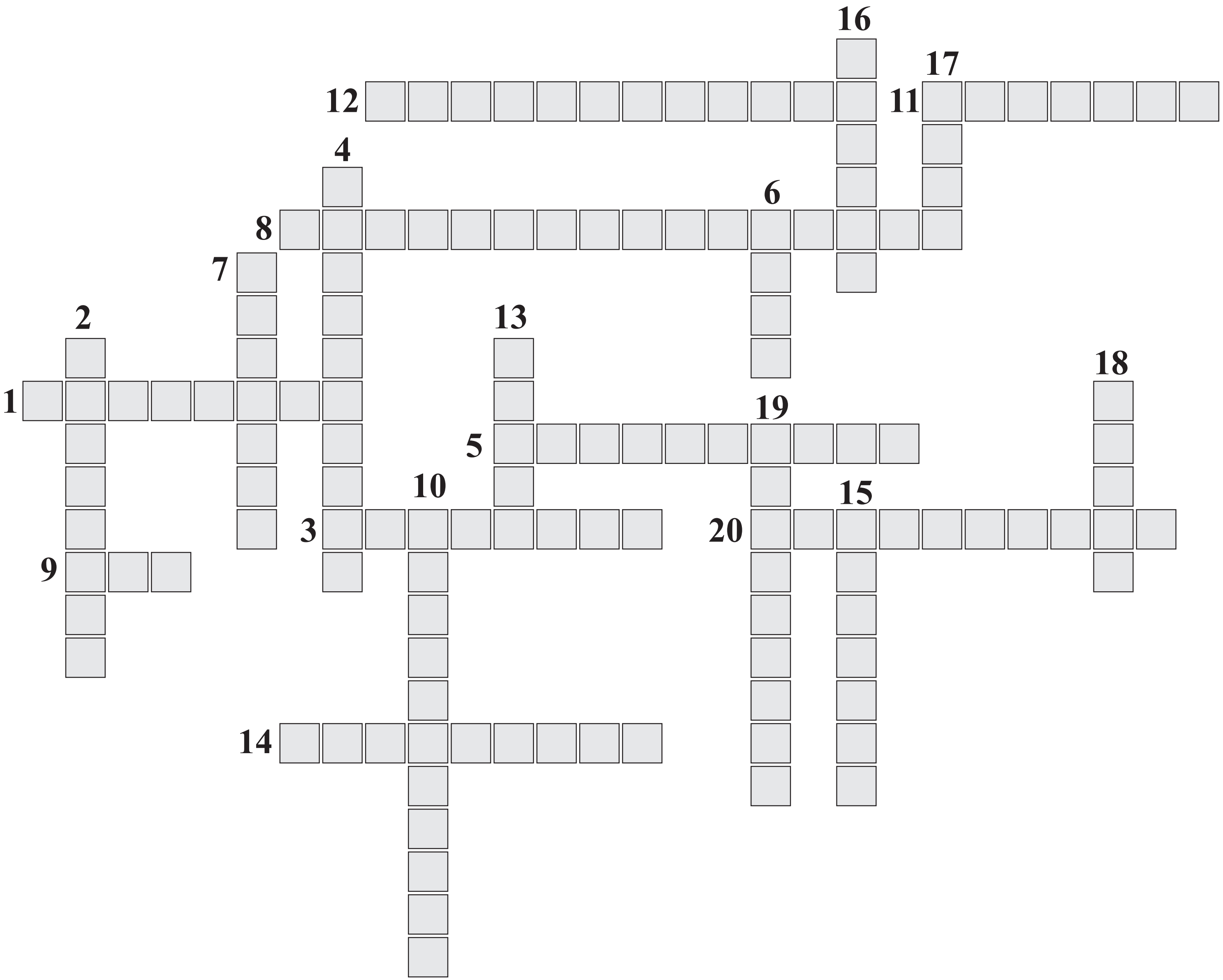
Медиа сабак

ЖАЛПЫ КУРСТУ ЖЫЙЫНТЫКТОО

Кроссворд.

Мугалимдин жыйынтыктоосу:
«Мына ошентип биз силер менен медиасабаттуулук боюнча курсун аяктадык. (Эгер убакыт жетиштүү болсо бүт курстун негизги темаларын кайра кайталоо керек). Курсту аяктоо менен биз текшерүү ишин жазбайбыз, анын ордуна кроссворд чечүү менен жыйынтыктайбыз. Окуучулар үч топко бөлүнгөн бойдон калат. Аларга кроссворд жазылган баракчалар таркатылат. Мугалимдин каалоосу менен баарынан биринчи кроссвордду чечкен топко кандайдыр бир сыйлык уюштуруп, бул тапшырмага жарыш мүнөзүн берсе болот.

(Сунушталган убакыт 10 мин).
Андан кийин кроссворддор туура чечилгени текшерилет.



КРОССВОРД

1. Биреөнүн пикиринен, көз караш, ынанымдарынан көз каранды болбогон журналисттик маалымат.
2. Адамдар, фактылар, окуя, процесстер тууралуу алардын сунушталган формасынан көз каранды болбогон бардык маалымат.
3. Кыргызстанда кандай массалык маалымат каражаттары мыйзам боюнча ММК деп эсептелбейт, бирок иш жүзүндө негизги маалымат булагы катары колдонулуп келет?
4. Бул сөздү мурда атайын бир кесип ээлери гана колдонушкан – аскер адамдары, моряктар, учкучтар ж.б. Ал эки сөздөн турат, биринчиси грек тилинен которгондо жердин үстүңкү бети, экинчиси англис тилинен которгондо жайгашуусу, орду дегенди түшүндүрөт. Бул сөз менен объекттин радиосигналы аркылуу анын кайда экенин аныктоо процессин аташат. Азыр болсо биз кайда жүргөнүбүз тууралуу маалымат менен бөлүшкөндө бул сөздү колдонобуз.
5. Кандай ой жүгүртүүнү биз акылга сыйган деп айтабыз: өзүңдүн да жана башкалардын да пикирин эске алуу менен кантип логикалуу ой жүгүртүп, ошого жараша аракеттенүү керек, кантип өз ынанымдарыңдан баш тартууга болот? (сын атооч)
6. Алдын ала белгилүү жалган маалымат же башка адамдын кадыр баркына шек келтирген, репутациясын каралаган жалган маалыматты атайлап таратуу. 2010-жылы Конституцияда бул мыйзам бузуу үчүн кылмыш жазасы алынган.
7. Белгилүү бир пикирди бизге таңуулаган агитациянын бир түрү. Тоталитардык жана авторитардык режимдерде натыйжалуу курал болуп саналат. Советтер союзунда, нацисттик Германияда жана азыркы күндө Түндүк Кореяда кеңири пайдаланылат.
8. Бул адамдын ММКлардын ролун жана функциясын түшүнүү, медиа-контентти сын көз менен анализдөө жана баалоо, ММКларды демократиялык максаттарга, маданияттар аралык пикир алмашууга жана билим алууга пайдалана билүү жөндөмү.
9. Маданият маалымат бирдиги. Каалаган идея, символ, манера же кыймыл-аракет образы адамдан адамга речь, кат, видео, ритуал, жесттер аркылуу аң-сезимден тышкары түрдө берилиши. Ошондой эле бул популярдуу персонаж же фразалар аркылуу өз сезимдериңди билдирүү амалы болуп саналат.
10. Электрондук ММКнын бул түрү Кыргызстанда кеңири жайылган жана өлкө калкынын көп бөлүгү үчүн маалыматтын негизги булагы болуп саналат. Анын негизги өзгөчөлүгү катары көп убакыт бою маалыматты визуалдаштыруу болуп келген.
11. Дүйнөдөгү эң ири социалдык тармак.
12. Актуалдуу маалыматты чогултуу, кайра иштеп чыгуу жана мезгил-мезгили менен массалык коммуникация каналдары менен таркатуу боюнча коомдук ишмердүүлүк.
13. Факт – латын тилинен болуп өткөн, ишке ашкан нерсе жөнүндө билдирүү, анын төгүндөө мүмкүн эмес. Ал эми чын-бышыгына жетүү мүмкүн эмес болгон, фактыларды интерпретациясына жана аларга болгон эмоционалдык мамилеге негизделген ынаным, көз караш эмне деп аталат.

14. Кыргыз тилиндеги эң чоң энциклопедия. Бул ресурста кыргызстандыктар тарабынан жазылган 65 000 макала бар. Ресурстун өзү ар түрдүү тилде сунушталган, кыргыз тил бөлүмү 2002-жылы ачылып, бирок, 2012-жылы гана активдүү иштеп баштаган.
15. Бул биздин мекендешибиз, ал дайыма Google компаниясында иштөөнү эңсеген жана бул компанияга жумушка алынган биринчи кыргызстандык болуп саналат. Ал учурда адамзат үчүн жаңычылдыктарды киргизген жашыруун долбоорлорду иштеп чыккан X Lab лабораториясында иштейт. Анын аты Тилек, фамилиясычы?
16. Анын татаал болушу сунушталат, анткени ал интернет-профайлдарды коргойт, шылуундарга жеке маалыматтарга кирүүгө тоскоол болот.
17. Жасалма жалган маалыматтар эмне деп аталат? Социалдык тармактарда атайлап жалган маалымат таратуу же салттуу ММКларда адаштыруу максатында колдонулат, финансылык же саясий пайда табууну көздөйт. Англис тилиндеги жасалма деген сөздөн келип чыккан.
18. Басма ММКнын эң жайылтылган түрү кайсыл?
19. ММКларга топтолгон жана иштелип чыккан маалыматтарды берип турган адамдар тобу кандай деп аталат?
20. Өлкөдө сөз эркиндиги канчалык жогору болсо, ал саясий режимдин өнүгүү деңгээли да ошончо жогору болот (анын негизинде коллективдик негизде чечим кабыл алынып, ар бир катышуучунун процесске таасири бирдей болот).

Туура Жооп

1. Калыстык, 2. Маалымат, 3. Интернет, 4. Геолокация, 5. Кртикалык, 6. Ушак, 7. Үгүттөө, 8. Медиасабаттуулук, 9. Мем, 10. Телевидение, 11. Фейсбук, 12. Журналистика, 13. Пикир, 14. Википедия, 15. Мамутов, 16. Пароль, 17. Фейк, 18.Гезит, 19. Аудитория, 20. Демократия.

www.mediasabak.org