

«УЗБЕКСКАЯ МОДЕЛЬ» МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

С. Б. Джуманова

*Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана,
массив Киёт, 80, 100000, г. Ташкент, Узбекистан,
marifat.88@mail.ru*

В статье предпринята попытка обосновать перспективы создания и внедрения в практику «узбекской модели» медиаобразования с учетом передового зарубежного опыта, риска информационно-психологической борьбы, уникальности национальной системы образования, опирающейся на исторические духовные основы.

Ключевые слова: медиаобразование; медиаграмотность; кибербезопасность; цифровое неравенство.

«UZBEK MODEL» OF MEDIA EDUCATION

S. B. Dzhumanova

*University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan,
80, massif Kiyot, 100000, Tashkent, Uzbekistan
marifat.88@mail.ru*

The article attempts to substantiate the prospects for the creation and implementation of the «Uzbek model» of media education, taking into account advanced foreign experience, the risk of information and psychological struggle, the uniqueness of the national education system, based on historical spiritual foundations.

Key words: media education; media literacy; cybersecurity; digital divide.

Тенденции глобализация, дигитализация, конфликты политических, экономических, идеологических интересов, которые происходят в мировом медиаполисе, усилили информационное и психологическое влияние СМИ и процесс борьбы за сознание людей. Интенсивный информационный поток в информационной супермагистральной, актуальность проблемы цифрового неравенства, информационной и кибербезопасности, увеличение коммерческих функций информации как товара, загрязнение информационной среды, по-

явление в ней различных неадекватных форм информации, появление языка вражды и ненависти в процессе массовой коммуникации, эмоциональный резонанс, СМИ, используя информационный инструмент, диктуют регулирование информационного мира в сознании масс, разработку новых методов поддержания информационного и цифрового здоровья, работу с информацией, формирование информационной культуры населения, в частности молодежи.

В развитых странах мира усилия в этом направлении начались еще в прошлом веке, и сегодня во многих государствах медиаобразование стало обязательным, постоянным компонентом общего образования. На повестке дня стоит вопрос развития СМИ в Узбекистане, формирования информационной грамотности и онлайн-безопасности детей, подростков и молодежи. В этом контексте ощущается необходимость изучения реальной ситуации в современном медиапространстве, истории возникновения и этапов становления медиаобразования в контексте информационной и психологической борьбы, научно-теоретических, практических, методологических основ и концепций, передового зарубежного опыта. В то же время, крайне важно создать «узбекскую модель» без прямого переноса опыта зарубежных стран, основанную на идее национальной независимости посредством научных исследований, с учетом особенностей национальной системы образования, менталитета, восточных исторических, духовных различий.

Исследование международного опыта в области медиаобразования носит общий характер, в то же время анализ проводится отдельно на примере каждой страны. Например, отдельно изучен опыт США, Великобритании, Франции, Финляндии, России в области медиаобразования. Также в Китае оценка медиаграмотности [2] подразумевает, что изображения, показывающие внешний вид, который стал идеальным в социальных сетях, могут нанести вред человеческому организму [6], новые методы анализа взгляда на медиаграмотность [4], связь медиаграмотности с убеждениями [1], грамотность в социальных сетях [5], медиаграмотность в библиотечном деле для высшего образования [3], медиаграмотность и зависимость от критического мышления [7] и др. Есть исследования, которые отражают медиаобразование, медиаграмотность в контексте отдельного государства, периода, человека, проблемы. Однако исследований по Узбекистану нет.

Чтобы глубже вникнуть в тему, необходимо выполнить следующие задачи:

- показать актуальность и необходимость медиаобразования в обеспечении информационной и кибербезопасности в стране, выхода из-под влияния

политических и финансовых структур, которые стремятся к благотворному формированию общественного мнения в достижении чистоты информационной экологии, реализации права на осознанное получение достоверной и полной информации на примере Узбекистана;

- найти примеры древних проявлений концепций медиаграмотности, фактологии из исторических источников, проанализировать взгляды всех ученых и мыслителей на эту тему, выявить дисциплины, преподаваемые в Мадрасе в средние века, похожие по содержанию на медиаобразование;

- посредством масштабного опроса определить характеристики медиапотребления узбекской молодежи, показатели доступности СМИ и дать оценку текущей системе образования, которая не готовит учащихся к информационному обществу, чтобы доказать важность внедрения медиаобразования в общее среднее, высшее образование, курсы повышения квалификации;

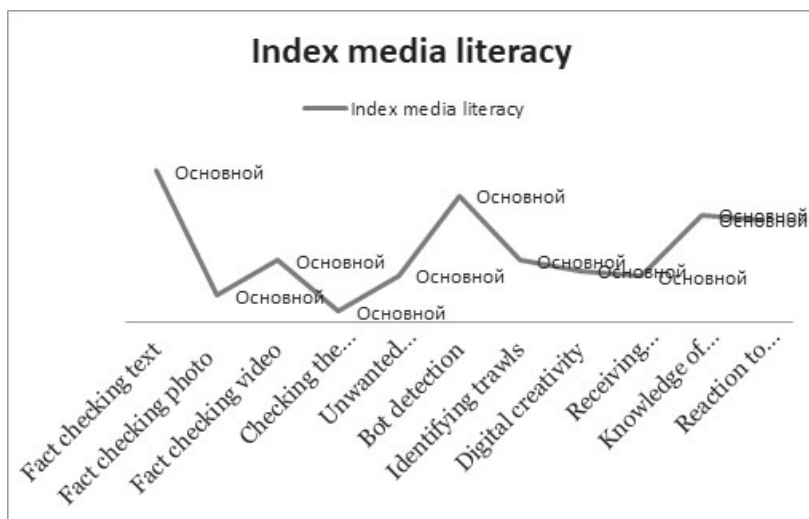
- определить этапы разработки «узбекской модели» медиаобразования и ее внедрение в практику, форму, квалификационные требования и др.

По состоянию на декабрь 2021 года, 289 веб-сайтов в национальном доменном пространстве размещали порнографию, в то время как 91 веб-сайт выявил случаи, которые могут способствовать соблазнению и духовному расстройству, при этом было зарегистрировано 2097 случаев нарушений. Количество сайтов, пропагандирующих вандализм, насилие, экстремизм и терроризм, составляет более 10 000. По оценкам экспертов, 49 процентов информации, распространяемой через Интернет, в значительной степени служит прямой и косвенной пропаганде насилия и зла, 57 процентов – грязи. В то время как 25 процентов информации являются ложными, 31 процент информации не полностью соответствует действительности. Эта ситуация в равной степени относится к чуждым, деструктивным идеям, противоречащим национальному менталитету, вредным привычкам и навыкам, непроверенной информации, которые сильно влияют на сознание молодежи. Именно по этой причине такая информация, которая распространяется, поступает непосредственно к молодым людям, и ее последствия одинаково беспокоят всех. Эти показатели свидетельствуют о наличии угроз информационной безопасности. В результате провокации в начале июля 2022 года события в Каракалпакстане показали населению необходимость медиаинформационной грамотности, навыков проверки информации.

Древний Восток был колыбелью многих наук. Одной из них является «калом илми» (наука слова), преподаваемая в Мадрасе, которая служит доказательству, оправданию, глубокому восприятию, поддержанию чистоты веры,

различению истины и лжи, опровержению заблуждений, избеганию суеверий. На наш взгляд, методы и принципы, в которых применяется наука слова, могут представлять собой историческую картину медиаграмотности, которая актуальна в современном информационном обществе из-за характера анализа, основы, поиска доказательств, отказа от ошибочной, ложной информации, побуждение людей думать. Сегодня в мировом образовании медиаобразование занимается формированием навыков чистоты информационной среды, наслаждения средствами массовой информации, правильного использования информации, умения отличать правильное от неправильного. Медиаобразование – это образование, которое обеспечивает адаптацию к медиaprостранству молодежи и, в целом всех потребителей информации в виде непрерывного образования, формирует информационный этикет, культуру, духовность, развивает практические навыки принятия, оценки медиапродуктов, действует как социальный иммунитет, опираясь на критическое и логическое мышление. Также включает в себя, наряду с инъекционными (смягчающими негативное влияние средств массовой информации), эстетико-художественные, идеологические теории и «религиозно-просветительскую» теорию.

Результаты опроса, в котором приняли участие 7 827 участников из всех регионов Республики Узбекистан в феврале-марте 2022 года создали общий индекс медиаграмотности молодежи Узбекистана.



Возможности молодых людей из Узбекистана обратиться к цифровому миру расширяются. У СМИ, целью которых является проверка информации, индекс емкости средний, с низким уровнем создания информации. Молодые люди не очень хорошо понимают манипулятивное, коммерческое воздействие информации. Несмотря на прогресс в потреблении цифровых медиа-продуктов, в традиционных медиа наблюдается иерархический регресс. Молодые люди из Узбекистана широко пользуются средствами массовой информации, имеют мнение о необходимости регулирования медиапотребления. До сих пор средства массовой информации не имеют полного и целостного представления о структурных компонентах грамотности. Результаты, полученные в ходе исследования, могут быть использованы при разработке информационной политики Узбекистана, внедрении медиаобразования, интеграции медиаобразовательных инструментов с другими дисциплинами и создании информационного портрета молодежной аудитории.

Библиографические ссылки

1. *Celik I., Muukkonen H., & Dogan S.* (2021). A model for understanding new media literacy: Epistemological beliefs and social media use. *Library & Information Science Research*, 43(4), 101125 [Electronic resource]. URL.: <https://doi.org/10.1016/J.LISR.2021.101125> (data of access: 09.05.2022).
2. *Cheung C. K., & Wu Y.* (2018). Assessing network media literacy in China: The development and validation of a comprehensive assessment instrument. *International Journal of Media and Information Literacy*, 3(2), 53–65 [Electronic resource]. URL.: <https://doi.org/10.13187/ijmil.2018.2.53> (data of access: 04.05.2022).
3. *Gross M., Latham D., & Julien H.* (2018). What the framework means to me: Attitudes of academic librarians toward the ACRL framework for information literacy for higher education. *Library & Information Science Research*, 40(3–4), 262–268 [Electronic resource]. URL.: <https://doi.org/10.1016/J.LISR.2018.09.008> (data of access: 09.05.2022).
4. *Luo Y. F., Yang S. C., & Kang S.* (2022). New media literacy and news trustworthiness: An application of importance–performance analysis. *Computers & Education*, 185, 104529 [Electronic resource]. URL.: <https://doi.org/10.1016/J.COMPEDU.2022.104529> (data of access: 12.05.2022).
5. *Manca S., Bocconi, S., & Gleason B.* (2021). “Think globally, act locally”: A glocal approach to the development of social media literacy. *Computers & Education*, 160, 104025 [Electronic resource]. URL.: <https://doi.org/10.1016/J.COMPEDU.2020.104025> (data of access: 12.05.2022).

6. *Paxton S. J., McLean S. A., & Rodgers R. F. (2022). «My critical filter buffers your app filter»: Social media literacy as a protective factor for body image. Body Image, 40, 158–164 [Electronic resource]. URL.: <https://doi.org/10.1016/J.BODYIM.2021.12.009> (data of access: 09.05.2022).*
7. *Silverblatt A. (2018). Media literacy and critical thinking. International Journal of Media and Information Literacy, 3(2), 66–71 [Electronic resource]. URL.: <https://doi.org/10.13187/ijmil.2018.2.66> (data of access: 09.05.2022).*