

MULTIMEDIYA TEXNOLOGIYALARINING ASOSIY TURLARI

Sh.X. Nuritdinova

FDU, chet tillari kefedrasi o'qituvchisi

D.F. Jumaboyeva

FDU, Agrar qo'shma fakulteti agronomiya yo'nalishi talabasi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15320059>

Globalashuv jarayonida axborot manbalarining shiddat bilan tarqalishi, ijtimoiy ahamiyatga molik (ilmiy, texnologiyaga oid, madaniy va boshqalar) axborot ko'lamining nihoyatda oshib borishi har qanday jamiyatga o'z ta'sirini o'tkazmay qolmaydi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanib ishlab chiqarishda axborotlarni yaratish, uzatish, qabul qilish, saqlash, qayta ishlash, ko'paytirish, jarayonlarni avtomatlashtirishga hamda axborotni kitoblar, gazetalar, foto va kino ko'rinishida taqdim etishga asoslangan an'anaviy axborot texnologiyalari bilan bir qatorda yangi turdagi axborot texnologiyalari vujudga kelishiga sharoit yaratdi. Yangi axborot texnologiyalari an'anaviylarini siqib chiqarayotgani yo'q, lekin shu bilan birga axborotlar miqdori kamayayotgani ham yo'q. Jamiyatda esa insonning axborotlarga moslashuvi yoki boshqacha aytadigan bo'lsak, axborotga adaptatsiya muammosi yuzaga kelmoqda. Ko'p sondagi belgili tizimlarni paydo bo'lishi va rivojlanishi, uning natijasi o'laroq ko'pkomponentli "axborot maydoni"ni tashkil topishi o'ziga xos axborotlar olamini tashkil etadi. Vizual va audiovizual axborotdan foydalanish ko'nikmasini shakllantirish muammolari bilan zamonaviy pedagogikada vizual savodxonlik (nemischa visual literacy) deb nomlangan yo'nalish shug'ullanadi¹.

Vizual savodxonlik tushunchasi turli nuqtai nazardan qaralishi mumkin: idrok etuvchi ob'yekt va sub'yekt o'rtasida kommunikatsiya (muloqotga kirishish) jarayoni sifatida; obrazlarni ko'rish, uning elementlarini qabul qilish, sub'yekt bilan o'zaro ta'sirlashuvi va sub'yektning ko'rish obrazlarini mutanosib qabul qila olish qobiliyati sifatida qaraladi.

Ommaviy kommunikatsiya vositalarini "ommaviy kommunikatsiya" tushunchasi orqali tahlil qilib chiqish zarurdir. Ommaviy kommunikatsiya (lotincha communication so'zidan olingan bo'lib xabar, eshittirish ma'nosini bildiradi) axborotni (matbuot, radio, kino, televideniye, ovoz yozish, internet kabi vositalar orqali) tayyorlash va tarqatish, zamonaviy usullardan biri hisoblanadi. Davlat tomonidan tegishli jamiyatning muayyan ma'naviy qadriyatlarini qaror toptirish va odamlarning munosabati, o'y-fikri va xulqiga mafkuraviy, ma'naviy, iqtisodiy yoki tashkiliy ta'sir ko'rsatish maqsadida foydalaniladi. Aksariyat tadqiqotchilarining fikriga ko'ra, ommaviy kommunikatsiyaning

¹ Степанов Г.В. Стихия языка в стихии споров ,Литературная газета. № 26. 1984// Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. М., 1977/

tavsifi va maqsadlari siyosiy kurash quroli sifatida boshqaruv, targ'ibot, madaniyatni yoyish, reklama orqali jamiyatning ijtimoiy tabiatini aniqlaydi.

Ommaviy kommunikatsiyaning pedagogik aspektlari ta'lim va tarbiya yo'nalishlarida o'rganiladi. Ta'lim yo'nalishida ikkita o'zaro bog'liq aspektlarni ajratib ko'rsatishimiz mumkin: aholining keng qatlamiga ma'rifat tarqatish va ommaviy kommunikatsiyalardan ta'lim berish jarayonida foydalanish. Tarbiyaviy aspektlari ta'lim oluvchilar auditoriyasiga mo'ljallangan maxsus axborot oqimlarini tashkil etish orqali amalga oshiriladi. Ommaviy kommunikatsiyaning ta'lim oluvchilarga tarbiyaviy ta'sir ko'rsatishini o'ziga xos tavsifiy jihatlaridan biri – axloq me'yorlari va qadriyatlarni asosan obrazli badiiy shaklda translyatsiya qilishdir. Mavzu ko'lamini kengaytirilishi va janrni tabaqalashtirilishi tarbiyaviy aspektlarga xosdir. Ba'zida katta yoshli kishilar uchun mo'ljallangan badiiy axborotning o'ziga xos “assimilyatsiya” ro'y beradi, bunda kattalarga mo'ljallangan ko'plab asarlar talabalar orasida ham ommalashadi. Tarbiyaviy amaliyotda yana bir yo'nalish shakllanganki, u ommaviy kommunikatsiya sohasidagi ijodiy tashkilotlar (yosh korrespondentlar, jurnalistlar va shunga o'shash to'garaklar, klublar) faoliyatidir. Talabalar o'zlari axborot tarqatuvchi bo'lishadi va o'z fikrini bemalol ifodalash va jamiyat hayotini aks ettirish maqsadida media bilan hamkorlik qilishadi, ko'pincha ommaviy-kommunikasion jarayonlarni modellashtirishadi².

Bugungi kunda media (OAV) – inson tomonidan atrof olamni majmuaviy (ijtimoiy, axloqiy, psixologik, badiiy, intellektual aspektlarda) o'zlashtirish vositasidir. Mediamadaniyat matbuot, televideniya, kinematografiya, video va kompyuter kanallari orqali borgan sari ko'p ta'sir doirasiga ega bo'lmoqda va butun dunyo bo'ylab tarqalmoqda. So'nggi yillarda o'tkazilgan tadqiqotlar, mediamatnlar keng auditoriyaning aksariyat vakillari (ayniqsa talabalar) orasida ommalashib borayotganini ko'rsatmoqda. Medianing talabalar auditoriyasiga ta'siri muammolari bo'yicha tadqiqot mualliflarining ta'kidlashlaricha, yoshlar o'rtasida mediamadaniyat ijod namunalari bilan muloqot qilish yuqori o'rinlardan birini egallaydi.

Mediamadaniyatni turli pozitsiyadan ko'rib chiqish mumkin:

- Media sohasi - moddiy va intellektual qadriyatlar to'plami;
- Ijtimoiy muhitda mediamadaniyatning shakllanishi kasbiy faoliyat yuritishining asosi;

² Бове К., Аренс У. Современная реклама. – Тула.: Довган, 1995// Рашков И.Я. Международное рекламное дело. – М.,1994// Колышкина Т.Б. Модели анализа рекламного текста: учебное пособие //Н.В.Аниськина, Т. Б. Колышкина – М.: Форум; НИЦ ИНФРА-М, 2013.

-Mediamadaniyat auditoriyaga nisbatan mediamatnni qabul qilish, tahlil etish, baholash, mediaijod bilan shugʻullanish, media jabhasidagi yangi bilimlarni oʻzlashtirishga qodir inson shaxsining kasbiy faoliyatini rivojlantirish darajalari tizimi sifatida namoyon boʻlishi mumkin³.

Zamonaviy auditoriyada mediamadaniyatni (boshqacha aytganda, uning media savodxonligini) maqsadli shakllantirish kasbiy faoliyatga tayyorlashda mediataʼlim berish doirasida amalga oshiriladi.

Pedagogikada mediataʼlim berish deyilganda quyidagilar tushuniladi:

1. Ommaviy kommunikatsiyalar materiallari asosida shaxsni tarbiyalash va uning kelajakdagi kasbiy faoliyatiga tayyorgarligini rivojlantirish jarayoni. Maqsad – talabada media bilan muloqot madaniyatini, uning ijodiy, kommunikativ qobiliyatlarini, kasbiy-tanqidiy fikrlashni, mediamatnni talqin qilish, tahlil va baholay olishni shakllantirish, mediatexnika yordamida oʻz fikrini bayon qilish va mediataʼlimdan kasbiy faoliyatida foydalana olishga oʻrgatish. Mediataʼlim berishning mazmuni: media sohasida (media turlari va janrlari, ijtimoiy muhitda medianing funksiyalari, media tili, mediamadaniyat tarixi va boshqalar) nazariy bilimlarni qoʻllashning asosiy sohalarini toʻgʻrisida maʼlumotlar (professional ommaviy axborot vositalari, havaskorlik media jabhasi, dam olish muassasalari, taʼlim muassasalari va boshqalar), mediamateriallarning kasbiy faoliyatdagi vazifalarini bilish va anglash;

2. Pedagogika nazariyasi va amaliyotida oʻziga xos va avtonom bilimlar sohalarining bir qismi sifatida qaraluvchi zamonaviy ommaviy axborot-kommunikatsiya vositalarini egallash maqsadida nazariy va amaliy bilimlar berish, uni informatik va axborot texnologiyalari, qiyosiy pedagogika, psixologiya boshqa fanlarni oʻqitish jarayonidagi yordamchi vositalardan foydalanishdan farqlash kerak boʻladi;

3. Talabalarni axborotlashtirilgan jamiyatda kelajakdagi kasbiy faoliyatiga tayyorlab borish;

4. Talabalarni kasbiy faoliyatga tayyorlash jarayonida ommaviy kommunikatsiya va axborot-kommunikatsiya vositalaridan (matbuot, kino, televideniye, video, kompyuter texnikasi, fotografiya) tizimli va samarali foydalanish. Anʼanaviy oʻquv predmetlaridan farqli ravishda talabani emosional-intellektual kamol toptirish, uning kelajakdagi kasbiy faoliyatida yuzaga keladigan muammolarni yechimiga qaratilgan modellashtiruvchi badiiy-ijodiy faoliyat amaliyotini nazarda tutadi”.

8. Mediataʼlim berishning estetik (badiiy) nazariyasi. Bunda ham medianing madaniyatshunoslik nazariyasi asos sifatida gavydalanadi.

³ Медведева Е.В. Рекламная коммуникация. – М.: Едиториал УРСС, 2004

Multimedia texnologiyalari ta'limda qator yangilik va imkoniyatlarni taqdim etib, axborotni turli formatlarda berish orqali o'quvchilarning qiziqishini oshirishga xizmat qiladi. Ta'limda qo'llaniladigan zamonaviy multimedia texnologiyalarining nazariy asoslarini tushunish ularning samaradorligini ta'minlash uchun muhimdir. Quyida zamonaviy multimedia va ularni ta'lim jarayonida qo'llashning nazariy jihatlari batafsil yoritiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Степанов Г.В. Стихия языка в стихии споров „Литературная газета. № 26. 1984// Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. М., 1977/
2. Бове К., Аренс У. Современная реклама. – Тула.: Довган, 1995// Рашков И.Я. Международное рекламное дело. – М.,1994// Колышкина Т.Б. Модели анализа рекламного текста: учебное пособие //Н.В.Аниськина, Т. Б. Колышкина – М.: Форум; НИЦ ИНФРА-М, 2013.
3. Медведева Е.В. Рекламная коммуникация. – М.: Едиториал УРСС, 2004
4. Allamberganova M.X. Informatikadan interaktiv o'quv majmualar yaratish va ulardan foydalanish (Oliy ta'lim muassasalari misolida). Ped. fan.nomz...diss. – Toshkent, 2012.