



MEDIA VA AXBOROT SAVODXONLIGI: MEDIA VA AXBOROT SAVODXONLIGI TUSHUNCHASI

Ibragimova Mehrangiz Isomiddinovna

O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim fan va innovatsiyalar vazirligi

Buxoro viloyat hududiy boshqarmasi Gijduvon tuman

2-son kasb hunar maktabi Maxsus fan o'qituvchisi

Annotatsiya: Media savodxonlik iste'molchilarga axborot va ommaviy dasturlarda tashviqot, senzura yoki biron vaziyatni faqat bir tomondan ko'rsatish kabi holatlarga ommaviy axborot vositalarini nima majbur qilayotganligini tahlil qilish, shuningdek, ommaviy axborot vositalarining egasi, ularning moliyalashtirish modeli kabi tarkibiy elementlarni tushunish imkonini beradi.

Kalit so'zlar: Media ,savodxonlik, Ommaviy ,axborot, Axborot, davlat, vosita, model, elementlar, o'yinlar, jurnallar, hodisalar, jarayonlar.

Abstract: Media literacy allows consumers to analyze what forces the media to situations such as propaganda, censorship or showing some situation only on one side in information and media applications, as well as to understand structural elements such as the owner of the media, their financing model..

Аннотация: Медиаграмотность позволяет потребителям анализировать, что заставляет средства массовой информации реагировать на такие ситуации, как пропаганда, цензура или показ ситуации только с одной стороны в информационных и массовых программах, а также понимать структурные элементы, такие как владелец средств массовой информации, их модель финансирования.

KIRISH

Odamlarga turli media shakllarini va xabarlarini tahlil qilish, baholash va yaratishga imkon beradigan ko'nikmalar to'plami.



Media savodxonlik iste'molchilarga axborot va ommaviy dasturlarda tashviqot, senzura yoki biron vaziyatni faqat bir tomondan ko'rsatish kabi holatlarga



ommaviy axborot vositalarini nima majbur qilayotganligini tahlil qilish, shuningdek, ommaviy axborot vositalarining egasi, ularning moliyalashtirish modeli kabi tarkibiy elementlarni tushunish imkonini beradi. Boshqacha qilib aytganda, media savodxonlik - bu tanqidiy fikrlash ko'nikmalarini ommaviy axborot vositalari orqali uzatiladigan xabarlar va belgilarga qo'llash qobiliyati.

Ommaviy axborot vositalari yoshlar hayotidagi katta ta'sirga ega kuchdir. Musiqa, televizor, video o'yinlar, jurnallar va boshqa ommaviy axborot vositalari dunyoni qanday ko'rishimizga kuchli ta'sir ko'rsatadi, bu ta'sir ko'pincha bolalik davridan boshlanadi. Ommaviy axborot vositalarini iste'molchilar tanqidiy tahlil qila olishlari uchun ularda media savodxonlik ko'nikmalari va odatlarini bolalikdan rivojlantirish kerak bo'ladi. Bu ko'nikmalarga ommaviy axborot vositalariga bazaviy darajada kirish, uni muayyan tushunchalar asosida tanqidiy tahlil qilish, shu tahlil asosida baholash va nihoyat, ommaviy axborot vositalarini o'zi ishlab chiqarish kiradi. Media savodxonligi ko'nikmalarini o'rganishning ushbu jarayoni **media ta'lim** deb ataladi.

Axborotning ta'rifi va turlari.

Axborot (lotincha "information"- tushuntirmoq, bayon etmoq) zamonaviy fan va siyosatning asosiy tushunchalaridan biri; dastlab kishilar tomonidan og'zaki, keyinroq yozma yoki boshqa shakllar uzatilgan ma'lumot; XX asrning o'rtalaridan boshlab insonlararo, inson-avtomat, avtomat-avtomat o'rtasidagi ma'lumot hamda hayvonlar va o'simliklardagi signal almashinuvi, hujayrada hujayraga muayyan belgilarning uzatilishi va shu kabilarni anglatadi boshLASH.

Ijtimoiy hayotga tatbiqan axborot-kishilar, predmetlar, faktlar, hodisalar, jarayonlar va shu kabilar haqidagi **ma'lumot** (ma'lumotlar majmuasi)ni anglatadi.

Axborotlashtirish-axborot resurslarini shakllantirish va ulardan foydalanish hisobiga fuqarolar, davlat hokimiyati va o'z-o'zini boshqarish organlari, tashkilotlar va jamoat birlashmalarining axborot sohasidagi ehtiyojlarini qondirish, huquqlarini ro'yobga chiqarish maqsadida optimal sharoitlarni yaratish uchun tashkil etiladigan ijtimoiy-iqtisodiy va ilmiy-texnik jarayonlar majmuasi.

Informatsion jarayonlar-axborotni qidirish, yig'ish, qayta ishlash, to'plash, saqlash va tarqatish jarayoni.

Axborot tizimi (information sistema)-informatsion jarayonlarni amalga oshiruvchi tartibga solingan hujjatlar hamda axborot texnologiyalari majmuasi Axborot resurslari-muayyan (kutubxona, arxiv, fond, ma'lumotlar banki kabi) axborot tizimlaridagi alohida hujjatlar va hujjatlar majmuasi

Axborot turlari 2ta :

- 1. Analog;**
- 2. Diskret;**



Insonga uzluksiz ta'sir e'tib turuvchi axborotlar **analog** axborotlar deyiladi. Inson axborotlarni qayta ishlash uchun uni uzlukli ko'rinishga o'tkazar ekan. Axborotlarning bu kabi uzlukli ko'rinishi **diskret** axborotlardir.

Diskret axborotlardan eng ko'p tarqalgani **raqamli** axborotlardir, ya'ni uzluksiz axborotning raqamlar orqali ifodalangan ko'rinishidir.

Axborotning qiymati va iste'mol qiymati haqida tushuncha.

Axborotning o'z vaqtida yyetkazib berilmasligi qaror qabul qilishni kechiktiradi, oqibatda qabul qilinayotgan qarorlar o'zgaruvchan sharoitda talabga javob bermaydi. Axborot qanchalik tezkor bo'lsa, u shunchalik qimmatli bo'ladi.



Axborotning qadrliligi aniqlik darajasi oshgani sayin yoki xabar qilinayotgan va aniq natijalar o'rtasidagi farq kamayganda tez ko'tariladi. Ishonchli axborot to'g'ri qamrovi qabul qilishni ta'minlaydi. Axborotning qiymati ushlanib qolish vaqti oshishi bilan kamayadi, shu tufayli axborot eskiradi. Axborotni qayta ishlashda ushlanib qolish kamayganda, birinchidan, qarorlar oldinroq qabul qilinishi mumkin, ikkinchidan, uning mazmuni yaxshilanadi.

XULOSA

Axborot foydali bo'lishi uchun har bir daqiqada hal etiladigan muammo bilan bog'liq bo'lishi lozim. Faqat ishga tegishli axborot foydalanuvchilarga o'z vaqtida va mazmunli qaror qabul qilish imkonini beradi. Ular esa o'ziga zarur ma'lumotlarni izlashga ortiqcha vaqt sarf etmaydi. Agar mavjud axborot ishlab chiqilayotgan qaror bilan bog'liq bo'lmasa, u biror qiymatga ega bo'lmaydi. Foydalanuvchining axborot



yoki ishning qandaydir qismini bilishi (yoki bilmasligi) ham axborot qiymatining muhim omilidir.

REFERENCES

- Albarran, A. B. (2010), Elektron ommaviy axborot vositalarini boshqarish, 4-nashr. (2010), Belmont.
- Aris, A. va Bughin, J. (2009), Media-kompaniyalarni boshqarish: ijodiy qiymatni qo'llash, 2-nashr, London 2009, ISBN 978-0-470-71395-2
- Küng, L. (2008), OAVdagi strategik boshqaruv: Amaliyot nazariyasi, Los-Anjeles 2008.
- Porter, M. E. (2004), Raqobatbardosh ustunlik: yuqori ko'rsatkichlarni yaratish va qo'llab-quvvatlash, Nyu-York 2004 yil.
- Pringle, P. K. va Starr, M. F. (2006), elektron ommaviy axborot vositalarini boshqarish, 5-nashr, Nyu-York 2006.
- Sherman, B. (1995), Telekommunikatsiyalarni boshqarish, Broadcasting / Cable and the New Technologie, 2-nashr, Nyu-York 1995 y.
- Wirtz, B. W. (2011a), Media va Internet menejmenti, Visbaden 2011.
- Wirtz, B. W. (2011b), Biznes modellarini boshqarish: Dizayn, asboblari, muvaffaqiyat omillari, Visbaden 2011.