



FILMLAR VA OMMAVIY MADANIYAT

Allamurodova Shaxnozabonu

Termiz davlat pedagogika instituti Xorijiy til va adabiyot fakulteti

1-kurs talabasi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7539618>

Kalit soʻzlar: mediamadaniyat, madaniyatshunoslik, sivilizatsiya, ommaviy axborot vositalari, televideniye, matbuot, ommaviy madaniyat, global tarmoq, desritorializatsiya.

Har qanday sivilizatsiyalashgan jamiyat, rivojlanishning qaysi bosqichida boʻlmasin, inson ijodkorlik jarayonida muloqot qilish va hissiyotlarini ifoda etish istagini inkor eta olmaydi. Har bir davrda ushbu manfaatlar va ehtiyojlarni eng samarali qondiradigan, kommunal funksiyalar nuqtayi nazaridan eng samarali va ijtimoiy mavqei jihatidan eng maqbul boʻlib chiqadigan yangi yetakchi madaniyat shakllari paydo boʻladi deyish toʻgʻri boʻlar edi. Ijtimoiy narx bu holda jamiyat aʼzolarining aloqa, oʻzaro tushunish darajasiga tengdir.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA

XX asrning soʻnggi choragida “mediamadaniyat” tushunchasining hayotga tatbiq etilishi eng soʻnggi axborot texnologiyalarining davr madaniy-kommunikativ holatining barcha jabhalariga inqilobiy taʼsiri bilan bogʻliq. “Yangi ommaviy axborot vositalari” sohasidagi har qanday yangilik ijtimoiy muhit konturlarida bir nechta oʻzgarishlarni keltirib chiqaradi: axborot oqimlari zichligining oshishi, ular tezligining oshishi, yangi ijtimoiy-madaniy hodisalarning paydo boʻlishi. Shu nuqtayi nazardan, mediamadaniyat jamiyatning turli tizimlari oʻrtasidagi oʻzaro aloqalarni ramziy almashinuv mexanizmlari orqali taʼminlaydigan ijtimoiy muhit sifatida, shubhasiz, falsafiy, sotsiologik, psixologik tadqiqotlar mavzusiga qiziqish uygʻotadi.

Ayni paytda, zamonaviy madaniyat nazariyasining yaratuvchisi sifatida “mediamadaniyat” atamasi axborot jamiyati madaniyatining maxsus turini bildirish uchun kiritildi. Shu bilan birga, yaqin vaqtgacha “ommaviy axborot vositalari” kabi tushunchalar mahalliy fan va amaliyotda keng tarqalgan edi.

Ommaviy axborot vositalari “ommaviy madaniyat”ning texnik ishlab chiqarilishini bildirish uchun kiritilgan XX asr atamasidir, shuning uchun tadqiqotchilar sotsiologiya, iqtisod va boshqa fanlarning tajribalaridan foydalangan holda madaniyat tarixi va nazariyasini qayta koʻrib chiqish imkoniyatiga ega. Ushbu hodisaning paydo boʻlishi vazifalari, maqomi va faoliyat sohasi oldingisiga qaraganda ancha xilma-xil boʻlib borayotgan zamonaviy mediamuhit, mediabozor, mediamenejment, mediatanqidning yangi mediahaqqati, mediamadaniyatning shakllanishiga olib keldi.





Axborot inqilobi jamiyat asoslarini tubdan o'zgartiradigan omil sifatida e'tirof etilganiga qaramay, yangi telekommunikatsiya va kompyuter texnologiyalari va ularga asoslangan "yangi ommaviy axborot vositalari" bilan bog'liq muammolar asosan har xil turdagi professional muammolar, axborot faoliyati va kam hollarda odamning shaxsiy hayoti uchun xavf tug'diradigan psixologik muammolar sharoitida muhokama qilinadi. Shu bilan birga, aloqa komponenti har qanday faoliyat turida juda katta rol o'ynaydi va ushbu omilni to'g'ri baholamaslik bir necha salbiy oqibatlariga olib kelishi mumkin.

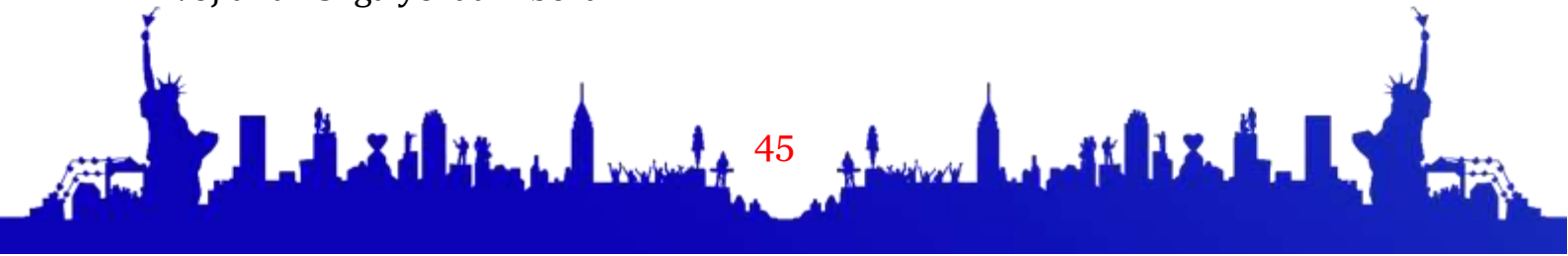
XXI asr mediamadaniyati nafaqat yangi texnik kommunikativ ommaviy axborot vositalarining ustunligi bilan ta'minlangan, balki axborot oqimlari zichligini, axborot-kommunikatsiya jarayonlari tezligining oshishini, faoliyatning barcha sohalari, shuningdek, ommaviy axborot vositalarining o'zaro ta'sirining yangi modeli asosida joylashgan barcha telekommunikatsiyalarning yaqinlashuvi prinsipi bo'yicha kommunikatsiya aloqalari konfiguratsiyasining o'zgarishini namoyish etadi. Mavjud vaziyatning o'ziga xos xususiyatlari inson yashash muhitining innovatsion modellarini yaratish uchun yangi imkoniyatlar beradi. Mediamadaniyat muloqot qilish imkoniyatlarini kengaytiradi, masofani toraytiradi, zamonaviy dunyo makonining istalgan nuqtasiga yaqinlik tuyg'usini yaratadi.

Yangi axborot-kommunikatsiya texnologiyalari asosida jahon iqtisodiyoti institutlari jahon bozorlarini boshqarishga imkon beradigan xalqaro hamkorlik strategiyalarini yaratdilar; global tarmoqdagi moliyaviy operatsiyalar vaqtni tejashga yordam beradi; butun dunyo bo'ylab birja savdolarining natijalari kompyuter ekranlarida namoyish etiladi va sivilizatsiyaning uchinchi to'liqini elektron pullari, E.

Toffler so'zlari bilan aytganda, "tobora ko'proq elektron impulslarni aks ettiradi" [1, b. 95].

MUHOKAMA VA NATIJALAR

"Yangi ommaviy axborot vositalari" davri bergan imkoniyatlar qatoriga ta'lim tizimini rivojlantirish va takomillashtirish uchun asos sifatida sifat jihatidan yangi axborot-ta'lim muhitini yaratish imkoniyatlari kiradi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish intellektual faoliyatning mohiyatini o'zgartirib, ma'lumotlarni izlash va uzatish jarayonida tezlashtirishni ta'minlaydi; masofaviy o'qitish sohasida interfaol usullarni joriy etish onlayn ta'limning yangi shakllarini shakllantirishga va ta'limda mavjudlik tamoyilini rivojlantirishga yordam berdi.





Ommaviy axborot vositalarining professional kommunikatsiya faoliyati sohasida ham muhim o'zgarishlar yuz berdi: nashrning arxivlari va tashqi elektron resurslarga, ma'lumotlar bazalariga, tashkilotlarning rasmiy veb-saytlariga, yangiliklar lentlari, videokonferentsiyalarga kirish imkoni yaratdi. jurnalistlar tomonidan mavzu. Bir nechta manbalar mustaqil jurnalistik jurnalistikaning yanada samarali ishlashiga yordam beradi. Tomoshabinlarning roli ham o'zgardi: mulohazalarning turli shakllari o'quvchi, tinglovchi va tomoshabinga axborot mahsulotini ishlab chiqarishda ishtirok etish imkoniyatini berdi.

Etnomadaniy xilma-xillik odamning elektron "desritorializatsiyasi" – odamning individual, odatiy, samimiy sohasini buzadigan elektron ommaviy axborot oqimlarining shaxsiy makoniga bostirib kirishi bilan olib tashlanadi. Globallashayotgan dunyoda "mahalliy aholi madaniy, tarixiy va geografik ahamiyatidan mahrum bo'lib, funksional tarmoqlarga yoki majoziy kollajlarga birlashtirilib, joylar makonining o'rnini bosadigan oqimlar maydonini keltirib chiqaradi." [2, b. 51-53].

Mediamadaniyatning paydo bo'lishi bilan biz uchun tanish bo'lgan aloqa jarayoni sxemasini kengaytirish haqida gapirish mumkin bo'ldi. Dastlab klassik ma'lumotlarni uzatish sxemasini eslaylik. Buning uchun xabar, talqin (yoki idrok) va aloqa o'rtasida aniq farqlanish talab etiladi. Xabar – bu "narsa", insonning intellektual faoliyati yordamida uzatiladigan mahsulotdir. Interpretatsiya – bu "fikr", ya'ni olingan bilim. Aloqa faqat translyatsiya, translyatsiya operatsiyasidir.

Maklyanning "Mediani tushunish" kitobida muhokama qilingan kommunikatsiya vositalari birgina axborot texnologiyalari emas. Bu yerda olimlar elektr nuri, nutq, yozuv, yo'llar, raqamlar, kiyim-kechak, uy-joy, shahar, pul, soatlar, matbaa, komikslar, kitoblar, reklama, g'ildiraklar, transport vositalari (velosiped, mashina, samolyot), avtomatik uskunalar, fotosuratlar, o'yinlar, matbuot, telegraf, yozuv mashinasi, telefon, fonograf, kino, radio, televizor, qurol-yarog 'va boshqa ko'p narsalarni kiritadilar [3]. Bu xilma-xillikning barchasi "texnologiyalar" yoki "vositachilar" ekanligi bilan birlashadi, ularning kiritilishi insonning tashqi dunyo bilan (tabiiy va ijtimoiy) muloqotida sezilarli o'zgarishlarni amalga oshiradi va uning fikrlash tarzini va uslubini qayta tashkil qiladi.

An'anaviy ma'noda mediamadaniyat audiovizual ijodkorlikning barcha turlarini birlashtiradi. Zamonaviy sivilizatsiya sharoitida audiovizual ma'lumotlarning ko'pqirraliligini J. Bodrillard, P. Virilio, F. Jeymson ta'kidladilar. Ularning fikriga ko'ra, mediamadaniyat – bu tasvir va tovushlarni yozib olish va uzatishning





zamonaviy texnik usullari (kino, televizion, video, multimedia tizimlari) bilan keng tarqalgan dinamik tasvirlarni uzatish bilan bog'liq madaniyat sohasi. Ushbu atama kulturologik nazariyada bir necha yil oldin qo'llanila boshlangan, ammo hali ensiklopedik maqomga ega bo'lmagan.

Bugungi kunda mediamadaniyat tushunchasi ostida axborot oqimining intensivligi (birinchi navbatda audiovizual: televizor, kino, video, kompyuter grafikasi, mobil aloqa, internet, multimedia va boshqalar) tushuniladiki, bu shaxs tomonidan kompleks, ya'ni atrof-muhitni ijtimoiy, axloqiy, psixologik, badiiy, intellektual jihatlarini bo'yicha rivojlantirish vositasidir.

XULOSA

Yuqorida aytib o'tilganlardan kelib chiqqan holda biz yangi hodisaga quyidagi ta'rifni berishga haqlimiz: mediamadaniyat – bu insoniyat tomonidan madaniy va tarixiy rivojlanish jarayonida ishlab chiqilgan, ijtimoiy ongini shakllantirishga va ijtimoiylashuviga hissa qo'shadigan individual axborot-kommunikatsiya vositalarining to'plamidir. Unga axborot uzatish madaniyati va uni idrok etish madaniyati kiradi; u yoki bu boshqa mediamatni idrok etish, tahlil qilish, baholash, mediaijodkorlik bilan shug'ullanish, ommaviy axborot vositalari orqali yangi bilimlarni o'zlashtirishga qodir shaxsiyat rivojlanish darajalari tizimi sifatida ham qaralishi mumkin [4]. Yuqorida aytilganlarning hammasi mediamadaniyat jamiyat bilan birgalikda uning ijtimoiy-madaniy modernizatsiyasi sharoitida rivojlanib boradigan dinamik hodisa ekanligini isbotlaydi.

References:

1. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. М.: Изд-во АСТ, 2001. 669 с.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.:
3. ГУ ВШЭ, 2000.
4. Понимание медиа. М.; Жуковский, 2003.
5. Кириллова Н. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М., 2005.

