

Elyorbek ABLAZOV,
Andijon davlat pedagogika instituti tadqiqotchisi
elyorbekabzalov@mail.ru

Falsafa fanlari doktori, dotsent I.Siddiqov taqrizi asosida

RELATIONSHIP OF MEDIA CULTURE AND MEDIA PHILOSOPHY

Annotation

This direct relationship between society and culture assumes that social behavior is determined entirely by a system of values and cultural products. Institutions, behavioral structures, systems of norms, and social models become meaningful within this set of values and symbols. This article discusses this in detail.

Key words: culture, mass culture, subculture, national culture, "popular culture", belief, value, mass media.

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕДИАКУЛЬТУРЫ И МЕДИАФИЛОСОФИИ

Аннотация

Эта прямая связь между обществом и культурой предполагает, что социальное поведение целиком определяется системой ценностей и культурными продуктами. Институты, поведенческие структуры, системы норм и социальные модели приобретают смысл в рамках этого набора ценностей и символов. В этой статье это обсуждается подробно.

Ключевые слова: культура, массовая культура, субкультура, национальная культура, «народная культура», вера, ценности, средства массовой информации.

MEDIAMADANIYAT VA MEDIAFALSAFANING O‘ZARO ALOQADORLIGI

Annotatsiya

Bu jamiyat va madaniyat o‘rtasidagi bevosita bog‘liqlik Ijtimoiy xulq-atvor butunlay qadriyatlar va madaniy mahsulotlar tizimi orqali aniqlanadi, deb taxmin qiladi. Institutlar, xulq-atvor tuzilmalari, me‘yorlar tizimlari va ijtimoiy modellar ushbu qadriyatlar va belgilar to‘plamida mazmunli bo‘ladi. Mazkur maqolada shu haqda batafsil to‘xtalib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: madaniyat, medamadaniyat, submadaniyat, milliy madaniyat, "ommaviy madaniyat", e‘tiqod, qadriyat, ommaviy axborot vositalari.

Kirish. Madaniyat – bu ma‘lum bir jamiyatda shaxslar va guruhlar rivojlanadigan tajribalar, bilimlar, e‘tiqodlar, qadriyatlar, xatti-harakatlar, ma‘nolar, ierarxiyalar, vaqt hissi, fazoviy munosabatlar, moddiy ob‘ektlar va dunyoqarashlar. Shu ma‘noda, turli madaniyatlar turli xil o‘ziga xosliklarni yaratadi. Madaniy o‘ziga xoslik bir-birini to‘ldiradigan ikkita hodisani anglatadi; Muayyan madaniyat yoki submadaniyat ichidan identifikatsiya qilish va boshqa madaniyatlar ta‘sirida o‘zgartirish. Shu ma‘noda madaniy o‘ziga xosliklar yopiq muhitda shakllanmaydi. Barcha ijtimoiy jarayonlar singari, ular boshqa madaniy qadriyatlar tizimlari bilan bog‘liq. Madaniy tizimlar o‘zlarining farqlari va o‘zlarining ichki mantiqlari bilan tavsiflangan bo‘lsa-da, ular boshqa madaniyatlar bilan juda ko‘p o‘xshashliklarni ko‘rsatadi. Biroq, ayniqsa, milliy madaniy munosabatlar darajasida bu munosabatlar bir tomonlama, va u cheklaydi. Masalan, Amerika teleseriallarining Uchinchi dunyo mamlakatlari madaniyatiga ta‘siri bu bir tomonlama munosabatlarga ishora qiladi. S.Frene fikriga ko‘ra, kino va fotografiya ermak va ta‘lim vositasi emas, shunchaki san‘at ham emas, balki tafakkur va o‘z fikrini ifodalashning yangi shaklidir[1].

Bu barcha dalillar doirasida quyidagi savolni berish kerak. Ommaviy axborot vositalarini o‘ziga xos madaniy tizim sifatida tasavvur qilish mumkinmi? Bu savolga javob ommaviy axborot vositalari aloqa tizimidan ko‘ra ko‘proq degan taxmin darajasida "ha" bo‘lishi mumkin. Klifford Geertz o‘zining "Din madaniy tizim sifatida" maqolasida madaniy tizimni quyidagicha belgilaydi; Madaniy tizim - unda yashovchi odamlarning kayfiyati va motivlarini belgilaydigan, tushuncha va ta‘riflarni ma‘lum bir tartibda shakllantiradigan va bu tushunchalarni haqiqiylik muhiti bilan qamrab oluvchi ramziy tizim. Ushbu ramziy tizimda voqelikni takrorlash orqali vakillik maydoni yaratiladi. Shunday qilib, inson unga berilmagan voqelikni ramzlar va tasvirlar orqali hosil qiladi. Bu jarayonda til faol rol o‘ynaydi. Biroq, bu yaratilgan ramziy tizim va uning vakillik maydoniga o‘tkazilishi madaniy tizim doirasida birlashtirilgan. Geertz belgilarning ikkita farqlovchi xususiyatini ta‘kidlaydi. Birinchisi, belgilarning joylarni almashtirish qobiliyati.

Belgilar voqelikni mavjud bo‘lmagan, ya‘ni real ob‘ekt bo‘lmagan joyda o‘rmini bosadi va ifodalaydi. Ko‘chirish ikki yo‘l bilan amalga oshiriladi. Birinchidan, ramz haqiqat bilan bir xil ma‘noda qo‘llaniladi. (haqiqatning ramzlari). Munosabatning boshqa jihati shundaki, ramziy shakl voqelik uchun namunadir. (haqiqat uchun ramzlar). Shu doirada, "uy nima?" Savolga uy rasmini ko‘rsatish orqali javob berish ramziy shaklning voqelik bilan o‘rnatadigan munosabatlarning birinchi jihatini tashkil esa, uy qurmoqchi bo‘lgan shaxsga uy rasmini berish munosabatlarning boshqa tomoni bilan bog‘liq. Belgilarning ikkinchi ajralib turadigan xususiyati - unumdorlik, cheklangan miqdordagi belgilar bilan cheksiz miqdordagi tasvirlarni ishlab chiqarish qobiliyati. Har bir belgi sifatida belgilanishi mumkin bo‘lgan harflar bilan so‘zlarning yaratilishi bunga eng yaxshi misoldir; va bu so‘zlar bilan son-sanoqsiz gaplar yasash mumkin. Har bir belgi sifatida belgilanishi mumkin bo‘lgan harflar bilan so‘zlarning yaratilishi bunga eng yaxshi misoldir; va bu so‘zlar bilan son-sanoqsiz gaplar yasash mumkin. Har bir belgi sifatida belgilanishi mumkin bo‘lgan harflar bilan so‘zlarning yaratilishi bunga eng yaxshi misoldir; va bu so‘zlar bilan son-sanoqsiz gaplar yasash mumkin.

Ushbu ta‘riflar asosida madaniy tizim til orqali o‘rnatilgan ramziy shakllarning tarkibiy qismi sifatida tushuniladi va barcha to‘qnashuvlar, murosalar va boshqa ijtimoiy xatti-harakatlar ushbu ramziy shakllar ichida va o‘rtasida sodir bo‘ladi deb o‘ylanadi. Shu nuqtai nazardan, ommaviy axborot vositalarini o‘ziga xos tildan foydalanadigan, ramziy tuzilmalarni ishlab chiqaradigan va ushbu tuzilmalar orqali vakillik maydonini yaratadigan madaniy tizim sifatida tasavvur qilish mumkin. Ommaviy axborot vositalari tomonidan yaratilgan ramzlar haqiqat bilan bir xil ma‘noda qo‘llaniladi va real hayotga nisbatan keng ko‘lamli e‘tiqodlar va xulq-atvor me‘yorlarini ta‘minlaydigan va yaxlitlikka ega bo‘lgan ramziy dunyoni yaratish jarayonida rol o‘ynaydi. Bu ommaviy axborot vositalari tomonidan yaratilgan o‘ziga xos dunyoqarash, qadriyatlar tizimi va ramziy vakillik maydoni. Shu ma‘noda televideniya na "oyna", na bor narsaning oddiy tasviri emas. Bu o‘ziga xos dunyo, madaniy tizim.

Ommaviy axborot vositalari odamlarning dunyoni anglash va ob'ektlar haqida tasavvurga ega bo'lish uchun tashkil etadigan va tartibga soluvchi fikrlar to'plamini o'rnatadi. Bu fikrlar majmui tajribalar, bilimlar, e'tiqodlar, qadriyatlar, xatti-harakatlar, ma'nolar, ierarxiyalar, vaqtni tushunish, fazoviy munosabatlar, moddiy ob'ektlar va dunyoqarashni o'z ichiga oladi. Shunday qilib, shaxs ushbu fikrlar majmuasi doirasidagi hodisa va hodisalarni tushuntirish qobiliyatiga ega bo'ladi. Din kabi ommaviy axborot vositalari ham odamlarning ijtimoiy hayotda duch keladigan muammolariga yechim taklif qiladi, turli voqea va hodisalar qarshisida ularning xatti-harakatlarini yo'naltiradi. Ommaviy axborot vositalari tomonidan yaratilgan voqelik yoki ramziy koinot butunlay tabiiy va ob'ektiv ekanligini da'vo qilmoqda. "Hozirgi zamon bolasining OAV bilan bu qadar bog'liqligi pedagogika va psixologiya nuqtai nazaridan uning uzatilayotgan axborotlarni tahlilsiz qabul qilishiga olib keladi"[2].

Ommaviy axborot vositalarini madaniy tizim sifatida konseptualashtirish zamirida uning din, afsona va marosim kabi o'ziga xos qadriyatlar majmuasiga ega ekanligi haqidagi g'oya yotadi. Media madaniyat ham boshqa madaniyatlar kabi tashqi voqelik bilan doimiy aloqada bo'lib, u o'zgaruvchidir. Media madaniyati to'liq ishlab chiqilgan, jamiyatga singdirishga urinilgan "yaratilgan" madaniyat emas. Media madaniyat ham an'anaviy madaniyatlar kabi jamiyat ichidan tarixiy jarayonda rivojlanmasa-da, "xalq"dan mustaqil ravishda rivojlanmaydi. Ommaviy axborot vositalari yangi madaniy shakllarni yarasa-da, u mavjud madaniyatlar ta'sirida bo'ladi va ularga munosabat sifatida rivojlanadi. Ommaviy axborot vositalari tomonidan tashkil etilgan meta-diskurs jamiyatdagi boshqa nutqlar bilan doimiy kurashda. Biroq, ushbu metadiskursning oqibatlarini jamiyatdagi hokimiyat munosabatlari tomonidan hukmronlik qiladi, hukmron guruh yoki sinflarning nutqini shakllantiradi. Lekin buning uchun ommaviy axborot vositalarini "mafkuraviy qurilma" yoki hukmron sinflar bilan bog'langan vosita sifatida konsepsiyalash uchun instrumental yondashuv talab etilmaydi. Ommaviy axborot vositalari matnlarining (madaniy mahsulotlar) shakllanishi gegemonlik uchun kurashda rivojlanadi.

Biroq, ommaviy axborot vositalari ijtimoiy institut sifatida butun madaniy jarayonni faol o'rganish ob'ekti sifatida o'rganilishi mumkin. Biroq, bu yerda ta'kidlash kerak bo'lgan narsa, ommaviy axborot vositalarini media madaniyati konsepsiyasi doirasida haqiqiy madaniyatlar, ishlab chiqarish, mahsulot va iste'mol jarayonlari davomida bir butun sifatida qabul qilish kerak. N.Rustamova "Mediata'limning rivojlanish tarixi va uzluksiz ta'limda qo'llash imkoniyatlari" maqolasida O'zbekiston uzluksiz ta'lim tizimida mediata'limdan foydalanish samaradorligini maktabgacha ta'lim muassasasi — maktab, akademik litsey, kasb-hunar kollejida, keyinchalik oliy o'quv yurtlarida o'qitish orqali amalga oshirish mumkin deya hisoblaydi.

Zamonaviy jamiyat butunlay ommaviy axborot vositalarining ta'siri ostida. Biroq bu holat ommaviy axborot vositalaridan tashqaridagi voqeliklar butunlay yo'q bo'lib ketganligi va ommaviy axborot vositalari ijtimoiyni yagona voqelik sifatida yoritayotgani haqidagi "postmodernistik" yondashuvlarning manbai bo'lib, ba'zi muammolarni keltirib chiqarishi mumkin. Bugungi kunda ommaviy axborot vositalari ta'sir qilmaydigan madaniy makonning mavjudligi imkonsiz bo'lib qoldi. Biroq, bu haqiqiy madaniyatlar butunlay yo'qolgan degani emas. Haqiqiy madaniyatlar turli darajalarda mavjud bo'lib, odamlarning madaniy ongini shakllantirishda davom etishi mumkin. Haqiqiy madaniyatlar mavjudligi ham media madaniyatining manbai hisoblanadi. Shu sababli, ijtimoiy hayotning tugashini "giperrealistik" argumenti bilan e'lon qilish, hech bo'lmaganda, bugungi kun uchun mumkin emasdek tuyuladi.

Zamonaviy jamiyatlarda ommaviy madaniyat o'zining barcha mavjud ta'riflarida ommaviy axborot vositalari orqali tarqaladi. Bugungi kunda biror narsaning "ommabop" bo'lishi uning ommaviy axborot vositalari tomonidan ishlab chiqarilishiga bevosita bog'liq. Shunday ekan, ommaviy madaniyatni barcha mavjud muammolari, konseptual muammolari bilan yolg'iz qoldirib, e'tiborimizni media madaniyatiga qaratishning zarari yo'q. Media madaniyati barcha ijtimoiy munosabatlar, jarayonlar, nutqlar, mafkuralar va gegemonlik uchun kurashni tushuntirish uchun yetarli makon yarata oladi. Ommaviy axborot vositalari ham aloqa texnologiyasi, ham madaniy tizim sifatida muloqot va madaniyatshunoslik o'rtasidagi sun'iy tafovutlarni bartaraf etishda muhim rol o'ynashi mumkin.

"Ommaviy axborot vositalari" mavzusi falsafa kabi ko'p asrlik fanga to'xtalib o'tishi vaqt masalasi bilan bog'liq. Biroq, institutsional ma'noda (hali) media falsafasi mavjud emas. Shunga qaramay, bu atama hozirgi munozaralarda ham, akademik sohadagi ommaviy axborot vositalari tizimida qizg'in muhokama qilinmoqda. Xo'sh, media falsafasi nima? Uning konsepsiyasini juda tor ma'noda - mavzu sifatida ommaviy axborot vositalari bilan shug'ullanadigan falsafani yoki juda keng ma'noda tushunish mumkin, bu holda u klassik falsafaning boshqa vositalar bilan davom etishidan boshqa narsa emas. Hozirgi munozara bu ikki chegara o'rtasida ketmoqda. Qaysidir ma'noda faylasuflar ommaviy axborot vositalari haqida "doim" o'ylashgan. Masalan, Afлотuning "Fedr" dialogida falsafani bahslashish uchun yaroqsiz vosita sifatida yozishni tanqid qilish birinchi marta ko'rsatib o'tilgan. Antik davr og'zaki dunyosida matnlar bo'ysunuvchi rol o'ynagan. Biroq, fonetik alifbo bilan, bu argumentativ nutqni matn munosabatlariga aylantirish imkonini beradigan yangi vosita edi. O'shandan beri falsafa "yozuv ishi" bo'lib qoldi va kim falsafa bilan shug'ullanmoqchi bo'lsa, buyuk faylasuflar asarlarini o'qishga majbur bo'ladi. Bu, shuningdek, ko'pchilik olimlarning falsafiy an'anaga bog'liq bo'lgan ommaviy axborot vositalarini ko'rishga ruxsat berishda juda shubha bilan qarashlarining sabablaridan biridir.

Falsafa professorlari Tolkiening "Uzuklar hukmdori" filmidagi daraxtlarga o'xshaydi. Ular sekin va katta vaqt oralig'ida o'ylaydilar va faqat ekstremal favqulodda vaziyatlarda harakat qilishadi. Ularning aksariyati ommaviy axborot vositalari muammosini siz o'tirishingiz mumkin bo'lgan ziddiyatli muammosi deb bilishadi. Faqat shoshmang, shoshmang, axir, ong falsafasidan til falsafasiga o'tish uchun mavzuga qariyb uch asr kerak bo'ldi. Ommaviy axborot vositalari falsafasi qaysi yo'ldan borishi kerakligini aniqlashingiz mumkin.

Media falsafa atamasi media -amaliy va media-nazariy masalalarni falsafiy tekshirishni anglatadi. Uning chinakam falsafiy yondashuvi media falsafasini ommaviy axborot vositalari nazariyasidan ajratib turadi, uning madaniy -ilmiy yondashuvi tufayli umumiy jihatlari bor. Media falsafasining paydo bo'lishi XX asr o'rtalaridan boshlab turli xil axborotni qayta ishlash texnologiyalari, aloqa nazariyalari va media amaliyotlari (jumladan, audiovizual va raqamli) madaniy va siyosiy jihatlari qiziqish ortishi bilan bog'liq.

Media falsafasi - bu yangi fanmi? Har holda, media falsafa falsafa professori televizorda paydo bo'lganda emas. Aksincha, bu ommaviy axborot vositalarining voqelikni qanday shakllantirishi haqida fikr yuritishdir. Inson muhiti ruhiydir; Madaniyat nafaqat ommaviy axborot vositalari tomonidan "shakllantiriladi", balki faqat ommaviy axborot vositalari orqali amalga oshirildi va qayta-qayta o'zgartirildi. Media tadqiqotlaridan farqli o'laroq, ommaviy axborot vositalari media falsafasida nazariy jihatdan asoslanadi, ya'ni ularning texnik asoslari va kognitiv ta'siri shubha ostiga olinadi. Shu boisdan ham «Mediasavodxonlik» — mediamatnlarni sharhlash/tahlil etish va yaratish qobiliyati" sifatida talqin qilinadi.

Bu faqat "falsafa" akademik faniga va uning vakolatlariga masofadan bog'liq. Media falsafasi media madaniyatiga oid psixologik yoki sotsiologik tadqiqotlar bilan ham qanoatlanmaydi. U hamma joyda matn tuzilmalarini ko'radigan va

madaniyat(lar)ni "o'qish"ga bo'ysundirmoqchi bo'lgan semiologiya an'anasini buzadi. Media falsafasi immanent texnik o'zgaruvchilar, madaniyatning ishlashiga imkon beruvchi ilgaklar bilan bog'liq; o'z-o'zidan ishonchli muloqot qiluvchi sub'ektlar bilan emas, balki har bir madaniyatning chuqur o'lchovidagi vositachilik bilan. Belgilar, so'zlar, tasvirlar g'oyalar samarali bo'ladigan uzatish vositasidir. Fazo va vaqtni o'zlashtirish, ya'ni uzatish (ramzli tizimlarda uzatish, transport tizimlari, arxivlar, muassasalar va boshqalar) barcha aloqalardan oldin. Bu ma'lum sharoitlarda sodir bo'ladi: til, yozuv, bosim, elektr, audio-vizuallik va hozirda: hisoblash quvvatiga interfeyslar.

Biz hammamiz bir iborani bilamiz: muhim aloqa vositasi - bu axborotdir. Deyarli yarim asr muqaddam kanadalik Marshall Maklyuhan ushbu shiorni yangi davr haqidagi bilimlarni jamlash uchun ishlatgan. U elektr energiyasidan boshlandi, bu ma'lumotni saqlash uchun yangi imkoniyatlar yaratdi va shu tariqa yangi media asriga asos bo'ldi. Maklyuhan bu texnologiyaga nisbatan falsafaning ikki yarim ming yillik jaholatiga barham berishi kerakligiga amin edi. Yangi audiovizual vositalarning psixologik va ijtimoiy oqibatlari va endigina boshlanayotgan avtomatlashtirish va axborot asri uning yangi ilmiy intizomi, media nazariyasi mavzusidir.

Texnologiya va ommaviy axborot vositalari madaniyat va jamiyatga o'zgaruvchan ta'sir ko'rsatadi, shuning uchun bizning dunyoni idrok etishning o'ziga xos usulidir. Yangi ommaviy axborot vositalaridan oldin, zamonaviy va zamonaviy davr matbaa bilan nafaqat texnik manipulyatsiya darajasida, balki kognitiv o'lchovda ham inqilobiy o'zgarishlarga olib keldi. Nafaqat biz dunyo haqida nimani idrok etayotganimiz va bilganimiz ommaviy axborot vositalariga, balki u haqida qanday fikr yuritishimizga ham bog'liq.

Yangi madaniy texnologiyalar ramziy darajadagi yangi yoki oddiygina boshqacha ishlov berishni ta'minlaydi. Media falsafasi tarixiy jihatdan birinchi navbatda yozuvdan foydalanish, bosmaxonaning rivojlanishi, markaziy istiqbol va nihoyat yangi optik va akustik vositalar va raqamli kompyuterlar bilan bog'liq bo'lgan o'tishlarni aks ettiradi. Axborotni saqlash va almashishdagi o'zgarishlar makon, vaqt va shaxslararo munosabatlarni idrok etishdan iborat butun insoniyat mavjudligiga ta'sir qiladi. «Mediasavodxonlik» — turli shakllardagi axborotlarni olish, tahlil etish, baholash va uzatish qobiliyati[5].

Avval yozish va bosib chiqarish, keyin elektr, endi raqamlashtirish madaniyat chegaralari va shakllari bilan davr o'zgarishi bilan bizning dunyo va undagi inson mavqei haqidagi tafakkurimizni ham o'zgartiradi. Bu bir paytlar "estetika" va "mantiq"da inson mavjudligining shartlari sifatida qabul qilingan transsendental idealizmga ta'sir qiladi. Yigirmanchi asrda falsafa birinchi marta "til"ni (lingvistik burilish) endi asta-sekin mavzuga aylanib borayotgan yangi "tasvirlar" tomonidan xavf ostida qolgan bir paytda kashf etdi (ikonik burilish). Ba'zi faylasuflar (masalan, Valter Benjamin, Gyunter Anders va Vilem Flusser) buni ko'rib chiqishgan bo'lsa-da, medial burilish hali ham kutilmoqda.

Akademik munozarada media falsafasining intizomiy da'vosi bo'yicha munozaralar yaqinda bo'lgan; u yangi asosiy intizom bo'lish da'vosi va falsafaning o'zida unutilgan va e'tibordan chetda qolgan media aloqalarini tuzatish da'vosi o'rtasida harakat qiladi. Shuningdek, bu maxsus nemis va shunga mos ravishda kesilgan munozara bo'lib, bu atamaning asoslanishini ham o'z ichiga oladi, bu juda g'ayrioddiy tuyuladi[6].

Tarixiy-falsafiy mavzuning bo'sh joyini qayta egallash uchun "ommaviy axborot vositalari" dan foydalanishning shubhali imkoniyati ham shundan iborat. Ammo Maklyuhan ruhida media falsafasi ommaviy axborot vositalari haqidagi munozaraga falsafiy an'analar qanday hissa qo'shishi kerakligi haqidagi savolni kamroq ko'taradi, balki ommaviy axborot vositalari mavjudligining tarixiy shartli holatiga ko'proq urg'u beradi. Matnga asoslangan ilmiy fan sifatida falsafa o'zining oldingi ifoda shakllarida g'arbiy tafakkur bilan shug'ullangan: til va yozuv dunyoni tushunishning imtiyozli vositasi sifatida yaqqol namoyon bo'ladi. Media falsafasi sub'ektiv kirishning o'z-o'zidan dalili shubha ostiga olinadigan va fikrlash mavjud ommaviy axborot vositalariga bog'liq bo'lgan joyda boshlanadi. Odamlar ularga nisbatan hech qanday hukmronlik qilmaydi. Til faylasufi Vilgelm fon Gumboldt ta'kidlaganidek, odamlar o'z narsalari, his-tuyg'ulari va harakatlari bilan yashaydilar, chunki til ularni ularga yetkazadi. Til mustaqil mavjudotga, shaxsga qarshi qaratilgan zo'ravonlikka ega.

Xullas, birinchidan, jamiyatning barcha jabhalarida jadal raqamlashtirishga duch kelganda, butun aholini qamrab olish uchun yangi ta'lim siyosatini ko'rib chiqish kerak. Audiovizual ijtimoiy-ta'lim ommaviy axborot vositalari bilimlarni tarqatish va xulq-atvoriga ta'sir qilish uchun yetarli darajada foydalanilmagan katta imkoniyatlarga ega. Keng auditoriyani turli xil kibertahdidlar haqida o'rgatishning namunasi sifatida bir qator video vinetkalar taqdim etilgan. Ushbu filmlardan maktabda yoki darsdan tashqari kontekstda fikr yuritishni boshlash uchun katta foyda bilan foydalanish mumkin. Ikkinchidan, ommaviy axborot vositalari qadim zamonlardan buyon ular ixtiro qilinganidan beri ta'lim va tarbiya vositasi sifatida qaralib kelgan. Jamiyat hayotining barcha jabhalarida jadal raqamlashtirish va butun aholi o'z media bilimlarini doimiy ravishda yangilab borish zaruriyatiga duch kelgan bugungi kunda maktab tizimi media-ta'limni to'liq ta'minlash va unga ishonib topshirilgan yoshlarni yangi axborot vositalaridan xabardor qilish borasidagi qiyinchiliklarga ham duch kelmoqda. Yetarli darajada foydalanilmagan istiqbolli yo'llar orasida o'quvchilarga to'liq avtonom holda o'qish imkonini beruvchi audiovizual ta'lim vositalarini tarqatish kiradi.

ADABIYOTLAR

1. Freinet, C. (1963). Les techniques audiovisuelles. Cannes: Bibliotheque de l'ecole moderne, 144 p. p.12
2. Uzluksiz ta'lim.- 2013- №2 Б 60-63
3. Uzluksiz ta'lim 2013 №5 71-75 бетлар
4. Worsnop, C. M. (1994). Screening Images: Ideas for Media Education. Mississauga: Wright Communication, 179 p.
5. Kubey, Robert. "Media education: Portraits of an evolving field." Media Literacy Around the World. Routledge, 2018. 1-11.
6. Kubey, Robert William, ed. "Media literacy in the information age: Current perspectives." (1997).