

МЕДИА ЖАНА МААЛЫМАТТЫК
САБАТТУУЛУК БОЮНЧА ТРЕНЕРЛЕР ҮЧҮН

МЕТОДИКАЛЫК КОЛДОНМО

КӨЙГӨЙЛҮҮ/ООР КЫРДААЛДАГЫ ЖАШТАР МЕНЕН ИШТӨӨ ҮЧҮН



This project is funded by
the European Union



**МЕДИА ЖАНА МААЛЫМАТТЫК САБАТТУУЛУК
БОЮНЧА ТРЕНЕРЛЕР ҮЧҮН**

МЕТОДИКАЛЫК КОЛДОНМО

Көйгөйлүү/оор кырдаалдагы жаштар менен иштөө үчүн

Бишкек 2021

УДК 659
ББК 76
Г 70

Г 70 Гороховский А. Медиа жана маалыматтык сабаттуулук боюнча тренерлер үчүн: Методикалык колдонмо, - Б.: 2021. -152 б.

ISBN 978-9967-9276-7-4

Бул колдонмо «Аналитика жана иликтөө борбору» аттуу коомдук уюмдун жетекчиси, «БезБрехни» (Украина) фактчек-долбоорунун негиздөөчүсү жана жетекчиси, медиатренер жана медиаэксперт Александр Гороховский тарабынан даярдалды. Александр Гороховский медиасабаттуулук жана фактчек боюнча окуучуларга, студенттерге, мугалимдерге, журналисттерге жана медиатренерлерге арналган бир катар методикалык колдонмолорду жана тренинг курстарын иштеп чыккан.

Көнүгүүлөрдү иштеп чыгууда колдонулган «кастык тили» же дезинформация боюнча мисалдар бир гана билим берүүчүлүк-агартуучулук максатын көздөйт жана аларды долбоор ишке ашырылып жаткан өлкөнүн мыйзамдарына каршы келе турган башка максаттар үчүн колдонууну көздөбөйт.

Бул публикацияда колдонулган аталыштар, ар кандай материалдар BRYCA долбоорунун өнөктөштөрүнүн кайсы бир өлкөнүн, аймактын, шаардын же райондун же алардын тиешелүү башкаруу органдарынын, ушул эле сыяктуу чек аралардын же бөлүү сызыктарынын укуктук макамына карата кандайдыр бир пикирин чагылдырбайт.

Бул публикацияда айтылган пикирлер жана көз караштар үчүн колдонмонун автору гана жооптуу. Автордун пикири BRYCA долбоорунун өнөктөштөрүнүн расмий позициялары менен дал келбеши мүмкүн жана бул аларга эч кандай милдет артпайт.

Колдонмо Европа Биримдигинин финансылык колдоосу астында даярдалды: Бул публикация Сорос-Казакстан Фондунун финансылык колдоосу менен которулду. Колдонмодогу материалдар Европа Биримдигинин жана Сорос-Казакстан Фондунун расмий көз карашын чагылдырбашы мүмкүн.

ISBN 978-9967-9276-7-4

УДК 659
ББК 76

ДОЛБООР ЖӨНҮНДӨ

Бул колдонмо «Борбор Азия жаштарынын сынчыл ой жүгүртүүсүн өстүрүү үчүн медиа жана маалыматтык сабаттуулук» (BRYCA долбоору) долбоорунун алкагында Европа Биримдигинин финансылык колдоосу астында даярдалды. Долбоор бир катар өкмөттүк эмес уюмдардын тобу - ERIM (Франция), ММК колдоо борбору (Кыргызстан), MediaNet эл аралык журналистика борбору (Казакстан), Заманбап журналистиканы өнүктүрүү борбору (Өзбекстан) жана «Гурдофарид» коомдук уюму (Таджикстан) тарабынан ишке ашырылууда.

BRYCA долбоорунун максаты – сынчыл ой жүгүртүүнү өнүктүрүү жана Борбор Азия жаштарынын дезинформацияга жана мисинформацияга, ошондой эле онлайн «кастык тилине» каршы туруктуулугун бекемдөө. Долбоор эки бөлүктөн турат:

- **QLEVER оюн платформасын иштеп чыгуу.** QLEVER оюн платформасы – бул Android оперативдүү системасына негизделген санариптик каражаттарда жеткиликтүү болгон билим берүүчү жана көңүл ачуучу онлайн-портал, анын ичинде qlever.asia веб-сайты да бар. Биздин оюн эксперименттерибиздин максаты – фейк маалыматтарга туруктуу болуу жана жеке коопсуздугу үчүн Борбор Азия жаштарына андай маалыматтарды аныктоодогу зарыл болгон көндүмдөрдү жана методдорду бекемдөөгө жардам берүү.
- **Медиа-маалыматтык сабаттуулук боюнча билим берүүчү материалдардын жеткиликтүүлүгүн кеңейтүү,** негизги максат - «кастык тилине» жана дезинформацияга каршы туруу, сынчыл ой жүгүртүүнү илгерилетүү. Негизинен бул долбоордун алкагында ММС боюнча бар колдонмолорду шайкештикке келтирүү жана аялуу катмарга кирген жаштарга багытталган колдонмолорду иштеп чыгуу каралган. Мындан тышкары, биз MediaSabak.org платформасын жаңы материалдар менен толуктайбыз, алар 5 тилде жеткиликтүү болот (орусча, казакча, кыргызча, өзбекче жана тажик тилинде). Платформа студенттерге, мугалимдерге, китепканачыларга, билим берүү жаатындагы адистердин кеңири тобуна жана башка бардык кызыктар тараптарга арналган.

Долбоор туурасында кеңири маалыматты BRYCA долбоорунун Facebook расмий баракчасынан алууга болот: @BRYCACentralAsia.

БИЗ ЖӨНҮНДӨ



ERIM – Equal Rights and Independent Media мурда IREX Europe деген ат менен белгилүү болчу), Франциядагы өкмөттүк эмес уюм, адам укуктары, медиа-маалыматтык сабаттуулук (ММС), сөз эркиндиги, гендердик теңчилик жана көз карандысыз медианы өнүктүрүү жаатында иш алып барат.

ERIM Евразия, Жакынкы Чыгыш жана Түндүк Африка, ошондой эле Чыгыш Европа өнөктөштүк өлкөлөрүндө ишмердүүлүгүн жүргүзөт.



ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ СМИ
ММК КОЛДОО БОРБОРУ
MEDIA SUPPORT CENTER

«ММК колдоо борбору» Фонду (Кыргызстан) 17 жылдан бери Кыргызстанда сөз эркиндигин өнүктүрүүгө салым кошуп келет, өлкөдөгү жалгыз көз карандысыз гезиттик басмакананы башкарып, алдын ала цензурасыз гезит басып чыгаруу кызматын көрсөтөт. Мындан тышкары, Фонд бир катар долбоорлорду ишке ашырат, анын ичинде КРнын билим берүү жана илим министри жана Кыргыз билим берүү Академиясы менен биргеликте ишке ашырылган «МедиаСабак: КРнын билим берүү системасындагы медиа жана маалыматтык сабаттуулукту өнүктүрүү» долбоору бар. Жыл сайын ММКларды өнүктүрүүгө, редакциялардын ишин жакшыртуу жана потенциалын күчөндүрүүгө багытталган медиа-долбоорлорго колдоо көрсөтөт, медиа боюнча билим берүүчү иш чараларды өткөрөт.



MediaNet Эл аралык журналистика борбору (Казакстан) – 2004-жылы казак журналистеринин тобу тарабынан түзүлгөн коМУерциялык эмес уюм, Алматы шаарында жайгашкан.

Уюмдун негизги максаты – Казакстанда жана Борбор Азияда көз карандысыз жана акыйкат ММКлардын потенциалын күчөндүрүү аркылуу, коомдук уюмдарга колдоо көрсөтүү жана адам укуктарын, негизги эркиндик укуктарын коргоо аркылуу жарандык коомду өнүктүрүү. Акыркы убактарда MediaNet медиа жана маалыматтык сабаттуулукту, фактчекингди өнүктүрүү жаатында да иш алып барууда, журналисттерге, студенттерге, мугалимдерге, өкмөттүк эмес уюмдардын жана мамлекеттик структуралардын өкүлдөрүнө, андан тышкары калктын аялуу катмарына арналган билим берүүчү-агартуучулук долбоорлорду ишке ашырып келет.



MODERN
JOURNALISM
DEVELOPMENT
CENTRE

Өзбекстан Республикасынын заманбап журналистиканы өнүктүрүү борбору – жарандардын демилгеси менен түзүлгөн мамлекеттик эмес, коммерциялык эмес уюм. Уюм 2018-жылы 2-ноябрда Өзбекстан Республикасынын юстиция министрлигинен каттоодон өткөн. Уюмдун миссиясы көйгөйлүү зоналарды аныктоо, чындык, акыйкаттуулук, тең салмактуулук боюнча эң жогорку стандарттарга жооп берген сапаттуу контент түзүү аркылуу Өзбекстан Республикасындагы журналистиканын сапатын көтөрүү.

Уюмдун негизги максаты – заманбап мультимедиялык технологияларды, жаңы медиаформаттарды жана инструменттерди окутуу аркылуу сапаттуу журналистиканын стандарттарын илгерилетүү.

«Өзбекстан Республикасынын заманбап журналистиканы өнүктүрүү борбору»

уюмунун ишмердүүлүгү сөз эркиндигин колдоого, демократияны өнүктүрүүгө жана Өзбекстандагы медианын туруктуулугун колдоого багытталган.



PO "GURDOFARID"

«Гурдофарид» коомдук уюму (Тажикстан) 2008-жылы Согди облусунда билим берүү борбору катары өз ишин баштаган. Учурда аталган уюм ар кандай топтор үчүн – мугалимдер, өспүрүмдөр, журналисттер ж.б. үчүн медиасабаттуулук боюнча долбоорлорду ишке ашырып келет.

«Гурдофарид» коомдук уюмунун ишмердүүлүгүнүн негизги максаты – аялдардын, кыздардын жана жаштардын билим деңгээлин көтөрүү, аялдардын укуктук жактан сабаттуулугун жана макамын көтөрүү, алардын реалдуу көз карандысыздыгына жетишүү, чет тилдерди жана медиасабаттуулукка үйрөтүү, укуктарын коргоо, аялдар менен эркектердин тең укуктуулугун камсыздоо, аялдарга жана жаштарга жумуш ордуларын камсыз кылууга көмөктөшүү жана кайрымдуулук ишмердүүлүгү.



Eurasian Fact-Checking
and Media Literacy Network

Европалык фактчекинг жана медиасабаттуулук тармагы (Eurasian Fact-checking and Media literacy Network — EFMN) - бул Европадагы жана Борбор Азиядагы дезинформацияга каршы күрөшүү жана

медиасабаттуулукту өнүктүрүү боюнча тренерлерди, эксперттерди, журналисттерди жана фактчекерлерди бириктирген тармак.

Ыраазычылык билдирүү

«Борбор Азия жаштарынын сынчыл ой жүгүртүүсүн өстүрүү үчүн медиа жана маалыматтык сабаттуулук» (BRYCA долбоору) долбоорунун командасы терең таазим менен медиаэксперт жана тренер Александр Гороховскийге бул колдонмону иштеп чыкканы үчүн чексиз ыраазычылык билдирет.

Колдонмону иштеп чыгууга ошондой эле долбоордун координаторлору да активдүү катышышты: Флора Грайони, Майра Зейнилова жана Анастасия Миняева, IREX Europe/ERIM (Франция), жана медиасабаттуулукту илгерилетүү боюнча менежерлер: Айчурек Усупбаева, «ММК колдоо борбору» Фонду (Кыргызстан), Алена Кошкина, MediaNet Эл аралык журналистика борбору (Казакстан), Саида Сулайманова, Заманбап журналистиканы өнүктүрүү борбору (Өзбекстан), Рахбар Маджидова, «Гурдофарид» коомдук уюму (Тажикстан) жана Евразиялык фактчекинг жана медиасабаттуулук тармагы (EFMN)

Бул методикалык колдонмону иштеп чыгуу Европа Биримдигинин финансылык колдоосунун аркасында ишке ашты. Бул публикация Сорос-Казакстан Фондунун финансылык колдоосу менен которулду

© Европа Биримдиги, ERIM - Equal Rights and Independent Media, «ММК колдоо борбору» Фонду, MediaNet Эл аралык журналистика борбору, Өзбекстан Республикасынын заманбап журналистиканы өнүктүрүү борбору, «Гурдофарид» коомдук уюму, 2021.

МАЗМУНУ

КИРИШ СӨЗ	10
КОЛДОНМОНУ ПАЙДАЛАНУУ БОЮНЧА КӨРСӨТМӨЛӨР	17
БЛОК 1. СЕН ЖАНА МААЛЫМАТ	19
Тема 1. Маалымат жана сынчыл ой жүгүртүү – байланышы жана өз ара катышы.....	19
Тема 2. Маалыматтын касиеттери.....	26
Тема 3. Маанилүү жана “таштанدى” маалымат.....	33
Тема 4. Башкалардан тажрыйбалуураак бол. Маалыматты издөө жана текшерүүнүн жөнөкөй жана кызыктуу амалдары.....	39
БЛОК 2. САНАРИПТИК ДҮЙНӨДӨ БИЗДИ КИМ ЖАНА КАНТИП АЛДАЙТ. МААЛЫМАТ ДҮЙНӨСҮНДӨГҮ БИЗДИН ДОСТОРУБУЗ	48
Тема 1. Факт жана пикир.....	48
Тема 2. Маалыматтык жомоктор же фейк деген эмне.....	57
Тема 3. Маалымат менен манипуляция кылуу: сени кантип ойнотушат.....	65
Тема 4. Санариптик “самын”: кантип жалган маалыматты оңой таанууга болот.....	73
Тема 5. Жаңылыктар кантип жасалат же жакшы маалыматтык чөйрөнү кантип түзүү керек.....	77
БЛОК 3. САНАРИПТИК ДҮЙНӨДӨ ӨЗҮҢДҮ КАНТИП ЖОГОТУП АЛБОО КЕРЕК	83
Тема 1. Пропаганда жана реклама.....	83
Тема 2. Клиптик ой жүгүртүү: анын эмнеси коркунучтуу.....	89
Тема 3. “Кастык тили”.....	94
Тема 4. Стереотиптер.....	101

БЛОК 4. ВИРТУАЛДЫК ДҮЙНӨДӨГҮ ДОСТОРУҢ ЖАНА ДУШМАНДАРЫҢ	106
Тема 1. Соцтармактагы баарлашуу. Нетикет.....	106
Тема 2. Экинчи “өзүңдү” корго: месенжерлердеги жана соцтармактагы коопсуздук эрежелери.....	114
Тема 3. Кибербуллинг.....	121
Тема 4. Жаштар жана социалдык медиа.....	128
ТОЛУКТОО	133
МЕТОДОЛОГИЯ	133
ИНТЕРАКТИВДҮҮ БИЛИМ БЕРҮҮ ЖАНА АНЫН ПРИНЦИПТЕРИ	
ИНТЕРАКТИВДҮҮ БИЛИМ БЕРҮҮНҮН ПОПУЛЯРДУУ МЕТОДДОРУ	
“Тор араа” методу.....	135
“Мээ чабуулу” методу.....	136
“Аквариум” методу.....	137
“Дискуссия” методу.....	138
“Рефлексия айланасы” методу.....	140
ПРАКТИКА. ОЮНДАР	141
“Хогвартс” тренинги.....	141
“Медиа сабаттуулук брейн-ринги” оюну.....	142
“Шерлоктор” оюну.....	143
“Информатор” оюну.....	144
“Кликбейт” оюну.....	146
“Парольмейкер” оюну.....	146
“Продакшн” оюну.....	147
ПАЙДАЛАНЫЛГАН АДАБИЯТТАРДЫН ТИЗМЕСИ	151

КИРИШ СӨЗ

Маалымат – дүйнө таануунун, жаңы билимдерди алуунун, анализ жүргүзүүнүн негизги элементи. Де-факто так ушул айлана-чөйрөдөн маалымат алуу жана «өздөштүрүү», андан ары өндүрүү, системалаштыруу, аралаштыруу, топтоо жана кайра берүү жөндөмдөрү өткөн тарых жолубузда глобалдык цивилизациялык процесстердин калыптанышында негизги ролду ойногон.

Маалымат тарыхында жана адамзат тарыхында медианын азыр бизге жакшы тааныш болгон түрүн «ойлоп табуу» жаңы бурулуш болгон. Медианын башкы аспектиси адамдарга окуялар, көрүнүштөр, багыттар ж.б. туурасында кабар берүү эле.

Албетте, медиа эбегейсиз чоң эволюциялык этапты басып өтүү – Байыркы Римдин көчөлөрүндөгү Сенаттын чечимдерин жарыя кылган глашатайлардан тартып, гезит жана радиого чейин, эми болсо – интернет, телевидение жана башка коммуникациялык каналдарды камтыган глобалдык маалыматтык тармакка чейин. Радио, телеканалдар, интернет-медиа, телеграм-каналдар, социалдык тармактар, мессенжерлер – бул ресурстардын бардыгы бүгүнкү күндө бизге кабар берүү боюнча эбегейсиз процесстин бир бөлүгүнө кирет. Биздин заманда бул же тигил маалыматты, жаңылыктарды алууда дээрлик эч кандай чек жок: санариптик дүйнө бул чек аралардын баарын жок кылып, дүйнөлүк маалыматтык океанды жөнөкөй, жеткиликтүү жана ыңгайлуу кылып берди.

Ушул эле убакта, так ошол маалыматын глобалдашуусу, анын оңой жеткиликтүүлүгү, таркатылып жаткан маалыматты көзөмөлдөө факторлорун, чындыкка дал келүү стандарттарын, колдонуучуларга карата дезинформация орун алган учурларда биринчи булактардын жоопкерчилигин кескин төмөндөттү. Глобалдык тенденциялар техникалык мүмкүнчүлүктөр менен кошулуп маалыматты узак аралыкка бир кол шилтем аркылуу гана жөнөтүүгө мүмкүнчүлүк берди, бул же тигил маалыматты таркатуу же кеңири жайылтууга таасир этүүчү топтордун жасалма тармактарын түзүүгө жол берди, маалыматтарды колдонуу амалдарын бир гана колдонуучуларга окуялар же көрүнүштөр туурасында кабар берүү үчүн пайдаланбастан, атайлап керектүү бир пикирди калыптандырууга, журум-турум алгоритмине, реакция формулаларына, керектүү чечим кабыл алдырууга жол ачты. Ошондуктан, биз бүгүн маалыматтык согуштар, «кастык тили», пропаганда, дезинформация, манипуляция, фейк деген сыяктуу көрүнүштөр туурасында сөз кылуудабыз – мунун баары заманбап глобалдашкан маалыматтык мейкиндиктин «таштанды» элементтери жана алардын функциялары маалыматтын башкы функциясы болгон

– адаштыруу, алдоо, таасир этүү эмес, маалымдоо деген функциясына түздөн-түз каршы келет.

Ушул эле убакта, биз бүгүн андан тышкары, маалыматтык таштандыга каршы туруу боюнча жарандык коом тарабынан көрүлүп жаткан чаралар туурасында сөз кылабыз, тактап айтканда: медиабилим, медиа жана маалыматтык сабаттуулук, сынчыл ой жүгүртүүнү өнүктүрүү, верификациянын эң жөнөкөй көндүмдөрү.

Ар кандай формадагы дезинформацияга каршы туруу жана медиа-маалыматтык сабаттуулукту көтөрүү маселеси соңку он жылдыкта ушунчалык курч мүнөзгө айлангандыктан, бул тенденцияны илгерилетүүгө кубаттуу эл аралык структуралар, социалдык тармактардын жетекчилиги, медиа, илимий жана билим берүү-иликтөө институттары да тартыла баштады. Мындай аракеттердин натыйжасы катары бир катар демилгелерди атоого болот: БУУ фактыларды текшерүү боюнча Verified платформасын ишке киргизди, аны Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, Al Jazeera, Deutsche Welle жана Euronews колдоого алды; Facebook, Twitter, YouTube, Telegram контент боюнча катуу көзөмөл киризишти, шектүү билдирүүлөрдү өзгөчө белгилөө, блок коюу жана фейк билдирүүлөрдү өчүрүү; эл аралык донордук колдоонун аркасында Европа жана Азия өлкөлөрүндө мектеп, жогорку окуу жайларынын базасында медиасабаттуулук боюнча жүздөгөн программалар иштеп жатат, жарандык коомдун өкүлдөрү активдүү аракеттенишүүдө, ондогон оюн түрүндөгү билим берүү платформалары түзүлдү.

Соңку бир нече жыл ичинде ЮНЕСКО медиа жана маалыматтык сабаттуулук боюнча бир катар долбоорлорду ишке ашырды. Мындай долбоорлордун бири – «Медиа жана маалыматтык сабаттуулук: мугалимдер үчүн окуу программасы» аттуу окуу колдонмосу. Материалдарды иштеп чыгууга катышкан эл аралык эксперттер төмөнкүлөрдү белгилешкен:

«...Адам укуктарынын жалпы декларациясында айтылат: «Ар бир адам өз пикирине ээ болууга жана аларды эркин билдирүүгө укуктуу; бул укук өз ичине эч кандай тоскоолдуктарсыз жеке ынанымдарга эркин ээ болууну жана маалыматтарды же идеяларды каалаган каражат менен жана мамлекеттик чек аралардан көз карандысыз түрдө издөө, алуу жана таркатуу эркиндигин камтыйт».

Медиа жана маалыматтык сабаттуулук адамдарды жогоруда айтылган фундаменталдык укуктарын толук кандуу ишке ашырууга зарыл болгон билимдер жана жөндөмдөр менен камсыздайт. Бул укукту ишке ашыруу медиабилим боюнча 1982-жылдагы Грюнвальд декларациясы менен аныкталган, анда айтылгандай, саясий жана билим берүү системалары жарандардын зарыл болгон коммуникация феномени боюнча түшүнүгүн өнүктүрүүсү керек жана аларды массалык маалымат жана коммуни-

кация каражаттарына катышууга шыктандырууга тийиш (жаны жана эски каражаттар).

Мындай билдирүү 2005-жылдагы Александрия декларациясында андан ары өнүктүрүлгөн, анда медиа жана маалыматтык сабаттуулук өмүр бою билим алуунун негизи катары аныкталган.

Декларация бардык кесип ээлерине «жеке, социалдык, кесиптик жана билим берүү максаттарына жетүү үчүн ишмердүүлүктүн бардык түрүндө маалыматты издөө, баалоо, пайдалануу жана жаратууга» мүмкүнчүлүк берүүдө ММС ролун тастыктайт.

ММС санариптик дүйнөдө бардык улуттардын социалдык катышуусуна өбөлгө түзө турган адамдын базалык укугу болуп саналат. Медиа жана башка маалыматтык кызматтар, башкача айтканда, китепканалар, архив жана интернет дүйнө жүзүндө адамдарга колдогу толук маалыматка таянып чечим кабыл алууга жардам бере турган маанилүү инструмент катары таанылган. Мындан тышкары, алар коом анын жардамы менен өзү туурасында чындыкты биле турган, калк менен диалог түзө турган жана биримдик сезимин бере турган каражаттар болуп саналат. Коммуникация жана маалымат каналдары жашоонун бардык этабында билим алууга өтө чоң таасир эте алышат, ошондуктан, жарандар медиа жана башка маалымат кызматтары (китепканалар, архив, интернет ж.б.) кандай иш алып барышаарын жана аларды кантип туура баалоо керектигин түшүнүп алуулары керек.

Медиа жана маалыматтык сабаттуулуктун милдети мына ошол билимдерди колдонуучуларга берүү. ММС өз ичине базалык түшүнүктөрдү камтыйт: а) медиа, китепкана, архив ж.б. маалыматтык кызматтардын демократиялык коомдогу функциясы; б) массалык маалымат каражаттары жана маалыматтык кызматтар бул функцияларды натыйжалуу аткара ала тургандай шарттар; в) сунушталган контент жана кызматтар аркылуу бул функциялардын аткарылышынын сапатын баалоо методдору.

Мындай түшүнүккө ээ болуу, өз кезегинде колдонуучуларга коммуникация жана маалымат каналдарды менен аң-сезимдүү алака түзүүгө жол бериши керек. ММС аркылуу алынган компетенциялар жарандардын сынчыл ой жүгүртүүсүн өнүктүрүүгө жөндөмдүү, бул өз кезегинде медиадан жана башка маалымат берүүчүлөрдөн жогорку сапаттагы кызмат көрсөтүүнү талап кылууга жол берет.

Коом массалык коммуникация каражаттарына (ММК) белгилүү бир талаптарды коет, бул эгер алардын иши талаптарга жооп бербесе, ачык сын айтууга алардын ачыктыгын камсыздайт. Натыйжада мындай система чоңойтуп көрсөтүүчү айнек сымал иштейт, ал аркылуу ММКларды алар өз функцияларын канчалык деңгээлде аткарып жатканына жараша

аудитория кандай кабылдап жатканын баалоого болот.

Мугалимдердин ММС деңгээлин көтөрбөй туруп, окуучулардын ММС деңгээлин көтөрүү мүмкүн эмес. Мугалимдерге багыт алуу мына ошол үчүн негизги стратегия болуп саналат, ал натыйжалуулукту бир нече эсе жогорулатат: маалыматтык сабаттуу мугалимдерден окуучуларга, андан ары жалпы коомго.

Маалыматтык сабаттуулук						
Маалыматтык муктаждыктарды аныктоо жана атоо	Маалыматты табуу жана ага ээ болуу	Маалыматты баалоо	Маалыматты системалаштыруу	Маалыматты колдонууда этиканы сактоо	Маалыматты берүү	Маалыматты кайра иштетүү үчүн МКТ менен иштөө көндүмдөрүн пайдалануу
Медиа сабаттуулук						
Демократиялык коомдогу медианын ролун жана функцияларын түшүнүү	Медиа өз функцияларын аткара ала турган шарттарды түшүнүү	Медианын функцияларына жараша анын контенине сынчыл баа берүү	Демократиялык процесстерге катышуу жана өзүн инсан катары көрсөтүү үчүн медиа менен өз ара алакага баруу	Колдонуучулук контент түзүүгө зарыл болгон көндүмдөрдү актуалдаштыруу (анын ичинде МКТ менен иштөө көндүмдөрү)		

Медиа сабаттуулук жана маалыматтык сабаттуулук аттуу эки чектеш чөйрөлөрдүн өз ара байланышын ар кандай чечмелеген эки илимий мектеп бар. Бир мектептин өкүлдөрү маалыматтык сабаттуулукту кеңири иликтөөчү тармак катары карашат жана медиасабаттуулукту анын бир бөлүгү катары карашат. Башка мектептин көз карашы боюнча, маалыматтык сабаттуулук – кеңири тармак болуп эсептелген медиасабаттуулуктун гана бир компоненти. Бирок ЮНЕСКОнун алдындагы эксперттердин эл аралык тобу бир гана айырмачылыктарды эмес, ошондой эле медиа жана башка маалыматтык кызматтардын ортосундагы жалпылыктарды да белгилешкен. Төмөндө биз карап жаткан тармактар боюнча планетанын ар кайсы бурчундагы адистер тарабынан колдонулган терминдер келтирилди:

- Медиасабаттуулук,
- Маалыматтык сабаттуулук,
- Пикирин билдирүү эркиндиги жана маалыматтык сабаттуулук,
- Китепкана сабаттуулугу,
- Жаңылыктар боюнча сабаттуулук,
- Компьютердик сабаттуулук,
- Интернет-сабаттуулук,

- Санариптик сабаттуулук,
- Киносабаттуулугу,
- Электрондук оюндар боюнча сабаттуулук,
- Телевизиондук сабаттуулук, реклама жаатындагы сабаттуулук.

Бул методикалык колдонмо ЮНЕСКОнун эксперттери тарабынан беки-тилген принциптерге үндөш иштелип чыкты. Анын тематикасы, методи-касы жана практикасы медиасабаттуулукка окутууда бардык аудитория үчүн ыңгайлаштырылган. Бирок колдонмо негизинен кайсы бир деңгээлде өзгөчөлүү жана оңой эмес аудитория болуп эсептелген көйгөйлүү жана аяр катмарга кирген жаштар менен иштөөгө адистешкен.

Колдонмону иштеп чыгуудан мурда, анализ жүргүзүлүп жана бул мате-риалдардын негизинде мугалимдер жана менторлор иштей турган келе-чектеги аудиториянын «портрети» түзүлгөн. Борбор Азия өлкөлөрүнүн географиялык жактан өз ара жакындыгына карабай, көйгөйлүү жана аяр катмардагы жаштардын болжолдуу портретин түзүүдө кескин айы-рмачылыктар да, бир катар жалпылыктар да байкалды. Бирок жалпы-сынан портрет төмөнкү позициялар менен мүнөздөлдү:

- **Материалдык жактан камсыз болуу жана үй-бүлөлүк жагдай.** Адатта көйгөйлүү жана аяр катмардагы жаштар жарандык коомдун со-циалдык жактан начар корголгон катмарынын өкүлдөрү. Көпчүлүгүнүн үй-бүлөсү толук эмес, же ата-энеси эмгек мигранттары болуп саналат, ошондуктан тарбия жана улуулардын тажрыйбасын жаш муунга өткөрүп берүү көрүнүшү үзгүлтүк менен ишке ашкан же, көп учурда өтө жакын эмес туугандар тарабынан ишке ашкан. Айрым бир учурларда бул кате-гориянын өкүлдөрү жашы жете электе эле акча таап башташат.

Көп учурларда, улуттук жана маданий салттарга байланыштуу, кандай-дыр стереотиптерди таңуулоонун айынан, көйгөйлүү жана аяр катмар-дагы жаштардын өкүлдөрү улуу муун тарабынан үй-бүлө ичинде катуу кысымга кабылышат, жашоодогу жакынкы жана алыскы келечек максат-тарын аныктоодо чоңдордун таасири күч. Мындай жаштарга материал-дык, моралдык, маалыматтык чектөөлөр салынган учурлар да көп. Көп учурда бул катаал стереотиптерди калыптандыруу менен аяктайт, масе-лен гендердик же диний маселелерге байланыштуу.

- **Билим берүү.** Алыскы региондордогу жашоонун оор материалдык шарттарына жана социалдык абалдарына байланыштуу көйгөйлүү жана аяр катмарга кирген жаштардын ата-энелери балдарынын мектепте алган билими эле (кээде ал да толук эмес) жетиштүү деген пикирди карманы-шат. Же болбосо, айрым Борбор Азия өлкөлөрүндө кээ бир үй-бүлөлөр мектептен кийин балдардын диний кыска профилдүү мекемелерде би-

лим алуусун улантышын каалашат. Ошондой эле, мындай жаштардын өз алдынча билим алуу деңгээлинин жетишсиздигин, көп учурда төмөндүгүн белгилөөгө болот.

- **Дүйнөлүк тармакка кирүү мүмкүнчүлүгү.** Бул критерий боюнча төмөнкүлөрдү белгилөөгө болот, көйгөйлүү жана аяр катмардагы жаштардын көпчүлүгү интернетке, социалдык тармактарга кирүү мүмкүнчүлүгүнө ээ. Бирок көп учурда мындай мүмкүнчүлүк үзгүлтүктүү жана чектелген. Мындай кырдаалга таасир эткен факторлор көп: абоненттик төлөмдүн кымбаттыгы, алыскы аймактарда жашагандыгы, эскирген моделдеги гаджеттерди колдонуу, бир гаджетти бир нече адамдын колдонушу.

Ошондой эле дагы белгилей кетчү нерсе, жогоруда айтылган билим берүүдөгү жана өз алдынча билим алуудагы көйгөйлөргө байланыштуу бул топко кирген колдонуучулар, адатта интернетке киргенде көңүл ачуучу контент менен гана чектелишет. Пайдалуу, жаңы жөндөмдөр менен көндүмдөрдү өнүктүрө турган контент колдогондор сейрек кездешет.

Мунун баары көйгөйлүү жана аяр катмардагы жаштардын өкүлдөрүнүн «таштанды» контенттин таасирине берилүү деңгээлин арттырат, ачык пропагандадан тартып, дезинформация, манипуляцияга туруштук бере алышпайт. Натыйжада, мындай жаштар көп учурда бул же тигил маанилүү окуялар, тенденциялар, коомдогу көрүнүштөр боюнча бурмаланган, толук эмес картинага ээ болушат.

- **Медиасабаттуулукка карата мамиле.** Жогоруда аталып өткөн бир катар көйгөйлүү жагдайларга карабай, билим берүүнүн ММС сыяктуу багыты туурасында кабары жок же аз кабардар болгондугуна байланыштуу көйгөйлүү жана аяр катмарга кирген жаштар көп учурда бул сыяктуу жаңы жана заманбап тармак менен таанышуу мүмкүнчүлүгүн абдан позитивдүү кабылдашат. Бул топ менен иштешүүдө менторлор менен тренерлер топтогон чакан тажрыйба көрсөткөндөй, алар үчүн санариптик жеке коопсуздуктун негиздерин таанып билүү, медиагигиена, пропаганда жана манипуляцияга каршы туруу, фейктер менен «кастык тилин» ажырата билүү ж.б. темалар абдан кызыктуу.

Бул колдонмо көйгөйлүү жана аяр катмарга кирген жаштардын медиасабаттуулукка байланыштуу аныкталган муктаждыктарын эске алуу менен түзүлдү жана медиатренерлер, мугалимдер, менторлор үчүн практикалык курал болуп саналат. Мына ошол практикалык принцип жана рационалдык максатка ылайыктуулук принциби темаларды, методикаларды, оюндарды тандоодо негиз катары алынды. Колдонууга ыңгайлуу болушу үчүн колдонмонун материалдары тематикалык блокторго бириктирилген. Ар бир блокто 3-4 тема каралат. Теманы түшүндүрүү дайыма аудитория менен өз

ара аракеттенүү, биргелешип чечимдерди жана жоопторду издөө, оюн, көнүгүүлөрдү аткаруу аркылуу ишке ашат.

Колдонмонун материалдары максаттуу аудитория тарабынан төмөнкү билимдерди өздөштүрүүгө мүмкүнчүлүк берет:

- Маалымат деген эмне, анын кандай касиеттери бар жана аны кантип тез жана оңой түрдө верификациялоого болот;
- Сынчыл ой жүгүртүү деген эмне, эмне үчүн азыркы күндө бул көндүмдү өнүктүрүү зарыл, жана ал кандай маалыматка байланышкан маселелерди чечкенге жардам берет;
- Факт менен пикирди кантип ажыратуу керек, фейк менен манипуляцияны чын, тастыкталган маалыматтан кантип айырмалоого болот, рекламаны пропагандадан кандайча ажырата алабыз;
- «кастык тили», стереотип, клиптик ой жүгүртүү деген эмне экенин түшүнүү;
- Социалдык тармактарда шылуундуктун, мазактоонун курмандыгына айланып калбоо үчүн өзүңдү кантип алып жүрүү керек, өзүңдүн жеке маалыматтарыңды жана баракчаңды коргоо үчүн жөнөкөй жана жеткиликтүү системаларды жакшылап өздөштүрүү;
- Жаңы билимдерди алуудагы маалыматтын уникалдуу мүмкүнчүлүктөрүн таануу аркылуу аны туура пайдаланууга үйрөнүү, коммуникациялык мүмкүнчүлүктөрдү, кызыкчылыктарды, жеке өсүү аймагын кеңейтүү.

Колдонмону түзүүнүн үстүнөн иштеген авторлор Борбор Азия жана Европа мамлекеттеринин өкүлдөрү болуп саналат. Кеңири географиялык мейкиндикке карабай, бир катар маселелерди чечүүдө көз караштардын бир тараптуулугу, жана ошондой эле заманбап маалыматтык чөйрөнүн чакырыктары дүйнөнүн кайсы бурчу болбосун баардыгына жалпы экени иш жүзүндө маалым болду. Эл аралык тажрыйбанын айкаштыгы бул методикалык колдонмону иштеп чыгууга жол берди жана ал көйгөйлүү жана аяр катмарга кирген жаштарды медисабаттуулук дүйнөсүнө тартууга натыйжалуу курал болуп берет.

КОЛДОНМОНУ ПАЙДАЛАНУУ БОЮНЧА КӨРСӨТМӨЛӨР

1. Ар бир тематикалык блоктун маалымдоо бөлүгү изилденип жаткан тема боюнча базалык маалыматты мисалдары менен берет. Тренердин каалоосуна, өлкөнүн өзгөчөлүгүнө, аудиториянын билим деңгээлине, окутуу шарты жана убагына жараша базалык материалдарды жана мисалдарды толуктоого, өзгөртүүгө жана кыскартууга болот.

2. Ар бир сабакты (эгер офлайн болсо) алдын ала көнүгүүлөрдөн баштоого кеңеш берилет (тематикалык блоктордо белгиленген). Алдын ала көнүгүүлөр тренердин каалоосуна ылайык аудиторияга, окуу шартына жараша тандалат. Эң башкысы – алдын ала көнүгүүлөр өтүлө турган темага көпүрө болуп бере ала тургандай тандалышы керек.

3. Колдонмодо кыскартуулар пайдаланылган:



МУ – методикалык учур (ошондой эле номерлештирүү колдонулду);



ТБ – теманы бышыктоо.

Бир катар тематикалык блоктордо негизги материалдардан кийин «Толуктоо» деген бөлүм бар. Толуктоолордо «методикалык учурларда», көнүгүүлөрдү аткарууда же теманы бышыктоодо ишти алып баруунун ар кандай варианттары боюнча кеңештер берилген. Номерлери бул же тигил толуктоо кайсы «методикалык учурга» тиешелүү экенин көрсөтөт.

4. Оңой ажырата билүү үчүн «методикалык учурлар» жана теманы бышыктоочу көнүгүүлөр эки башка түс менен берилди: МУ – кызгылт көк, ТБ – жашыл.

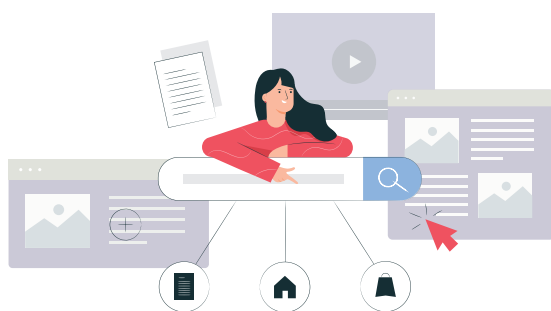
«Блок 1. Тема 2. Маалыматтын касиеттери» гана башкалардан айырмаланат: МУ 3-7 жашыл түс менен берилген. Бул темадагы «методикалык учурларды» колдонуу контекстинен алганда, алар теманы бышыктоого тапшырма болуп саналат.

БЛОК 1. СЕН ЖАНА МААЛЫМАТ

Өздөштүрүлө турган билимдер, көндүмдөр:

- *Маалымат деген эмне, ал кандай өзгөрөт, эмнеге таасир этет.*
- *Маалыматтын касиеттери кандай.*
- *Маанилүү маалымат деген эмне.*
- *«Таштанды маалымат» деген эмнени түшүндүрөт.*
Анын кандай кооптуу жактары бар.
- *Текст түрүндөгү маалыматты кантип текшерүү керек.*
- *Визуалдык маалыматты текшерүү үчүн кандай жөнөкөй методдор бар.*
- *Геолокацияны аныктоо инструменттери менен иштөө көндүмдөрү.*

ТЕМА 1. МААЛЫМАТ ЖАНА СЫНЧЫЛ ОЙ ЖҮГҮРТҮҮ – БАЙЛАНЫШЫ ЖАНА ӨЗ АРА КАТЫШЫ



КЫЗЫТУУ

Тренингге киришүү

Маалыматтык дүйнө, маалыматтык технологиялар, маалыматтык талаа... «Маалымат» деген түшүнүк катышкан бул жана

башка сөз айкаштары бүгүнкү күндө биздин жашообуздун ажырагыс бир бөлүгү болуп калды, ал эми маалымат биз жашаган дүйнөнүн бир бөлүгүнө айланды. Технологиялар маалыматтан жаңы виртуалдык аалам түзүүгө жол берди, бул жерде маалымат санариптик негизде жыйналган.

Бул бизге болуп көрбөгөндөй мүмкүнчүлүктөрдү ачат. Мисалы, биз каалаган дүйнөлүк ММКнын жаңылыктарын окуй алабыз, Жердин башка бурчундагы адам менен байланыша алабыз, дээрлик бир көз ирмемде аны менен маалымат алмаша алабыз. Бүгүн бизге китепканага барып кереги жок: каалаган китепкана биздин гаджеттерибиз аркылуу жеткиликтүү. Ал тургай дүкөнгө барып да кереги жок: каалаган азык-түлүктү интернет-тиркемлер аркылуу алдырып алса болот.

Жалпысынан маалымат деген – бул ар кандай булактар аркылуу идентификациялана турган, кабылданган, кайра берилген жана сакталган ар кандай маалыматтар.

Мындан тышкары, маалымат – бул бизди курчап турган дүйнө жөнүндө, андагы болгон процесстер жөнүндөгү тирүү организм же электрондук машина же башка маалыматтык системалар аркылуу кабылдана турган бардык маалыматтар.

Бүгүнкү күндө маалыматты илимий термин катары аныктай турган бирдиктүү термин жок. Ар кайсы билим жаатында бул түшүнүк ошол чөйрөнүн өзгөчөлүктөрүнө жараша сүрөттөлөт. Мисалы, «маалымат» деген түшүнүк информатика курсунда базалык түшүнүк болуп саналат жана ага башка «жөнөкөй» түшүнүктөр аркылуу аныктама берүү мүмкүн эмес.

Биз силер менен айлана-чөйрөдөн маалыматты сезүү органдарыбыз аркылуу алабыз, андан тышкары ойлоону, анализдөө, ой бүтүмдөрүн чыгаруу аркылуу маалыматка ээ болобуз. Ошондуктан, биз алган маалыматты формасы жагынан ала турган болсок, аны бир нече түргө бөлүүгө болот.

МААЛЫМАТТЫН ТҮРЛӨРҮ:

Графикалык – бул бардык схемалар, чиймелер, графика, фотосүрөттөр жана колсүрөттөр.

Жогоруда аталган маалыматтын бардык түрү биз үчүн кеңири мүмкүнчүлүктөрдү ачат. Ойлонуп көргүлөчү, биз же башка адамдар маалыматтын жардамы менен кандай гана иштерди жасап, кандай жаратман боло алат?

Акустикалык – бул биз үн аркылуу алган маалымат, табияттан алышыбыз мүмкүн (деңиз шоокуму, чымчыктын сайраганы), ошондой эле жасалма булактардын жардамы менен да ала алабыз (радио, музыка, подкаст ж.б).

Тексттик – символдордун – алфавит тамгаларынын жардамы менен коддоштурулган бардык маалыматтар. Эң кызыгы, бир тилден экинчи тилге которууну маалыматтын кодун алмаштыруу деп атаса болот.

Сандык – коддоштуруунун дагы бир түрү, бул жерде курал катары сан кызмат кылат.

Видеомаалымат – образдарды кыймылдуу абалы менен элесин түшүрүп калуу же сактоо. Салыштырмалуу алганда маалыматтын жаңы түрү, ал соңку 100 жылдан ашуун убакыт ичинде өтө тездик менен өнүктү.

Дене туюму аркылуу берилчү маалымат – биздин сезүү органдары-быз аркылуу ала турган бардык маалыматтар: тийип көрүү, угуу, жыт сезүү, кармап көрүү.



МУ 1

Тренер аудиторияга суроо менен кайрылат: маалымат бизге кандай мүмкүнчүлүктөрдү берет? Анын жардамы менен биз эмне кыла алабыз? Аны кантип пайдалансак болот?

Болжолдуу жооптор:

- окуйбуз;
- ойнойбуз;
- билим алабыз, маалыматтарды алмашабыз;
- жаратман боло алабыз – китеп жазуу, ыр чыгаруу, чиймелерди сызуу, фото, видео ж.б.;
- адамдарды бириктирет;
- адамдарга таасир этүү;
- башкаруу (мисалы, команданы, фирманы, адамдардын тобун);
- куткаруу, жардам берүү.

Маалыматты пайдалануунун жолдору өтө көп. Бирок, биргелешкен анализ көрсөткөндөй, маалыматтын бардык мүмкүнчүлүктөрүн эки топко бөлүүгө болот. Аны позитивдүү жана жаратмандык максатта колдонуу жана тилекке каршы, негативдүү максатта колдонуу.

Позитивдүү мүмкүнчүлүктөр туурасында айта турган болсок, бул бизге көбүрөөк түшүнүктүү, сурамжылоо да көрсөткөндөй, биз бул туурасында көбүрөөк билебиз. Мисалы, адам кандайдыр бир татаал техниканы коопсуз пайдаланууну үйрөндү – бул ага жаратман болууга, жаңы бир нерсе жаратууга жардам берет, балким анын ден соолугун, өмүрүн сактай турган нерсе да болушу мүмкүн. А мындай алып караганда ал эмне кылды? Көрсөтмөлөрдү изилдеп чыкты, курстан окуду, башкача айтканда бул же тигил маалыматты пайдаланды.

Маалыматты негативдүү пайдаланууга байланыштуу айта турган болсок, айрым мисалдар буга чейин айтылган. Бирок алардан башка да, маалыматтын негативдүү максатта пайдаланганын биз көп эле кезиктиребиз, бирок, балким ага маани бербешибиз деле мүмкүн.



МУ 2

Тренер аудиторияга маалыматтын жакшы ой менен эмес пайдаланылышы мүмкүн болгон учурлар туурасында суроо салат. Кандай формада жана кандай көрүнүштөр болушу мүмкүн?

Болжолдуу варианттар:

- Адамдарга таасир этүү;
- Алдоо, жалган айтуу;
- чагымчылык;
- таарынтуу;
- коркутуу, дүрбөлөңгө түшүрүү;
- адамдарды башкаруу, айрым пикирлерди, идеяларды таңуулоо;
- бир нерсени жасоого мажбурлоо;
- адамдын же адамдардын тобунун башка адамдарга, окуяларга ж.б. карата мамилесин өзгөртүү.

НЕГИЗГИ БӨЛҮК

Өзүбүз көргөндөй, маалыматты тынчтык максатта эмес, арам ой менен пайдалануунун амалдары менен мүмкүнчүлүктөрү өтө көп. Жана мындай көрүнүштөр менен биз дээрлик күнүгө туш болобуз, бирок бул дал ошол маалыматты негативдүү максатта пайдалануу экенине көп учурда маани деле бербейбиз.

Биз бул жөнүндө эмне үчүн сөз кылып жатабыз жана бул туурасында эмне үчүн билүү керек? Албетте, маалыматтын мына ушундай жагымсыз көрүнүштөрүнөн өзүбүздү болушунча коргоо үчүн. Эч ким алдангысы келбейт, же силерди бирөө башкарышын каалабайсыңар да, туурабы, кээде башкарылып жатканыбыз туурасында кабарыбыз да жок болот. Бирок, буга кантип жетишүүгө болот? Анткени дүйнөдө сан жеткис маалымат бар да. Жана аны кантип талдап, чындыкты калптан, ак ниеттүүлүктү куулуктан ажырата билип, ар кандай жаман топторго же бирикмелерге тартылууну кантип болтурбай коюуга болот?

Бул суроолордун ачкычы – сынчыл ой жүгүртүү. Заманбап дүйнөдө биз маалыматка курчалганбыз, ал ар кайсы булактардан келип турат жана кайра талдоого, чындыгын текшерип чыгууга муктаж. Сынчыл ой жү-

гүртүүнүн аркасында биз дал келбестиктерди жана карама-каршылыктарды көрө алабыз, же жөн гана бизди кыжаалат кылган учурларды байкап, аларга көңүл бурбай кое алабыз.

Сынчыл ой жүгүртүү – маалыматты анализ кылууга, бүтүмдөрдү чыгарууга жана жүргүзүлгөн анализдин негизинде чечим кабыл алууга жол бере турган, ошондой эле көргөн-уккандын баарына ишене бербей (кээде эркибизге каршы), жеке пикирибизге ээ болуп жана өз позициябызды коргоого жардам бере турган эң маанилүү көндүм.

Окууга байланыштуу айтсак, сынчыл ой жүгүртүү окуу учурунда биз таянган булактарды тандоого жардам берет, себеп менен кесепеттин байланышын көргөнгө үйрөтөт, маалыматты жалпылаганды жана структуралаганды үйрөтөт, өз позицияңа аргументтерди табууга жана башкалардын позициясындагы чабал жактарын көрүүгө үйрөтөт. Сынчыл ой жүгүртүү тарых, философия, политология, коомтаануу сыяктуу сабактарды окууда абдан маанилүү, бул жерде жалаң гана билим эмес, талдай билүү жөндөмү зарыл, бир суроонун жалгыз гана туура жообу болбойт. Сынчыл ой жүгүртүүнүн деңгээли канчалык жогору болсо, окуу программасын өздөштүрүү ошончолук жеңил болот.

Жана биз окуу, жалпы эле билим алуу туурасында сөз кылганда, билим алуу жана сынчыл ой жүгүртүү таяктын эки башы сыяктуу, алар экөө биригип, бизге бул же тигил маалыматка өтө олуттуу мамиле кылууга жардам берген системаны түзүп беришет.

Анткени, билимсиз сынчыл ой жүгүртө билүү, жалпы эле сынчыл ой жүгүртүү мүмкүн эмес.

Биз айтып өткөндөй, сынчыл ой жүгүртүү – бул бир нерсени анализдей билүү, ал эми эң жөнөкөй анализ – бул бир нерсени экинчи нерсе менен салыштыруу.



МУ 3

Тренер бир барак кагаз алып (тик бурчтуу формада), аудиторияга кайрылат: «Бул үч бурчтук да, туурабы?» Аудитория каршы болот – бул тик бурчтук, анткени 4 жагы, 4 бурчу бар, үч бурчтуктун 3 жагы жана 3 бурчу болот.

Эмненин негизинде мындай бүтүм чыгардыңар? Билимдин негизинде. Силер менин билдирүүмдү өзүңөр билген билим менен салыштырып, анализ кылдыңар – эки фигураны салыштырдыңар.

Билим канчалык көп болгон сайын, анализ кылуу, салыштыруу ошончолук жеңил болот, демек, ал адамды алдап коюу же бир нерсеге ынандыруу, бир нерсени жасатуу да ошончолук кыйын болот. Ошондуктан белгилүү бир өлчөмдөгү билими бар сынчыл ой жүгүрткөн адам, кандайдыр бир чечим кабыл алаардан мурда, кайсы бир фактыны же кырдаалды ар тараптан баалап көрөт, башка бир окуялардын контекстинде ал окуянын өнүгүшүнө көз чаптырат, башка адамдардын пикирин окуп көрөт ж.б. Башкача айтканда, сынчыл ой жүгүртүү – силерге айтылган нерселерди анализдей билүү.

Ал эми анализге жана сынчыл ой жүгүртүүгө карата биринчи кадам эң эле жөнөкөй: суроо берүү жөндөмү! Биринчи кезекте өзүңө суроо берүү. Эгер күнүмдүк жашоо, жаңылыктар жана ар кайсы булактардан келип турган көп сандаган билдирүүлөр туурасында айта турган болсок, алар биздин жүрүм-турумубузга дароо таасир этет. Мисалы, сүйүктүү дүкөнүбүздө сатып түгөтүү болуп жатканын окуп, соода кылганы жөнөдүк. Маалыматтын чындыгын текшерүү үчүн кандай суроолорду бере алабыз?

Суроолордун варианттары:

1. Бул жаңылык кандай максат менен жазылган, кайсы аудиторияга багытталган, автор кандай ойду жеткиргиси келген?
2. Билдирүүдө кандай маселе сүрөттөлгөн, аны чечүүнүн бир гана жолу барбы же ар кандай варианттары барбы?
3. Автордун проблемага карата көз карашы кандай?
4. Автор өз пикирин коргоо үчүн кандай аргументтерди келтирет, алар сөз болуп жаткан маселеге түз же кыйыр катышы барбы?
5. Автор өз ой-пикирлерин кантип курайт: ар бир факты далилдеп жатабы же аны айныксыз кабыл алына турган нерсе катары сунуштап жатабы: «Баарына белгилүү болгондой...»? Адатта, так ушундай жалпыланган билдирүүлөрдө окурманды адаштыра турган, кырдаалга бурмаланган мамилесин калыптандыра турган жалган маалымат камтылат.
6. Жаңылыкта сүрөттөлүп жаткан окуяга же кырдаалга байланыштуу кандай факттар бар?
7. Текстте кандайдыр бир көмүскө маани, текст алдындагы маани барбы? Эгер бар болсо, ал тексттин жалпы маанисин кандайча өзгөртөт?
8. Текстти анализдеп чыгып, сөзсүз түрдө сүрөттөлүп жаткан кырдаалга карата жеке мамилеңерди билдиргиле.



Теманы бышктоо үчүн бул же тигил маалыматка карата суроо берүү аркылуу катышуучулардын сынчыл ой жүгүртүү көндүмдөрүн машыктырса болот.

Катышуучулар чакан топторго биригишет (бир топто 3төн ашпаганы жакшы). Ар бир топ анализ кылуу үчүн анча чоң эмес жаңылык алат (0,5 барактан көп эмес), сабак өтүп жаткан өлкөнүн/аймактын маалыматтык талаасынан алынган жаңылык болсо жакшы.

Тапшырма: жаңылыкка карата кеминде 10 суроо түзүү, алар маалыматты түшүнүүгө, канчалык чын экенин баалоого, көмүскө маани ж.б. катылбаганын аныктоого жардам бергендей болушу керек.

Аткаруу убактысы – 10 мүнөт.

Аягында топтор өз жооптору менен тааныштырышат. Ар бир топтун жаңылыгы чоң экрандан аудиторияга көрсөтүлөт.

Болжолдуу суроолордун тизмеси:

1. Билдирүүнүн булагы ким же эмне?
2. Коммуникациянын кандай каналы аркылуу силер бул жаңылыкты алдыңар?
3. Маалыматта кандай маселе сүрөттөлгөн?
4. Бул маалымат кимге кызыктуу/пайдалуу болушу мүмкүн?
5. Бул маалымат кандайдыр бир эмоцияңарды жараттыбы?
6. Бул билдирүүдөн кандай пайдалуу маалымат алдык (деги эле пайдалуу нерсе алдыкпы)?
7. Маалыматта сүрөттөлүп жаткан көйгөй/кырдаал толук ачылганбы?
8. Бул маалыматта кеп-кеңеш берилип жатабы же аракеттенүүгө чакырык жасалып жатабы?
9. Маалыматта катылган көмүскө ой барбы?
10. Билдирүүдөгү баяндоо эмнеси менен өзүнө тартат?
11. Билдирүүдө сүрөттөлгөн окуя же кырдаал туурасында толук кандуу картина түзүүгө болобу же жокпу?

ТЕМА 2. МААЛЫМАТТЫН КАСИЕТТЕРИ



Кызытуу

Тренинге киришүү

Кандай предмет же көрүнүш болбосун, адатта биз аларды кандайдыр бир деталь, штрих, белгилеринин жардамы менен сүрөттөйбүз. Бул майда-чүйдө маалыматтар ал

предмет же көрүнүш туурасында бирөөгө маалымат бергибиз келсе, ал боюнча анализдеп же бүтүм чыгаргыбыз келсе, бул нерсе бизге туура келеби, жашообузда ага орун барбы, пайдалуубу, маанилүү ж.б. чечим чыгараарда ошол предметке же көрүнүшкө мүнөздөмө бергенге жардам берет.

Мисалы, биз жөн гана «от» деп айтканда белгилүү бир картина түзүлөт. Тактап айтканда, толук кандуу картина түзүлбөйт, анткени биз ага мүнөздөмө бере турган белгилерин, майда-чүйдө маалыматтарды кошкон жокпуз. А эгер биз: «от күйүп жатат», «от өчтү», «ысык от», «жарык от», «өрттүн жалыны», «фонардын оту» деп айтсак, от туурасында алда канча көбүрөөк маалымат алабыз, деталдары, жагдайлары туурасында элеске ээ болобуз.



МУ 1

Тренер проектордун экранынан алманы көрсөтөт, аудиторияга кайрылып, бул жемиштин өзгөчөлүктөрү, касиеттери туурасында маалымат бере турган деталдарды санап чыгууну сунуштайт.

Жооптордун варианттары:

- Тоголок, кээде сүйрүрөөк;
- Кызыл, жашыл же сары;
- Ширелүү же эттүү, даамдуу же супсак;
- Жайкы же күзгү түшүмдөн;
- Жумшак же катуу;
- Анын курамында «темир» көп, сырты жылмакай ж.б.

Жыйынтыктап жатып, тренер айтат, биз бул башка жемиш эмес, алма экенин түшүнүү үчүн алманын белгилерин санап бердик. Башкача айтканда, бул белгилер менен биз «алма» деген жемиштин «портретин» тарттык.

Биз маалымат туурасында сөз кылдык. Анын ар түрдүүлүгү жөнүндө айттык. Ал абдан көп жана дайыма пайда болуп, жаңыланып, жаралып турат деп жатабыз.

Маалымат чынында эле ар түрдүү белгилерге ээ болгон абдан уникалдуу продукт. Азыркы заманбап технологиялык заманда аны өндүрүү, берүү жана сактоо форматына жараша төмөндөгүдөй кылып бөлүүгө болот:

- **графикалык:** колсүрөт, слайд, карта, чиймелер;
- **тексттик:** биздин речибизди, ойлорубузду, ой толгоолорубузду тамга формасында берүү;
- **үндүк:** маалыматты үн түрүндө алып жүрүүчүлөрдүн бардыгы же ретранслятор аркылуу бериле турган маалымат,
 - пластинка, диск, флешкадан тартып, MP3 жана радиого чейин;
- **сандык:** сан аркылуу коддоштурулган бардык маалымат – акча жана узундук, салмак ченеминен тартып, экономикалык жана математикалык түшүнүктөргө чейин ;
- **видеомаалымат:** бардык ролик же фильмдер;
- **виртуалдык:** интернет дүйнөсү толугу менен – видео-оюндардан тартып, социалдык тармактарга чейин.

Бирок, маалыматтын анын форматына карабай, өзүнүн бир белгилери, ага мүнөздөмө бере турган, бул эмне болгон продукт экенине кененирээк түшүндүрмө бере турган деталдары бар чыгаар. А эң башкысы, ошол белгилерде биз сыяктуу жөнөкөй керектөөчү үчүн пайдалуу нерселер болуп жүрбөсүн.



МУ 2

Брейнсторминг. Тренер аудиторияга маалыматтын белгилерин санап бергиле деп кайрылат. Жооптор флипчартка жазылат.

Жооптордун болжолдуу варианттары:

- Маалымат маанилүү боло алат;
- Татаал маалымат;

- Толук эмес маалымат;
- Кызыктуу маалымат;
- Илимий, экономикалык, философиялык маалымат;
- Чын, жалган, так эмес маалымат;
- Текшерилген жана текшерилбеген;
- Жеке, жалпы, жеткиликтүү ж.б. маалымат.

Маалыматтын белгилери чынында абдан көп. БИРОК! Биз атаган белгилердин көпчүлүгү биздин маалыматты тандообузга, ага болгон мамиле-бизге, аны колдонуу чөйрөсүнө таасир эте турган гана башкы жана негизги белгилерди кененирээк чечмелеп жатат. Муну талдап чыгуу туура болот.



МУ 3

Топ менен иштөө. Тренер экрандан эки билдирүүнүн мисалын көрсөтөт:

1. *Шаардык ботаникалык бакта магнолиялар гүлдөдү.*
2. *Келерки айдан баштап шаарыбызда коомдук транспорттун бардык түрүндө жол кире кымбаттайт жана калктын бардык категориясы үчүн, анын ичинде мектеп окуучулары үчүн да жеңилдиктер алынат.*

Суроо: бул эки билдирүүнүн кайсынысы силер үчүн пайдалуураак жана маанилүүрөөк? Албетте, аудитория экинчи деп жооп берет. Тренер төмөнкүгө көңүл бурат: эмне үчүн экинчи билдирүү силер үчүн маанилүүрөөк жана пайдалуураак?

Жооптордун болжолдуу варианттары:

- Биринчиси жөн гана кызыгуу жараткан маалымат;
- Экинчи билдирүү түздөн-түз биздин жашообузга байланыштуу;
- Экинчи билдирүү алдын ала эскертип жатат;
- Экинчиси маалымдап, пайдалуу маалымат берип жатат;
- Биринчиси айрымдарды гана кызыктырса, экинчиси көпчүлүк үчүн кызык.

Мындай түшүндүрмөлөр туура, анткени жол кире кымбаттай турганын жана жеңилдиктер алынаарын билгенден кийин, силер мындай өзгөрүүлөргө даярдык көрүп аласыңар.

Бул тапшырма маалыматтын негизги белгилеринин бирин аныктоого жардам берди - **МААНИЛҮҮ/ПАЙДАЛУУ**.



МУ 4

Тренер ушундай эле форматта маалыматтын башка белгилери менен касиеттерин иликтөөнү сунуштайт.

1. *Шаардык ботаникалык бакта магнолиялар гүлдөдү. Буга байланыштуу бактын жетекчилиги окуучулар жана студенттер үчүн экскурсияларды уюштурду. Чакан топторду гид коштоп жүрөт да, 20-30 мүнөт ичинде бактын эң уникалдуу булуң-бурчтарын көрсөтүп, өсүмдүктөр туурасында укмуштуудай фактыларды айтып берет.*

2. *АКШ президенти Дональд Трамп шаардын сыртындагы чоң үйүндө юбилейин белгиледи. Туулган күнүнүн урматына саясатчылар үчүн расмий банкет уюштурду. Карапайым адамдар үчүн Трамп акысыз бир жумалык пир уюштурду. Каалагандар келип, швед үстөлү форматындагы америкалык тамак-аштардан даам сызып кете алат. Тамактар саат сайын жаңыланып турат. Порциялар чектөөсүз. Пир чет өлкөлүк туристтер үчүн да ачык, алар үчүн баалуу сыйлыктар менен лотерея да ойнотулат.*

Суроолор: бул билдирүүлөрдүн кайсынысы силерди көбүрөөк кызыктырды? Кайсы иш чарага көбүрөөк баргыңар келет? Кайсы иш чарага бара алмаксыңар?

Жооптордун болжолдуу варианттары:

- экинчи иш чара абдан жаркын жана кызыктырып турат, бирок дээрлик кол жеткис.

Иликтөөнүн экинчи этабынын натыйжасы – маалыматтын кийинки белгиси - **ЖАКЫНДЫГЫ**. Ооба, абдан кызыктуу жана өзүнө тарткан укмуштуудай иш чаралар жана сунуштар абдан көп. Бирок, биринчиден, алардын биздин жашообузга түздөн-түз таасири жок, анткени алыс жакта өткөрүлүүдө. Экинчиден, биз аларды колдоно албайбыз же аларга катыша албайбыз, анткени алар бизден убакыт же географиялык жактан алыс. Ошондуктан, бизге «жакын» орун алган маалымат биз үчүн маанилүү жана баалуу. «Жакын» дегенде ал нерсени биз да колдоно алуу мүмкүнчүлүгү катары түшүнүү керек.



МУ 5

Иликтөөнүн кийинки этабы. Билдирүүлөрдү анализдейбиз:

1. Мамлекеттик статистика бюросу билдиргендей, кварталдык отчетторго ылайык, өткөн жылдын ушул мезгилине салыштырмалуу түшүм жыйноо динамикасы 5%га өскөн. Мындай көрсөткүчтөр, аналитиктердин жана эл аралык эксперттердин алдын ала эсептөөлөрүнө дал келет.

2. Популярдуу сериал дагы уланат! Өткөн жылы чоң кызыгууну жаратып, ондогон миллион көрүүчүлөрдү өзүнө тарткан «А» сериалынын продюсерлери, сериалдын уландысы тартылып баштаганын билдиришти. Экинчи сезондо интрига, жаркын сценалар жана драма дагы көп болот. Масштабдуу түркүн-түстүү тасма тартуу пландалууда. Сценарий жазгандар эски каармандардын тагдырындагы жаңы бурулуштарды жана күтүлбөгөн жаңы каармандарды убада кылышууда. Азыртан эле киностудиянын онлайн-платформасында жаңы сезондун премьерарага чейинки сунушталган көрсөтүүлөрүн акысыз көрүүгө болот.

Суроолор: билдирүүлөрдүн кайсынысы силерди көбүрөөк кызыктырды? Эмне себептен?

Жооптордун болжолдуу варианттары:

- экинчиси: ал бизге кызыктуу окуя туурасында кабар берип жатат, балким бул кабарды көптөр күтүп жаткан, анткени сериалдар темасы азыр популярдуу.

Кезектеги иликтөөнүн жыйынтыгы – маалыматтын **КЫЗЫКТУУЛУГУ**.

Бул маанилүү белги, ал биздин тандообузга таасир этет. Биз кызыксыз болгон, кызыкчылыктарыбызга, хобби, кесиптик же окуудагы муктаждыктарыбызга жооп бербеген маалыматка көңүл бурбайбыз, окубайбыз, көңүлүбүзгө албайбыз. Бирок, медалдын экинчи бети туурасында билип алуу маанилүү. Б.а. бизге бир нерсени сатууну каалагандар, бизди бир нерсеге ынандырууну каалагандар, кандайдыр бир максат менен бизге таасир этүүнү каалагандар көп учурда биздин кызыкчылыктарыбызга карап ойношот. Бизди кызыктырган же кызыктуу болуп сезилген маалыматка, чындыкка анча дал келбеген, биздин маанайыбызга, тандообузга, жүрүм-турумубузга таасир эте турган элементтер киргизилиши мүмкүн. Муну билип алуу керек. Жана эгер кайсы бир кызыкчылыктарыбызга байланыштуу азгырылып жатсак... сынчыл ой жүгүртүүнү ишке салуу зарыл.



МУ 6

Төмөнкү эки билдирүүнү анализдейбиз:

1. Шаарыбызда күндөн-күнгө көп таштанды таштала баштады.
2. Таштандылардын көп чыгарыла баштаганына байланыштуу маселе шаарда барган сайын курчуп жатканындыктан, жергиликтүү бийлик бул маселени чечүүгө активдүү тартылган жарандарды сыйлоо боюнча атайын программа иштеп чыкты:
 - Таштандыларды иргеп чыгарган үй ээлерине коммуналдык кызмат төлөмдөрүнө 20% жеңилдик берилет;
 - Желим баштыктарды колдонуудан баш тарткандарга акысыз кагаз баштыктар берилет;
 - Ай сайын үйлөрдүн тегерегиндеги таштандыларды тазалоо боюнча ишембиликке катышкан жарандарга акчалай сыйлыктар берилет.

Суроо: бул билдирүүлөрдүн кайсынысы кандайдыр бир аракеттерге түртөт?

Жооптун болжолдуу варианты:

- экинчиси.

Эгер силердин шаарыңарда чынында эле ушундай кырдаал түзүлгөн болсо жана жогорудагыдай кайрылуу болсо, өз шаарынын экологиясына кам көргөн жаран катары экинчи кайрылуудагы сунуштардын жок дегенде бирөөсүн аткарат белеңер? Албетте, ооба. Б.а. анда айтылган маалымат силерди белгилүү бир аракеттерге түрттү. Эмне үчүн мындай болду? Анткени ал силерге таасир берди, өз шаарыңар үчүн тынчсыздана баштадыңар, пайдалуу экенин көрдүңөр ж.б. Демек, маалымат таасир эте алат. Бир адамга да, адамдардын жалпы тобуна да.

Ошентип, маалыматтын кийинки белгиси – **ТААСИР ЭТҮҮ**. Маалыматтын жардамы менен биздин маанайыбызга, жүрүм-турумубузга, ойлорубузга, бул же тигил окуяны же көрүнүштү кабылдообузга таасир этүүгө болот.

Бирок таасир да ар кандай болушу мүмкүн. Башында айтылгандай, маалыматты негативдүү максаттар менен да колдонууга болот. Ошондуктан, бизге шаардын экологиясына кам көрүүгө шыктандыруу үчүн да, ошондой эле, дүрбөлөнгө түшүрүп, коркуу сезимин жаратуу, бир адамдардын тобун экинчисине тукуруу үчүн да таасир этиши ыктымал. Жана мындай

тузактарга түшүп калбоо үчүн сынчыл ой жүгүртүүбүздү иштетелиз, суроо бери-
биз, анализдейбиз.



МУ 7

Диалогду анализ кылабыз:

- *Министрликтин бир буйругу бар деп атышат ко, эми окуу китептеринин жарымын сатып алыш керек экен. А келерки жылдан баштап, бардык китептерди өзүбүздүн эсебибизден сатып алууга милдеттендиришет экен. Муну билген кишилер айтышты!*
- *Билесиңби, азыр көп нерсени айта беришет, жана көп учурда алар чындык эмес. Кел текшерип көрөлү, көңүлүбүз тынч болот. Эгер атайын буйрук болсо ал расмий маалымат да, демек министрликтин сайтына жарыяланышы керек. Азыр кирип, таап окуйбуз да, териштирип алабыз.*

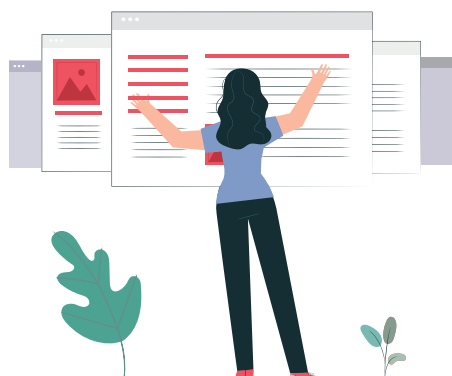
Суроо: диалогдогу экинчи спикер эмне кылды? Биринчи спикер айткан маалыматты тастыктай турган же төгүндөй турган биринчи булагына кайрылды. Бул эмнеден кабар берет? Маалыматты тактоого, текшерүүгө, төгүндөөгө, чын эле жалган экенин көрсөтүүгө болот.

ТЕКШЕРҮҮГӨ БОЛО ТУРГАНЫ – маалыматтын маанилүү белгилеринин бири. Бул бизге маалымат талаасында чөгүп кетпөөгө жардам берген, жана эң башкысы – таасирлерге берилүүдөн сактап кала турган куткаруучу белги. Сынчыл ой жүгүртүү жана анализдөө аркылуу биз маалыматты текшере алабыз. Ал ушундай белгиге жана жөндөмгө ээ.

МААЛЫМАТТЫН БЕЛГИЛЕРИНИН ЖАЛПЫ ТИЗМЕСИ:

- 1. Маанилүүлүгү жана пайдалуулугу.**
- 2. Кызыктуулугу.**
- 3. Жакындыгы.**
- 4. Таасир эте алат.**
- 5. Текшерүүгө болот.**

ТЕМА 3. МААНИЛҮҮ ЖАНА «ТАШТАНДЫ» МААЛЫМАТ



Кызытуу

Тренингге киришүү

Адатта, ийгиликтүү адамдар жөнүндө, алар кантип ийгиликке жеткени жөнүндө сөз болгондо, аларды жолу болду,

кокустан берилген белек же керектүү убакта керектүү жерде болуп калышкан деп айтышат. Бирок бул түркөй көз караш. Ийгиликтүү адамдардын өмүр жолун изилдеген эксперттер таптакыр башка нерсени айтышат. Эң мыкты натыйжаларга жетишкен адамдар сөзсүз түрдө эле башкалардан акылдуураак, жөндөмдүүрөөк же эмгекчилерээк эмес. Бирок алардын көбүндө бир өзгөчөлүк бар: алар өзүлөрү үчүн маанилүү болгон ишмердүүлүккө өтө кунт коюу менен мамиле кылышат, баарынан маанилүү жана чечүүчү маалыматтарга багыт алышат. Алар өз ишин башка нерселерге алагды болбой жасашат, мээсин ишине керектүү болгон маалыматтарга гана толтурушат.

Керектүү маалыматтын жоктугу – оңой эле чечиле турган маселе. Кайсы бир тамакты кантип жасаганды билбесем, бирок абдан жасагым келсе, анын рецебин алам да, окуп, изилдеп көрүп, анан жасайм.

Андан да жаман нерсе: ашыкча жана кереги жок маалыматтын көп болушу, ал билимим бар деген иллюзия гана пайда кылат. Бирок биз так ушундай маалыматтык дүйнөдө жашайбыз, ашык, «таштанدى» маалымат чындап керектүү маалыматка караганда алда канча көп.



МУ 1

Бул парадоксалдуу учурду ачык көрсөтүп берүү үчүн тренер аудиторияга төмөнкү көнүгүүнү сунуштайт.

Ар бир катышуучу үчтөн карточка алат. Ар бирине соңку аптада дүйнөдө, өлкөсүндө, шаарынд/регионунда орун алган эсинде сакталып калган жаңылыктардан бирди жазат.

Тапшырманы аткаруу убактысы – 3 мүнөт.

Катышуучулардын карточкалары флипчартка үч категорияга бөлүнүп илинет: дүйнө, өлкө, шаар/регион.

Тапшырма аткарылып бүткөн соң жоопторго анализ жасалат. Адатта төмөнкүдөй жыйынтык болот: 33%-33%-33%, же 40%-40%-20%.

Бул көнүгүү эмнени көрсөттү? Биз дүйнөдөгү, өлкөдөгү, шаарыбыздагы окуялар туурасында болжол менен бирдей эле деңгээлде кабардарбыз. Эми суроо: биз дүйнөдөгү окуяларга кандайдыр бир жолдор менен таасир эте алабызбы? Дээрлик таасир эте албайбыз. А алар бизгечи? Сейрек бир учурларда гана, кандайдыр бир катаклизм, согуш, эпидемия эле болбосо.

Ал эми өлкөдөгү окуяларга биз канчалык даражада таасир эте алабыз? Бир аз болсо да таасир эте алабыз. Эгер мыйзамдын чегинде ала турган болсок, бул шайлоолор, өз эркибизди билдирип өлкө жетекчилигин шайласак мисалы. Же болбосо ийгиликтүү бизнес-карьера жасасак, гениалдуу реформа сунуштап, жүздөгөн адамдардын жашоосун жакшы жакка өзгөртсөк. Бирок, бул сейрек боло турган же фрагментардык таасир болуп саналат.

Өлкөдөгү окуялар бизге кандайча таасир этет? Ооба, алар бизге таасир этет, бирок кайра эле айрым бир учурларда гана. Мисалы, кризис, согуштук аракеттер, ойлонулбаган мыйзамдар кабыл алынганда ж.б. Бирок баары өз ыргагы менен жүргөндө, мында таасир шарттуу жана салыштырмалуу гана болот.

А биз жашап жаткан шаарыбыздын, аймагыбыздын жашоосуна таасир эте алабызбы? Кайсы бир деңгээлде таасир эте алабыз. Бардык тармагына болбосо да, кайсы бир бөлүгүнө, сегментине таасир эте алабыз. Мисалы, силер шаарыңарда же айылыңарда парктар менен көчөлөрдү таштандылардан тазалоо боюнча волонтердук кыймыл уюштурдуңар. Же болбосо парктар менен короо жайларды жашылдандыруу боюнча аракеттер.

Силер жашаган регион же шаар силердин жашооңорго кандай таасир эте алат? Түздөн-түз. Жол кырсыгы болуп, унаа тыгыны пайда болду, сабакка кечигип калдыңар. Кимдир бирөөлөр кайсы бир продукт тартыш болот деп дүрбөлөң кылып – саналуу сааттын ичинде аны талап кетип, силерге жок калды. Б.а. силер жашаган аймактын маалымат айдыңындагы кандай маалыматтык толкун болбосун силердин жашооңорго чыгылат. Мына так ушул маалымат биз үчүн маанилүү жана керектүү, Индонезиядагы вулкандын атылышы, Түштүк Африкадагы жумушчулардын каршылык акциялары, голливуд жылдызынын вилласын тоноо жөнүн-

дөгү маалыматтар эмес, анан кайсы бир деңгээлде мамлекет башчынын чет өлкөгө болгон сапары, кайсы бир министрдин аткарган иштеринин отчету ж.б. маалыматтар да керектүү болушу мүмкүн.



МУ 2

Негизги ойду бышыктоо үчүн тренер аудиторияга сунушталган жаңылыктар менен иштөөнү улантууну сунуштайт. Тактап айтканда: маалыматты деталдаштыруу.

Тренер катышуучулардан алар жазган бул же тигил жаңылыктын деталдарын атоону сурайт. Адатта жаңылыктын жалпы аспектилерин гана аташат, же айрым фрагменттерин гана же өтө аз өлчөмдө атап беришет. Бул бардык категориядагы маалыматка тиешелүү: дүйнөдөгү, өлкөдөгү, шаар/аймактагы окуялар жөнүндө.

Көнүгүүнүн экинчи этабы бизди өтө көп сандаган маалымат курчап турганда, биз аларды үстүртөн, айрым фрагменттерин гана эстеп калаарыбызды көрсөттү. Биринчиден, андай деталдар абдан көп болгондуктан, биз анчалык көлөмдөгү маалыматты сиңирүүгө мүмкүнчүлүгүбүз жок. Экинчиден, маалыматтын жана билдирүүлөрдүн көптүгү тандоо жасоону, маанилүү жана зарыл маалыматка көңүл коюуну кыйындатат, ал эми деталдары туурасында сөз кылып да кереги жок.

Тилекке каршы, заманбап маалыматтык дүйнө бизде билим иллюзиясын жаратат. Биз баардык нерсе жөнүндө билебиз деп ойлойбуз. Чындыгында, биз айрым фрагменттерди жана үстүртөн болгон нерселерди гана билебиз (аны да узакка эстеп жүрө албайбыз). Дагы бир иллюзия: Бангладештеги суу каптоо, АКШдагы өрт жана голливуд жылдыздарынын жашоосу туурасында билүү модадан калбоо дегенди билдирет. Айрым учурда мындай мода приоритеттерибизди да бурмалап коет: өлкөнүн, шаарыбыздын жашоосуна кызыгуу – күлкүнү жаратат, бул кызыктуу эмес. Ал эми Дональд Трамптын бир нече жолу «чүчкүргөнү» же Илон Масктын ракетасы канча тураары – мына кызыктын баары ушул жакта. Жалпысынан алганда бул маалымат биз үчүн экинчи орундагы маалымат, кээде болсо керексиз же «таштанدى» маалымат болуп саналат.

Албетте, Илон Маск жөнүндөгү маалыматты окубагыла деп эч ким айткан жери жок, бирок өзүбүздүн шарттуу түрдөгү жаңылыктар лентабызды андай маалымат менен толтуруунун кереги жок.

«Таштанدى» маалымат – биз аларсыз деле жашай ала турган түрдүү фактылар, пикирлер, комментарийлер, эмоционалдык жеке билдирүүлөр,

талаштуу трактовкалар, такталбаган маалыматтар. Азыр болсо сабактын башталышын жана ийгиликтүү адамдар туурасындагы пикирди эстеп көрөлү да, кайра суроо берип көрөлү: жаңылыктарды жакшы билген, бардык нерсени билүүгө аракет кылган, бирок чынында эч нерсе билбеген адам болуунун кандай мааниси бар? Бирок ошол эле убакта өз кызыкчылыктарын тескей албаган, негизги нерсени маанисиз нерседен ажырата албаган, алдына белгилүү бир максат кое албаган жана ага жете албаган адам болуунун кажети барбы?

Ошондуктан маалыматты иргеп колдонуу зарыл жана сынчыл ой жүргүртүүнү колдонуп, өзүңө суроо бергенди билүү керек: «Бул билимдин мага канчалык кереги бар? Мен аны жашоомдо колдонуп, пайда көрө аламбы?» Эгер ооба деген жооп болсо, ага көңүл коюу керек. Эгер жок деген жооп болсо ал маалыматты көңүл сыртында калтыргыла.

Бизди курчап турган башка нерселерге, предметтерге катыштуу биз так ушундай мамиле кылабыз да, туурабы? Биз керектүү болгон нерселерди гана алабыз/сатып алабыз/жасайбыз, жана өзүбүзгө керектүү өлчөмдү билебиз. Кереги тийбей турган ашыкча нерселерди, шарттуу алганда, эртең же бүрсүгүнү (орточо узактыктагы жана алыскы келечекте) керек болбой турган нерселерди албайбыз жана колдонбойбуз. Анда эмне үчүн маалыматка келгенде андай тандоо кылбайбыз?



МУЗ

Балдарга ачык даана көрсөтүп берүү үчүн тренер аналогия методу менен оюн уюштура алат.

Катышуучулар айлана болуп тизилет. Айлананын ортосуна аз өлчөмдөгү тамак-аштар коюлат, мисалы, жаңгак, чипс, сагыз, картофель, апельсин, кока-кола ж.б. Жалпысынан 40тай вариант болуш керек. Альтернатива катары тамак-аштар тартылган карточкаларды пайдаланса болот.

Башкы идея – тамак-аштар пайдалуу да, анан биз «таштанды» деп атап жаткандай пайдасыз да болушу керек.

Биринчи этап – топтун катышуучуларына тапшырма берилет: алар абдан жаккан тамагын тандып алышы керек. Катышуучулар тандап алышат, тренер комментарий берет.

Адатта оюндун бул этабында катышуучулардын тандоолору баш-аламан жүрөт.

Экинчи этап – катышуучуларга алдын ала маалымат берилет: силер адам жашабаган аралга түшүп калдыңар, куткаруучулар келгенче болушунча узагыраак өзүңөрдү багып турушуңар керек. Би-

рок арал кереметтүү арал болот, анын ээлери силерге тамак сунушташты, силер куткаруучулар келгенче жашап туруу үчүн тамак тандап алсаңар болот. Кандай тамак тандайт элеңер?

Катышуучулар тандашат, тренер комментарий берет.

Тажрыйба көрсөткөндөй, катышуучулардын биринчи жана экинчи тандоосу бири-биринен 50-90% айырмаланат.

Көнгүүнү төмөнкүдөй ой менен жыйынтыктоого болот. Маалымат бизди курчап турган башка продукттар сыяктуу эле продукт. Башка элементтер сыяктуу эле, ал бизге өзүбүздү сактоого, коопсуздугубузду камсыздоого, жашообузду курууга, жаңы тиричилик шарттарына көнүүгө ж.б. жардам берет. Мисалы, жол эрежелери, өрт коопсуздугунун эрежелери – бул маалымат. Алар бизге өмүрүбүздү сактоого жардам берет. Эгер биз башка өлкөгө көчүп кетсек, ал жердин тилин, мыйзамдарын, салттарын өздөштүрүшүбүз керек болот. Бул маалыматтар бизге коомго тез аралашып кетүүгө жардам берет.

«Таштанды» маалыматты кантип айырмалоо керек жана башыңды ага толтурбай, кантип ага алагды болбоо керек? Айырмалоого боло турган бир катар белгилери бар.

Мисалы:

- 1. Маалымат силердин жашооңорго таасир этпейт жана силер ага таасир эте албайсыңар.**
- 2. Бул маалымат силерге эмне үчүн керек экенине так жооп бере албайсыңар.**
- 3. Бул маалыматты кайра-кайра айта беришет (баары/көпчүлүгү кайра-кайра жазышат), бирок эч ким так деталдарын көрсөтө албайт.**
- 4. Ал маалыматтын айланасында жасалма эмоциялар көп (адатта бул чуулгандуу баш сөздөр, «Сенсация», «Катастрофа» деген сыяктуу).**
- 5. Маалыматка карата атайлап кызыгууну чакрышат, мисалы: «А силер уктуңарбы...», «А силер бөлүшүп үлгүрдүңөбү...».**



ТБ

Теманы бышыктоо үчүн чакан топтордо иштөөгө болот. Аудитория 3-5 адамдан турган топторго бөлүнөт.

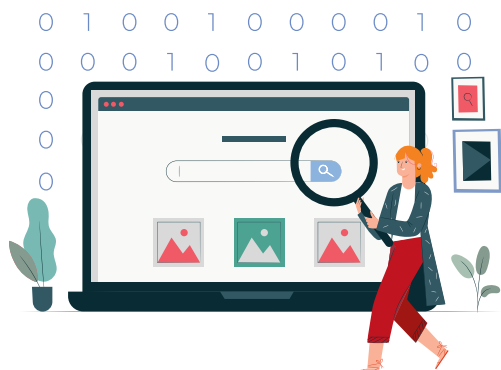
Ар бир топ ар түрдүү темадагы 4-5 чакан жаңылыктарды алышат. Тапшырма: кайсы маалымат катышуучулар үчүн «таштанды», керексиз маалымат, кайсынысы керектүү маалымат боло алаарын аныктоо.

Жаңылыктар 4-5 билдирүүнүн бирөө гана пайдалуу маалымат болгондой кылып тандалат.

Топтун катышуучулары өз жооптору менен тааныштырууда, «таштанды» маалыматтын кандай белгилерине карап тандоо жасандарын айтып бериши керек.

Тапшырманы аткаруу убактысы – 10-12 мүнөт. Жаңылыктар окутуу кайсы өлкөдө жана аймакта болуп жатканын эске алуу менен тандалышы керек.

ТЕМА 4. БАШКАЛАРДАН ТАЖРЫЙБАЛУУРААК БОЛ. МААЛЫМАТТЫ ИЗДӨӨНҮН ЖАНА ТЕКШЕРҮҮНҮН ЖӨНӨКӨЙ ЖАНА КЫЗЫКТУУ АМАЛДАРЫ



Кызытуу

Тренингге киришүү

Маалыматтын касиеттеринин бири, жогоруда айтылып кеткендей, аны текшерүүгө боло турганы. Мындан тышкары,

сынчыл ой жүгүртүүнүн принциптери да маалыматка жөнөкөй анализ жүргүзүүгө негизделген, негизи бул ошол эле текшерүү.

Маалымат өзү мени текшерүү керек же текшерүүгө болот деп айтып тургандай. Анын үстүнө азыркыдай маалымат өтө көп болгон дүйнөдө жана ал дайыма эле жакшы максаттар менен колдонулбаган дүйнөдө, дагы бир жолу ойлонуп көрүү ашык болбойт: жаңылыкта же постто жазылган нерсенин баарына эле ишенүүгө болобу?

Бирок дагы бир негиздүү суроо туулат: а кантип текшерүү керек? Кандай эреже, куралдардын же методикалардын жардамы менен текшерүүгө болот? Маалымат, анын түрлөрү жана формалары ушунча көп болуп аткандан кийин, аны текшерүүнүн да амалдары аз эмес болсо керек.

Чындыгында эле, мүмкүнчүлүктөр жана ар кандай текшерүү методдору жетиштүү санда – укмуш жаңы заманбап программалардан тартып, бүтүндөй бир аналитикалык алгоритмдерге чейин. Негизинен муну менен профессионал эксперттер же белгилүү бир техникалык билимдери бар адамдар алектенишет.

Ошондуктан бизди жөнөкөй, жеткиликтүү, түшүнүктүү болгон, маалыматтын катардагы керектөөчүсү колдоно ала турган куралдар кызыктырат. Бул кандай куралдар болушу мүмкүн?



МУ 1

Тренер аудиторияга кайрылып сурайт: силер маалыматты кантип текшересиңер? Кандай амалдарды колдоносуңар?

Катышуучулардын жооптору флипчартка жазылат.

Жооптордун болжолдуу варианттары:

- маалыматты өзүм ишенген гана ресурстардан окуйм;
- башкалар ал окуя туурасында эмне жазып жатканын карайм;
- бир нече эксперттин пикирин угам;
- автору жазылганына көңүл бурам;
- жетиштүү санда маалыматтар чыгарылган башка публикацияларга көңүл бурам;
- досторумдан сурайм, алар бул туурасында эмне окушту же эмне билишет.

Аталган амалдардын бардыгы мыкты жана колдонууга болот. Жалпысынан алганда маалыматтын чын-бышыктыгын текшергенге жардам берген кандай амал болбосун колдонууга болот. Эң башкысы максатка жетүү керек – маалымат чынбы деген суроого жооп алуу.

Ар кандай амалдарды жана куралдарды тушунуу оңой болушу үчүн аларды бир нече категорияга бөлүп алууга болот.

Текст түрүндөгү маалыматты текшерүү

Тексттик маалымат – эң көп колдонулган маалымат. Маалыматтын көп бөлүгүн текст түрүндө алабыз. Аны текшерүү үчүн бир катар жөнөкөй амалдарды колдонууга болот. Мындан тышкары, биздин алдыбыздагы анча чын эмес маалымат же билдирүү экенинен кабар берген бир катар белгилерге көңүл буруу керек.

Мисалы:

- 1.** Чуулгандуу, кыйкырык салган, катуу баш сөздөр, автордун бул билдирүүгө жасалма түрдө көңүл бурдургусу келип жатканынан кабар берет. Демек, мунун кандайдыр бир ойлонуштурулган максаты бар жана маалыматтын бир мандеми бар.
- 2.** Баш сөздүн жана иллюстрациясынын жаңылыктын мазмунуна канчалык дал келгенине көңүл буруу керек. Алар бир мааниде болушу керек. Эгер дал келбестиктер бар болсо, маалымат же жалган же бурмаланган болушу мүмкүн.
- 3.** Автору, маалымат булагынын так аталышы көрсөтүлгөнбү. Эгер авто-

ру жок болсо, демек медиа бул публикация үчүн жоопкерчилик алгысы келбегенинен кабар берет. Эгер булагы жок болсо («биздин ишенимдүү адамыбыз билдиргендей»), же ал туура эмес көрсөтүлсө («британ окумуштуулары»), маалымат ойдон чыгарылганынын же өтө бурмаланганынын белгиси.

4. Эмоцияга бай болушу. Жаңылыктар бизди коркутпастан, дүрбөлөңгө салбастан (жасалма түрдө), маалымат гана бериши керек. Курч эмоцияларды чакыра турган сөздөргө бай өтө эмоционлдуу текст – сапатсыз маалыматтын белгиси.

5. Башка маалымат ресурстарда да ошол сыяктуу билдирүүлөрдүн болушу. Адатта, маанилүү окуялар туурасында бир нече булак кабар берет. Чындыгын түшүнүү үчүн 3-4 публикацияны салыштырып көрүүгө болот. Бул көп деле убакытты албайт, бирок акыйкаттуулугуна салым кошот.

6. Жаңылыктагы маалыматта деталдаштыруу – негизги учур. Эгер маалымат жалпылама, үстүртөн, окуя туурасында так картина бере албагандай болсо, демек ал жаңылык чындыктан алыс.

7. Баштапкы булагын издөө. Бул оор көрүнгөнү менен андай деле кыйын эмес. Адатта медиа кайсы бир расмий баракчадан, башка кадыр-барктуу ММКдан копирайт кылып жаткан болсо, аларга шилтеме коюшат. Эгер андай жок болсо – бул чын эместигинин белгиси. Эгер шилтеме бар болсо, ал боюнча өтүп эч болбосо булагы чын көрсөтүлгөнүнө ынануу керек.



ТБ

Маалыматты текшерүү боюнча материалдарды бышыктоо үчүн көнүгүүлөрдү ар бир майда тема аяктаган сайын аткаруу керек.

Бул чакан тема үчүн төмөнкүдөй сценарийди колдонсо болот. Катывуучулар топторго биригишет. Ар бир топ легенда боюнча – медиа-эксперттердин командасы. Алардын милдети – чындыкка дал келбеген жаңылыктарды аныктап, бул же тигил ММКнын иши боюнча маалыматтын сапаты боюнча Министрликке кеп-кеңештерди берүү.

Ар бир топ шарттуу түрдө ойлоп табылган түрдүү ММКлардан үчтөн жаңылык алышат. Тапшырма: чындыгы күмөн болгон жаңылыктарды аныктап, жаңылыкта кандай калпыстыктар бар экенин көрсөтүү (министрликке жолдомо кат үчүн).

Билдирүүлөр тренер тарабынан катывуучулар чындыкка дал кел-

беген маалыматты тааный турган бардык белгилерди колдоно алгандай кылып тандалышы керек.

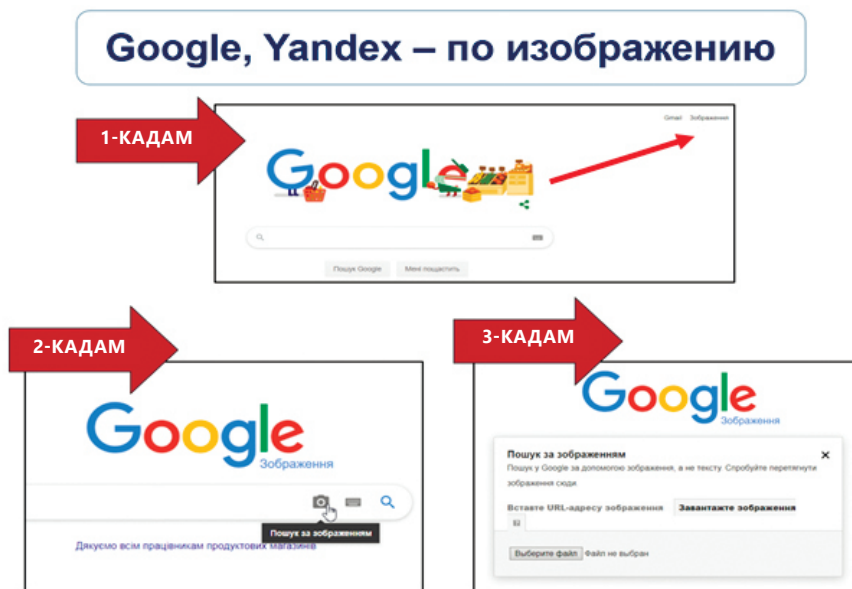
Тапшырманы аткаруу убактысы – 10 мүнөт.

ФОТО БОЮНЧА ИЗДӨӨ/ТЕКШЕРҮҮ

Бүгүнкү күндө дээрлик бардык жаңылыктар фото менен коштолот. Бул бизге кошумча маалымат берүү, билдирүүгө көңүл бурдуруу, басылманын макамын көтөрүү (эгер фото түп нускада болсо) үчүн жасалат. Бирок, адаштыруу максатында да колдонулган учурлар көп. Мисалы, жаңылыкка ал окуяга тиешеси жок фото тандалат, же маанисин ар кандай чечмелөөгө боло тургандай фрагментардык фото менен берилет.

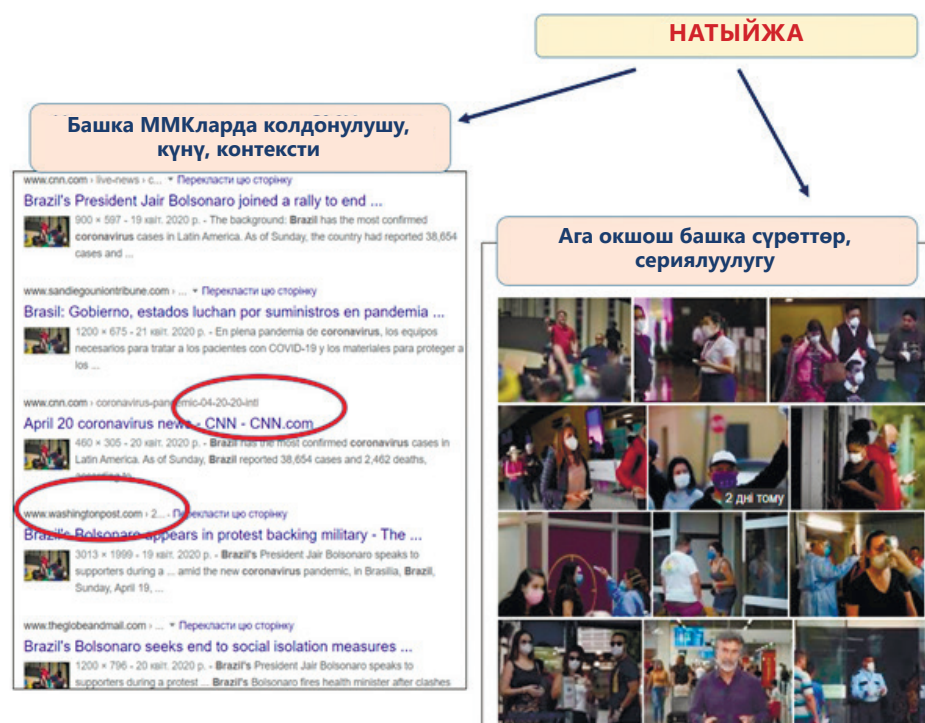
Фотонун чын-бышыктыгын, авторун, толуктугун жана ошондой эле, бул сүрөттү колдонуу боюнча маалыматтарды алуу үчүн эң эле жөнөкөй амалды колдонууга болот – издөө системасы аркылуу сүрөт боюнча издөө салуу. Бул жөнөкөй алгоритм көп учурда көңүл сыртында калат, бирок ал текшерилип жаткан маалымат туурасында өтө көп нерсе бере алат.

Бул өтө жөнөкөй ыкма (төмөндө слайдда көрсөтүлгөн).



Сүрөт аркылуу издөө салуу ыкмасын колдонуу менен, биз төмөндөгүдөй маалыматтарды тактай алабыз:

- чынында ушундай сүрөт барбы-же жокпу текшеребиз;
- бул билдирүүдө ал толугу менен колдонулганбы же айрым фрагменттери гана колдонулганбы;
- ал окуянын ушул сыяктуу сүрөттөрү башка булактарда барбы;
- бул жалгыз эле сүрөтпү же сериянын бир бөлүгүбү;
- качан жана кайсы ММКлар тарабынан бул сүрөт колдонулган;
- фото колдонулган контекст: эмне болгон окуя, ким же эмне түшүрүлгөн.



ФОТОНУН АВТОРУ

Фотону текшерүү боюнча аталган ыкмалардан сырткары, детектив-илик-төөчүлөр колдонгон ыкмаларга окшош болгон дагы бир кызыктуу амал бар. Бул фотонун деталдарын анализдөө. Деталдар – бул жашыруун сырды ача турган майда ачкычтар:

- фото канчанчы жылы тартылган;
- жылдын кайсы мезгилинде жана кайсы убакта тартылган;
- кайсы өлкөдө жана кайсы шаарда тартылган;
- фотодо көрсөтүлгөн окуянын катышуучусу ким болгон;
- окуя канчалык узакка созулган.

Фото боюнча бул маалыматтарды алууга эмне жардам берет? Төмөнкү деталь-белгилер:

- жыл мезгили, табигый көрүнүштөр, күндүн абалы;
- жол белгилери, сызыктары, жолдун сырткы катмарынын өзгөчөлүктөрү;
- архитектуралык өзгөчөлүктөр, имараттардын мүнөздүү болгон элементтери;
- убактылуу кулактандыруулар, афиша, билборд, көрнөктөр;
- транспорттун өзгөчөлүктөрү, номери, маршруту;
- дүкөндөрдүн, кафе жана башка мекемелердин, көчөлөрдүн аталыштары, үйлөрдүн номерлери;
- кийим-кече, аксессуар, жүрүм-турум, адамдардын турган позасы.



ТБ

Теманы бышыктоо иретинде чакан топтордо оюн элементин колдонуу менен ишти улантууга болот.

Аудитория топторго бөлүнөт. Ар бир топ – чалгынчы бөлүмү, шпиондук тармактын бир бөлүкчөсү, алар жашыруун тапшырманы аткарышат: ар топко берилген фотонун деталдарын (шаардын фрагменттерин) максималдуу түрдө анализдеп чыгып, кайсы шаар экенин, күндүн кайсы убагы экенин жана кайсы жыл мезгили экенин аныктоо.

Анализ кылуу үчүн фотону текшерүү боюнча эки ыкманы тең колдонсо болот.

Белгилерди болушунча толук таап, коюлган милдетти аткарган топ символикалуу түрдө сыйлыкка татыктуу болот.

Тапшырманы аткаруу убактысы – 15 мүнөт.

ГЕОБАГЫТЫН АНЫКТОО

Google Планета инструментин колдонуу

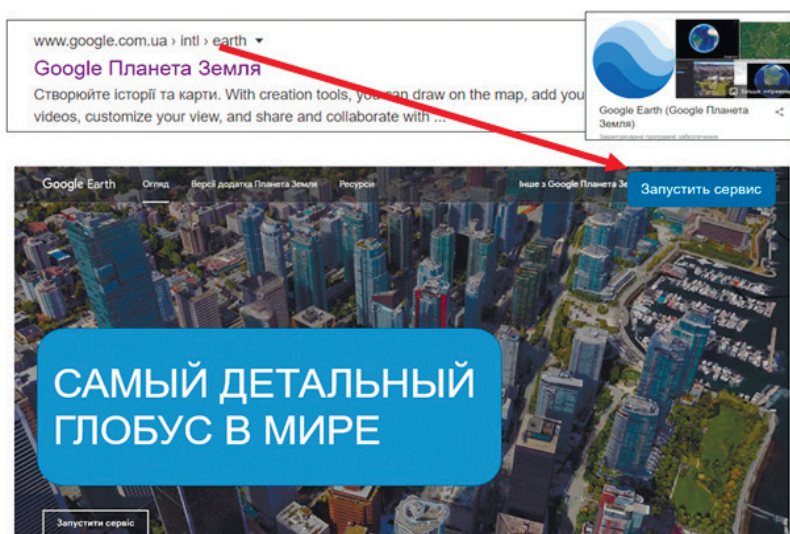
Фото жана видеону текшерүүгө боло турган дагы бир жөнөкөй, бирок эффективдүү курал – бул геолокациялык каражаттар колдонгон инструменттер. Бул заманбап методдор технологиялардын аркасы менен мүмкүн болуп калды. Эң эле жупуну гаджети бар адам да геолокация программаларын колдоно алат. Биз ушундай жол менен керектүү дүкөндүн же мекеменин дарегин издейбиз. Бирок ушундай жол менен маалыматты текшерүүгө болобу?

Баарынан кызыктуу, ыңгайлуу жана үйрөтүүчү курал болуп **Google Планета** системасы эсептелет. Аны кантип колдонууга болот?

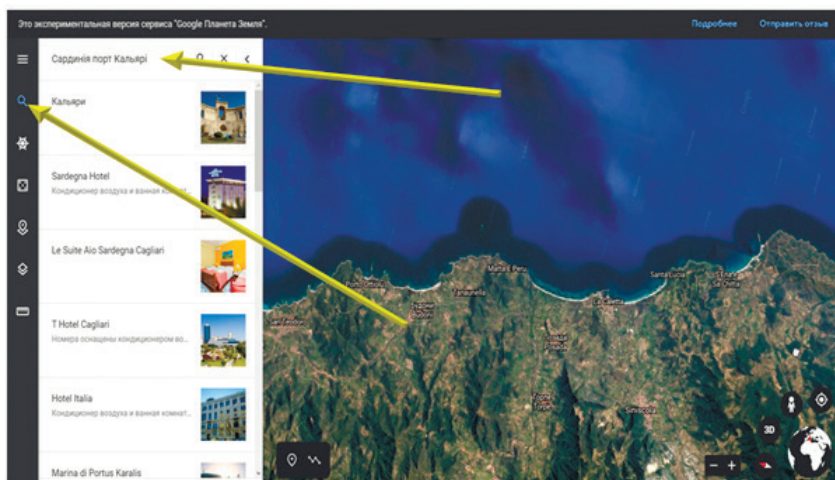
Мисалы силер фото же видео колдонулган билдирүү окуп жатасыңар. Сүрөттүн алдында кайсы жерде тартылганы – бул же тигил шаар, көчөсү көрсөтүлгөн. Бирок силер ага ишенген жоксуңар, сынчыл ой жүгүртүүнү колдонуп жана **Google Планета** системасын ишке саласыңар.

Системаны колдонуу оңой эле. Сервисти жүктөө керек – бул тез эле жана кыйындыгы жок. Андан соң маалыматты издөө кадимки издөө системасындай эле ишке ашат: кызыктырган жердин аталышын жазып, керектүү сүрөттү аласыңар. Андан ары ички инструменттерди колдоносуңар. Алар үчөө (3-кадам). Бирок бул же тигил аймакты виртуалдуу түрдө «изилдеп» чыкканга ошол эле жетиштүү болот.

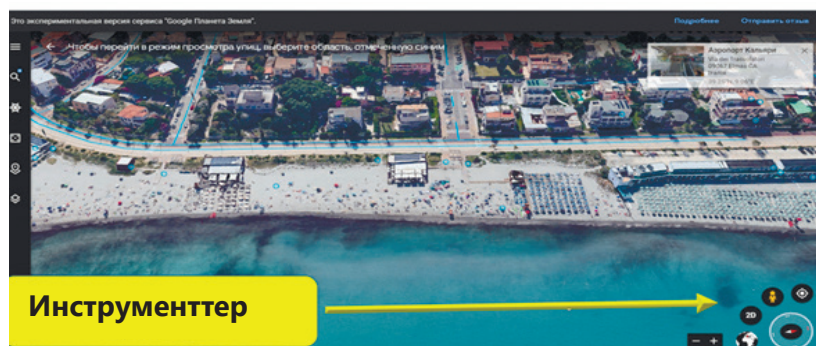
1-кадам. Сервисти орнотуу



2-кадам. Издөөнү баштоо, изделип жаткан жердин атын көрсөтүү



3-кадам. Инструменттерди колдонуу, ал жерди изилдөө



2D

Көрүү
режими



Кароо бурчун
алмаштыруу



Жөө адам
режими



ТБ

Теманы бышыктоо иретинде чакан топтордо оюн элементин колдонуу менен ишти улантууга болот. Мисалы чалгынчы/детектив болуп ойногонду улантабыз. Бул тапшырма үчүн катышуучулар кибершпиондорго айланышат.

Ар бир чакан топ тапшырма алат: кайсы бир жерде орун алган окуя сүрөттөлгөн жаңылык (иллюстрациясы менен).

Тапшырма: Google Планета сервисинин жардамы менен бул маалыматтын чындыгын текшерүү. Жаңылыкта сөз болуп жаткан өлкөнү, шаарды, көчөнү, көчөдөгү белгилерди табуу.

Тапшырма үчүн дүйнөдөгү белгилүү жайларды, же өз өлкөңөрдөгү, шаарыңардагы, регионуңардагы локацияларды тандоого болот.

Бул тапшырманы аткарууга 4-5 гаджет керек болот: телефон, планшет, ноутбук (планшет же ноутбук эң ыңгайлуусу). 3-5 адамдан турган топ бир каражат менен иштесе болот.

Тапшырманы аткаруу убактысы – 15 мүнөт.

БЛОК 2. САНАРИПТИК ДҮЙНӨДӨ БИЗДИ КИМ ЖАНА КАНТИП АЛДАЙТ. МААЛЫМАТ ДҮЙНӨСҮНДӨГҮ БИЗДИН ДОСТОРУБУЗ

Өздөштүрүлө турган билимдер жана көндүмдөр:

- Маалымат мейкиндигинде кантип багыт алуу керек.
- Факт жана пикир деген эмне, алар эмнеси менен айырмаланышат.
- Фейк деген эмне, чын маалыматтан анын айырмачылыктары.
- Фейктердин түрлөрү жана касиеттери.
- Фейктерди аныктаганды үйрөнүү.
- Маалымат менен манипуляция кылуу.
- Маалыматтык гигиена принциптери.
- Жалган маалыматты аныктоонун белгилери.
- Пайдалуу жаңылыктарды жаратуу эрежелери жана принциптери.
- «Кызыкчылыктарды жакындатуу эрежелери» деген эмне, аны кантип колдонуу керек.

ТЕМА 1. ФАКТ ЖАНА ПИКИР



Кызытуу

Тренингге киришүү

Биз бул же тигил маалыматтын үстүндө иштеп жатканда – айтып берип жатканда, жазып жатканда, угуп жатканда, окуп жатканда, ал тургай ойлоп

жатканда, - биз факт жана пикир деген түшүнүктөргө туш болобуз. Биз бул сөздөрдү айтабыз жана аларды колдонобуз. Бирок алардын маанисин толук түшүнөбүзбү, а эң башкысы алар бир бөлүгүн түзгөн маалыматка кандай таасир этээрин түшүнөбүзбү? Фактыны пикирден ажырата алабызбы? Жана эмне үчүн аларды ажырата билүү маанилүү?

Аудитория факт менен пикирди ажырата билүү боюнча канчалык деңгээлде билимге жана көндүмдөргө ээ экенин алдын ала түшүнүп алуу үчүн төмөнкүдөй оюн ойнотууга болот.



МУ 1

Интервью алуу оюну «3 факт билүү»

Тренингдин катышуучулары экиден болуп бөлүнөт. Ар бир катышуучу өз өнөгүнөн 2 мүнөттүк интервью алып, ал туурасында кызыктуу 3 факт билиши керек. Берилген убакыт аяктаган соң, ар бир катышуучу 30-40 секунд ичинде жоопторун билдириши керек.

Тренер флипчартты экиге бөлүп алынган маалыматтарды жазат. (Кагаздын эки бөлүгүнө тең баш сөзү жазылбайт).

Адатта катышуучулар 60-70% чейин фактыларды жана 30-40% пикирлерди айтышат. Мисалы:

- факт: үч тил билет, саат беште турат, марка чогултат, үй-жайсыз жаныбарларды куткаруу менен алектенет;
- пикир: узун бойлуу, класста баарынан мыкты ырдайт, улуттук тамактарды сонун жасайт.

НЕГИЗГИ БӨЛҮК

Көнүгүү-оюнун жыйынтыктап жатып, тренер аудиторияга кайрылат: «Силер кандай деп ойлойсуңар, интервью убагында айтылган фактылар эмне үчүн экиге бөлүнүп жазылды?» Жооптордун түшүшүнө жараша тренер аудиторияны бир жыйынтыкка алып келет, «факт» делгендердин баары эле факт эмес. Алар пикир/ынаным. Айырмасы эмне?

Эгер факт туурасында айта турган болсок, бул тастыкталган, чындыкка дал келген маалымат. Аны иликтөөлөрдүн, анализдин, терең эксперименттин, математикалык эсептөөлөрдүн ж.б. жолдор менен текшерүүгө жана далилдөөгө болот. Аны сенек түрдө белгилеп коюуга болот. Мисалы, силер ойгонгондо сааттын жебеси 7ни көрсөтүп турган. Демек, факт белгиленди: силер саат 7де ойгондуңар. Бул факт (б.а. убакыт) чындыгы талашсыз болгон прибордун жардамы менен тастыкталды.

Же силер үй жумуштарына жардамдашып жатасыңар дейли. Идиш жууп бүтүп, 15 тарелка жууганыңарды айттыңар. Бул факт. Эмне менен тастыкталып жатат? Жөнөкөй эсептөө менен. Эмне үчүн бул эсептөөгө ишенишибиз керек? Анткени ал эсептөө системасы чындык катары кабыл алынган.

Ал эми жазылган маалыматтардын башка бөлүгүнүн эмнеси башкача? Эмне үчүн аларды факт деп эсептей албайбыз?

Биз «факт» болушу мүмкүн деген маалыматтын баарында кандайдыр бир баа берип жатабыз: эң мыкты, узун, сулуу, баарынан чоң ж.б. Бирок бул жеке биздин гана баабыз, биздин пикирибиз. Биз көрүп, жакшылап карап, даамдап көрүп, бул алма эң даамдуу деген чечимге келдик. Бирок силердин досуңар келди да, даамдап көрүп айтат: кандай ачуу алма же өтө эле таттуу экен. Эгер силер эң сыйлаган адамыңарга ал алманы берсеңер да, ал ачуу алма экен деп айтышы мүмкүн. Башкача айтканда, бизде үч башка пикир пайда болду. Биз акылдуу деп эсептеген адам ачуу алма экен деп койгону үчүн гана ага макул болуп кабылдоого милдеттүү эмеспиз. Бул болгону башка адамдын пикири, анын берген баасы. Анын үстүнө силерде ал пикирден айырмаланган башка дагы эки пикир бар. Демек, бул «фактынын» бир нерсеси туура эмес! Демек, бул деги эле факт эмес! Бул пикир.

Факт менен пикир жанаша жашайт. Биз аларды ТВ жаңылыктардан, интернеттеги, соцтармактардагы билдирүүлөрдөн, китептерден, сабактарда жолуктурабыз. Эң башкысы – алардын ортосундагы айырмачылыкты жана алардын өзгөчөлүктөрүн түшүнө билүү керек.

Факт менен пикирдин ортосундагы айырмачылыкты дагы терең түшүнүү үчүн, алардын өзгөчөлүктөрү менен касиеттерин иликтеп көрүү керек.

Алгач келгиле карап көрөлү, кандай сөз айкаштарынан силер факт жана пикир деген түшүнүктөрдү көп жолуктурасыңар.



МУ 2

Тренер аудиторияга чакан брейнсторминг сунуштайт.

Факт – кандай контекстте, кандай башка сөздөр менен чогуу айтылат? Силердин сунуштарыңар (аудиториянын жооптору флип-чартка/доскага жазылат).

Жооптордун болжолдуу варианттары:

- Чыныгы факт;
- Чындыкка дал келген факт;
- тастыкталган факт;
- илимий факт;
- фактынын далили;
- жалган факт;
- бекитилген факт;

- эмне факт болуп эсептелет;
- ишенүү кыйын, бирок факт;
- маанилүү факт.

Пикир – кандай контекстте, кандай башка сөздөр менен чогуу айтылат? Силердин сунуштарыңар (аудиториянын жооптору флип-чартка/доскага жазылат).

Жооптордун болжолдуу варианттары:

- Жеке пикир,
- Менин пикирим,
- Коомдук пикир,
- Эксперттин пикири,
- Илимий пикир,
- Башка пикир,
- Көз карандысыз пикир,
- Алдамчы пикир,
- Пикир билдирүү,
- Карама-каршы пикир.

Жыйынтыктоо (тренер жетелеме суроолор аркылуу аудиторияга бүтүм чыгарууга жардам берет).

Ошентип, келгиле факт менен чогуу айтылган сөздөрдү карап көрөлү. Варианттардын көбүндө, факт – бул ишенүүгө боло турган маалымат, анткени ал тастыкталган, илимий/далилденген/эксперттик, б.а. текшерилген, биз аны чындык катары кабыл алсак болот деп айтылып жатат.

Кийинки кадам – пикир деген түшүнүк менен чогуу келген сөздөрдү карап көрөлү. Биз пикир туурасында факт боюнча айткандарды айта алабызбы? Бардык эле учурларда эмес! Чындыкка дал келет дегенден кабар бериши мүмкүн болгон илимий пикир, эксперттин пикири деген түшүнүктөр болгон менен, ушул эле убакта башка, альтернатива, жекече, көз карандысыз, ал тургай алдамчы пикир деген сөз айкаштары менен да көп кезигет. Б.а. бир эле окуя же көрүнүшкө ар түрдүү альтернативалар. Же факт туурасындагы альтернативалар! Жана бул альтернативалар өтө көп – жеке пикирден тартып, илимий, коомдук, көз карандысыз ж.б.

Башкача айтканда, бул көнүгүү аркылуу аудитория тренердин сабактын башында айткандарын бышыктайт.

А факт жана пикир деген түшүнүктөрдү жана аларды коштоп жүргөн айкаш сөздөрдү кошуп туруп, дагы бир башка топтогу сөз айкаштарын түзүүгө болобу?



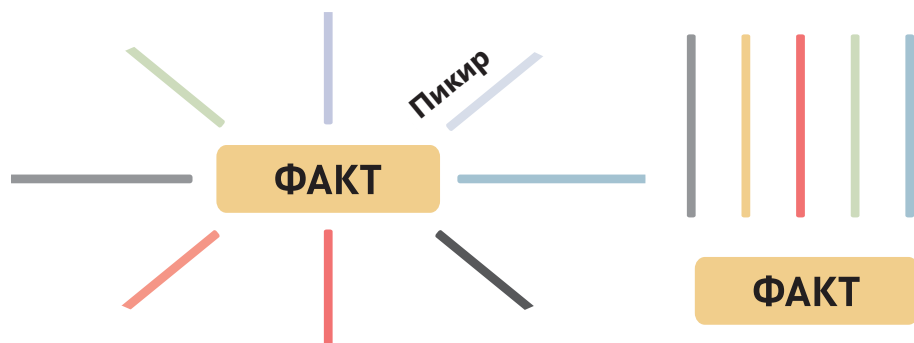
МУ 3

Тренер аудиторияга мындай сөз айкаштары боюнча брейнстор-минг сунуштайт.

Ошентип, болжолдуу жооптор:

- Факт жөнүндө илимий пикир;
- эксперт факт боюнча пикирин билдирди;
- факт боюнча көз карандысыз пикир;
- факт боюнча менин жеке пикирим;
- кимдир бирөө факт боюнча өз пикирин билдирди;
- жалган фактылар жана пикирлер;
- укмуштуудай фактылар менен пикирлер.

Өзүңөр көргөндөй, бул сөз айкаштарынын кандайдыр бир «борбору» болуп дайыма **факт** деген түшүнүк болууда. Пикир деген түшүнүк өз багытын алмаштырып турат. Эгер биздин сөз айкаштарыбызды визуалдуу түрдө элестете турган болсок, төмөнкүдөй сүрөткө ээ болмокпуз:



Биринчи сүрөт – кайсы бир факт жөнүндөгү пикир ар түрдүү гана бол-бостон, карама-каршы да, ар түрдүү багыттуу да болушу мүмкүн болгон вариант.

Экинчи сүрөт – факт жөнүндөгү пикир ар түрдүү, бирок алар факт же

анын элементтерин ар тараптан көрсөтө алат, толуктай алат, б.а. кандайдыр бир «параллелдүү» пикирлер.

Бул көнүгүү кандай касиеттер туурасында айтып жатат?

Факт – бул анык, чын, далилденген жана текшерилген нерсе. Факт – туруктуу түшүнүк.

Пикир – бул же тигил көрүнүшкө, окуяга, кырдаалга, фактыга баа берүү. Бир эле көрүнүшкө, окуяга же фактыга байланыштуу пикирлер ар түрдүү болушу мүмкүн. Пикирлер өзгөрүшү мүмкүн.

Бул айтылгандар маалыматтын керектөөчүсү катары биз үчүн кызыктуу жана маанилүү болгон факт жана пикирдин өзгөчөлүктөрү менен касиеттеринин толук тизмеси эмес. Келгиле, иликтөөбүздүн кийинки кадамына өтөлү.

Иш үстүндө биз силер менен фактыга байланыштуу айтыла турган анык, текшерилген факт, фактынын далили ж.б. айкаштарды бир нече жолу эскертип өттүк. Бул коштоп жүрүүчү сөздөрдүн бардыгы, факт – бул текшерилген нерсе экенин белгилеп жатат (бул көнүгүүлөр менен бышыкталды). Суроо: эгер бизде текшерилген факт бар болсо, анын жардамы менен башка бир фактыны текшере алабызбы?

Мисалы, кадимки велосипеддин эки дөңгөлөгү бар. Бул факт. Бирок биз андан күмөн санап жатабыз. Бул фактыны кантип текшере алабыз? Жөнөкөй эле амал менен – дөңгөлөктөрдү санап көрөбүз. Б.а. аксиома катары саналган эсеп системасын факт катары колдонобуз. Же болбосо, ар кандай түрдөгү велосипеддердин 5-10 сүрөтүн алабыз: сейилдөөчү, балдардын, тоодо тебүүчү, спорттук, шаарда тебилүүчү ж.б. – салыштырып көрөбүз. Ар кандай велосипеддердин бардыгында эки дөңгөлөк экенин көрөбүз. Сүрөт – бул биринчи фактыны текшерүү үчүн колдонулган башка бир факт болду.

Бирок, башка фактыны текшерүүгө колдонулган фактынын башка аталышы бар - аргумент. Ошондуктан туурараак айтсак мындай болот: биз текшерүү үчүн колдонгон сүрөттөр менен эсеп системасы – булар аргументтер.

Ал эми пикирди текшерүүгө болобу? Пикирдин аргументтери барбы?

Мисалы, сабактын башындагы интервьюда мындай пикир айтылган: «улуттук тамактарды сонун жасайт». Бул пикирди текшере алабызбы?



МУ 4

Тренер аудиторияга брейнсторминг сунуштайт: бул пикирди кантип текшере алабыз? Бул пикир үчүн эмне аргумент болуп бере алат? (аудиториянын жооптору флипчартка жазылат).

Жоптордун болжолдуу варианттары:

- Жакшы жасайт, анткени бүт эрежелерин жана рецепбин толук аткарат;
- Анткени баарына жагат;
- Анткени тамактары абдан даамдуу;
- Чоңдор макташат;
- Профессионалдык түрдө тамак жасоого катышы барлар жакшы пикирлерин билдиришет;
- Сынакта жеңип алган;
- Instagram баракчасында рецептери менен бөлүшкөн абдан көп катталуучулары бар ж.б.

Аудиториянын сунуштарын жыйынтыктап, тренер төмөндөгүгө көңүл буруу керектигин белгилейт: бул айтылгандардын бардыгын аргумент деп атоого болобу? Албетте, болот. Биз рецептерди, тамак жасоо эрежелерин көрсөтө алабыз жана ал адам кантип тамак жасап жатканы менен салыштыра алабыз, сынакта алган ардак баракчасын көрсөтө алабыз же соцтармактардагы катталуучуларын санай алабыз, ал тургай адамдардын кайтарым пикирлерин да жаздырып алсак болот.

Башкача айтканда, биздин пикирибизге аргументтер жетиштүү. Бирок негизги суроо : ошол аргументтердин негизинде биздин пикирибиз туура деп белгилей алабызбы? Бир жагынан алганда, ооба. Экинчи жагынан алганда, жок. Анткени биздин аргументтерибиздин кайсы бир бөлүгү да пикир болуп саналат. Калган бөлүгүн алсак, ал да аксиомалык факт боло албайт. Мисалы сынактан алган ардак баракча бир эле сынактын натыйжасы. Ал эми ардак баракчалары көп болгон күндө да, ал бар болгон сынактын баарынан ардак баракчасын алды дегенди түшүндүрбөйт ж.б.

Ошондуктан, мындай деп айтууга болот:

- пикир аргументтерге ээ болушу мүмкүн;
- пикирди текшерүү мүмкүн эмес.



ТБ

Теманы бышыктоо үчүн чакан топтордо иштейбиз. Тапшырманы аткарууга 7 мүнөт берилет. Катышуучулар 3-5 адамдан турган топторду түзөт. Ар бир топко тапшырма берилет:

- Тезистердин тизмесинен кайсынысы факт, кайсы пикир экенин аныктоо;
- Фактылардын бирине (топ өзү тандайт) аны текшерүүгө жана тастыктоого жардам бере турган аргументтерди табуу;
- Пикирлердин бирине (топтун тандоосу боюнча) аргументтерди келтирүү.

Тапшырманын мисалы (ар бир топ тезистердин тизмесин алышат):

1. Бул студент экзамен тапшырууга али даяр эмес.
2. Жаш сүрөтчү шедевр деп атоого боло турган картина тартты.
3. 30 студенттен турган топ шаардык тарых Музейинде экскурсияда болушту.
4. Өрт өчүрүү убагында өрт сакчылары 10 даана атайын техниканы пайдаланышты.
5. Жаңы тасма өтө эле зериктирме жана алдын ала белгилүү экен.
6. Белгилүү «NK» инстаграм-блогеринин жарым миллиондон ашуун катталуучулары бар.

Тапшырмаларын аткарып бүткөн соң, ар бир топ жоопторун окушат. Тренингдин соңу: тренер сабактагы негизги ойду жыйынтыктайт.

ТОЛУКТОО



МУ 5

Бул тапшырма үчүн тезистерди сабактын катышуучулары атаган сүйлөмдөрдөн түзсө болот же алардын арасында кызыктуулары жок болсо тренер өзү сунуштаса болот. Бул үчүн аларды алдын ала даярдап коюу керек же сунушталган сүйлөмдөрдөн түзүп чыгуу керек.



ТБ

Бышыктоо үчүн тапшырманын башкача варианты. Катышуучулардан эки адам спикердин ролуна тандалат. «Спикерлер» чакан диалог ойноп беришет, анда факт жана пикир болуп эсептелген тезистер камтылат.

Спикерлер диалогду баштаардан мурда аудитория эки топко бөлүнөт. Биринчи топ спикерлердин маегинен факт-тезистерди издешет, экинчи топ пикир-тезистерди табышат. Топтун катышуучулары диалогду диктофонго жаздырып алып, даярдык жүрүп жаткан маалда кайра укса болот. Тапшырманы аткарууга 7 мүнөт берилет.

ТЕМА 2. МААЛЫМАТТЫК ЖОМОКТОР ЖЕ ФЕЙК ДЕГЕН ЭМНЕ



Кызытуу

Тренингге киришүү

Бизди маалымат курчап турат. Бул кандайдыр бир түшүнүксүз талаа же аура эмес. Бул кадимки сезип-туя ала турган көрүнүш. Биз гаджетти ачканда, ал жактан маалымат көрөбүз.

Транспортто кетип баратып бирөөлөрдүн сүйлөшкөнүн угабыз – бул да маалымат. Интернеттен ролик же телевидениеден программа көрсөк – мунун баары маалымат. Б.а. жаңылыктар, билдирүүлөр, видеосюжеттер, роликтер, фото, соцтармактагы посттор, интернеттеги же басылмалардагы макалалар – мунун бардыгы бул же тигил формадагы маалымат.

Биз факт жана пикир жөнүндө сөз кылганда, анык, чын, жалган, так, такталбаган деген сыяктуу сөздөрдү бир нече ирет колдонгонбуз. Ал эми факт жана пикир маалыматтын бир элементи болгондуктан, ал сөздөрдү маалыматка катыштуу да айта алабыз. Маалымат да жалган же чын, так же такталбаган, мисалы ойдон чыгарылган болушу ыктымал.

Бизге жомоктор, миф, легендалар жакшы тааныш. Биз аларды окуганды, укканды жакшы көрөбүз. Бирок алар ойдон чыгарылган маалымат экенин биз жакшы билебиз: жомок, легендалардын баарын кимдир бирөө оюнан чыгарган. Алардын автору, же элдик жомокторду айта турган болсок – эл – бул адамдардын чоң коомчулугу, тобу. Маанилүүсү, алар ойдон чыгарылган нерселер. Бирок биз ал ойдон чыгарылган маалыматтан кооптонбойбуз. Ал бизге зыян тийгизбейт. Тескерисинче, жомокторду балдарга окуп берип, алардын негизинде жакшы жүрүм-турумга үйрөтүшөт.

Бирок, эгер биз зыян келтириши мүмкүн болгон ойдон чыгарылган маалыматка туш болсокчу? Келгиле карап көрөлү, бул эмне болгон маалымат. Анын аталышы, мүнөздөмөсү, өзгөчөлүктөрү бардыр; аны кантип аныктоого болот жана анын курмандыгына айланып калбоо үчүн эмне кылуу керек.



МУ 1

Тренер аудиторияга «Өзүң жөнүндө айтып бер» деген тапшырманы сунуштайт.

Ар бир катышуучу 5 мүнөт ичинде өтө кыскача 5-6 сүйлөмдөн турган өз өмүрүндөгү окуяны сүрөттөп берет. Бул кандайдыр бир өзүнүн жоругу, кырдаал же окуя болушу мүмкүн.

Берилген убакыт аяктаганда тренер 3-4 катышуучуга чакан аңгемелерин окуп берүүнү суранат. (Тренер комментарий берип, тамаша кылса болот. Маанилүүсү аудиторияда позитивдүү эмоционалдык маанай жаратуу керек. Бул негизги учурлардын бири).

Катышуучулар окуп бүткөндөн кийин тренер алардын биринин (катышуучу А) барагын сурап алып, анын аңгемесин өзү каалагандай окуп берүүгө уруксат сурайт. (Так фактылар камтылган аңгеме тандалат. Бул үчүн бир нече катышуучунун жообун угуп чыгуу керек, тандоого мүмкүнчүлүк болгондой. Бул учур маанилүү, анткени бул тандалып алынган аңгемеге жараша сабактын кийинки этабы улантылат).

Тренер аудиторияга аңгеменин деталдарын эскертүү үчүн катышуучунун чыныгы аңгемесин дагы бир жолу окуп берет, катышуучу А кантип окуп бергенине өзгөчө көңүл бурат.

Мисалы чыныгы окуя төмөндөгүдөй болушу мүмкүн (тренер окуяны биринчи жактан эмес, үчүнчү жактан окуп берет):

«Тимур скейтбординг менен абдан кызыгып, өзүнө профессионалдардын скейтин сатып алууну чечет. Ата-энесинен кошумча акча сурабаш үчүн, өзүнүн күнүмдүк акчаларынан үнөмдөп баштайт жана кээде промоутер же курьер болуп акча таба баштайт. Бир аз сумма калганда иши жакшы жүрбөй баштайт.

Бир жолу Тимур дүкөндөн бир сатып алуучу капчыгын түшүрүп алганын көрөт. Ал адам да, башкаларда муну байкабайт. Тимур капчыкты алат. Анда чоң суммадагы акча бар экен. Биринчи эле, акчаны алып алсамбы деген ой келет. Скейт алганга кенен жетмек. Бирок, күмөн ойлорун жеңип, тиги адамдын артынан кууп жетип капчыгын берет. Ал абдан сүйүнүп, дароо капчыгынан ыраазычылык иретинде акча алып чыгып берет. Ал акча Тимур каалаган скейтти сатып алууга жетиштүү болуп чыгат».

Тренердин №1-варианты:

«Тимур скейтбординг менен абдан кызыгып, өзүнө профессионалдардын скейтин сатып алууну чечет. Ал куулук кылууну чечет: ата-энесине чөнтөк акчасы жетпей жатканын айтат. Ата-энеси ага көбүрөөк акча бере баштайт. Керектүү сумманы тезирээк чогултуу үчүн, ал кошумча иштейт: интернет аркылуу эски кийимдерди алып-сатат. Керектүү сумманы чогултууга аз калганда, соодасы жакшы жүрбөйт. Бир жолу Тимур дүкөндөн бир сатып алуучу капчыгын түшүрүп алганын көрөт. Ал адам да, башкаларда муну байкабайт. Тимур капчыкты алат. Анда чоң суммадагы акча бар экен. Андан шек санабашы үчүн, арасынан бир нече кагаз акчаны алат да, капчыкты ыргытып жиберет. Ал акча скейт сатып алууга жетпей жаткан сумманы жаап, Тимур скейт сатып алат.

Тренердин №2-варианты:

«Тимур скейтбординг менен абдан кызыгып, өзүнө профессионалдардын скейтин сатып алууну чечет. Бирок чоң суммадагы акча керек эле. Ата-энеси ага чөнтөк акча берип турушчу, бирок ал өзүнөн аяп, үнөмдөгүсү келген жок. Ал акчаны башкача жол менен табууну чечет. Тимур бир нече теңтушун чогултуп, коңшуларынын багынан жемиштерди уурдап, базарга сатмак болот. Бирок, аз өтпөй алардан шек санап башташат, ошондуктан балдар бул ишти токтотушат. Ошондо Тимур теңтуштарына металлолом издейли деп демилге көтөрөт. Кээде балдар ар кайсы кородон али колдонулбаган буюмдарын алып кетишет. Бирок, максатка кандай болсо да жетүү керек эле. Тимур топтолгон металлды сатуу менен алек эле, ошондуктан өзүнө чоң үлүш алчу. Аз өтпөй керектүү сумма чогулат. Бирок Тимур скейттин кереги деле жок деген ойго келет. Бир нече күн ичинде акчасын онлайн-оюндарга коротот».

Эки вариантты тең окуп берген соң, тренер аудиторияга Тимурдун окуясы жөнүндөгү ар бир варианттын негизги учурларын кезеги менен атап берүүнү суранат. Жооптор флипчартка эки бөлүккө бөлүнүп жазылат.

Кийинки этап – эки аңгеменин негизги учурларын жыйынтыктоо.

Аңгеменин **№1-вариантынын** Тимур айтып берген чыныгы окуя менен окшоштуктары жана айырмачылыктары:

- Башкы идеясы бирдей: Тимур скейтбордингге кызыгып, скейт сатып алууну чечет;
- Ал ата-энесине катыштуу куулук кылат: көбүрөөк акча сурай баштайт;

- Ал кошумча иштеп баштайт, бирок башка жол менен;
- Бир убакта иши жакшы жүрбөй баштайт;
- Тимур капчык таап алып, бирок аны кайтарып бербей, жарым акчасын алып, капчыкты ыргытып жиберет;
- ал скейт сатып алат.

Аңгеменин **№2-вариантынын** Тимур айтып берген чыныгы окуя менен окшоштуктары жана айырмачылыктары:

- Тимур скейт сатып алайын дейт;
- Бала өзүнөн үнөмдөгүсү келбейт;
- Ал балдарды топтоп, уурулук менен акча таба баштайт;
- чогулгандар металллом чогултуп сатат;
- ал буюмдар адамдарга керек болушу мүмкүн эле;
- Тимур акчанын көбүн өзүнө алган;
- Акча чогулду, бирок ал скейттен баш тартып, акчасын онлайн-оюндарга коротту.

НЕГИЗГИ БӨЛҮК

Тренер окуп берген окуянын биринчи вариантында, маалыматтын кайсы бир бөлүгү Тимур айтып берген чыныгы окуяга дал келээрин белгилеп кетүүгө болот. Скейт сатып алуу боюнча башкы идея улантылууда. Бирок, бул идея кандайча ишке ашканына жараша аңгемелер айырмаланат. Айрым деталдарды тренер оюнан чыгарып койду же чыныгы маалыматты бурмалады. Башкача айтканда, тренердин биринчи аңгемесинде бир катар чындыкка дал келген деталдар бар болгону менен жалпы окуя чындыкка дал келбейт.

Тренердин аңгемесинин экинчи варианты дээрлик 100% ойдон чыгарылган, калп. Анда Тимурдун өзү гана бар. Бирок скейт жөнүндөгү окуя, кантип акча чогулганы, жана окуя эмне менен аяктаганы, Тимурдун чыныгы окуясынан түп тамырынан бери айырмаланат. Бир жагынан алганда, бул скейт сатып алгысы келген бала жөнүндөгү окуя. Бирок башка жагынан алганда, бул таптакыр башка окуя.

Тренердин биринчи да, экинчи да аңгемеси - бул фейк.

Фейк – бул айрым бир бөлүгү же толугу менен ойдон чыгарылган маалымат. Facebook сыяктуу социалдык тармактардын аналитиктери Оксфорд университетинин медиаэксперттери жүргүзгөн соңку иликтөөлөр көрсөткөндөй, фейктердин 40% анык фактыларга таянат (бирок бурмалап, таптакыр башкача чечмелеп жеткиришет), 60% – бул толугу менен ойдон

чыгарылган окуялар, билдирүүлөр, жаңылыктар ж.б.

Маалыматтын каалаган формасы фейк болушу мүмкүн – соцтармактардагы посттор, соцтармактардагы баракчалар, комментарийлер, жаңылыктар, билдирүүлөр, макалалар, медиадагы фото, телевидениедеги сюжеттер, социалдык тармактардагы роликтер, эгер радио, подкасттар же телефон аркылуу сүйлөшүү жөнүндө айта турган болсок - үн элементтери.

Фейктерди «жаап-жашыруу» үчүн көп учурда оңой эле ишенүүгө боло турган чын маалыматтын элементтерин колдонушат (кээде бул чындык көз көрүнөө нерсе болот). Мисалга алсак, тренердин Тимур жөнүндөгү биринчи аңгемеси. Белгилүү болгондой, ал жерде чын фактылар арбын, бирок алар ойдон чыгарылган нерселер менен толукталууда. Чындыктын элементтери бизди ойдон чыгарылган маалыматты да ишеним менен кабылдоого түртөт.

Азыркы технологиялар кандай маалымат болбосун толук кайра жасап чыгууга жол берет. Мислы, жасалма маалыматтарды жаратуу боюнча соңку «модалуу» технология – дипфейк. Бул эмне? Бул бир адамдын бетин экинчи адамга чаптоо техникасы. Бир жагынан алганда бул кызыктуу жана күлкүлүү. Бирок, экинчи жагынан алганда – бул атаандаш адамга, деги эле коомго чоң зыян келтириши мүмкүн.

Мисал катары Тимур жөнүндөгү тренердин эки аңгемесин алалы. Аңгеменин түп нускасында позитивдүү маанайдагы баланы көрдүк – ак эмгеги менен акча тапкан, дүкөндөн чынчылдыгын көрсөттү, ал эми тренердин биринчи аңгемесинде ал митаам, куу адам катары көрүнөт. Үчүнчү вариантта болсо, таптакыр негативдүү каарманга айланды.



МУ 2

Тренер аудиторияга кайрылат: «Келгиле элестетип көрөлү, Тимур жана скейт жөнүндөгү окуяны силер тренер айтып берген вариантында уктуңар. Тимур үчүн кандай кесепеттер болушу ыктымал (жооптор флипчартка жазылат)?»

Жооптордун болжолдуу варианттары:

- ал бала жөнүндө анча жагымдуу эмес пикир пайда болот;
- анын репутациясына зыян келет: ал ак ниет эмес, ишенүүгө болбойт деп ойлоп калышат;
- аны менен эч ким достошпойт, ал кооптуу деп ойлошу мүмкүн;
- бала жасабаган иштери үчүн жазаланышы мүмкүн.

Фейктердин башкы максаттарынын бири – мына ушул, алар кандайдыр бир максат менен жасалат:

- Адам, көрүнүш, окуя туурасындагы пикирди бурмалоо же толугу менен өзгөртүү;
- Бир адамдын, адамдардын тобун, бүтүндөй бир коомдун, ал тургай мамлекеттин аброюн түшүрүү, зыян келтирүү, кадыр-баркына шек келтирүү;
- Көп сандагы адамдарды адаштыруу: бир окуя же башка адамдар туурасында чыныгы иш жүзүндөгүдөн башкача ойлоонуу мажбурлоо;
- Кандайдыр бир маанилүү окуядан же ага байланыштуу фактылардан алагды кылып көңүлдү башкага бурдуруу;
- Коркунуч, ишенбөөчүлүк сезимдерин таркатып, дүрбөлөңгө түшүрүү;
- Өзүнчө бир адамдарды, адамдардын тобун, чоң-чоң коомчулуктарды кайсы бир аракеттерге түртүү.

Соңку убактардагы фейктердин эң мыкты мисалы – коронавирус эпидемиясы убагында тараган 5G тармагынын COVID-19 илдетине таасири жөнүндөгү фейктер, бул жерден фейктин бардык максаттарын көрүүгө болот. Бир убакта 5G кооптуулугу туурасындагы маалыматтар жаңылыктарда, социалдык тармактарда, мессенжерлерде массалык түрдө таркаган. Чындыкка дал келбеген маалымат технологияларды жаман көрсөтүүгө, адамдардын илдет туурасындагы ой-пикирлерин бурмалоого, ишенбөөчүлүк, коркуу сезимин таркатып, дүрбөлөңгө түшүрүүгө багытталган. Акырында кандайдыр бир аракеттерге түртүү максатын көздөйт. Ар кайсы өлкөлөрдө 5G вышкаларын өрттөп, сындырып, митингге чыгып, адамдар андай вышкаларды орнотпоону талап кылган учурлар катталган.



Кызыктуу

Тренер өз каалоосуна жараша башка мисалдарды/кейстерди тандаса болот (балким, жаңы чыккандардан же өлкөсүнө/регионуна ылайыктуусун колдонсо болот). Маанилүү учур: мисалдын мааниси жана тематикалык маңызы 5G мисалы сыяктуу болушу керек.

Кайрадан Тимур жөнүндөгү окуяга кайрыла турган болсок, силер кандай ойлойсуңар, ал жөнүндөгү фейк адамдарды ал балага каршы кандайдыр бир аракеттерге барууга түртүшү мүмкүн беле? Албетте, мүмкүн болчу. Тимур ушундай жаман адам экенин уккан кимдир бирөө балким анын жазасын бериш керек деп ойломок. Моралдык кысым же денесине,

ден соолугуна зыян келтирүү да болушу мүмкүн эле. Бул жөн гана чакан ойдон чыгарылган жалган маалымат туурасында гана сөз болуп жатат. Фейктин баасы жана кесепети мына кандай болушу мүмкүн.



ТБ

Детективдер жана учуучу пингвиндер.

Фейктерди тааный билүү жана анын тузагына кантип түшпөө керек деген темага алдыда бүтүндөй бир сабак арналган. Азырынча фейктерге каршы туруунун эң башкы эрежесин жаттап алуу керек: маалыматтын деталдарына көңүл буруу.

Эгер Тимурдун окуясын эске сала турган болсок, айрым бир чын элементтердин негизинде куралган фейкте көптөгөн деталдар колдонулган, алар бурмаланган же чындык менен аралаштырылгандыктан баштапкы маанисин жоготуп койгон (тренер Тимур жөнүндөгү окуянын деталдарын жазган флипчартты көрсөтсө болот).

Бул эрежени колдонгонду үйрөнүү үчүн жана фейк катылганын айтып бере турган деталдарды табууга үйрөнүү үчүн «Учуучу пингвиндерге каршы детективдер» деген көнүгүүнү колдонсо болот.

Аудитория эки топко биригет – бул детективдердин тобу. Аларга чакан видеоролик көрсөтүлөт.

Тапшырма: бул ролик фейк же чын экенин аныктоо. Эгер фейк болсо, кайсы деталдары анын фейк экенин билдирип жатат, ал эми кайсы деталдары чыныгы окуя катары көрсөтүп жатат.

Жарыш элементин колдонсо да болот: детективдердин кайсы тобу туура деталдарды көп тапса, ошолор утат.

Учуучу пингвиндер жөнүндө ролик: https://www.youtube.com/watch?time_continue=80&v=9dfWzp7rYR4&feature=emb_logo

ТОЛУКТОО



ТБ

Теманы бышыктоо үчүн тапшырманын башка варианты катары төмөнкү көнүгүүнү колдонсо болот. Аудитория чакан топторго бөлүнөт. Ар бир топ экиден чакан текст менен билдирүү алышат, бири чын, экинчиси анын негизинде ойлоп табылган фейк.

Тапшырма:

- Фейк билдирүүнү аныктоо – толугу менен ойлоп табылганбы же чын билдирүүнүн айрым элементтери колдонулганбы;
- Фейк билдирүүнүн өзгөртүлгөн деталдарын табуу – баштапкы чын вариантын бурмалаган деталдар.

Тапшырманы аткаруу убактысы – 7 мүнөт. Аткарып бүткөн соң, ар бир топ өз табылгалары менен бөлүшөт. Тренер менен бирге анализ жүргүзүлөт, каталар оңдолуп, катышучулардын билимдери толукталат.

ТЕМА 3. МААЛЫМАТ МЕНЕН МАНИПУЛЯЦИЯЛОО: СЕНИ КАНТИП ОЙНОТУШАТ



Кызытуу

Тренингге киришүү

Бул же тигил маалымат менен алмашуу бүгүнкү күндө кадыресе эле көрүнүш. Маалымат менен алмашуу формасы ар түрдүү болушу мүмкүн: кат алышуу, чыгармачыл материал-

дар менен алмашуу (мисалы, бирөө ыр, аңгеме, макала жазса, курбусуна окуганга бериши мүмкүн, ал кайтарым жообун, кеп-кеңештерин берет), сүйлөшүү, талаш-тартыш, дискуссия. Ошондой эле пассивдүү түрдө алмашуу да жүрүшү мүмкүн: биз бирөөнү жөн гана угабыз (мисалы телевидение же интернет аркылуу), бирок жооп катары өз маалыматыбыз менен бөлүшпөйбүз, мисалы, алган маалыматыбызга карата өзүбүздүн эмоционалдык мамилебизди көрсөтүшүбүз мүмкүн – ачууланабыз, кубанабыз, коркобуз, таң калабыз ж.б..

Маалымат алмашуунун ар кандай формасы аркылуу алынган маалыматтардын бизге болгон таасири да ар түрдүү болушу мүмкүн. Биз билим-жөндөмдөрүбүздү байытышыбыз мүмкүн, же жогоруда айтылгандай өз сезимдерибизди, эмоцияларыбызды билдиришибиз мүмкүн, же болбосо кандайдыр бир нерселерге, окуяларга, адамдарга же көрүнүштөргө өз пикирибизди өзгөртүшүбүз мүмкүн.

Бул кандайча ишке ашат, бир маалымат бизге билим берет – бир нерсеге үйрөнөбүз, башка маалымат ар кандай сезимдерди пайда кылат – кубандырып же ачуулантат, ал эми эң башкысы, бир нерсеге болгон мамилебизди өзгөртүп, кандайдыр бир аракеттерге барууга түртөт? Жана эң таң калычтуусу, бул нерсе бизге жакпашы да мүмкүн, өзүбүз туура деп эсептегенден же ушундай болушу керек дегенден таптакыр башка нерсени кылып жатканыбызды сезип туруп эле, баары бир ошол нерсеге барышыбыз мүмкүн. Ким жана эмне бизди мындай кылууга мажбурлайт?



МУ 1

Тренер аудиторияга кайрылып, оюн–эксперимент өткөрүүнү сунуштайт.

Тренер бардык катышуучуларга тапшырмалар жазылган модерациялык карточкалар берилээрин айтат.

Ал тапшырмаларды аткаруу керек. Бирок туура аткаруу үчүн кунт коюп көңүл буруп, тренерди жакшылап угуу керек. Ошондо гана баарын туура аткарууга болот (тренер ушуга катуу басым жасап айтат).

Тренер карточкаларды таратып берет. Белгилей кетүүчү нерсе, карточкаларды бетин көрсөтпөй таратуу керек, катышуучулар жазылган тапшырмаларды эрте көрүп албашы керек. Тренер тапшырманы аткарып бүткөн соң карточкаларды флипчартка илүү керек экенин эскертет (флипчартка карточкаларды илгенге орун даярдап коюу керек).

Тренердин буйругу менен катышуучулар карточкаларды ачып көрүшөт. Тренер маалымдайт: «Тапшырманы окуп чыгып, карточкаңарга үч КВАДРАТ тарткыла. Силерге 20 секунд берилет». Бул фразаны тренер бир нече ирет токтобой кайталайт.

Оюн-эксперименттин сыры – карточкаларда төмөнкүдөй тапшырма жазылган: «ҮЧ БУРЧТУКТАН үчтү тарткыла».

P.S. Тажрыйба көрсөткөндөй, катышуучулардын 20-40% үч бурчтуктун ордуна квадрат тартышат, б.а. чыныгы тапшырманы эмес тренердин “талабын” аткарышат.

НЕГИЗГИ БӨЛҮК

Оюн эмнени көрсөттү: катышуучулардын бир бөлүгү КВАДРАТ тартышты, калганы – ҮЧ БУРЧТУК тартышты. Эмне үчүн мындай болду? Башында эле айтылбады беле, карточкада жазылган тапшырманы аткаруу керек деп



МУ 2

Тренер аудиторияга кайрылып, эмне себептен мындай кырдаал түзүлгөнүн сурайт.

Жооптордун болжолдуу варианттары:

- эки башка тапшырма болгону адаштырды;
- тренер аны уккула деп айтты;
- тапшырманын кайсы бөлүгүндө тренерди угуш керек экенин тандоо керек болду;
- тренердин кадыр-баркы роль ойноп кетти;
- эмне кылаарды билбей калдым;
- башкалар эмне кылып жатканы түшүнүксүз болду жана алар менен кеңешүү да мүмкүн эмес болчу;
- убакыт аз болуп, ойлонууга мүмкүнчүлүк болгон жок.

Ошентип, көпчүлүк катышуучулар аларды тренердин айткандары адаштырганын, анын сөзү маанилүү деп кабыл алгандарын белгилешти. Ал тургай убакыттын тардыгынан ойлонууга да убакыт болгон жок дегендер да, жалпысынан тренердин таасирине кабылышкан. Анткени кайсынысы маанилүүрөөк экени боюнча ойлонуу керек эле: жазылган тапшырмабы же айтылганбы?

Тренер бул экспериментте аудиториянын жарымын тапшырманы туура эмес аткарууга түрткөн фактордун ролун аткарды. Ал катышуучулардын бир бөлүгүнүн чечимине таасир этти. Бул фактор алардын туура тандоо жасоо боюнча күмөн саноолорун жеңип кетти, балким алардын өз пикирлери бул чечимдерине каршы да болгон болушу мүмкүн.

Б. а. аудиториянын бир бөлүгү сабактын башында сөз болгондой, өзүлөрү чын эле туура экенине күмөн болгон чечим кабыл алды, тренердин таасирине берилди. Белгилүү болгон дагы бир маанилүү учур: буйдалуу, белгисиздик, туура тандоо кылып жатканына кабатырлануу – ошол ички карама-каршылык учурунда пайда болгон эмоциялар.

Оюндун жыйынтыгы: тренердин аракеттери – бул манипуляция.

Манипуляция деген жалпы маанисинен алганда да, маалымат аркылуу манипуляция кылуу да – бул так ошол бизди белгилүү бир чечимди кабыл алдырууга (балким биздин эрежелерибизге жана принциптерибизге каршы чечим да болушу мүмкүн), кайсы бир окуяга, адамга, көрүнүшкө карата биздин көз караштарыбызды керектүү нукка өзгөртүүгө, белгилүү бир нерселерди биз мурда кабылдагандай эмес, башкача кабылдоого мажбур кылган инструмент.

Манипуляция кылуунун амалдары, тилекке каршы, өтө көп. Эмне үчүн тилекке каршы? Анткени, көп учурда бул амалдар анча жакшы эмес максаттар үчүн колдонулат.

Мисалы:

- Адамдардын майда жана чоң коомчулуктарынын ичинде жек көрүүчүлүктү пайда кылуу үчүн (мектептердеги класстар менен университеттердеги группалардан баштап, этностор жана өлкөгө чейин);
- Дүрбөлөңгө салуу, күмөн ойлорду себүү үчүн;
- Ишенимди, коомдук эрежелерди, жалпы адамзаттык баалуулуктарды талкалоо үчүн;
- Баш аламандыктарды, агрессивдүү жүрүм-турумду, ал тургай согушту тутандыруу үчүн;
- бир адамдын же адамдардын тобунун, коомдун, өлкөнүн аброюн түшүрүү үчүн.

Эгер эске сала турган болсок, бул түшүнүк фейкке абдан жакын. Анткени, фейк дагы, манипуляция да чын маалыматты бурмалайт. Бирок, эгер фейк ойдон чыгарылган болсо, манипуляция – бул кайсы бир деңгээлде оюн. Сөздөр менен, фактылар менен, түшүнүктөр менен ойноо. Бирок эң башкысы, эмоция менен ойноо!

Манипуляциянын баштапкы максаты – кандай болбосун биздин эмоциябызды чакыруу – оңбу, терс эмоциябы – анча мааниге ээ эмес. Негизгиси эмоция пайда болсо болду. Жогорудагы оюндагыдай – кимдир бирөө тапшырма аткарып жатып ойлodu: «Тренер эмне дейт болду экен?», «Уят болуп калбаймынбы?», «Мен жалгыз туура эмес аткарып жаткан жокмунбу?» ж.б. Б.а. катышуучулардын бир бөлүгү эмоциялар аркылуу «ойлонду». Так ошол биздин эмоцияларыбыз – биздин ишенибиздин эшигин ачып бере турган ачкыч болуп саналат, анткени, биз кабатырланып жатканда бул же тигил фактыга сынчылдыгыбыз төмөндөйт жана тезирээк ишенип баштайбыз.

Мисалы: биз бир нерсе болгонуна кимге көбүрөөк ишенебиз – жайбаракат айтып берип жаткан адамгабы же көз жашын төгүп ыйлап жаткан адамгабы? Кимиси көбүрөөк ишенимди жаратат – лотереядан миллион доллар утуп алганын жөнжай айтып берген адамбы же кыйкырып, кубанганынан секирип жаткан адамбы?

Биздин сезимдерибизди ойготуу үчүн, манипуляцияда ар түрдүү ыкмаларды колдонушат:

- Эгер бул жаңылык же билдирүү, пост болсо, чуулгандуу, кыйкырган баш сөз жазышат: «Сенсация!», «Катастрофа!», «Мындайды силер көргөн эмессиңер!»;
- Билдирүүнүн өзүндөгү маалыматка дал келбеген көзгө дароо урунган, кызыктуу, өзүнө тарткан сүрөт;

- Кадыр-барктуу булакка таянуу, мисалы: «Британ окумуштуулары укмуш нерсе табышты», «НАСА башка планеталыктардын видеосун көрсөттү»;

- Сөз айкаштары: «бул рецепти баары билишет», «бул факт баарына маалым», «көп учурларда бул дары вирусту толугу менен өлтүрөт».



ТБ

«Үч космостук эксперт» оюну (аудитория жалпы иштейт).

Келгиле өтө алыс эмес келечекти элестетип көрөлү. Жерден Марска космостук корабль сапар алды. Телестудияга бул окуяны комментарий кыла турган үч эксперт чакырылган.

Тренер алдын ала үч эксперт үчүн ар башка текст даярдап коет. «Эксперттердин» сөздөрүн окуп берүү үчүн үч катышуучу чакырылат. Бирөөсүндө жалаң илимий текст – толтура сандар жана зериктирме фактылар. «№1 Эксперт» бул текстти бир ыргак менен зериктирме үн менен окуп бериши керек.

«№ 2 Эксперт» менен «№ 3 Эксперттин» тексттери манипуляциялоого ылайыкташкан, учуу долбоорун туш тараптан сынга алат. Эксперттин ролун аткарып жаткан катышуучулар бул тексттерди эмоционалдуу окуп бериши керек.

Эксперттер биринин артынан бири тексттерин окуп беришет. Алардын сөзүнөн кийин калган аудитория суроолорго жооп беришет:

«Марска учуу боюнча пикириңер пайда болдубу (ар бир катышуучу жооп бериши керек жана эмне үчүн деген суроого негиздерин айтып бериши керек)?»

Адатта, ар түрдүү пикирлер пайда болот жана жарымынан көбү – эмоционалдык тексттин таасири менен өз пикирин калыптандырышат.

Ар бир эксперт айтып өткөн фактыларды эстеп көрөлү (флипчартка ар биринин тушуна жазылат).

«Фактыларды эсептөө» идеясы: эң негиздүү маалымат берген биринчи эксперттин сөздөрүнөн фактылардын 20-30% гана эске келет, 2 жана 3-эксперттердин спичинен 70-80%га чейин.

Тренер катышуучулар менен бирге эмне үчүн биринчи эксперттин фактылары баарынан аз эсте калганын жана 2,3-эксперттердин сөздөрү көбүрөөк эсте калганын, алардын кимиси манипуляция кылганын, манипуляция кандайча ишке ашканын, кандай ыкмалар колдо-

нулганын кеңири талдашат.

«Эксперттердин» тексттеринин мисалдары Эксперт-информатор:

Урматтуу угуучулар жана көрүүчүлөр, силерге расмий түрдө маалымдагым келет, Марска карай атайын миссия сапар алды. Кызыл планетага болгон биринчи экспедициянын катышуучулары «Аляска-2» космодромунан 17 саат 35 мүнөт 42 секунд болгондо учуп чыкты. Космостук кеменин салмагы 2489 тонна.

Бул учуучу аппарат Жерде жасалган. Буга чейинкисинин салмагы 834 тонна болчу.

Экипаждын курамына 115 адам кирет – 60 аял жана 55 эркек. Алардын ичинен колонисттер 82 адам. Калганы – экипаж. Экспедициянын курамында 18 улуттун өкүлү бар. Алар 12 тилде сүйлөшөт.

Экспедиция учуу абалында 187 күн болот.

Конгондон кийин 45 күндүн ичинде экспедиция шаар-колония куруп баштайт. Анын аянты 1200 квадрат метрди түзөт. 100үнчү күнү коргоочу атмосфералык куполду куруп бүтүү пландалган. Ага материалдарды 24 автоматтык челноктор жеткирет, алар Жерден экспедициянын 87-күнүнөн тартып жөнөй башташат.

Купол менен 30 000 квадрат метр аянт жабылат. Ал Жерге салыштырмалуу 5 эсе көп болгон радиациядан жана Жердегиден 15 эсе катуу болгон шамалдан коргойт. Окумуштуулардын эсеби боюнча, 3 жылдан кийин купол алдындагы колония 15 эсе кеңейет. Ал эми 5 жылдан кийин 50 эсе. Колонияны орточо өлкөнүн өлчөмүнө жеткирип, акырындык менен планетага толук кандуу отурукташып баштоо үчүн 30 жыл талап кылынат. Көчүп баруучулардын биринчи толкуну болжол менен 100 000 адам болот деп пландалууда. Дагы 150 жылда планета толук өздөштүрүлөт. Ошондуктан бүгүн колонизация эрасы башталды деп айтууга болот.

Эксперт №2 (манипуляция кылат):

Мына бүгүн баары коркунучтуу майрамды белгилеп жатат – Марска экспедиция башталган күн. Жок мен жаңылып айтып алган жокмун, чынында эле коркунучтуу майрам. Мен муну толук акыл-эсим менен эле айтып жатам.

Анткени бул бир тарапты көздөй гана учуу! Эч ким Марска чейин учуп жетпейт. Мен эмне айтып жатканымды билем. Мен кадыр-барктуу адамдар менен сүйлөшүп, чогуу анализ кылып, эсептеп көрдүк. Азыр болсо эмнени көрүп атабыз? Биздин мээбизди

кайрадан эле айландырып жатканын көрүп атабыз! Кайдагы Марс, кайдагы колонизация? Ал жакта эмнебизди унутуп коюптурбуз? Кумбу? Же ташпы? Бул жерде деле алар толтура. Эми аларды Марстан ташыганыбызды каалап жатышат! Мен сурагым келет: кандай максат менен?

Кандайдыр бир пайдалуу элементи бар деп айтып жатышат. А кайсы элемент экен? Ал жактан биз бул жакта жок эмне таба алабыз? Бул жөнүндө ким айтып атат? Эч ким!!! Ошондуктан биз жалпы эле бир фразаларды угуп жатабыз, куткаруу, баш ийүү, өнүгүүгө жаңы түрткү. А кандай өнүгүү? Ал өнүгүүдөн түшкөн акча кимдин чөнтөгүнө түшөт?

Бирок менин оюмча, акчалар азыртан эле кетчү жагына кетти! Анткени мындай кеменин курулушу ушунча акча турбайт. Мындай кеме кеминде 15-20 эсе кымбат турат! Так ошондой! Андан аз эмес, алда канча көп.

А эмне үчүн анын баасы мен айткандан төмөн болуп жатат? Анткени ал бул акчага да турбайт. Анткени ал катастрофага программаланган. Жарым жолдон жок болуп кетет, өрттөнүп жок болот. Анткени ал “коротулган” акчанын жарымына эле турат. Ошондуктан ал жолдун жарымын эле басып өтөт, а балким үчтөн бирин эле. Анткени аны курууга бөлүнгөн каражаттын жарымын уурдап алып коюшкан!

Эксперт №3 (манипуляция кылат):

Чоң окуя! Таасирлентчү долбоор! Келечекке болуп көрбөгөндөй секирик! Мен муну менен макулмун. Мен муну колдойм! Бирок суроом бар: эмне үчүн биз бул белгисиздикке ушунчалык жай баратабыз? Бул эмне – жаңылыштыкпы же коркуубу? Жок, бул жөн гана окуянын ушунчалык улуулугун түшүнбөстүк!

Кыймылдаткычтар кемени тезирээк кыймылдата албай жатабы. Бирок биз адамбыз да, биз кереметтерди жаратабыз! Жана бул кереметтер биздин балдарыбыз көрүшү үчүн керек! Марста 100 жылдан кийин эмне болоору биздин кимибизге кызык? Мага таптакыр кызык эмес, анткени мен аны көрбөйм. Ал тургай менин уулум да көрбөйт.

Бирок бизди Марста бакчалар гүлдөп турганын көрүү мүмкүнчүлүгүнөн ажыратууга болбойт!

Ошондуктан мен айтам: ал жакта Кызыл планетада баарын тез жасаса болот. Биринчи кеменин артынан жүздөгөн кемелерди

жөнөтүү керек! Ал жакта канчалык колонисттер көп болсо, ошончолук өнүгүү процесс тезирээк жүрөт!

Ошондуктан азыртан эле мен учуу программаларын 20 эсеге кеңейтүүгө жетишүүгө аракет кылып жатам жана Марсты өздөштүрүү программасын кеминде 50 жылга кыскартуунун үстүндө иштеп жатам! Биз планетаны кадамдап эмес, секирик менен өздөштүрөбүз. Силер жана мен бир нече жылдан кийин балдарыбызды жаңы планетага жаңы таасирлер үчүн жөнөтө алгандай болобуз!

Мен өз уулума ушундай келечекти каалайм. Силер да балдарыңар Марс жөнүндө кыялданып гана тим болбостон, өзүлөрү барып көрүшүн каалайсыңар деп ойлойм!

ТЕМА 4. САНАРИПТИК «САМЫН»: КАНТИП ЖАЛГАН МААЛЫМАТТЫ ОҢОЙ ТААНУУГА БОЛОТ



Тренингге киришүү

Маалыматты, анын өзгөчөлүктөрүн, формаларын, маңызын жана таасирин изилдөө, аны колдонууда сынчыл мамиле кылуу керектигин көрсөттү. Анткени маалыматтык

чөйрөдөгү фейк, манипуляция сыяктуу негативдүү элементтер жөнөкөй адамдарга көп негатив тартуулайт. Алар адамдар, окуялар, көрүнүштөр, өзүнчө бир фактылар туурасындагы чын маалыматты бурмалап гана тим болбостон, алар репутацияга, имиджге, ал тургай адамдын ден соолугу менен өмүрүнө да түздөн-түз коркунуч келтириши мүмкүн.

Фейктер менен манипуляциянын өзгөчөлүктөрүн иликтөөдө алардын өзгөчөлүктөрү аныкталган: аларды кантип жаап-жашырып коюшат, кандай сөз айкаштары менен колдонулат, эмоцияга кандай таасир этишет. Бирок фейктер менен манипуляция ар түрдүү формада кезигип жана көп учурда ал тургай өзүнчө бир симбиоз түзүп алганына байланыштуу, аларды ажыратып тааный турган белгилер да аз эмес. Мындай көп түрдүүлүктөн адашпай туура багыт алуу үчүн, бир маанилүү принципти өздөштүрүп алуу керек. Аны жөнөкөй бир көнүгүүнүн жардамы менен өздөштүрүү оңой болот.



МУ 1

Кызытуу оюну «Жетишсиз звено».

Тренер катышуучуларды 3-5 топко бөлөт. Ар бир топ чакан фигура куроо көрсөтмөсү бар мини ЛЕГО-конструкторун алат. Алдын ала ар бир конструктордон бир деталь алынып салынат, ансыз фигураны куроо мүмкүн эмес. Ошол эле убакта ашыкча бир деталь кошулат, ал фигура куроого кереги жок.

Көнүгүүнү аткарууга 5 мүнөт берилет.

Убакыт бүткөндө бир дагы топ фигураны толук чогулта албайт: бир деталь жетпейт, ошол эле убакта бир деталь ашык (кээде катышуучулар ашык деталды кошконго аракет кылышат – албетте фигуранын сырткы келбети өзгөрүп калат).

НЕГИЗГИ БӨЛҮК

Тренер көнүгүүнү жыйынтыктайт. Эми болсо келгиле, конструкторду куроо үчүн жетишсиз болгон деталь – маалыматтык билдирүүдөгү, жаңылыктардагы, посттордогу, билдирүүлөрдөгү жетишсиз бөлүк деп элестетип көрөлү. Эгер маалыматтын кайсы бир элементи жетишсиз болсо, билдирүү толук эмес болуп калат. Эгер ал конструкцияга тиешеси жок «кошумча» элементтер бар болсо, бирок ал да маалыматтын деталы болсо жана кимдир бирөө жасалма түрдө аны бул же тигил билдирүүгө “кыстырып коюуга” аракет кылса, биз бурмаланган же чын эмес жаңылыкка ээ болобуз.

Ошондуктан бир нерсени түшүнүү керек, маалымат – бул ошол эле конструктор, жана биз так, толук маалымат алышыбыз үчүн ар бир деталь маанилүү. Ошол эле убакта, маалыматтын чын-бышыктыгын текшерүүдө так ошол деталдарга көңүл буруу керек. Так ошол маалыматтын деталдары – алдыбызда чындыкка дал келген же бурмаланган маалымат турганын түшүнүүнүн ачкычы болуп саналат.

Келгиле, Тимур жана скейт жөнүндөгү окуяны эстеп көрөлү. Калп окуяларда айрым факт-деталдар алынып салынган, башкалары кошулган. Натыйжада каармандын жашоосундагы таптакыр башкача картина келип чыкты.

Ошондуктан, колубуздагы кандай маалымат экенин түшүнүү үчүн – бурмаланган маалыматпы, чындыгы күмөн жараткан маалыматпы, а балким фейк же манипуляция экенин талдап билүү үчүн маалыматтын деталдарына көңүл буруу зарыл. Кандай деталдарына?

Маалыматтын карапайым колдонуучусу үчүн жеткиликтүү жана түшүнүктүү болгон 7 маркер-белгилерди бөлүп көрсөтүүгө болот. Алар алдамчылыктын тузагынан коргонууга жардам берет. Бул кайсы бир деңгээлде «маалыматтык шпаргалка».

1. Көңүлдү өзүнө бурган, чуулгандуу баш сөз: «Сенсация!», «Укмуш!», «Тезинен оку!»

Адатта, кадимки билдирүүлөрдө, жаңылыктарда, посттордо баш сөздөр кандайдыр бир кабар берет, жасалма түрдө кошулган сөздөр менен эмес, күчтүү фактылар менен өзүнө тартат.

2. Аракеттерге түртөт, чакырат: «Бул маалыматты сөзсүз түрдө досторуңа, жакындарыңа билдир», «Убактыңызды текке кетирбей, биздин маалыматты колдонуңуз», «Бул кеңеш өтө маанилүү: ал сиздин убактыңызды, акчаңызды, ден соолугуңду сактап калат».

Катардагы билдирүүлөр жана посттор бизге жөн гана кабар берет жана алынган маалыматтын негизинде биз өзүбүз бүтүм чыгарабыз жана кошумча “түрткүсү” жок чечимге келебиз.

3. Эмоционалдык чыңалуу: «Тир укмуш окуя», «Күлкүсү жок жана жашы жок бул туурасында айтууга мүмкүн эмес», «Кантип мындай нерсе болуп кетти – шумдук!»

Маалыматтык билдирүүлөрдө, адатта, эмоция чакырган фактылар тең салмактуу болот. Бирок бул фактылар атайлап «кооздолбойт».

4. Жупуну, жөнөкөй тил менен баяндоо, дээрлик «көчө тилинде» берилет (күнүмдүк тиричиликте колдонулган тилде).

Классикалык медиа – мамлекеттик же жеке медиа тарабынан даярдалган билдирүүлөрдө баяндоонун белгилүү бир стили сакталат, анткени ар бир медианын өзүнүн эрежелери бар. Бул стиль канчалык жөнөкөй, жеңил, сатиралык болгон күндө да, «көчө тилине» чейин түшпөйт .

5. Билдирүүдө жаңылыктын булагынын жоктугу – маалымат кайдан алынды, ошондой эле билдирүүнүн автору жок.

Адатта медиа маалымат кайдан алынган булагын көрсөтөт жана авторун же авторлордун тобун белгилешет, анткени бул алардын репутациясынан кабар берет. Эгер булагы да, автору да жок болсо, ал билдирүү чын болбошу мүмкүн жана ал медианын өзү күмөн жаратышы мүмкүн.

6. Жалпыланган каармандар жана жалпыланган маалымат булактары: «Австралиянын белгилүү илимий институтунун окумуштуулары», «Пенсионерлер карантин убагында болгон каражаттарын которушканын билдиришти».

Репутациясына кам көргөн заманбап медиа публикациянын каарманда-

рынын аты-жөнүн көрсөтүшөт (эч болбосо шаар, район, көчө ж.б.), мекеменин толук жана чыныгы атын жазышат.

7. Бир билдирүүдөгү грамматикалык каталардын өзгөчө көптүгү.

ММКларда айрым бир каталар, туура эмес басуулар болушу мүмкүн, бирок адатта бир билдирүүдө анча көп ката болбойт.



ТБ

Бышыктоо үчүн «Маркерди тап» көнүгүүсүн сунуштоого болот.

Тренер бир кырдаалды ойлоп табат. Элестетип көргүлө, жакындарыңардын бири бир билдирүүнү окуп чыгып, аны силерге кайра айтып берип жатат дейли. Силер угуп атып, маалыматтын бир мандеми бар экенин түшүндүңөр – силер медиасабаттуулуктун негиздери менен таанышып калгансыңар да.

Тапшырма: ал билдирүүнү анализ кылып, маалыматтагы чындыкка дал келбеген учурлардын маркерин таап, ал жакын адамыңарга эмне үчүн ал деталь маалыматтын чын эмес экенинен кабар берээрин жана кандай болгондо маалымат чындыкка дал келээрин түшүндүргүлө.

Аудитория 5-7 чакан топко биригет (2-4 адамдан). Ар бир топ бирден билдирүү алат да, андагы жалган маалыматты көрсөткөн маркерлерди болушунча көп таап, аларды түшүндүрүп беришет.

ТЕМА 5. ЖАҢЫЛЫКТАР КАНТИП ЖАСАЛАТ, ЖЕ ЖАКШЫ МААЛЫМАТТЫК ЧӨЙРӨНҮ КАНТИП ТҮЗҮҮ КЕРЕК



Кызытуу

Тренингге киришүү

Заманбап маалыматтык агым абдан чоң – ар түрдүү платформаларда саат сайын жүз миңдеген жаңылыктар жана билдирүүлөр өндүрүлүп турат. Маалыматты берүү формасы да өтө көп – телевидениеден тартып, социалдык тармактарга чейин. Сапаты жагынан да маалымат

өтө ар түрдүү: так, так эмес, толук, карама-каршы, такталбаган, сенсациялуу. Жаңылыктардын мындай агымы кантип куралат? Жана ал бизге кызыктуу, маанилүү, пайдалуу жана позитивдүү эмоционалдык маанайда болгондой кылып тескөөгө мүмкүнбү?

Келгиле элестетип көрөлү, биз убактылуу бир чоң компанияда маалыматтык аналитик болуп иштеп калдык. Биздин милдет – күнүмдүк жаңылыктар лентасын карап, билдирүүлөрдү анализдеп, жетекчиге кызыктуу болгондорун тандап алуу (анын өзүнүн убактысы жок, ошондуктан бул милдет атайын кызматкерге жүктөлгөн). Ал эми анын кызыкчылыктарынын айлампасы өтө кеңири – ал дүйнөдөгү негизги окуялардан кабардар болуп тургусу келет, өлкөдөгү маанилүү темаларды билип, сергек жашоонун – туура тамактануу жаатындагы соңку тенденциялардан калбаганга аракет кылат.

Кээ бир учурларда ал кофенин касиеттери туурасындагы маалыматтарды таап берүүнү сурайт: эң даамдуу сорттору, кантип сактоо керектиги, кантип кайнатып, кантип ичүү керектиги. Эң башкысы, бул пайдалуубу же жокпу. Бул боюнча түрдүү маалыматтар абдан көп да. Келгиле анда, изилдеп көрөлү!



МУ 1

Тренер катышуучуларды эки командага бөлөт. Ар бир команда – эки башка аналитикалык бөлүм, алар жетекчиге керектүү маалыматтарды чогултуп берүүгө милдеттүү. Бирок ар бир бөлүм өз-өзүнчө тапшырма алат (команда бири-биринин тапшырмасын

билбейт – тапшырмаларды карточкаларга жазып берүүгө болот).

Биринчи команда – биринчи аналитикалык бөлүмдүн тапшырмасы: кофе абдан ПАЙДАЛУУ экенин далилдеген беш жаңылык, билдирүү, макала чогултуу.

Экинчи команда – экинчи аналитикалык бөлүмдүн тапшырмасы: кофе абдан ЗЫЯН экенин далилдеген беш жаңылык, билдирүү, макала чогултуу.

Катышуучулар тиешелүү маалыматты топтоо үчүн өзүлөрүнүн гаджеттерин, интернеттеги издөө системаларын колдонушат.

Тапшырманы аткаруу убактысы – 10 мүнөт. Изилдөө иштерин аяктаган соң эки «аналитикалык бөлүм» тапкандарын ортого салышат.

Белгилүү болгондой, интернетте аталган суусундуктун пайдасы боюнча да, зыяны боюнча да аргументтерди табууга болот экен.

НЕГИЗГИ БӨЛҮК

Тапшырма көрсөткөндөй, бир эле тема боюнча, дээрлик кыска тармактуу маселе болсо да, маалыматтар ар түркүн, таптакыр башкача көз карашты билдирет жана аргументтери бири-биринен кескин айырмаланат. Жана бир маалымат чын, экинчиси жалган деп айтууга да болбойт. Бул маалыматка да, тигил маалыматка да жетиштүү деңгээлде кызыктуу жана ынанымдуу далилдер келтирилген. Бул да анча маанилүү эмес. Келгиле ойлонуп көрөлү: биздин жаңылыктар лентабызда кофенин жалаң гана пайдалуу же жалаң зыяндуулугу боюнча гана билдирүүлөр болушу мүмкүнбү? Албетте, мүмкүн. Анткени биз билдирүүлөрдүн жалпы агымындагы жаңылыктардын керектөөчүсүбүз, бирок аларды биз өндүрбөйбүз. А ким жана эмне аларды өндүрөт? Жана ага таасир этүүгө бизде мүмкүнчүлүк жана инструментибиз барбы? Эгер кааласак өзүбүз үчүн, досторубуз же жетекчибиз үчүн позитивдүү, кызыктуу жана пайдалуу жаңылыктар тоptomун түзө алабызбы, эгер мисалы чоң компаниянын олуттуу аналитиги болуп калсак.

Чынында, мындай мүмкүнчүлүктөр жана инструменттер бар.

Дүйнөдөгү, өлкөдөгү, өзүбүз жашаган регион же шаарыбыздагы маанилүү жаңылыктар туурасында кабардар болуп туруу үчүн, ал маалымат биз үчүн кызыктуу жана пайдалуу, позитивдүү болушу үчүн, биздин кругозорду кеңейтүүгө мүмкүнчүлүк берип, жаңы билимдерге ээ болуш үчүн бир катар эрежелерди колдонуу керек.

Эгер медиадан келген маалымат туурасында сөз кылып жаткан болсок – расмий медиа, башкы медиалардан тартып, азыр социалдык тармак деп аталып жүргөн социалдык медиага чейин (азыр ал жакта да колдонуучуларга жаңылыктарды жеткирүү менен алектенген топтор, каналдар аз эмес), медиачылар бир нече эрежелер менен принциптерди карманышат. Так ошол эрежелерди сактоо бизге чындап керектүү жана пайдалуу маалыматтарды алууга жол берет.

Кандай эрежелер жана алар кантип иштейт:

- **Пикирлердин, көз караштардын тең салмактуулугу.** Окуяны же көрүнүштү чагылдырууда ага катышкан бардык тарапка сөз берип, бардык тараптын позициясын жеткирүү керек. Ушундай жол менен гана окурман кырдаалдын ар тараптуу сүрөттөмөсүн ала алат жана өз пикирин жарата алат.
- **Ыкчамдык.** Бул же тигил кырдаалдагы жаңы өзгөрүүлөр, жаңы билимдер, окуялар туурасында окурманга болушунча ыкчам жеткирүү керек, ал бардык окуялар туурасында кабардар болуп, көзөмөлдү колдон чыгарбашы керек.
- **Аныктыгы.** Жаңылыкта, макалада келтирилген ар бир факт ишенимдүү булак аркылуу текшерилиши керек, колдонуучу анык, текшерилген маалымат алууга тийиш.
- **Фактыларды пикирден ажыратуу.** Жаңылыкты же макаланы толуктаган ар кандай эксперттердин комментарийлери окуянын фактыларынан кескин ажыратылат, колдонуучу адистин пикирин факт катары кабылдабашы керек. Пикирлер кошумча гана маалымат берет, фактыларга үстөмдүк кыла албайт.
- **Тактыгы.** Жаңылыктагы, макаладагы бардык маалымат анын чыныгы маанисиндегидей так берилиши керек. Бул ар кандай сандар, аталыштар, дата, адам аттары, наам же кызмат орду болушу мүмкүн.
- **Толуктугу.** Жаңылыкты же макаланы окугандан кийин колдонуучу төмөнкү суроолорго жооп алгандай болушу керек: эмне болду, кайда болду, качан болду; аналитикага окуяны алдын алган көрүнүштөр кошулушу мүмкүн, эмне үчүн болду, эмнеге алып келет?

Эрежелер бир караганда жөнөкөй жана түшүнүктүү. Бирок алардын жөнөкөйлүгүнүн артында терең маани катылып жатат. Так ушул жөпжөнөкөй талашсыз жоболор бүгүнкү күндө биз ишене ала турган анык маалыматтарды жарыялаган, жаңылыктардан тартып илимий маалыматтарга чейинки пайдалуу, кызыктуу жана керектүү маалыматтарды чагылдырган көп сандаган маалыматтык ресурстардын пайда болушуна өбөлгө түздү.

Эгер жаңылыктар туурасында айта турган болсок, BBC, CNN, Reuters, Guardian деген сыяктуу аталыштар силерге тааныш болсо керек.

Эгер популярдуу жаштар темалары туурасында айтсак – жаратылыш, илим, фантастика, IT-технологиялар, ачылыштар, – албетте, төмөнкүдөй эл аралык басылмалар жана каналдар эске келет: «Вокруг Света», National Geographic, Discovery Channel, Animal Planet.

Бул ар кандай тематикадагы эбегейсиз чоң медиа жыйындысы – жаңылыктардан тартып, окуп-үйрөнүү материалдары – алар бизге өтө тыкат тандалган, көп деңгээлдүү текшерүүлөрдү өткөрүп, шайкештигин, акыйкаттуулугун, пайдалуулугун карап, так ушул тапта бизге керек болгон маалыматтарды берип турушат.

Айтмакчы, так ушул тапта, ушул жерде, дал ушул аудиторияга керек жана пайдалуу маалымат туурасында айта кетели.

Жогоруда аталган эрежелерден сырткары, аудиторияны кызыктыруу үчүн дагы бир эреже бар – кызыкчылыктарды жакындатуу. Б.а. окурмандар менен колдонуучулардын ар бир аудиториясы үчүн ошол аудиторияга кызык болгон маалыматтардын тандалмасын түзүү.



МУ 2

Ушул этапта тренер кызыкчылыктарды жакындатуу эрежесин колдонуу боюнча аудитория менен иштесе болот.

Шарты: «А» чакан шаарынын жашоочулары үчүн жаңылыктарды тандоо керек. Флипчарт же слайддан тренер эки билдирүүнү көрсөтөт. Экөөнүн кайсынысы шаардыктардын кызыкчылыгына дал келээрин аныктоо керек. Мисалы:

№1

«АКШда президенттик шайлоолор өттү. 150 миллиондон ашуун шайлоочу добуш берди. Бул соңку 30 жыл ичиндеги шайлоочулардын эң көп келиши.

«А» шаарынын акимиатына коомдук экологиялык уюмдардын өкүлдөрү шайланды, жакынкы аралыкта парктар менен эс алуу аймактарынын булганып кетишине байланыштуу маселелерди чечешет».

№2

«Индияда кургакчылыктын айынан чайдын уникалдуу плантациялары жабыркады. Бул чайдын дүйнөлүк рынокко экспорттолушун

кыскартат жана баалардын көтөрүлүшүнө алып келет».

«Кар күрткүлөрүнүн айынан «А» шаарына өтүүчү жолдор менен темир жол магистралдарында убактылуу чектөөлөр киргизилди. Ошондуктан негизги азык-түлүктүн түрлөрү менен тең салмактуу камсыздоо үчүн шаар бийлиги бир колго 3 кг-дан ашуун саатылышына чектөө койду».

№3

«Илон Масктын компаниясынын космостук туристтерди учурган кезектеги космотук кемеси сапарын ийгиликтүү аяктады. Келерки жылдан тартып, мындай учуулар ай сайын ишке ашырылат. Бир турист үчүн учуунун баасы – 20 млн доллар.

«Өкмөттүн буйругу менен «А» шаарына ата мекендик өндүрүштүн жасалма дем алдыруу боюнча уникалдуу аппаратынын биринчи партиясы жөнөтүлөт. Алар начарлап кеткен эпидемиологиялык кырдаалда ооруканалардагы мындай аппараттарга болгон муктаждыкты камсыз кылмакчы».

Адатта, аудитория шаардыктардын кызыкчылыктарына тиешелүү болгон жаңылыктарды тандашат.

Көнүгүү эмнени көрсөттү. Дүйнөдө эмне болуп жатканы, Илон Маск эмне ойлоп тапканы бизге канчалык кызык болбосун, бизге пайдалуулугу жана керектүүлүгү жөнүндө, кызыкчылыктарды жакындатуу эрежеси боюнча сөз кыла турган болсок, биз шаардын жана шаардыктардын жашоосуна тиешелүү жаңылыктарды тандайбыз. Эмне үчүн?

Анткени бул маалымат ошол аймактын жашоочусу катары биз үчүн маанилүү, актуалдуу жана пайдалуу: бул маалымат биздин жакындарыбыздын өмүрүн сактап калышы мүмкүн, оор кырдаал түзүлгөндө тушунбөстүктөрдүн алдын алышы мүмкүн, шаарыбыз тазарып, көркү чыгат деп келечекке позитивдүү маанай берет, бул маалымат бизге азыр жана бүгүн керек жана ал маалыматты биз бүгүн жана азыр колдоно алабыз.

Бул чечүүчү учур.

Эми биз билип алдык, биз үчүн маанилүү маалымат кандай эрежелер жана принциптер боюнча түзүлөт, биз ишене ала турган булактар бар, ар кандай тематикадагы медиаресурстардын эбегейсиз чоң жыйындысы биз күнүгө анык маалымат, пайдалуу билимдерди алып, келечек туурасында кабардар болуп турушубуз үчүн иштешет. Маалымат мейкининде «таштанدى элементтердин» арбын экенине карабай, туура маалыматтар да жетиштүү деңгээлде көп деп айтууга болот, алар бизге чоң мүмкүнчүлүктөрдү ачып берет.



Материалды бышыктоо үчүн «Редактор» көнүгүүсү аткарылат.

Аудитория топторго биригет. Ар бир топ – кадыр барктуу медианын редакциясы. 4-6 адамдан турган 2-4 топ түзүүгө болот.

«Редакция» тапшырма алат – кызыкчылыктарды жакындатуу принциби боюнча 5 жаңылыктан турган маалыматтык лента түзүү керек.

Бул үчүн «редакциялар» легенда боюнча глобалдык маалыматтык агенттик даярдаган 15 материалдан турган жаңылыктардын топтомун алышат. Ар бир «редакция» тематикасына, форматына туура келгенине карап пайдалуу жаңылыктар лентасын түзүп чыгат.

Мисалы, бир редакция – «Жаш педагог» аттуу интернет-журнал (демек, топтун-редакциянын катышуучулары алардын аудиториясы ким, ага эмне кызык болушу мүмкүн, эң башкысы эмне пайдалуу экенин аныкташат). Экинчи редакция – «Хайтек news», үчүнчүсү – «Багбан» (редакциялардын аталыштарын аудиторияга, тренинг өткөрүлүп жаткан регионго жараша тренер өзү ойлоп тапса болот).

Маанилүү нерсе, иргеп алуу керек болгон жаңылыктардын топтомунда топтордун-редакциялардын тематикасына түздөн-түз же кыйыр түрдө байланыштуу же таптакыр байланышы жок да жаңылыктар болушу керек. Жаңылыктар баш сөз түрүндө берилет. Чыныгы билдирүүлөрдү да, ойдон чыгарылган жаңылыктарды да колдонсо болот.

Мисал:

«А» корпорациясы кванталык принципте иштей турган чип ойлоп тапты».

«К» шаарындагы светофорлор жаңыланган алгоритмге ылайык жана кыш мезгилиндеги транспорттун кыймылынын өзгөчөлүктөрүнө жараша иштейт».

«Жаңы Зеландияда соңку 50 жылдагы эң күчтүү вулкан атылды».

«Twitter кезектеги ирет АКШнын мурдагы президенти Дональд Трамптын постуна блок койду».

«Өлкө шаарларында жыл сайын уюштурулуучу күзгү азык-түлүк жарменкелери өткөрүлөт. Тамак-аштарды төмөндөтүлгөн баада сатып алууга болот».

БЛОК 3. САНАРИПТИК ДҮЙНӨДӨ КАНТИП ӨЗҮҢДҮ ЖОГОТУП АЛБОО КЕРЕК

Өздөштүрүлчү билимдер жана көндүмдөр:

- Маалымат жана идеяларды таанытуу – бул кандайча ишке ашат.
- Пропаганда деген эмне, анын кандай өзгөчөлүктөрү жана коркунучтары бар.
- Пропаганда жана реклама – айырмасы. Рекламаны пропагандадан кантип ажыратуу керек.
- Ой жүгүртүүнүн кандай түрлөрү болот.
- Клиптик ой жүгүртүү деген эмне жана анын кандай коркунучу бар.
- Стереотип деген эмне – практикалык мисалдар.
- Кандай стереотиптер болот.
- Стереотиптердин таасирине кантип кабылбоо керек.
- «Кастык тили» деген эмне.
- Маркерлер – маалыматтагы «кастык тилинин» белгилерин кантип таанууга болот.

ТЕМА 1. ПРОПАГАНДА ЖАНА РЕКЛАМА



Кызытуу

Тренинге киришүү

Биз буга чейинки сабактардан көргөндөй, бүгүнкү күндөгү маалымат дүйнөсү абдан чоң, ал эми маалыматтын өзү кабарлоо куралы гана болбостон, көп

учурда таасир этүүнүн, адамдарды жана окуяларды жаманатты кылуунун, же тескерисинче мактоо, элге таанытуунун куралына айланды.

Мисалы, келгиле ойлонуп көрөлү, дүйнөлүк жылдыздар, саясатчылар, актёрлор, спортсмендер эгер алар тууралуу ММКлар, социалдык тармактарда, интернет-чөйрөлөрдө дайыма айтып турбаса ушунчалык популярдуу болот беле? Андай болбосо керек. Анткени бизге дайыма бир нерсени эскертип турганда, ал маалымат өзүнөн-өзү биз менен жашап

баштайт, кадыресе, күнүмдүк нерсеге айланат. Сүйүктүү ырчың, Instagram блогериң жөнүндөгү кезектеги жаңылыкты кантип окубай коёсуң - ал эмне жейт, эмне ичет, кайда барды, кантип бийледи, эмне кийип жүрөт.

Эгер биз бир адамга кызыгуубуз абдан күчтүү болсо, биз аны туурап башташыбыз мүмкүн. Мисалы, ал кийген кийимдерди кийип, ага окшош жашагыбыз келип, көз караш, жүрүм-турум, бул же тигил нерселерге мамилебизден өйдө. Мисалы, коронавирус пандемиясынын эң күчөп турган маалында жана 5G технологияларынын терс таасири туурасындагы фейктер кеңири жайылып жатканда, британиялык репер бул туурасында пост жазган, ал социалдык тармактарда болуп көрбөгөндөй наарызылык толкундарын пайда кылды. Эмне үчүн? Анткени ырчынын 5 миллиондон ашуун сүйүүчүлөрү бар жана алардын көбү үчүн ал кумир болгондуктан ага дароо ишеништи.

Б.а. маалымат кимдир бирөөнү кеңири таанытышы мүмкүн. Андан сырткары, так эле ошол сыяктуу маалымат кандайдыр бир идеяны да кеңири таанытат. Жогоруда айтылган репер жана 5G жөнүндөгү мисалды эле алалы: ал технологиянын зыяндуулугу жөнүндөгү идеяны колдоп жана аны таратты, ал эми анын толтура сүйүүчүлөрү ал идеяны колдоп, кайра-кайра көчүрүп, башка адамдарды бул трендке тартуу менен андан да популярдуу кылып жиберешти. А биз болсо бул нерсенин кесепеттерине күбө болдук, дал ошол окуяга түз катыштуу болбосо да, башка окуялар орун алды – айрым өлкөлөрдө 5G вышкалары талкаланып, өрттөлдү.

Мына ушул жерден бир нерсени байкай алабыз, бул же тигил идеяны, адамды же образды популярдуу кылуунун оң да, терс да жактары бар. Бул эмнени эске салат? Рекламаныбы же пропаганданыбы. Бул эки түшүнүктү кантип ажыратуу керек? Эмнеден кооптонуу керек жана эмне себептен?



МУ 1

Аудиторияны бул эки түшүнүктү анализ кылдыруу үчүн, тренер төмөнкү көнүгүүнү сунуштайт (брейнсторминг форматында жалпы топ менен иштөө).

Тренер аудиторияга кайрылып, реклама менен пропаганданы ажыратып билүү үчүн биздин билимдерибиз жана көндүмдөрүбүз али жетишсиз деп түшүндүрөт, бирок биз реклама же пропаганда болушу мүмкүн болгон маалыматка карата кандай сезимдерибиз, эмоцияларыбыз пайда болуп, кандай реакция кылаарыбызды түшүнө алабыз.

Тренер мессеждерди көрсөтөт (экран, флипчарт, же алдын ала плакаттарды даярдап коет) – катышуучулар алардын ою боюнча эмне реклама, эмне пропаганда экенин айтышат.

Мессеждердин варианттары:

- «Бизден башка ким. Сени Куралдуу күчтөрдүн катарынан күтөбүз».
- «Бир саамга токто – печенье менен карамель кошулган батончик жеп ал».
- «Укмуштуудай даам! Аңкыган жыт! Жаңы тиш пастасын тосуп ал».
- «Туура тамактануу жана толук кандуу уйку, дене тарбия жана спорт – бекем ден соолуктун кепилдиги».
- «Орбит» – сергүүнүн мезгили, жаркыроонун мезгили».
- «Душман көз ирметпейт – сен өлкөнү коргошуң керек!»

Мессеждерди талкуулоого тренер болушунча аудиториянын баарын тартууга аракет кылат. Бул же тигил фразаны анализдеп жатканда, катышуучуларда пайда болгон сезимдер менен эмоцияларга басым жасалат. Жооптор кыскача флипчартка жазылат.

Жооптордун болжолдуу варианттары:

- реклама тандоо берет;
- пропагандадан айырмаланып, реклама бир нерсе кылууга мажбурлабайт;
- пропаганда бир нерсени таңуулайт, аракеттенүүгө мажбурлайт;
- реклама да, пропаганда да эмоцияны пайда кылат;
- рекламада сунуш айтылат, бир нерсени сунуштайт, сен алсаң да болот, албай койсоң да болот;
- пропаганда тандоо бербейт.

Жоопторду жыйынтыктап жатып, тренер негизги эки аспектини белгилейт:

- реклама да, пропаганда да биздин эмоциябызга таасир этет;
- реклама көп учурда позитивдүү болот, жагымдуу таасирлерге, элестетүүлөргө жана эмоцияларга негизделет;
- пропаганда негизинен карама-каршы коюуга, негативдүү эмоцияларга, негизинен коркуу сезимдерге негизделет жана коркутуу орун алышы мүмкүн.

НЕГИЗГИ БӨЛҮК

Эгер биз реклама туурасында сөз кыла турган болсок, реклама көп учурларда – бул конкреттүү бир объект туурасындагы позитивдүү баян: суу-

сундук, тамак-аш, кийим, косметика, кызматтар ж.б. Реклама жумшак таңууланбай туруп бизди аракеттерге түртөт, мисалы, товарды сатып алууга. Реклама адамдын муктаждыктарына кайрылат. Анан дагы реклама көп учурда белгилүү бир аудиторияга кайрылат, кыздарга эркектердин кийимин рекламалоонун мааниси жок да, же балдарга косметика же аялдар гигиенасына тийиштүү товарлардын кереги жок, унаасы жокторго авто аксессуарларды реклама кылышпайт. Реклама коммерциялык максатты көздөйт жана идеяларды таңуулабайт.

Пропаганда таптакыр башка максатты көздөйт, бирок көп учурларда рекламада колдонулган эле инструменттерди колдонот. Негизинен пропаганда деген түшүнүк жалпы коомдук пикирге, адамдардын тобуна, коомдун бир бөлүгүнө, мисалы белгилүү бир улуттагы адамдардын тобуна же белгилүү бир аймакта жашаган адамдарга таасир этүү үчүн кандайдыр бир маалыматты таркатуу болуп саналат (фактыларды, аргументтерди, ушак-айыңдарды жана башка маалыматтарды, анын ичинде жалган маалымат да болушу мүмкүн.

Мисалдарды талдап жана эмоцияларды анализдеп жатып, биз өзүбүз күбө болгондой, пропаганда адамга мындай деп айтат, анын жеке максаты коомдун максатына салыштырганда маанисиз. Көп учурларда куру бийик лексика колдонулат, маселен «Мекен», «душман», «өлкө». Пропаганда тандоо бербейт: ушундай кылуу керек жана ушул гана туура; эгер андай кылбасаң, анда башкалар менен бирге эмессиң, башкаларга окшош эмессиң ж.б.

Пропаганда үчүн болушунча көп адамды камтыганы, болушунча кеңири аудиторияны тартуу маанилүү. Жана мисалы, Куралдуу күчтөрдүн катарына кошулуу чакырыгын жаш улан эмес, анын энеси же эжеси укса деле баары бир. Алар деле бул маалыматты уланга жеткирет, анткени пропаганда алардын белгилүү бир эмоциясын пайда кылат, мисалы, эгер аскерге барбай койсо көйгөйлөр жаралат деген коркунуч.

Б.а. пропаганда товарды «рекламалабайт»! Жана анын максаты адамдын бир нерсени сатып алышы эмес. Пропаганда бул же тигил идеяны сиңирет. Ал адамды белгилүү бир аракеттерге, айрым учурда өзүнүн жеке кызыкчылыктарына зыяндуу болгон аракеттерге, коомдун кызыкчылыгы үчүн деген шылтоо менен аракеттенүүгө чечим кабыл алууга түртөт. Мындай чечимдер өз алдынча ан-сезимдүү кабыл алынган чечимдер эмес, алар пропаганданын чакырыктарына жана мессеждерине киргизилген чечимдер.

Пропаганда кандайча бизге мынчалык таасир берет? Эмне үчүн мындай болот?



МУ 2

Ушул этапта бул учурду аудитория менен талкуулоо керек: катышуучулар өз ойлорун айтып жана башкалардыкын укканы маанилүү. Тренер колунан келишинче пикир алмашууларга колдоо көрсөтүп кубаттап, багыттоочу суроолорду берип турат.

Аудиториянын болжолдуу жооптору:

- Манипуляциянын методдору колдонулат;
- Массалык ан-сезимди башкаруу технологиялары колдонулат;
- Пропаганданы көп учурда мамлекет колдонот, ал эми анын мүмкүнчүлүктөрү кеңири;
- Бир түшүнүк экинчи бир түшүнүк менен алмаштырылат;
- Маалыматты толук айтпайт.

Чындыгында эле, пропагандада ар түрдүү ыкмалар колдонулат. Бул эмне үчүн бизге маанилүү? Анткени ал ыкмалар, адатта, маалымат аркылуу манипуляция кылууга негизделген, маалыматты бурмалоо, башкача кылып берүү. Б.а. пропаганда – бул дайыма эле жана толугу менен калп эмес (бирок көп учурда калп орун алат), көбүнчө маалыматты бере билүү жөндөмү, анын болушунча идеологиялык таасирлүү болушуна жетишүү болуп саналат.

Пропаганда экенин ачык көрсөтүп турган белгилер бар, алардын жардамы менен анын тузагына түшпөй коюуга болот. Ал белгилердин айрымдары:

- Кандайдыр бир тезистерди ар түрдүү маалымат булактарынан узак убакыт бою көп ирет кайталоо;
- Таркатылып жаткан маалыматтын дайыма эмоцияга таасир этиши, коомду дайыма чыңалууда, коркуу, дүрбөлөң абалында кармап туруу аракети, – мындай абал кырдаалга жайынча баа берип, тең салмактуу чечим чыгаруу мүмкүнчүлүгүн чектейт.;
- пропаганда татаал маселелерге жөнөкөй же өтө эле жупуну чечимдерди сунуштайт (5G мисалы), жана ал чечимдер бүгүн мына азыр жеткиликтүү болот;
- аудиториянын көңүлүн дайыма коомдогу чынында маанилүү темалардан, маселелерден буруп, экинчи орундагы нерселерди укмуштуудай маанилүү кылып көрсөтүп, ошолорду талкуулоо аркылуу алагды кылат, маалыматтык күн тартибин тез алмаштырат;

-маанилүү маалыматтын пропагандадагы мессежди ырастай турган гана чектелген бөлүгүн жарыялоо менен чындык иллюзиясын жаратуу;

- адамда тандоо бардай иллюзия жаратуу; чындыгында пропаганда тандоо сунуштабайт: пропагандадагы маалымат адамга бир гана тандоону таңуулагандай кылып берилет, жана ошол гана туура деп негизделет.



ТБ

Теманы бышыктоо үчүн чакан топтордо оюн форматында иштөө сунушталат.

Аудитория 4 топко бөлүнөт. Алардын 2 пропагандисттер, 2 - рекламисттер.

Ар бир группага тапшырма берилет: 5 мессеж түзүүлөрү керек (рекламисттерге – реклама боюнча, пропагандисттерге – пропаганда боюнча мессеж).

Кызыгы, рекламисттер да, пропагандисттер да бирдей эле темага мессеж жазышат.

Мисалы:

- 1) Жашылчалар жөнүндө;
- 2) Марска учуу.

Б.а. рекламисттер тобу жашылчалар жөнүндө 5 рекламалык слоган, пропагандисттер 5 пропагандалык слоган түзүшөт. Марска учуу боюнча да эки топ тең так ушундай эле иштешет.

Тапшырманы аткарууга 10 мүнөт убакыт берилет. Убакыт бүткөндөн кийин – натыйжаларды тааныштыруу – өз ара анализ.

Экинчи этабы – топтордун ролун алмаштырып койсо болот. Рекламисттер эми пропагандисттер жана тескерисинче. Темалар кайра жаңыланат.

ТЕМА 2. КЛИПТИК ОЙ ЖҮГҮРТҮҮ: АНЫН ЭМНЕСИ КОРКУНУЧТУУ



Кызытуу

Тренинге киришүү

Бүгүнкү күндө жок дегенде бир музыкалык клип же рекламалык ролик көрбөгөн адам жок болсо керек. Жок дегенде – TikTok роликтерин көргөн. Бул жана башка роликтер кандай түзүлөт – анализдеп көрөлү.



МУ 1

Тренер аудиторияга брейнсторминг-кызытуу көнүгүүсүн сунуштайт. Рекламалык же музыкалык ролик кандай түзүлөөрүн сүрөттөп берүү керек. Анализ үчүн белгилүү бир клипти көрсөтүүгө болот, өтө узак эмес - 30 секунддан 1,5 мүнөткө чейин болгону жакшы.

Башкы идея – биз көрүп жаткан маалыматты анализдөө.

Жооптордун болжолдуу варианттары:

- Кадрлардын тез алмашышы;
- Түркүн түстүү, көзгө урумдуу, катуу;
- Өзгөчө бир мааниге ээ эмес – көркөмдүү картиналардын жыйындысы;
- Сөздөрдүн айрым фрагменттери гана эсте калат – кайра-кайра кайталангандары же эң жөнөкөйлөрү;
- Бир кадрды карап жетише электе, башкасы алмашат.

Ошентип, эгер биз клип – бул кандайдыр бир маалыматтын топтому жана анын жардамы менен бир нерсе айткылары келип жатат дей турган болсок, анда бизге мындай жол менен жалпы маалыматты эстеп калуу, түшүнүү, кабыл алуу кыйын экенин көрөбүз. Биз аны бөлүк-бөлүк кылып кабылдайбыз: айрым бир катуу добуштарын, же бир жаркын учурун, же болбосо бир түстүү фрагментин, же селт эттирген картинасын ж.б.

Азыр болсо кийинки тапшырма: фильмди же бир чакан аңгемени, билдирүүнү айтып бергендей азыр көргөн клипти кайра айтып бергиле.

Тренер бир нече катышуучуга клипти кайра айтып берүүнү сунуштайт. Адатта толук картинаны эч ким айтып бере албайт, клиптеги окуяларды кезеги боюнча орду-орду менен айтып берүү да кыйын, тексти да (эгер бул музыкалык клип болсо) толугу менен айтылбайт, айрым бөлүгүн гана кайра айтып берүүгө болот.

Тренер жыйынтыктайт, эгер биз кимдир бирөөгө бул клиптик окуяны айтып берүүгө аракет кыла турган болсок, биз анын жаркын учурларын, эсте калган сөздөрүн гана айтып бермекпиз. Толук картинаны түзө алмак эмеспиз.

Парадокс мына ушунда: маалымат канчалык кыска болсо, аны кайра айтып берүү, анализ кылуу ошончолук кыйын. Бир караганда баардыгы тескерисинче сезилет. Клиптик ой жүгүртүү деп аталган түшүнүк бүгүнкү маалыматтык дүйнөдө мына так ушундайча иштейт.

Алгач келгиле талдап көрөлү, биз муну кайдан жолуктурабыз. Көрсө, дээрлик бардык жерден жолуктурат экенбиз!

Социалдык тармактарда. Бул эмне? Бул кыска посттор, комментарийлер, стористер, роликтер – буга чейин сөз болгон TikTok тармагы негизинен клиптерден турат.

Ушул сыяктуу эле музыкалык клиптер, рекламалык клиптер, жаңылыктардагы сюжеттер, берүүлөрдүн, программалардын, фильмдердин анонстору. Булардын баары клип принцибинде түзүлгөн – кадрлардын тез алмашышы, өтө жаркын түстүү, көзгө урумдуу, өзүнө тартып алат... Бирок толук картинаны кайра айтып берүү жана эске түшүрүү өтө кыйын.

Андан тышкары, заманбап фильмдер, кеңири аудиторияга арналган көңүл ачуучу кино жөнүндө айта турган болсок, кандай жанрда болбосун – комедия, боевик же драма, фантастика, сериалдарга чейин – кадрлардын тез алмашышы жана окуялардын активдүү динамикасынан турат. Алардагы картиналар чакан бөлүктөрдөн турат жана көп учурда кандайдыр бир логикага ээ эмес.

ММКларда соңку жылдары билдирүүлөрдүн көлөмүн азайтуу тенденциясы байкалат: кээде билдирүүлөрдүн текстинде сөздөр баш сөзүнө караганда бир аз эле көбүрөөк болот. Эгер мурда бир нече барак болгон интервью чоң деп эсептелсе, азыр чоң интервью бул бир нече абзац.

Медиага мүнөздүү болгон дагы бир тренд – жаңылыктардын темала-

рын тез алмаштыруу. Бизге Африкадагы кургакчылык же Кытайдагы суу каптоо жөнүндө кыскача сюжет көрсөтүшү мүмкүн, андан кийин голливуд жылдыздарынын ажышаруусу, андан соң бир тамактын сонун рецепти кетет да, кир жуучу порошоктун рекламасы менен бүтүрүп коет.

Мунун натыйжасы кандай болот? Бир сюжетти толук аңдап түшүнө электе, биздин көңүлүбүз башка темага бурулат. Б.а. биз күнүгө так ушундай клиптик маалыматты көрүп жана ал маалыматты клиптик форматта кабылдоого көнүп калабыз: кыска образдар, фрагменттер, клиптер аркылуу. Мындай ой жүгүртүү адатка айланат (көп учурда муктаждыкка да айланат).



МУ 2

Клиптик маалыматка болгон муктаждыкты аныктоо.

Тренер блиц-сурамжылоо жүргүзсө болот, бул катышуучулардын клиптик ой жүгүртүүгө канчалык көнүп калгандарын ачык көрсөтөт.

Ар бир катышуучу бирден модерациялык карточка жана үчтөн модерациялык стикер алат (бул ар кандай формадагы геометриялык фигура, жемиш же смайл түрүндөгү стикер болушу мүмкүн).

Тренер үч суроо берет. Ар бир оң жоопко катышуучу модерациялык карточкага бирден стикер чаптайт.

Суроолор:

- Силер күндү гаджетиңерден соцтармактарды, жаңылыктар лентасын барактоо менен баштайсыңарбы?
- Уктаар алдында соцтармактарды, жаңылыктар лентасын барактап, андан кийин гана уйкуга кетесиңерби?
- Тамак ичип жатканда, транспортто, бош убактыңарда гаджетиңер аркылуу соцтармактарга жана жаңылыктар лентасына киресиңерби?

Сурамжылоо бүткөн соң катышуучулар модерациялык карточкаларын флипчартка илишет. Тренер жыйынтыктайт.

Адатта 90-100% катышуучуларда карточкаларыңда жок дегенде бир стикер болот. 80%-90% – экиден, 70%дан кем эмес катышуучуда – үчтөн стикер болот.

Биздин тажрыйба көрсөткөндөй, биз дээрлик бардыгыбыз клиптик ой жүгүртүүгө кабылганбыз. Оксфорд университетинин медиа тобу 2019-жылы жүргүзгөн иликтөөлөрдүн негизинде мындай деп билдирет, бүгүнкү маалыматтык дүйнөнүн адамы маалыматтык билдирүүлөрдүн 85-90% баш сөзү менен гана «окуйт». Болгону 10-15% биз толук окуп чыгабыз.

Ошондуктан биз үчүн чоң китептерди окуган, экшн-картиналардын ордуна узун диалогдор болгон узун фильмдерди көргөн, мектепте/ЖОЖдо бир нече саат отуруу керек болгон предметтерди окуу кыйын.

Тактап айтсак:

- клиптик ой жүгүртүү, клиптик маалыматтык дүйнө бизди маалыматты анализ кылбоого үйрөтөт, анткени бир картина экинчисине тездик менен алмашып жатса, кайдагы анализ! Жок дегенде бир жаркын фрагментин эстеп калсак жакшы!

- маалыматты анализ кылуу мүмкүнчүлүгү жок болгон соң, анын айрым бир фрагменттерин гана эстеп калганда, биз толук картинаны элестете албайбыз, ал кандай кесепеттерге алып келиши мүмкүн экенин түшүнө албайбыз. Эмнени көргөнгө жетишип калсак, ошону эстеп калабыз. Жана эмнени эстеп калсак ошого ишенебиз, – клиптик ой жүгүртүү алгоритми ушундайча иштейт. Ошондуктан мындай ой жүгүртүү менен биз калпты чындыктан ажырата албайбыз – ажыратып үлгүрбөйбүз.

- мунун натыйжасында, клиптик ой жүгүртүү биздин бир нерсеге бат ишенчээктигибиздин деңгээлин көтөрөт, бизди манипуляция кылуу мүмкүнчүлүктөрүн арттырат, пропагандага туруштук бере албайбыз. Эмне үчүн? Манипуляция кылгандар жана пропаганда жүргүзгөндөр клиптик ой жүгүртүүнүн мындай өзгөчөлүктөрүн жакшы билишет жана ушундай эле жол менен бул же тигил манипуляциялык же пропагандалык мессеждерин илгерилетишет – маалыматтын клиптик форматы аркылуу!

Клиптик ой жүгүртүүнүн туткунуна кабылбоо үчүн ага кантип каршы туруу керек? Биз өзүбүздү маалыматтык чөйрөдөн толугу менен чыгарып сала албайбыз да. Ал эми эң башкысы – мунун зарылдыгы эмнеде.

Зарылдыгы төмөндөгүдө:

- Манипуляцияга жана пропагандага алдануу коркунучун төмөндөтүү үчүн;

- Маалыматты толук кабылдоо жана анализдөө жөндөмүн унутуп калбоого;

- Китеп окуганды (электрондук китеп болсо да) жана чоң көлөмдөгү маалымат менен иштөөнү унутуп калбоо.

Буга кантип жетишүү керек? Бир нече кеңештер бар:

- Жок дегенде айына бир жолу китеп окуп же диалогу көп, динамикасы аз болгон фильм көрүү керек;
- Маалыматтык бошонуу күнүн уюштуруу: айына бир жолу (эки жумада бир кылган жакшы) маалыматтык талаадан чыгып, жаңылыктарды окубай, клиптерди көрбөй ж.б.;
- Өзүңө өзүң текст жазуу. Эң жөнөкөйү – күндөлүк жазуу, күнүгө болбосо да, жумасына 1-2 жолу окуяларды жазууга болот.



ТБ

Теманы бышыктоо үчүн тренер катышуучуларга бүгүн, азыр күндөлүк жазып баштоону сунуштайт.

Тапшырма: кыскача, күндөлүк форматында, соңку аптада же бир нече күн ичинде жашооңордо болгон окуяларды, санааларыңарды, таасирлериңерди жазгыла. Бир баракка чейин. Тапшырманы аткарууга – 15-20 мүнөт берилет (группанын деңгээлине жараша).

Каалоочулар болсо 2-4 катышуучу өз аңгемелерин аудиторияга окуп берсе болот. Анализ кылып жатканда деталдарга, эмоцияларга, автор тарабынан сүрөттөлгөн окуялардын, таасирлердин картинасынын толуктугуна көңүл буруу керек. Бул клиптик ой жүгүртүүдөн канчалык айырмаланаарын, канчалык көлөмдүү жана кызыктуураак экенине басым жасоо керек.

ТЕМА 3. «КАСТЫК ТИЛИ»



Кызытуу

Тренингге киришүү

Адамдын башка адам менен кандайча сүйлөшүп жатканына, маектеши-не, талкууланып жаткан окуяга жана көрүнүшкө карата пикирин кандай сөздөр менен билдирип жатканына карап анын аталган аспектилерге

болгон мамсилесин аныктоого болот. Биздин сөздөрүбүз –

биздин абалыбыздын, лоялдуулугубуздун, жылуу мамилебиздин же, тескерисинче, кастыгыбыздын ачкычы. Муну бир оюндун жардамы менен текшерип көрсө болот.



МУ 1

«Ат коюу» оюну.

Тренер катышуучуларга айлана болуп отурууну сунуштайт. Аудиторияга кайрылып, тренер оюндун шартын түшүндүрөт: «Биз кайрадан бала чагыбызга барып калдык деп элестетели, кичинекей «ат койгучтарга» айланып калдык. Биз али кичинекей бала болгондуктан, жемиштер жана гүлдөр менен гана «ат коебуз» - бул негизги шарт.

Оюн кандай жүрөт. Биринчи катышуучу топту колуна алып, аны экинчи катышуучуга ыргытат да, ага «ат коёт», мисалы: «сен апельсин». Экинчи катышуучу топту тосуп, бир нече вариантта жооп берет, мисалы: 1) «өзүң апельсин»; 2) «мен апельсин эмесмин, мен фиалка»; 3) «мен апельсин болсом, сен кактус»; 4) «мен апельсинмин, мага бул жагат» ж.б. Шарты – мүнөздөмөсүн айтууга болбойт, мисалы: ачуу, ийнелүү, бузулган, кычкыл ж.б.

Жооп бергенден кийин экинчи катышуучу топту ыргытып, үчүнчүгө «ат коёт». Үчүнчү оюнчу ошол эле алгоритм боюнча төртүнчүгө узатат. Ошентип бүт аудитория бүткөнчө уланат.

Тренер катышуучулардын жоопторун флипчартка үч бөлүп жазат. Оюнду жыйынтыктоодо жоопторго көңүл буруу керек.

Оюн эмнени көрсөттү? Сунушталган жооптордун варианттарынан аудиториянын бир бөлүгү жумшак, агрессивдүү эмес, жылмалаган жоопторду тандап алышты, мисалы: «мен апельсин, жана бул мага жагат».

Жооптордун экинчи категориясы – актангыч же ал андай эмес экенин далилдөөгө аракет кылган жооптор: «мен апельсин эмесмин – мен фиалка». Бул жерде агрессия жок, бирок кандайдыр бир таарыныч бар, мен силер ойлогондой эмесмин, мен башкамын деген сыяктуу.

Үчүнчү категория – агрессивдүү жооптор: «өзүң апельсин», «мен жок дегенде апельсин, а сен кактус». Б.а. катышуучу биринчи учурда аны апельсин деп атаганын мазактоо катары кабыл алды, ал эми экинчисинде, кактус деген мазактоо экенин көрсөтүп жатат.

Бул оюн менен биз «кастык тили» деген түшүнүктүн моделин көрсөттүк. Башкача аталышы – **«хейт-спич»** (*«hate speech»*) – котормосу *«жек көрүүчүлүк тили»*).

«Кастык тили» феномен катары кеңири жайылган көйгөй болуп саналат, ал биздин өлкөбүзгө, коомубузга, жашоо деңгээлибизге карабай ар бирибизге тиешелүү. Адатта «кастык тилинин» өзөгүндө белгилүү бир белгилерге карата айырмалоо жатат, негизинен этникалык, расалык, диний өзгөчөлүктөрүнө, жаш курагы, жынысы, сексуалдык багыты, майыптуулугу, ВИЧ-статусу ж.б.

Бүгүнкү күндө маалыматтык талаанын чыныгы жүзү ушундай, «кастык тили» ММКларда да, социалдык тармактарда да, ар түрдүү интернет платформаларда да, мессенжерлерде жана күнүмдүк пикир алмашууда да кездешет.

Адистер «кастык тили» катары ар кандай тилдик формаларды түшүндүрүшөт – шарттуу түрдөгү «оппоненттерге» карата айтылган терс маанидеги өз алдынча сөздөр, сөз айкаштары, сүйлөмдөр, речтеги туруктуу түрмөктөр. «Кастык тили» расизм, ксенофобия, улут аралык кастык же жек көрүүчүлүк, гомофобия, сексизм сыяктуу формада орун алышы мүмкүн.

Бул абдан олуттуу көйгөй, айрыкча жаш муун үчүн. Мунун маанилүүлүгүн 2016-жылы эле түшүнүү менен, Европа Кеңешинин жаштар иштери боюнча Департаменти жаштарды агрессивдүү ой-пикирлерге каршы көтөрүп жана интернеттеги адам укугун колдоо үчүн «Жек көрүүгө жол жок» аттуу жаштар кампаниясын ишке ашырган.

Европа комиссиясы 2016-жылы 31-майда Facebook, Twitter, YouTube жана Microsoft өкүлдөрү менен бирге «кастык тилинин» мыйзамсыз көрүнүштөрүнө катыштуу жүрүм-турум Кодексине кол коюшкан (Code of Conduct on countering illegal online hate speech). Кодекске ылайык, интернет-корпорациялар онлайн мейкиндигинде сөз эркиндигинин баалуулуктарын колдоо боюнча жана фундаменталдык укуктардын сакталышы үчүн корпоративдик жоопкерчилик бар экенин таанышкан. Ошол эле убакта корпорациялар жеке индивиддер менен бирге эле адамдардын тобуна багытталган «кастык тили» катары мүнөздөлгөн ой-пикирлер менен публикациялардын негативдүү таасирин жана анын масштабын моюнга алышкан.

Facebook компаниясы ал тургай 2018-жылы май айында жүргүзүлгөн «жарандык укуктардын аудитинин» жыйынтыгы боюнча «зыяндуу маалыматтарды» таркатууга каршы план да жарыялаган. Соцтармактардын жетекчилиги учурда «кастык тили» катары таанылган сөздөр жана сөз айкаштары бар посттор менен комментарийлерди өчүрүү, блок коюу жолу менен «зыяндуу контент» менен активдүү күрөшүүдө.



МУ 2

Тренер аудиторияга кайрылат: силердин оюңар боюнча «кастык тили» эмне үчүн пайда болду жана аны эмне үчүн активдүү колдонушат?

Жооптордун варианттары (жооптор флипчартка жазылат):

- Адамдар заардуу болуп баратышат;
- Кимдир бирөөгө башкаларды уруштуруу пайдалуу;
- Лидерлер жана мамлекеттер ошентип өз ара мамиле териштиришет;
- Бир элдин аброюн түшүрүү, басынтуу үчүн;
- Ушундай жол менен кимдир бирөөлөр өзүнүн артыкчылыгын, күчүн көрсөтөт;
- Чыр-чатак тутандыруу үчүн;
- Адамдардын биригип, маанилүү маселелерди чечишине жол бербөө үчүн;
- Биз бардык нерсени биле албайбыз жана биздин бул билбестиги-бизден пайдаланышат.

Ооба, чынында эле, көп учурда «кастык тилин» бул же тигил максаттарга жетүү үчүн колдонушат, адатта бул анча жакшы эмес максаттар.

«Кастык тили» белгилүү бир аракеттерге барууга түрткү бергидей түзүлөт.

Жана ушул жерден буга чейин окуган пропаганда менен манипуляцияны эске салуу керек – бул маалыматты бурмалоо элементтери да жалпы коомго жана анын өзүнчө бир өкүлдөрүнө таасир этүүгө багытталган. «Кастык тили» пропагандада жана манипуляцияда колдонулат деп айтууга болот.

Жана «кастык тилинин» формалары, түрлөрү өтө эле көп. Төмөндө эң кеңири жайылган айрым мисалдары:

1. Зордук-зомбулукка чакыруу.

Белгилүү бир кырдаалга байланыштуу түздөн-түз чакыруулар туурасында сөз болуп жатат, зомбулук көрсөтүү объектиси так айтылат – кимге каршы зордук-зомбулук жасалышы керектиги. Көп учурларда зордук-зомбулукту кандай каражаттар менен ишке ашыруу керектиги да белгиленет.

2. Дискриминацияга түздөн-түз түртүү, маселен жалпы лозунг түрүндө.

Мисал. Сасык тумоо эпидемиясы учурунда облустардын биринин жетекчилиги жарандарга төмөнкүдөй чакыруу менен кайрылган: «Облус аймагында эпидемиологиялык кырдаалдын курчуп, ооруну жуктуруу коркунучу жогорулаганына байланыштуу облус жетекчилиги калкка кайрылып, чет өлкөлүк жарандар менен, айрыкча Түштүк-Чыгыш Азия жана Жакынкы Чыгыш өлкөлөрүнөн келгендер менен жолугушуу же сүйлөшүү фактыларын кабарлоону суранат».

3. Зордук-зомбулукка жана дискриминацияга байланыштуу жаап-жашырылган чакырыктар.

Мисал. 2016-жылы «А» шаарында өткөрүү пландалып жаткан иш чаралардын тизмесин угузуу учурунда, шаар мэри иш чараларды төмөнкүдөй жол менен рекламалоо керектигин белгиледи: «Биздин шаар «Б» шаарына караганда алда канча жакшы. Биз алда канча патриотпуз жана шаарыбызга көбүрөөк ишенимдүүбүз. Жана биз «Б» шаарында болуп жаткан нерселерге эч качан жол бербейбиз: салттуу эмес ориентациядагы адамдардын ар кандай маршы, мисалы».

4. Этникалык, диний же белгилүү бир социалдык топтордун негативдүү образын жаратуу.

Бул көп учурда белгилүү бир окуяга карата күнөө жабууга байланыштуу эмес, калыптанып калган салттарга жана стереотиптерге негизделет.

Мисал. ММКдагы билдирүү: «Ар бирибиз шаарда каңгып жүргөн «А» улутунун өкүлдөрүнүн окуяларынын күбөсү, ал тургай курмандыгы болуп көрсөк керек. Алардын санына караганда, шаардын борбору жөн өтүп

кетүүгө мүмкүн болбогон, кутулуу үчүн баары айла жок тыйын берип өтө турган чоң туруктуу короого айланганга бүт мүмкүнчүлүктөр бар».

5. Тарыхый зомбулук окуяларын же дискриминациялык көрүнүштөрдү актоо же тескерисинче, зордук-зомбулук боюнча тарыхый фактыларга күмөн ой-пикир билдирүү.

Көп учурда «кастык тилинин» мындай түрү эки элдин, эки этникалык топтун көп жылдык кастыгы туурасында сөз болгондо же улуттук маселе ачык байкалган өлкөлөр ортосундагы согуштардын кесепеттери жөнүндө айтылганда колдонулат.

6. Толук кандуу эмес деген билдирүүлөр.

Бул контекстте «кастык тили» көп учурда маданияттуулук, билимдүүлүк, интеллектуалдык жөндөмдөр, чыгармачылык жагынан жетишсиздикти белгилөө үчүн колдонулат. Адатта, этникалык, диний же белгилүү бир социалдык топтор туурасында ушундай деп айтылышы мүмкүн. Мисалы: «...алар көчө шыпырганга гана жарайт».

7. Бул же тигил этникалык, диний же социалдык топту криминалдашкан деп билдирүү.

Мисал. «Бүгүнкү жаштардын баары жалкоолор менен бекерчилер».

«Кастык тилинин» мындан да ороюураак формасы этникалык, диний же социалдык топтун өкүлдөрүнө карата сын айтууда колдонулат – ууру, чыккынчы, аферист, кылмышкер, киши өлтүргүч деген сыяктуу сөздөр менен коштолот.

8. Бул же тигил этникалык же диний топтордун моралдык кемчиликтери туурасында белгилөө.

Мисал. «А» калкы – арамзалар, баланча облуста жашагандар – жалкоолор.

9. Өлкөдө, региондо, райондо, шаарда бул же тигил этникалык же башка диний топтордун өкүлдөрүнүн биротоло отурукташышына жол бербөөгө чакырыктар.

Мисалы. Диний имарат курууга жол бербөө боюнча билдирүүлөр: «Эгер азыртан эле алар өзүлөрүн шаардын кожоюну катары алып жүрсө, эгер биз диний имарат курууга уруксат берсек анда эмне болот».

10. Топторду бийликти басып алуу аракети же аймактык экспансия боюнча айыптоо.

Мисал. «Акыркы жылдары өлкөдөн жумуш издеп 3 миллион эмгекке жарамдуу жаран чыгып кеткен, а бизге болсо Африкадан, Түштүк-Чыгыш Азиядан 3 миллионго жакын мигрант келди. Биз өз жерибиздин кожоюну болуудан калып баратабыз».

«Кастык тилине» түз же кыйыр түрдө туш болгондо, анын айрым чагылыштарын көргөндө кантип ага каршы туруу керек?



МУ 3

Тренер бул суроону аудиторияга берет жана катышуучулардын өзүлөрүн чечим сунуштоого чакырат. Ар бир катышуучу модерациялык карточкаларга 1-2 кыска сүйлөмдөрдү жазса болот.

Тапшырманы аткарууга 5-6 мүнөт убакыт берилет.

Катышуучулардын эмгектери жалпы флипчартка илинет.

Тренер жыйынтыктап, жоопторго комментарий берет, сүйлөмдөрдү белгилүү бир багытка алып келет.

Эстен чыгарбоо керек, силер «кастык тилине» кабылган кырдаал силердин күнөөңөр менен түзүлбөйт. Силерди кордогон адам же айланадагыларга «кастык тилин» көрсөткөн адам эскирген же агрессивдүү стереотиптер менен, ынанымдар менен жашайт, ошондуктан ошондой деп айтып жатат, же болбосо ал атайын силердин же башкалардын аброюн түшүрүүнү көздөйт, бул көрүнүш силерге караганда аны көбүрөөк мүнөздөйт. Мындай адамды оюнан кайттырууга аракет кылуунун мааниси жок. Анын ынанымдары дайыма силердикине караганда күчтүүрөөк болот. Анын үстүнө, эгер анын максаты «кастык тилин» колдонуу болсо, андай аракеттериңерден пайда чыкпайт.

Жооп катары аны кайра кордоо – биздин биринчи реакциябыз (эсиңердеби, «мен жок дегенде апельсинмин, а сен кактус») абалдан чыгуунун жолу эмес. «Кастык тилине» кайра «кастык тили» менен жооп кайтаруу – бул жек көрүүнүн түгөнбөс айлампасы, ал эч нерсеге алып келбейт.

Мындай учурларда колдоо табуу маанилүү, мындай чабуулдар туурасында досторго билдирүү, укук коргоо уюмдарына кайрылуу керек. Эгер силердин досторуңарга чабуул жасалса – аларга колдоо көрсөткүлө. Эгер бул соцтармак болсо – силердин комментарийлериңер жардам берет.

Соцтармактарда жек көрүү камтылган комментарийлерге даттанып, аларды өчүрүп салууну суранса болот. Коркутуу-үркүтүү болсо, фактыларды сактап алып, тиешелүү органдарга кайрылууга болот.

Оппоненттериңерди көндүрүүгө аракет кылбагыла, бирок тең салмактуу аргументтерди жана фактыларды колдонуп өз көз карашыңарды коргогула, эсиңерден чыгарбагыла: «мен апельсин, жана бул мага жагат». Ушундай жол менен калпты, ойлоп табылган нерселерди, манипуляцияны жокко чыгарууга болот.

Толеранттуу болгула. Өзүңөргө кайра жек көрүүчүлүк жана кордоо речин колдонуу менен жооп берүүгө жол бербегиле. Токтоо болгула же соцтармактардагы мындай талкууларга көңүл бурбагыла. Эгер эсиңерде болсо, кандай манипуляция болбосун биздин эмоциябыз аркылуу ишке ашат. Биз эмоциялар менен «ойлонуп баштаганда» – акыл-эсибиз менен кырдаалды анализдөө жөндөмүбүз өчүп калат. Ошондуктан «кастык тилине» каршы туруу үчүн эмоцияларды «өчүрүп», сынчыл ой жүгүртүүнү өнүктүрүү керек.



ТБ

Аудитория 4-5 адамдан чакан топторго биригет. Ар бир топ анализ кылуу үчүн билдирүү алат (көлөмү – 0,5 барак).

Тапшырма: билдирүүнүн текстинен «кастык тилинин» элементтерин табуу.

Маанилүү! Билдирүүлөр чыныгы эмес: ММКлардагы жаңылыктарга, соцтармактардагы постторго, спикерлердин билдирүүлөрүнө, эки адамдын талашына окшоштурулуп түзүлөт.

Өлкөнүн/региондун/шаардын, диний, этникалык, социалдык топтордун аталыштары жаксыздандырылышы керек.

Тапшырманы аткаруу убактысы – 10 мүнөт.

Топ менен иштөө аяктагандан кийин катышуучулар өз жыйынтыктары менен тааныштырат. Ар бир топтун тексти мүмкүнчүлүк болсо жалпы экранга чыгарылат.

ТЕМА 4. СТЕРЕОТИПТЕР



Кызытуу

Тренингге киришүү

Жаңы теманы жакшы түшүнүү үчүн, аудиторияга «Катарды улант» оюнун сунуштоого болот.



МУ 1

Тренер катышуучуларга модерациялык карточкаларды таратып берет.

Экранга же флипчартка жалпы аудитория үчүн бир нече тезистер жазылат:

- Эркектер ыйлабайт;
- Кымбат, демек сапаттуу;
- Аялдар үчүн эң башкысы – жакшы күйөөгө тийүү;
- Толук адамдар мээрман келишет.

Тапшырма: ар бир катышуучу тезистердин катарын кеминде 3 тезис кошуп толукташы керек.

Тапшырманы аткарууга 4-5 мүнөт убакыт берилет. Убакыт бүткөн соң катышуучулар өз карточкаларын жалпы флипчартка илишет.

Катарды толуктоонун болжолдуу варианттары:

- Улууларды сыйлоо керек;
- Алтыдан кийин тамак жеген зыян;
- Ар бир кийинки муун мурунку муунга караганда акылдуураак;
- Улгайган адамдар интернет колдоно алышпайт;
- Мугалимдики дайыма туура ж.б.

НЕГИЗГИ БӨЛҮК

Көнүгүүнү жыйынтыктап жатып, мугалим бир нече сүйлөмдү окуп берет. Өзүбүз көрүп тургандай тезистер ар түркүн темада, жашообуздагы ар кайсы чөйрөлөрдү, категорияларды камтыйт - – улууларды жана жаштарды, аялдарды жана эркектерди. Кандай мүнөздүү өзгөчөлүктөрүнө карап аларды кандайдыр бир системага киргизүүгө болот? Бул тезистерди кандай деп атоого болот? Бул эмне?



МУ 2

Катышуучулар өз ойлорун айтышат – тренер аларды флипчартка жазат.

Жооптордун болжолдуу варианттары:

- жүрүм-турум эрежелери;
- моралдык нормалар;
- жашоо принциптери;
- коомдо үнсүз кабылданган мыйзамдар;
- формалдуу эмес эрежелер.

Айтылган варианттар жалпысынан бул тезистердин так аныктамасына жакын. Чынында эле, бул кандайдыр бир айтылбаган жана жазылбаган эрежелер, принциптер, мүнөздөмөлөр, алар биздин жеке тажрыйбабызга же эмне себептен биз аларга ишенип жана сактап келгенибизди изилдеген иликтөлөргө негизделбейт. Бул стереотиптер. Көп учурда стереотиптер коомдук жашоо жана жүрүм-турум менен байланыштуу – биз атагандардын дээрлик бардыгы мына ушул категорияга кирет.

Бирок жеке стереотиптер да бар. Мисалы, кээ бир кыздар принциптин негизинде кызгылт же ак саргыл түстөгү кийим кийишпейт. Эмне үчүн? Анткени, стереотип аларга бул түстөр гламурдан кабар берет деп айтып турат. Ал эми гламурду баардыгы эле жактыра бербейт, ал тургай жаман да кабыл алышат. Эгер мен кызгылт же ак саргыл түстө кийинсем, мени да гламур катары кабылдап башташат, начар кабылдашат деп ойлошот. Бизге мындай стереотип тааныш, туурабы? Жана бул сыяктуу дагы толтураны санап берсек болот.

Ошентип, стереотиптердин эки түрүн белгилөөгө болот:

- жеке – өзүбүздүн жеке ынанымдарыбыздын негизинде калыптанган;
- коомдук – коомдун коллективдүү тарыхый тажрыйбасы менен калыптанган.

Таң калычтуусу, алар кайдан пайда болду, бул стереотиптер? Ким аларды кимге качан айтып кеткен же калтырган?

Экинчи түшүнүксүз учур: кандайдыр бир себептер менен биз бул жазылбаган эрежелерди аксиома, кандайдыр бир мыйзам катары кабылдайбыз?

Күнүгө биз бул же тигил маселелер боюнча башка адамдардын пикири маанилүү болгондо айланадагы адамдарга кулак салабыз. Бизге эмоциялары, сезимдери жана тажрыйбалары менен бөлүшүшөт же жөн гана берген суроолорубузга жооп беришет. Муну менен бирге биз көп учурда алардын ой толгоолору субъективдүү мүнөздө экенин билип турсак да, башкаларга көбүрөөк ишенебиз. Так ушул сыяктуу эле биз маалыматты гезит, журналдардан, китеп, телепрограммалардан, социалдык тармактардан, интернет-аянтчаларынан, мессенжерлерден алганга аракеттенебиз.

Бул стереотиптердин пайда болуу жолдорунун бири: белгилүү бир билимдерге адамдын кандайдыр бир предметке же көрүнүшкө карата эмоционалдык мамилеси кошулат. Айрыкча массалык маалымат каражаттарынын, үй-бүлө, достор, диндин аркасында кеңири тараган социалдык стереотиптерге биз бала чагыбыздан эле туш болобуз.

Мисалы эгер биз өзүбүзгө суроо берсек, эркектер ыйлабайт деген стереотипти биз кайдан билебиз, балдардын бири эстеши мүмкүн, качандыр бир кезде ага атасы, чоң атасы же улуу агасы айткан. А балким эстей албашы да мүмкүн. Жөн гана мындай дейт: баары эле ушинтип айтат, демек, чын эле ушундай да, жана «эмне үчүн» деп суроо бергендер аз.

Адамды курчап турган нерселердин баардыгы эрксизден анын ички идеалдары менен салыштырылат. Мына ушул үчүн стереотиптер оң жана терс маанайда болушу мүмкүн. Оң маанидеги стереотиптерге көп эле мисал келтирдик. Бул стереотиптер көп учурда адамга эч кандай күч жумшабай эле кандайдыр бир тандоо жасоого же керектүү чечим кабыл алууга жардам берет. Заманбап коомдогу ар бир адам улуу адамдарды сыйлоо керек, алсызды коргоо керек, жакыныңа жардам берүү керек деп ишенет. Мындай стереотиптер коомдогу адамдын жүрүм-турум нормаларына, эрежеге айланып калган, жана эч ким алар чындыкпы деп ойлонбойт.

Бирок терс маанайдагы стереотиптер да аз эмес. Биздин ар бирибиз аларды угуп же билсек керек. Алар предметтерге, көрүнүштөргө же

адамдарга, адамдардын тобуна – этникалык, социалдык, диний топторго катыштуу болушу мүмкүн.

«Кастык тили» жөнүндө сөз кылып жаткандагы мисалдарды эстеп көрөлү. «Бул же тигил улуттун өкүлдөрү – уурулар жана шарлатандар», «Бул региондо жашагандар – маданиятсыздар». Бул терс маанайдагы стереотиптер коомдо жашайт, биз аларга көп эле туш болобуз, жеке өзүбүз, башка адамдардан же маалымат булактарынан угабыз – ММК, соцтармактар, телевидение.

Жана ушул жерде коркунуч бар. Кандайдыр бир жалган билимдерге, бурмаланган пикирлерге негизделген мындай стереотиптер, белгилүү бир жүрүм-турум же мамилени таңуулашы мүмкүн.

Мисалы, бизге дайыма эле: «Өзгөчөлөнбө, башкалар кандай болсо, ошондой болуш керек!» деп айтышса, биз эркисизден көпчүлүктүн көңүл чордонунда болуудан кача баштайбыз. Же:

«Бул же тигил кылыгың үчүн сени сыйлабай калышат» – бул өзүнчө эле коркутуудай угулат. Демек, стереотиптердин жардамы менен өзүнчө бир адамды же адамдардын тобун адаштырып, манипуляция кылып, белгилүү бир жүрүм-турум моделин таңуулап, аракеттерге түртүүгө болот. Терс стереотиптер туура жашоо багытын тандоого жардам бербегени аз келгенсип, адамды башка улуттагыларга, динге, жашоо образына, кете-кешпирге, жашоо эрежелерине карата кастык маанайын жаратат.



Мисал

2018-жылы Кыргызстандык ырчы Зере «Кыз» аттуу ырына клип чыгарган. Ырында ал кеңири тараган жана катып калган стереотиптердин негизинде кыздарга кандай жашоо керектигин таңуулагыла деп ырдайт. Соцтармактардын колдонуучуларынын арасында аны сындагандар да табылды: сырткы келбетинен тартып, кийингенин сындап, жазасын беребиз деп коркуткандар да болду. Эмне үчүн мындай реакция жаралды? Анткени ырчынын сөздөрү коомдук стереотиптерге каршы келди.

Жогоруда атап өткөн оң жана терс деп бөлүүдөн сырткары, стереотиптердин дагы бир системасы бар. Ал маанилүү жана кызыктуу, анткени ал стереотиптер өтө ар түрдүү экенин жана жашообуздагы дээрлик бардык чөйрөлөргө сүңгүп киргенин көрсөтөт. Бул жерде дагы бир кошумча коркунуч жатат: стереотиптердин жардамы менен бир адамга же толук коомчулукка таасир этүүгө болот. Жана ушул жерде, таасир этүүгө ким кызыктар болсо «кастык тилин» да, пропаганданы да, манипуляцияны да, фейк маалыматты да колдонушу мүмкүн.

Стереотиптердин түрлөрү:

- **автостереотиптер** – адамдын өзүнө болгон мамилесин чагылдырат. Оң маанайда да болушу мүмкүн, мисалы – «Дүйнөдө баарынан мен сулуу», терс маанайда да болушу мүмкүн – «жолу жок адаммын», «мен өтө семизмин/арыкмын».

- **гетеростереотиптер** (этникалык) – бир эл, социалдык топ жөнүндөгү пикир жана мамиле. Бул да оң жана терс мүнөздө болушу мүмкүн.

- **гендердик** – аялдар менен эркектер жөнүндөгү стереотиптер. Позитивдүү да, негативдүү да болот.

- **жүрүм - турумга байланыштуу** – социалдык топтун ичинде, коомдо, улут ичинде, региондо өзүн алып жүрүү эрежелери. Кызыктуусу, бир региондогу/өлкөдөгү оң мүнөздөгү стереотип башка жерде терс мүнөзгө ээ болушу мүмкүн.



ТБ

Бышыктоочу көнүгүүнү чакан топтор форматында өткөрсө болот (3-4 катышуучудан).

Ар бир топ анализ кылуу үчүн текст алат (көлөмү – 0,5 барак).

Тапшырма: билдирүүнүн текстинен стереотиптерди табуу.

Маанилүү! Билдирүүлөр чыныгы эмес: ММКлардагы жаңылыктарга, соцтармактардагы постторго, спикерлердин билдирүүлөрүнө, эки адамдын талашына окшоштурулуп түзүлөт.

Өлкөнүн/региондун/шаардын, диний, этникалык, социалдык топтордун аталыштары жаксыздандырылышы керек.

Тапшырманы аткаруу убактысы – 10 мүнөт.

Топ менен иштөө бүткөндөн кийин катышуучулар жооптору менен тааныштырат. Ар бир топтун тексти мүмкүнчүлүк бар болсо экранга чыгарылат.

БЛОК 4. ВИРТУАЛДЫК ДҮЙНӨДӨГҮ ДОСТОРУҢ ЖАНА ДУШМАНДАРЫҢ

Өздөштүрүлчү билимдер жана көндүмдөр:

- Заманбап социалдык тармактар деген эмнени тушүндүрөт.
- Соцтармактардагы коммуникациянын өзгөчөлүктөрү.
- Нетикет деген эмне.
- Нетикеттин негизги эрежелери.
- Соцтармактарда колдонуучуга кайдан коркунучтар туш болушу мүмкүн.
- Соцтармактардагы негизги коопсуздук эрежелери.
- Аккаунтуңду кантип коргоо керек.
- Кибербуллинг деген эмне.
- Кибербуллингдин түрлөрү.
- Кибербуллингге каршы туруу эрежелери.
- Медиа жана анын жаш аудиторияга таасири.
- Жаштардын жаңы медиада өзүн табуу мүмкүнчүлүктөрү.

ТЕМА 1. СОЦТАРМАКТАРДАГЫ БААРЛАШУУ. НЕТИКЕТ



Кызытуу

Тренинге киришүү

Бул сабак эрежелерге арналат. Бирок, кадимки эрежелер эмес, интернет-чөйрөдө жана соцтармактарда өзүн-өзү алып жүрүү эрежелери. Бирок, бул темага сүңгүп кирүүдөн мурда, келгиле, текшерип көрөлү, биз

канчалык деңгээлде эрежелерди аткара алабыз жана аткарганга даярбыз, берилген кеңештерди угуп, көрсөтмөлөрдө жазылгандарды канчалык так аткарабыз. Чакан тест өткөрүп көрөлү.



МУ 1

Эрежелерди канчалык так сактай алабыз. Тренер бардык катышуучуларга кандайдыр бир тизме жазылган барактарды таратып берет. Барактарда эмне жазылганы көрүнбөгөндөй кылып таратылат. Тренер тапшырманы түшүндүрөт: силер бул тесттен өтүшүңөр керек. Ар бир пунктту көңүл коюп окуп чыккыла. Тестти аткаруу убактысы – 5 мүнөт. Тренердин буйругу менен аудитория тапшырманы аткарып баштайт. Бир мүнөт өткөндө тренер 4 мүнөт убакыт калганын маалымдайт, дагы бир мүнөтөн кийин – 3 мүнөт калганын айтат ...

Тесттин тексти:

1. Тапшырманы аткарууга чейин, төмөндө келтирилген бардык пункттарды көңүл коюп окуп чыккыла.
2. Аты-жөнүңөрдү барактын оң бурчуна жазгыла.
3. 2-пункттун алдындагы сүйлөмдөгү «Аты» деген сөздү тегеректеп койгула.
4. Бул барактын ылдыйкы оң жак бурчуна 5 кичинекей айланаларды сызгыла.
5. 4-пунктка ылайык тартылган ар бир айлананын ичине крест белгисин (x) койгула.
6. 5-пунктка ылайык ар бир айлананын сыртына квадрат тарткыла.
7. Бул барактагы бардык «5» санын айланага алгыла.
8. Бул барактын өйдөңкү оң бурчуна крест белгисин (x) койгула.
9. Силер азыр эле тарткан крест белгисин айланга үч бурчтук тарткыла.
10. Барактын арткы бетине 724×12 көбөйткүлө.
11. 10-пунктка ылайык жоопту доскага жазгыла.
12. Ушул пунктка жеткенде үстөлүңөргө тескери карап отургула.
13. Эгер жогоруда аталган көрсөтмөлөрдүн бардыгын так аткардым деп эсептесеңер, ушул сүйлөмдүн аягына крест белгисин (x) койгула.
14. Барактын арткы бетине бул математикалык эсепти чыгаргыла $257 + 87 + 16$.
15. Калемсап менен бул айланарды тешкиле О О О.
16. Жогоруда берилген пункттардын баарын окуп бүткөн соң, 2-пунктта көрсөтүлгөндөрдү гана аткаргыла. Башка тапшырмаларга көңүл бурбагыла.
17. Тест 16-пункту аткарып бүткөндө бүттү деп эсептелет. Баракты

төмөн каратып, колуңарды көтөргүлө.

18. Тажрыйба көрсөткөндөй, 20-50% катышуучулар дароо эле ката кетирип, тесттин бардык пунктун аткарып башташат.

Тест эмнени көрсөттү? Эрежелер маанилүү, анткени алар көп учурда биздин жашоону жеңилдетет, мүмкүнчүлүктөрүбүздү кеңейтет, аткарчу иштерибизди жөнөкөйлөтөт. Бирок, көп учурларда биз көңүл койбогондуктан, же каалабагандыктан эрежелерди көп аткара бербейбиз.

Бирок ошол эле учурда биздин жашообуз, реалдуу дүйнөбүз 99% белгилүү бир эрежелерден турат. Жана биз ушул дүйнөдө жашайбыз, жана алардын көп бөлүгүнөн баш тарта албайбыз, анткени ал эрежелер маанилүү нерселер менен байланыштуу:

- биздин коопсуздугубуз менен, мисалы жол кыймылынын эрежелери, өрт коопсуздугунун эрежелери;
- ден соолугубуз менен – жеке гигиена эрежелери;
- коомдогу абалыбыз менен – өлкө мыйзамдарын аткаруу;
- моралдык нормалар менен – уурдаба, улууларды сыйла, жакыныңа жардам бер.

Бирок эң кызыгы, биз буга чейин айтып өткөндөй, биз бул эрежелерди бул же тигил себептер менен так аткарбайбыз, жарым-жартылай аткарабыз же таптакыр аткарбайбыз. Төмөнкүдөй кенебестиктерге ким барбаган, айткылачы, көчөдөн келип, колун жуубай коюу; үй тапшырмасын аткарбай, башкалардан көчүрүп же шпаргалка колдонуу; болбой турган жерден көчөнү кесип чуркап өтүү ж.б. Биз азыр реалдуу дүйнөдөгү ишмердүүлүктөрүбүз жөнүндө айтып жатабыз. Бирок виртуалдуу дүйнө да бар – интернет, соцтармактар. Аны кармап көрүүгө болбойт – ал биздин гаджетибизде жашайт. Гаджетинди ачсаң – ал бар. Жапсаң – жок! Бул процессти биз өзүбүз башкарып, бул дүйнөнүн эрежелери өз колубузда болгондой туюлат.

Албетте, ал жакта да эрежелер бар. Мисалы, бир жерге кирүү үчүн катталуу керек, билдирүүлөрдү белгилүү бир эреже менен жана формат менен гана жөнөтүүгө болот, бир тармакта видео гана жүктөөгө болот ... Бирок бул бизге виртуалдык дүйнө иштей турган чек катары кабылданат. А негизи эрежелер жоктой сезилет! Эркиндик! Бирок чын эле ушундайбы?



МУ 2

Билимдерин баалап жана аудитория виртуалдык чөйрөнүн эрежелерин канчалык түшүнгөнүн билүү үчүн тренер брейнсторминг жүргүзсө болот. Аудиторияга интернеттеги, соцтармактардагы жүрүм-турум эрежелеринен аларга кайсылары тааныш экенин айтып берүү сунушталат. Жооптор флипчартка жазылат.

Жооптордун болжолдуу варианттары:

- Маектешиңе акарат келтирбөө;
- Спам таратпоо;
- Зордук-зомбулук, интим маселелерин сөз кылбоо;
- Фейк таратуудан алыс болуу;
- Башка адамдарга карата жек көрүүчүлүктү пайда кылбоо;
- Башка адамдарга паролду бербөө.

Адатта аудиториянын жооптору чачыранды болот жана виртуалдык мейкиндиктеги коопсуздук жана жүрүм-турумга байланыштуу аспектилерди гана камтыйт. Так система болбойт.

Ошентип, виртуалдык дүйнөдө жүрүм-турум эрежелеринин системасы барбы? Жана эмне үчүн аларды сактоо маанилүү?

Тармактык этикет, же нетикет (интернет жана этикет деген эки сөздүн жөнөкөйлөтүлгөн формаларынын симбиозу) – бул интернетте бири-бири менен көп баарлашкан адамдар тарабынан ойлоп табылган, жазылбаган, анча татаал эмес эрежелер. Бул эрежелер бардыгы үчүн – тажрыйбалуу колдонуучу үчүн да, жаңылар үчүн да өз ара баарлашуу бирдей деңгээлде жайлуу болушу үчүн керек. Эрежелердин көбү кандайдыр бир атайын мүнөзгө ээ эмес, жөн гана жалпы коомдо кабыл алынган жакшы манераларды кайталаган жана виртуалдык дүйнөгө ыңгайлаштырылган эрежелер. Бул эрежелерди жалпысынан кеп-кеңештер катары атоого болот, анткени, алар эч жерде жазылган же басылган эмес, кандайдыр бир жыйын же кодекс тарабынан кабыл алынган эмес. Эсиңердеби, биз стереотиптер жөнүндө сөз кылганбыз – алар да биздин жашообузда орун алган, бирок эч жерде жазылган эмес. Нетикет да так эле ошол сыяктуу. Бирок, биз азыркы күндө өзүбүздү интернет, соцтармаксыз элестете албай калгандан кийин, БУЛ эрежелерди сактоо биздин кадыр-баркыбызды көтөрүп, бизди жагымдуу маектеш катары таанытат.

Тармактык этикетти кантип сактоо керек? Силер өзүңөрдү реалдуу дүйнөңөргө окшош, бирок бейтааныш дүйнөгө түшүп калгандай алып

жүрүүгө үйрөнүшүңөр керек, жана орунсуз жүрүм-турумуңар менен бирөөнүн көңүлүн оорутуп алуудан оолак болууга аракет кылышыңар керек. Чынында, баары эң эле жөнөкөй.

Интернет дүйнөсү өтө кызуу өнүгүп жаткандыктан, анын ар кандай сегменттери үчүн өзүнчө эрежелер бар. Электрондук кат алышуу эрежелери – жекече жана ишердик кат алышуу, соцтармактар менен мессенжерлерде пикир алмашуу эрежелери, форумдар жана жалпы чаттардагы жүрүм-турум эрежелери, реклама эрежелери ж.б.

Бирок интернет дүйнөсүнүн бардык секторунда колдонулчу универсалдуу эрежелер да бар.

Интернет тармагында эмне кылбаш керек:

- орой лексика колдонуу;
- улуттар аралык ажырымды тутантуу;
- адамдарды мазактоо;
- уурулук (фото, текст);
- атайлап бир нерсени бузуп кирүү (баракча, электрондук почта);
- коомдук түзүлүштү бузууга, коомдук тартипти бузууга чакыруу;
- көзөмөлсүз коммерциялык сунуштарды таркатуу;
- мыйзамсыз аракеттерди кантип аткаруу керектигин түшүндүргөн көрсөтмөлөрдү жөнөтүү жана ушундай аракеттерди кантип аткаруу керектигин суроо;
- жеке каттарды автордун уруксатысыз жарыялоо;
- ал темага арналбаган жерлерде башка темаларда талкуу жүргүзүү же улантуу (конференция, форумдар ж.б.).

Мындан тышкары, нетикеттин өзүнүн да эрежелери бар. Бул негизинен шарттуу эрежелер. Туурасын айтканда – жүрүм-турум принциптери.

НЭТИКЕТ ПРИНЦИПТЕРИ:

1. Интернет виртуалдуу экенине карабай, силер реалдуу адам менен баарлашып жатканыңарды унутпагыла.

Өз көз карашыңарды негиздеп жатып, маектешиңердин аброюн түшүрбөгүлө. Телекоммуникацияны колдонуп жатканда жесттерди көзөмөлдөгүлө, үндүн тону жана бет келбети эч кандай роль ойнобойт.

Электрондук почта аркылу сүйлөшүүдө же конференция учурунда маек-

тештин сөзүн туура эмес түшүнүп алуу оңой, ал эми ал силерди түшүнбөй калышы мүмкүн. Ошондуктан, так сүйлөп, сөздөрдү так айткыла. Анткени бирөө менен виртуалдык дүйнөдө байланышып жатканда, силердин сөздөрүңөр жазылып калат. Балким алар силер барып өчүрүп салууга болбой турган жерде сакталып калышы мүмкүн. Бул сүйлөгөн сөзгө так болууга дагы бир себеп, анткени өз сөзүңөр кайра өзүңөргө каршы колдонулушу ыктымал.

2. Реалдуу жашоодо гудай эле жүрүм-турум стандарттарын сактагыла.

Реалдуу жашоодо көпчүлүгүбүз мыйзамдарга баш ийебиз. Тармакта болсо, биз көп убакта ойлойбуз, бул жерде эрежелер чыныгы жашоодо гудай анча катаал эмес деп. Бул жаңылыштык.

Жүрүм-турум стандарттары виртуалдык мейкиндиктин ар кайсы бурчунда бири-биринен айырмаланышы мүмкүн, бирок кадимки жашоодо гудан жумшак эмес.

Эгер силер кибермейкиндикте этикалык мүнөздөгү көйгөйгө туш болсоңор, ойлонуп көргүлө, реалдуу жашоодо эмне кылмаксыңар. Бат эле чечим тапмак болушуңар керек.

3. Виртуалдык дүйнөнүн кайсы «бурчунда» жүргөнүңөрдү унутпагыла.

Бир жерде эч күмөнсүз кабылдана турган нерселер, башка бир жерде оройлук катары кабылданышы мүмкүн. Мисалы, ишкердик темалар талкууланган конференцияларда жеке маселелериңерди айта албайсыңар. Же тескерисинче.

Виртуалдык мейкиндиктин жаңы аймагында болуп калсаңар, биринчи жакшылап карап алгыла. Ал жайды изилдегенге убакыт короткула: адамдар кантип жана эмне жөнүндө сүйлөшүп жатышат. Ошондон кийин гана сөзгө аралашкыла.

4. Бейтааныш адамдар менен сүйлөшүүдө купуялуулуктун артыкчылыктарынан пайдалангыла.

Силерге сүйлөшүүнү жүргүзө билүү жөндөмүңөргө, тамашакөйлүгүңөргө ж.б. карап мүнөздөмө беришет, кийген кийимиңерге, сырткы келбетиңерге же салмагыңарга карап эмес.

5. Билдирүүнү жөнөтүүдөн мурда текстти окуп чыккыла, байланышсыз, мааниси жок бир нерсени жөнөтүп албагыла.

6. Милдет болгон саламдашуу, кайрылуу, ыраазычылык билдирүү, коштошуу сыяктуу сөздөрдү унутпагыла.

7. Өзүңөрдүн жана башкалардын убактысын сыйлагыла.

Билдирүү жөнөтөөрдөн мурда, мисалы бир коомчулукка, ойлонуп көргүлө: анын катышуучулары бул билдирүүгө муктажбы? Башка адамдардын убактысын текке коротуп жаткан жоксуңарбы? Куру бекер жана көптөгөн окшош билдирүүлөр алагды кылат.

8. Кимдир бирөөлөр өжөрлүк менен чагымчылык кылса да, мазактоого чейин жетпегиле.

Балким ал орой адам дал ошол максатты көздөп жатат. Кандай болбосун, сылык бойдон калгыла.

9. Чыр-чатак чыгарбагыла жана аралашпагыла, жөн эле талаш үчүн талашпагыла.

Биринчиден, бул этикага жатпайт. Экинчиден, силердин үстүңөрдөн тармактын администрациясына даттануулары мүмкүн. Үчүнчүдөн, иши кылып эле талаш болсо деген же хайп максатын көздөгөн флеймер – чырлардын кара тизмесине түшүп калышынар мүмкүн.

10. Эгер кимдир бирөө жардамга муктаж болсо, жардам берүүдөн баш тартпагыла.

Акча которуу же ушул сыяктуу нерсе жөнүндө сөз болгон жок. Суроолорго жооп бергиле, пайдалуу шилтемени бөлүшкүлө, кеңеш бергиле ж.б.у.с.

11. Смайликтерди, анимация жана графикалык сүрөттөрдү орундуу жерлерге гана колдонула.

Мисалы, окуу маселелери талкууланган группанын же класттын чатында олуттуу, расмий маанай болот. Ал жерде смайлдар орунсуз. Ал эми жеке баарлашууларда же формалдуу эмес жагдайларда мындай символдор маанайды так берүүгө жардам берет. Бирок текстке өтө эле көп сандагы смайликтерди кошуп салбагыла – бул маектешиңер үчүн кыйын болот, кээде мааниси да өзгөрүп кетет, силер туурасында сөздүк кору жакыр чектелген адам деп ойлоп калышы мүмкүн.

Ушул пунктка байланыштуу виртуалдык дүйнөнүн жана негизинен социалдык тармактардын тилинин өзгөчөлүгүнө бир аз кененирээк токтоло кетүү туура болот ко. Смайл, эмодзи, мемдерден сырткары, «интернеттеин эски жашоочулары» өз билдирүүлөрүндө бир кызыктай тамгалардын айкаштарын да активдүү колдонушат: **имхо**, **asap** деген сыяктуу.

Эгер ушундай бир нерсени жолуктурсаңар, коркпогула – бул англис тилиндеги интернеттен келген туруктуу кыскартуулар. Жана алардын өзүнүн маанилери бар. Көп кезиккендери төмөнкүлөр:

- IMHO, имхо – «In My Humble Opinion» – «менин жупуну пикирим боюнча»;
- LOL – «Laugh Out Loud» – «мен катуу күлүп жатам»;

- BTW – «By The Way» – «айтмакчы»;
- AFAIK – «As Far As I Know» – «менин билишимче»;
- NFC – «No Further Comments», «мен баарын айттым»;
- WBR – «With Best Regards» – «эң жакшы каалоолорум менен»;
- ASAP – «As Soon As Possible» – «болушунча эртерээк»;
- AKA – «Also Known As» – «ошондой эле башка ат менен белгилүү...».

Эгер мындай фразалардын билерманы болсоңор, аларды колдонууга шашпагыла. Силерди түшүнбөй калуулары мүмкүн же жаман кесепетке алып келе тургандай туура эмес түшүнүп алуулары ыктымал. Орундуу сөздөрдү табууга же мындай кыскартууларга түшүндүрмө берүүгө аракет кылгыла.



ТБ

Теманы бышыктоо үчүн «Флеймер эмессиңби?» оюнун колдонууга болот.

Аудитория 3-4 адамдан турган чакан топторго биригет (топтордун көп болушу маанилүү аспект).

Ар бир топ смайл, кыскартуулар, эмодзилер менен «жазылган» диалог алышат (төмөндө мисал келтирилген).

Диалогдордун ар кандай мааниде болушу маанилүү: кадимкидей, жайбаракат, чыр-чатактуу, агрессивдүү, талашуу, рекламалык мүнөздөгү, чагымчыл.

Ар бир топ ар кандай маанидеги диалог менен тапшырма алышат.

Тапшырма: 1) маанисин таап, сөз менен жазып чыгуу; 2) нетикеттин эрежелерин сактоо менен абалдан кантип чыгат элеңер, алгоритмин түзүп чыккыла.

Тапшырманы аткаруу убактысы – 10 мүнөт.

Аягында ар бир топ өз иштерин тааныштырат. Топторго берилген диалогдор жалпы аудитория үчүн экранга чыгарылат.

Тренер контексти туура түшүнүүгө жана нетикет эрежелери форматында туура реакция тандоого басым жасайт.

- хай



- шотыкак?



- ЭМ...

- ХМ...



- такое



- ну плиз!



- вау!

ТЕМА 2. «ЭКИНЧИ ӨЗҮҢДҮ» КОРГО: СОЦТАРМАКТАРДАГЫ ЖАНА МЕССЕНЖЕРЛЕРДЕГИ КООПСУЗДУК ЭРЕЖЕЛЕРИ



Кызытуу

Тренинге киришүү

Виртуалдык дүйнө, же интернет-чөйрө жана анын курамын түзгөн соцтармактар, мессенжерлер, форумдар өзүлөрүнүн эрежелерине ээ. Нетикет – интернет-чөйрөдөгү

жүрүм-турум эрежелери темасын карап жатканда биз буга ынандык. Алардын көбүнчөсү реалдуу жашоодогу эрежелерге эле окшош. Айрым жерлери гана айырмаланат, анткени алар колдонулчу атмосфера, чөйрө абдан өзгөчөлүү.

Бирок кандай болбосун биз аналогия жүргүзө алабыз. Менимче, интернет-мейкиндиктин реалдуу жашоо сыяктуу эле өзүнүн коопсуздук эрежелери бар экени эч кимге деле жашыруун сыр болбосо керек. Эмне үчүн? Биз үчүн кандай коркунучтар бар?



МУ 1

Тренер аудиторияга суроо менен кайрылат: интернет-мейкиндик, соцтармактарда, мессенжерлерде бизди эмне же ким коркутушу мүмкүн? Сурамжылоо брейнсторминг форматында жүргүзүлөт. Катышуучулардын жооптору флипчартка жазылат.

Жооптордун болжолдуу варианттары:

- вирустар;
- паролду бузуп, почтага кириши мүмкүн;
- баракчаңды бузуп кириши мүмкүн;
- алдап акча өндүрүшү мүмкүн;
- виртуалдык оюндарга берилип кетүү;
- ар кандай шектүү топторго азгырылуу;
- шылуундар жеке маалыматтарга ээ болуп алышы мүмкүн;
- жеке маалыматтарды билип алып, аларды адамдын өзүнө каршы колдонушу мүмкүн.

Сунушталган варианттардын көпчүлүгү виртуалдык дүйнөдө биз маалымат менен иштээрибизди эске салды. Кандай маалымат экенин айырмасы жок – текст, фото же видео. Ал эми биз билебиз, ар кандай айла-амалдардын жардамы менен – манипуляция, пропаганда, фейк, «кастык тили» – адамга же виртуалдуу дүйнөнүн «жашоочусуна» – колдонуучуга таасир этүүгө болот. Жана биз билгендей, мунун максаты дайыма эле жакшы маанайда болбойт. Мына ушул себептерден улам виртуалдык коопсуздук эрежелери маанилүү.

Бул же тигил тармактагы аккаунтубузду, баракчабызды коргоо менен, башкача айтканда виртуалдык өзүбүздү коргоо менен биз реалдуу өзүбүздү коргогон болобуз. Анткени биздин шарттуу виртуалдык «аватарыбыз» – бул биз өзүбүзбүз. Биз баракчабызды өчүрүп салышыбыз мүмкүн, бирок эгер интернет-мейкиндикте бир катар катчылыктарды кетирген болсок, алардын кесепеттери биздин реалдуу жашообузга таасирин тийгизет. Жөнөкөй мисал: силер классташыңар менен мессенжерде жазышып жатып урушуп кеттиңер дейли, виртуалдык дүйнөдө уруштуңар. Анын себеби да ошол виртуалдык дүйнө менен байланыштуу – пост, фото, же комментарийдин айынан. Бирок эртең менен университетке, мектепке келгенде силер менен эч ким учурашпайт, кол бербейт, сүйлөшпөйт, жооп бербейт. Виртуалдык дүйнөдө уруштуңар, бирок реалдуу жашоодо жалгыз калдыңар.



МУ 2

Билимдерин баалоо үчүн тренер катышуучуларды өзүлөрү колдонгон, билген интернет-коопсуздук эрежелери менен бөлүшүүнү сунуштайт.

Жооптордун болжолдуу варианттары:

- Баракчаны жакшы пароль менен коргоо;
- Пароль же башка маалыматтарды тааныштарга да бербөө керек;
- Тез-тез паролду алмаштырып туруу;
- Жеке маалыматтарды мессенжерлер аркылуу жөнөтпөө, а эгер жөнөтүү керек болсо, кийин өчүрүп салуу керек;
- Телефонго коргогуч коюп алуу керек –паролдон сырткары манжа изи менен кирүү;
- Досторду иргеп кошуу – ылгабай баарын кабыл алууга болбойт;
- Блок коюп салбашы үчүн, коомчулуктардын эрежелерин сактоо.

Коопсуздук эрежелери чынында абдан көп, анткени виртуалдык дүйнөдө эске ала турган учурлар реалдуу жашоодо гудай эле арбын. Бир караганда баары жөнөкөйдөй көрүнүшү мүмкүн: гаджетти ачсаң эле сен башка дүйнөдөсүң. Бирок ал жактын өзүнүн жол жүрүү эрежелери, өрт коопсуздук эрежелери, ал тургай өзүн коргоо эрежелери да бар.

ВИРТУАЛДЫК КООПСУЗДУКТУН НЕГИЗГИ ЭРЕЖЕЛЕРИ:

1. Колдонуучулук келишимди окуп чыгуу.

Аккаунтту каттоодон өткөрүүдө силер милдеттүү пункттарды толтура-сыңар. Аягында сайттын/соцтармактын колдонуучулук келишиминин шарттарына макулдук берүү жөнүндөгү пункт бар. Силер мындай келишимди ар кандай ресурстарга катталып жатып көп эле жолу көргөн-сүңөр! Биз адатта кандай кылабыз: жакшылап окубай туруп эле, «шарттарга макулмун» деп басып салабыз. Бул анча туура кадам эмес. Балким ал жакта төмөнкүдөй маалымат камтылышы мүмкүн: «колдонуучу тарабынан киргизилген бардык маалыматтар жана материалдар ресурстун менчиги болуп саналат».

Бул эмнени түшүндүрөт, сайттын/соцтармактын ээлери силердин контент менен каалаганын жасай алат. Жана буга каршы туруу «макулмун» деп баскандан кийин дээрлик мүмкүн эмес.

2. Аккаунтта жеке маалыматтын болушунча аз болушу.

«Кайда окуйсуң», «Кайда иштейсиң». Мектепти/университетти жазып койсо болот, бирок кайсы курс же кайсы кызмат экенин белгилөөнүн кереги жок. Ал эми тааныштарыңды, туугандарыңды белгиле деген сунуштар колдонуучу үчүн эч мааниси жок – бул сайт\соцтармак үчүн гана керек. Негизи «өзүм жөнүндө» деген бөлүмдүн милдеттүү болгон гана пункттарын толтуруу керек – алар адатта жылдызча менен белгиленет. Эгер кандайдыр бир соцтармак адаттан тыш көп «милдеттүү» маалыматтарды талап кылып жатса, ага катталуунун кереги жок.

3. Фото жана видео канчалык аз болсо – ошончолук жакшы.

Заманбап гаджеттер – смартфондор жана планшеттер – интернетке кошулуу мүмкүнчүлүгү менен бирге заманбап коомдо социалдык коммуникацияны жеңилдетет. Селфи-фото, видео, жашоонду сүрөттөгөн тексттик билдирүүлөр, майда-чүйдөсүнө чейин жарыялоо – кадыресе көрүнүшкө айланган. Бул бизди сатып кетчү жана бетибизди ача турган нерселер!

Instagram, Twitter же Facebook баракчаларындагы медиа кумирлердин

«сыйкырдуу жашоосу» бизди өзүнө тартып турат. Анан биз өз эркибиз менен же моданы кууп ошол стилди туурайбыз. Бирок бир нерсени унутуп коебуз: «жылдыздардын» секьюрити кызматкерлери, адвокаттары жана соцтармактар менен акча төлөп берүү боюнча келишимдери бар – ар кандай ачык маалыматтарды жарыялоо алардын имиджинин бир бөлүгү. А силердин соцтармактагы максатыңар таптакыр башка.

4.Эч качан үй дарегиңерди жазбагыла.

«Кайда жашасың» деген рубрикага өлкөңдү же шаарыңды жазып койсоң жетиштүү. Район, көчө, үй номериңди жазуунун кажети жок. Даректи интернетте бизнес кылган колдонуучулар жазышат, мисалы үйгө келип косметикалык кызматтарды көрсөткөндөр, репетиторлор.

Эгер силер мындай ишмердүүлүк менен алектенбесеңер, ашыкча маалыматты ачыктап кереги жок.

5.Бардык эле дос, дос эмес.

Соцтармактагы кезектеги «дос болуу» сунушун кабыл алуудан мурда, ал адамдын аккаунтун тыкат изилдеп чыккыла. Эгер «дос эместерге» жабык аккаунт болсо жана ал адам туурасында алдын ала пикир ала албасаңар, дос болуудан баш тарткыла.

6.Бар оокатын ачык көрсөтүү.

Кымбат жасалгаларын, гаджеттерин, баалуу буюмдарын социалдык аккаунтунда ачык жарыялоо коопсуз эмес. Бул бир гана досторго таасир калтырбастан, шылундардын да көңүлүн өзүнө бурушу мүмкүн. Ошондуктан баалуу буюмдардын сүрөттөрүн пост кылып кереги жок.

7.«Мени эстеп кал» панелин колдонбой эле койгула.

Соцтармакка кирип же чыгып жатканда паролду сактап коюу жеке өзүңдүн компютериңде же самртфонуңда гана мүмкүн. Эгер жалпыга таандык компютер болсо (бүт үй-бүлө мүчөлөрү колдонгон), жумуштагы компютер болсо же кокустан колго тийген, мисалы интернет кафе же тааныштардын үйүндөгү гаджеттерде пароль жана логиндерди калтырууга болбойт. Логин жана пароль киргизип жатканда «Мени эстеп кал» деген белги жок экенин текшергиле (адатта бул функция автоматтык түрдө күйгүзүлгөн болот) – бул учурда маалыматтар чоочун компютерде же гаджетте сакталып калбайт.

8.Өзүңөр жайгашкан орунду социалдык тармакта калтырбагыла.

Айрым колдонуучулар дайыма өзүлөрү жүргөн жерлерди соцтармакта көрсөтүшөт. Эгер шылуундар кайсы бир себептер менен силерди аңдыгысы келсе бул алар үчүн эң сонун маалымат. Ушундай жол менен

өзүңөрдүн туруктуу маршрутуңарды, үй, батириңерди айтып берип ко-
есуңар.

9.Силердин телефон номериңер – силердики гана.

Көпчүлүктүн алдына өз телефон номериңерди ачыктабагыла. Эгер, со-
цтармакты коммерциялык максатта колдонбосоңор. Көп учурларда
шылуундар интернеттен телефон номериңерди билип алып, реладуу жа-
шоодо тынчыңарды алат.

10.Өтө эле «пайдалуу» көрүнгөн рекламалык-соода сунуштардан сак болгула.

Албетте, интернеттен бир нерсе сатып алуудан коркуунун кереги жок –
бул азыркы жашообуздун ажырагыс бөлүгү. Бирок өтө эле таңуулаган
сунуштар – алдамчылыктын же сапатсыз товардын белгиси. Бул же ти-
гил сунушту кабыл алуудан мурда ал соода аянтчасынын сайтына баш
багып, кошумча маалыматтарды, колдонуучулардын кайтарымы пикирле-
рин окуп көргүлө.

11.Мезгил-мезгили менен аккаунттарыңардын паролдорун ал- маштырып тургула.

Социалдык тармактардагы ар бир аккаунтун паролун жок дегенде
жылына бир жолу алмаштырып туруу керек. Сөзсүз түрдө сан жана
тамгаларга символдорду кошкула. Бир эле паролду бир нече аккаунтка
колдонуп кереги жок – бузуп кирүү коркунучу көбүрөөк болот. Ушул сы-
яктуу эле жөнөкөй паролдор да коопсуз эмес: 123456 – эң чоң ката болуп
саналат. Жана эң башкысы – силердин пароль бул силерге гана таандык!

12.Билдирүүгө тиркелген ар бир файлды ачып кереги жок.

Силерге файл тиркелген билдирүү келди, аны жөнөтүүчү да файлды
ачып көр деп абдан кеңеш берүүдө. Бирок силер ал жөнөтүүчүнү бил-
бейсиңер. Көп учурда мындай билдирүүлөрдө «шпиондор» катылган болот.
Файлды ачканда, мисалы ал жакта бир картина болушу мүмкүн. Бирок
аны ачкандан баштап аккаунттагы ар бир кадамыңар сакталып калат да,
чоочун «хакерге» жөнөтүлүп турат. Сүрөт-тиркеме хакердик программа
болушу мүмкүн, ал силердин соцтармактагы жеке маалыматтарыңарды
– пароль, документтер, жеке каттарыңарды уурдап алат.

13.Соцтармактагы коркунучтар маселеси админдер жана модера- торлор аркылуу чечилет.

Бул же тигил интернет-коомчулуктун өкүлү менен агрессивдүү талашка
барып, урушуунун кереги жок. Бул силерге каршы чагымчылдык болушу
мүмкүн: силердин үстүңөрдөн администраторго даттанып, чыр-чатактын

скриншотторун жиберсе, силерге блок коюп салышы мүмкүн.

Соцтармактарды колдонуучулук келишиминде дайыма колдонуучулар агрессивдүү аракеттерге барууга болбойт деп айтылат. Эгер силерге карата кимдир бирөөлөр агрессивдүү мамиле кылып жатса жана ал кайр-кайра кайталанса, администраторлорго биринчи кайрылгыла.

14.Коргоонун бир нече деңгээлин колдонуула.

Көпчүлүгүбүздүн үйүбүздө – сырттан киргенде эки эшик бар. Бул эмне үчүн? Жакшы коргоо үчүн. Так ошол сыяктуу эле көптөгөн соцтармактар, издөө системалары баракча түзүүдө же электрондук дарек ачууда кош верификацияны сунушташат. Бул пароль жана сырдуу сөз, кош пароль же пароль жана автоматтык телефонго чалуу болушу мүмкүн. Мындай аккаунттарды бузуп кирүү өтө оор.

15.Социалдык тармактардын функционалдарын изилдеп чыгуу.

Ар бир соцтармактын, анын ар бир колдонуучулук аккаунтунда ошол аккаунтту ачкан адамдын жеке коопсуздугун коргоону камсыз кылган функционалдарынын баскычтары бар. Аларды таап, изилдеп чыгып, аларды колдонуу керек. Заманбап тармактар бизге өзүбүздүү коргоо үчүн абдан көп мүмкүнчүлүктөрдү берет. Бирок, көп учурда биз катталып жатканда баарын тез жасоого аракет кылабыз. Бул маселеде шашуунун кереги жок. Эгер социалдык тармак силердин коопсуздугуңарды камсыз кылууга жөндөмсүз болсо (же каалабаса), андагы аккаунтуңарды жаап, баракчаңарды толук өчүрүп, башка тармакка өткүлө. Бул силердин укугуңар.



ТБ

Теманы бышыктоонун бир варианты анкета жүргүзүү болушу мүмкүн.

Анкета алуу көтөрүңкү маанайда өтүшү үчүн, туурасын тандап алуу керек болгон анкетанын суролоруна тамашалуу чындыкка дал келбеген суроолорду кошуп койсо болот.

Анкетанын тапшырмаларынын болжолдуу варианттары:

1. Аккаунт үчүн эң ишенимдүү пароль:

- 123456789987654321;
- кукушка35;
- #168GHai87\$86109;
- паролду эч ким билбейт.

2. Эгер силерге колдонуучу дос болом деп «эшик кагып» келсе, анда силер:

- милицияга чалып, кабыл алууга болобу же жокпу деп уруксат сурайм;
- эгер ал сулуу кыз/жигит болсо - сөз жок кабыл алам;
- аккаунтун фотошоп жана түстүү калейдоскоптун жардамы менен текшерем;
- аккаунтунда жеке маалыматтар, фото, активдүү посттор, достору бар экенин текшерем;
- аккаунтун өзүмдүкү менен салыштырам.

Анкетада суроолор 6-8 болушу мүмкүн. Тапшырманы аткаруу убактысы – 10-12 мүнөт.

Аткарып бүткөн соң тренер тыныгуу жарыяласа болот. Тыныгуу учурунда анкеталар текшерилет. Тыныгуудан кийин тренер жыйынтыктарды чыгарат.

ТЕМА 3. КИБЕРБУЛЛИНГ



Кызытуу

Тренинге киришүү

Бул сабактын темасы кайсы бир деңгээлде татаал жана өтө сезимтал тема. Бирок ага болгон зарылдык чоң, анткени ал түздөн-түз силердин маанайыңар, ички абалыңар, жашоодогу психологиялык акыбалыңар, айланадагы адамдарга болгон ишенимиңер менен байланыштуу.

Ошентип, ачык айтканда, биз баарыбыз – чоңдор да, балдар да, мезгил-мезгили менен бул же тигил себептер менен чатакташабыз. Чыр-чатактар ар кандай болот. Биз бир уруша кетип, 5 мүнөттөн кийин кол кармашып, чогуу фильм көргөнү же футбол ойногону кетишибиз мүмкүн. Таарынып бир нече күн сүйлөшпөй жүрүшүбүз да мүмкүн. Же мамилебиз таптакыр муздап, ал адам менен достошпой, сүйлөшпөй, ал жаныбызда жүрсө да кайдыгер болуп калышыбыз ыктымал. Бирок ага зыян келтирбейбиз, абрюна шек келтирбейбиз – жөн гана бейтарап мамиле кылабыз.

Бирок мындай да учурлар бар, тараптардын бири таарынычын көпкө катып жүрөт. Же кандайдыр бир себептер менен бир адамга экинчи адам жакпай калды, бирок өз нааразылыгын ачык айта албайт. Ошондуктан ал башка жолду тандайт – тымызын арамза иштерди жасайт. Ал арамза иштери майда-чүйдө эле нерселер болушу мүмкүн, же абдан олуттуу да болушу мүмкүн. Эң коркунучтуусу бул эмес. Айрым учурларда кимдир бирөө одоно оюндарын баштайт, жашыруун же ачык эле адамдын артынан түшүп, өзүнө бута катары тандап алган адамды кугунтуктай баштайт.

Менин оюмча, бүгүн эмне туурасында сөз болоорун түшүнүп жатсаңар керек. Бул сүрөттөлгөн көрүнүштүн аталышы - буллинг. Англис тилинен которгондо, кодулоо, реалдуу жашоодо артынан түшүп куугунтуктоо дегенди түшүндүрөт. Бирок! Виртуалдык дүйнө, тилекке каршы, бизге кибербуллинг деген түшүнүктү «белек кылды». Артынан түшүү, чабуул кылуу, агрессия, компромат, кемсинтүү жана орой мазактоолор, коркутуп-үркүтүүлөр – кандай кейиштүү болсо да муну моюнга алуу керек, мындай элементтер жана кырдаалдар интернет-мейкиндикте жана соцтармактарда көп эле кездешет.

Менин оюмча, бүгүн эмне туурасында сөз болоорун түшүнүп жатсаңар керек. Бул сүрөттөлгөн көрүнүштүн аталышы - буллинг. Англис тилинен которгондо, кодулоо, реалдуу жашоодо артынан түшүп куугунтуктоо дегенди түшүндүрөт. Бирок! Виртуалдык дүйнө, тилекке каршы, бизге кибербуллинг деген түшүнүктү «белек кылды». Артынан түшүү, чабуул кылуу, агрессия, компромат, кемсинтүү жана орой мазактоолор, коркутуп-үркүтүүлөр – кандай кейиштүү болсо да муну моюнга алуу керек, мындай элементтер жана кырдаалдар интернет-мейкиндикте жана соцтармактарда көп эле кездешет.



МУ 1

Тренер аудиторияга кайрылып кол көтөрүүнү сунуштайт: ким жок дегенде бир жолу интернет-чөйрөдө – соцтармактарда, мессенжерлерде мындай көрүнүштөргө туш болду эле.

Аудитория кол көтөрүп добушун билдирет. Адатта 90% катышуучулар оң мааниде добуш беришет.

Добуш берүү көрсөткөндөй, дээрлик ар бирибиз виртуалдык дүйнөнүн мындай анча жагымсыз жагына күбө болгонбуз.

Албетте, мындай көрүнүштөргө көңүл бурбай калтырууга болбойт. Жана кооптуу учурларда бизде коргонуу инстинкти ойгонгондуктан, силер буга кандайдыр бир жолдор менен каршы турууга, өзүңөрдү коргоого аракет кылсаңар керек.



МУ 2

Теманын татаалдыгына жана өспүрүмдөрдүн жагымсыз эскерүүлөрү болушу мүмкүн экенин эске алып, кибербуллинг жана ага каршы туруу жаатындагы билимдерди баалоо үчүн жабык анкета жүргүзүү сунушталат.

Тренер чакан анкета менен барактарды таркатат. Катышуучулар анкетага аттарын жазышпайт. Анкета төмөндөгү суроолордон турат:

1. Соцтармактарда агрессиянын, кодулоонун кандай түрүнө туш болгонсуңар?
2. Алар силер тааныган адамдар беле же чоочунбу?
3. Мындай кырдаал силерди чочуттубу?
4. Силерге агрессия болуп жатканы туурасында кимдир бирөө менен бөлүштүңөр беле?
5. Каршы туруу үчүн кандай аракеттерди көрдүңөр?
6. Тааныштарыңар, досторуңар, жакындарыңар жардам беришти беле?
7. Көйгөйдү чече алдыңарбы? Канчалык тез чечтиңер?

Анкеталдардын келип түшкөнүнө жараша, тренер аларды бир көз жүгүртүп карап чыгып, флипчартка кибербуллинге байланыштуу кырдаалдын картасын тартат. Вариант катары: ар кайсы аудиториянын жооптору негизинен окшош эле болгондуктан, картаны алдын ала даярдап койсо да болот. Бул экрандагы иллюстрация же флипчарттагы чоң сүрөт болушу мүмкүн.

Анкеталарды жыйынтыктап жатып, төмөнкүдөй бүтүмгө келсек болот, кибербуллинг – бул санариптик технологияларды колдонуу менен кимдир бирөөнүн артынан түшүп, системалуу түрдө агрессия көрсөтүү. Кибербуллинг соцтармактарда, мессенжерлерде, оюн платформаларында жана уюлдук телефондордо орун алышы мүмкүн. Бул бутага алынган адамды коркутуу, уят кылуу, ачуусуна тийүү максатын көздөгөн максаттуу жүрүм-турум модели.

Кибербуллинг – бүгүнкү күндө онлайн-чабуулдардын эң бүлүндүргүч түрлөрүнүн бири, анткени кээде арам ойлуу адамдар бутага алынган адамдын өзүнө болгон ишенимсиздигинен пайдаланып, ага болушунча оор психологиялык жараат келтирүү жана басынтуу үчүн эч аёосуз кадамдарга барышат. Кибербуллинг адатта бутага алынган адамга коркутуп-үркүткөн билдирүүлөрдү жиберип же анын аброюн түшүргөн фото, видеолорду соцтармактарга жарыялап, ал тургай ал адамды басынткан маалымат камтылган веб-сайттарды түзгөнгө чейин барышат. Кибербуллинг кейиштүү кесепеттерге, ал тургай өлүмгө да алып келиши мүмкүн.

Интернеттеги куугунтук кандайча ишке ашат? Кээде белгилүү бир адамды (группалаш же классташтарды) шылдың кылуу үчүн атайын баракчаларды түзүшөт. Ал жакка шылдың кылган карикатураларды жайгаштырып, кемсинткен фото же видеолорду чыгарып, шылдың кылган аттарды ойлоп таап, мазактаган ушак-айыңдарды таркатышат. Өспүрүмдөр арасында кибербуллингдин төмөнкүдөй түрү кеңири жайылган: ал адамдын сүрөтүн жана телефонун жарыялап, номердин ээси сексуалдык кызмат көрсөтөт деп жазышат.

Кээде адамдарга мазактаган же коркутуп-үркүткөн комментарий же жеке билдирүүлөрдү жаадырышат. Кодулоонун дагы бир популярдуу түрү – ал адамдын эркине каршы маалыматтарды жарыялоо (кээде шантаж да кылышат). Ал адамдын атынан жакындарына, кесиптештерине же мугалимдерине билдирүү жиберүү – бул да келеке кылуунун кеңири кездешкен түрү.

Кибербуллингди кантип таануу керек? Электрондук формада жиберилген кемсинткен, мазактаган же коркуткан билдирүүнүн бардыгы кибербуллинг болуп саналат. Буга ал адамдын макулдугу жок Facebook же YouTube соцтармактарына келеке кылган сүрөт, видео чыгаруу да кирет.

Бутадагы адамдын аброюн түшүрүү максатында соцтармактарда жасалма профилдерди же веб-сайттарды түзүү да кибербуллинг категориясына кирет. Кибербуллинг тарабынан колдонулган инструменттер жана тактикалар айдан ачык бир караганда, бирок кибербуллинг менен күрөштө-

гү эң кыйын нерсе, ага кабылган адамдардын муну моюнга алышы.

Бул эмнеси менен коркунучтуу? Кандай кодулоо болбосун, анын ичинде кибербуллинг да – адамдын психологиялык саламаттыгына коркунуч келтирет. Иликтөөлөр көрсөткөндөй, кодулоо көп учурда өспүрүмдөрдү депрессияга, башка да көйгөйлөргө алып келет, алардын өзүн баалоосу төмөндөп, алар элден бөлүнүп өзүнчө калат. Алар суицид туурасында ойлонуп башташат, кээде өзүн өлтүрүүгө да барышат.

Көп учурларда адамды реалдуу жашоодо куугунтуктоо кибербуллинг менен да коштолот. АКШ жана Европа өлкөлөрүндө жүргүзүлгөн бир катар иликтөөлөр көрсөткөндөй, бул экөө бири-бири менен байланыштуу көрүнүштөр: кибербуллингге көп кабылгандар адатта реалдуу жашоодо да көп бутага алынышат. «Офлайн» буллинг жалпысынан алда канча кеңири тараган көрүнүш, бирок ага кабылган адамдын маанилүү артыкчылыгы бар: алар куугунтуктоочулардан жашына алышат. Мисалы, өспүрүм мектептеги шылдыңдоолор менен басынтуулардан үйүндө жүргөндө кутула алат. Кибербуллинг адамды күнү-түнү беймаза кылат.

Дагы бир кыйын учур – кайтарым байланыштын жоктугу. «Көзмө-көз» буллинг учурунда агрессор бутадагы адамдын алсыздыгын көрүп, кайсы бир учурда токтошу мүмкүн, өзүн өлтүрүүгө же башка көйгөйлүү кесепеттерге жеткирбеши мүмкүн. Интернетте болсо экинчи тарапта эмне болуп жатканы көрүнбөйт, агрессор качан токтотуу керек экенин билбейт. Ошондуктан онлайн агрессия ашыкча жана коркунучтуу болушу мүмкүн.

Ар түрдүү иликтөөлөр көрсөткөндөй, өспүрүмдөр кибербуллингге көп учурда соцтармактарда туш болушат. Бул ошол эле «ВКонтакте», Instagram, TikTok, кайсы бир деңгээлде YouTube, мессенджерлер-Telegram, Viber, кээде көп колдонуучу ойногон оюн-платформалары.



МУ 3

Тренер төмөнкүдөй мессеж менен аудиторияга кайрылат: «Биз кибербуллинг деген эмне экенин иликтеп көрүп, ал кандай болоорун жана кандайча ишке ашаарын түшүндүк.

Анын үстүнө, буга чейин биз виртуалдык дүйнөдөгү коопсуздук жана жүрүм-турум эрежелерин – нетикетти үйрөнгөнбүз.

Мындай билимдерге ээ болуу менен, келгиле элестетип көрөлү, кантип агрессивдүү чабуулдарды жана интернеттеги куугунтуктарды болтурбай кое алабыз, өзүбүздү кантип коопсуздандырабыз. Силер эмне кылат элеңер?»

Жооптордун варианттары:

- Агрессияга реакция кылбай, чабуулдарга көңүл бурбоо керек;
- Чабуул кылгандарга блок коюу;
- Тармактын администраторуна даттануу;
- Полицияга арыздануу;
- Жакындардан, ата-энеден жардам суроо;
- Опузаларда кандайдыр бир фактылар айтылса, аларды төгүндөө.

Жогоруда айтылган варианттарды чынында эле колдонууга болот жана колдонуу керек. Мындан тышкары, дагы башка амалдар жана варианттар бар. Бир катар техникалык чечимдер да бар. Мисалы, Facebook, «ВКонтакте» жана башка соцтармактар жөндөөлөр аркылуу жагымсыз комментарийлерден арылууга жол берет. Ошондой эле силер башкаларга силерди билдирүүлөрдү жана сүрөттөрдү белгилөөгө тыюу сала аласыңар. Опуза кылгандарга блок коюп салса да болот. Андан сырткары, соцтармакта силерди бирөө шылдың кылса, администрацияга даттана аласыңар. Эгер бул блок коюуга болбой турган башка ресурстарда улана берсе, анда чындап эле укук коргоо органдарына кайрылуу керек.

Буга чейинки сабактарда сөз болгон нетикет жана коопсуздук эрежелери да абдан жакшы жардам берет. Бул чагымчылыкка көңүл бурбай коюу (көп учурда кибербуллинг так ошол чагымчылык менен башталат), соцтармактардагы өзүң жөнүндөгү маалыматтын болушунча аз болушу (силерге каршы колдоно турган маалымат да аз болот), жана ар кандай купуялуулук жөндөөлөрүн колдонуу, жана дос болм дегендерди тыкат иргеп, анализ кылуу.

Бирок эң башкы кеңеш – өзүңөр ишенген адамга кырдаал туурасында айтуудан коркпогула. Бул дайыма эле ата-эне же мугалим болбошу да мүмкүн. Алар башка муундун өкүлү болгондуктан, дайыма эле маселенин маңызын түшүнө беришпейт, анткени виртуалдык дүйнөгө анча тартылган эмес. Бирок жаныңарда улуу ага-эжеңер болушу мүмкүн. Биргелешип агрессорду жеңе аласыңар.

Кибербуллинг салыштырмалуу жаңы көрүнүш экенине карабай (айтмакчы, эң алгач бул жөнүндө АКШда 1998-жылы айта башташкан), ал бир нече түрлөргө бөлүнөт. Негизгилери төмөнкүлөр.

КИБЕРБУЛЛИНГДИН ТҮРЛӨРҮ:

Кибербуллинг (*cyberbullying*) – атайын максаттуу мазактоо, коркутуп-үркүтүү жана ар кандай ар-намыска шек келтирүү формасындагы интернет-технологиялардын жана электрондук девайстардын жардамы менен жасалган зыянкечтик.

Троллинг (*cyber trolls*) – бул агрессорлор веб-сайттарга, соцтармактардагы баракчаларга, ал тургай өлгөн адамга коюлган мемориалдык такталарга негативдүү, кабатыр кылган маалыматтарды жарыялаган кырдаал.

Хейтинг (*hate*) – терс маанайдагы комментарийлер же билдирүүлөр, белгилүү бир адамга, адамдардын тобуна, көрүнүшкө карата иррационалдуу сын-пикир, көп учурда андай позициянын негизи жок болот.

Флэйминг (*flaming*) – мазактоолордун кокустан тутанып кетиши, көпчүлүккө ачык түрдө репликалардын эмоционалдык алмашуусу, көп учурда чаттарда жана социалдык тармактарда орун алат. Бул көпчүлүккө ачык болгондуктан талашып жаткан тараптын бирин мазактоого көп сандаган адамдар тартылып кетиши мүмкүн.

Кибербуллингден айырмасы – ал убактылуу, фрагментардуу, кырдаалдан көз каранды болот.

Киберсталкинг (*cyberstalking; to stalk* – аңдуу, артынан байкоо жүргүзүү) – электрондук коммуникацияны колдонуу аркылуу кайра-кайра кайталанган коркутуп-үркүтүүлөр менен адамдын артынан түшүү, тынчсызданууну жана кыжырданууну пайда кылган билдирүүлөр. Негизги максаты – мыйзамсыз аракеттерди жасоо аркылуу коркутуу, мисалы сабап кетүү, аңдуу. Мындай аракеттер башка үй-бүлө мүчөлөрүнө да таркашы мүмкүн.

Секстинг (*sexting*) – жылаңач же жарым жылаңач адамдардын сүрөттөрүн же видеоматериалдарын жарыялоо, таркатуу. Кээде бул түгөйлөрдүн ортосунда орун алат, мисалы, жигити кызы таштап кеткенине өч алуу үчүн ачык мүнөздөгү сүрөттөрүн же ачык нерселер айтылган жеке каттарын тармакка жарыялап жиберет.

Фотошоп жана башка программалардын жардамы менен бутага алынган адамдын сүрөттөрү атайлап жасалган мисалдар да бар.

Грифинг (*griefers*) – кибербуллингдин бул түрү виртуалдык оюндар дүйнөсүнөн. Анын айырмасы көп колдонуучуларга ылайыкташкан онлайн-оюндарда оюнчулар атайын максаттуу түрдө башка оюнчулардын артынан сая түшүп кууйт. Алардын максаты оюнда утушка ээ болуу эмес,

башка оюнчуларды оюндан ала турган ырахатынан ажыратуу. Аларды оңой эле тааныса болот: алар орой сөздөрдү көп колдонушат, оюндун айрым бөлүктөрүн блок кылып, оюнда ачык эле шылуундук кылышат.



ТБ

Моралдык-этикалык жактан кабылдоо жагынан алганда теманын татаалдыгын эске алып, алынган билимдерди бышыктоо үчүн сабактын башында колдонулганга окшош анкета жүргүзүү менен сабакты жыйынтыктаса болот.

Анкета тренер тарабынан окуу өтүп жаткан өлкөнү, регионду, аудиториянын деңгээлин эске алуу менен индивидуалдуу форматта иштелип чыгат.

Анкетанын жалпы схемасы төмөнкү форматка жакын болушу мүмкүн:

1. Силер жеке маалыматтарыңардын негативдүү максатта колдонулушун чектөө үчүн эмне кыласыңар:

А. Аккаунтуңардан жашаган жериңер туурасындагы маалыматты өчүрөсүңөр.

Б. Күнүнө 3-4 жеке сүрөттөрүңөрдү чыгарып турасыңар.

В. Таанышыңарга мессенжерден электрондук дарегиңерди жөнөтүп, андан кийин ал билдирүүнү өчүрбөйсүңөр.

2. Эгер силерди коркутуп, намысыңарга тийген билдирүүлөрдү жазып башташса:

А. Андан да агрессивдүү жооп кайтарасыңар.

Б. Реалдуу жашоодо ал адамды таап, жазалоого убада бересиңер.

В. Тармактын администраторуна арызданып, ал адамдын аккаунтуна блок коёсуңар.

Анкета 6-8 суроодон турушу мүмкүн. Тапшырманы аткаруу убактысы – 15 мүнөт. Текшерилген анкеталарды жалпыланган маалыматтар менен тыныгуудан кийин жарыяласа болот – тыныгуу учурунда тренер анкеталардагы маалыматты текшерип чыгат.

Сабакты аяктоо анкеталарды жарыялоо менен коштолот. Адатта, 90-95% катышуучулар анкетаны катасыз аткарышат. Тренердин позитивдүү баасы менен сабакты жыйынтыктоо, катышуучуларга алардын кибербуллингге каршы туруу боюнча билимдери алда канча өскөнүн көрсөтөт. Тренер бул эрежелерди эстен чыгарбай, колдонуу керектигине басым жасайт.

ТЕМА 4. ЖАШТАР ЖАНА СОЦИАЛДЫК МЕДИА



Кызытуу



МУ 1

Бул абдан чоң тема жана ал ММКлардын жаш аудиторияга тийгизген таасири жана анын тескери процесстери туурасында маалымдоого арналган: заманбап жаштар маалыматтын форматына, медиаталаанын сапатына кантип таасир эте алышат. Кийинки милдет: белгилүү бир региондун, шаардын, райондун жергиликтүү маалыматтык чөйрөсүндө жаштар тарабынан ишке ашырылып жаткан кандайдыр бир долбоорлордун өнүгүшүнө негиз боло ала турган идея жана сунуштар түрүндөгү рефлексия жаратуу.

Буга байланыштуу теманын маалыматтык бөлүгүн тренер лекция-семинар, лекция-дискуссия форматында өтсө болот, бирок аягында сөзсүз түрдө чыгармачыл тапшырма болушу керек. Бир вариант катары: маалымдоого ыңгайлуу болушу үчүн теманын материалдарын бир нече негизги мессеждердин айланасында түзүп алса болот.

МЕССЕЖ 1. Коомдун калыптанышындагы жаштардын ролу.

БУУнун гуманитардык маселелер боюнча Эл аралык комиссиясы өзгөрүү факторлорунун ичинен, мисалы жаңы мамлекеттер, коомдук кыймылдар, заманбап технологиялар, трансулуттук кооперациялар ж.б.у.с. ичинен реалдуу жана олуттуу күч катары жаштарды атайт.

БУУнун документтеринде жаштардын саны өсүшү менен, алар коомдун калыптанышындагы кубаттуу факторго айланып жатканы айтылат.

Келерки жүз жылдыктын соңунда 30 жашка чейинки адамдар жер шарынын калкынын дээрлик 60% түзүп калат деп болжонууда, ал эми 25 жашка чейинкилер болжол менен 50%ды түзөт.

Кандай болгон күндө да жаштарды коомдун саясий, экономикалык жана социалдык түзүлүшүн аныктаган, заманбап коомдун руханий маданиятын өнүктүргөн фактор катары таанылган күч катары алар менен эсептешүү керек. Көңүл ачуу, массалык маалымат каражаттары (телевидение жана радио), көркөм чөйрө, поп-музыка, кинематография, мода жаатында жаштар табиттерди калыптандырган маанилүү фактор болуп саналат. Алардын руханий баалуулуктары бүт дүйнө жүзүнө тарайт. Алардын көз караштары улам барган сайын бийликтегилерге көбүрөөк таасир этүүдө.

Жаштар социалдык-экономикалык өнүгүү, көз карандысыздык, демократия жана тынчтык маселелерине өзгөчө кызыгышат жана аларды чечүүгө катышыбыз бар деп сезет. Алар эл аралык өз ара түшүнүү мамилелерин бекемдөөгө жөндөмдүүлүгүн жана ынтызардыгын көрсөтүп келет, планетанын экологиясы үчүн кыймылдарга активдүү катышышат. Бирок, коомдук өнүгүүдөгү жаштардын ролу чыныгы боло ала турганына жана болууга тийиш болгон денгээлинен төмөн экени айныксыз.

Массалык маалымат каражаттарынын өнүгүшү улуттук жаштар структураларынын өз ара сиңишүүсүнө жана өнүгүшүнө жаңы мүмкүнчүлүктөрдү ачты. Маалыматтык технологиялардын андан ары өнүгүшү жаштардын жашоо шарттарына, жумушуна, билим алуусуна улуттук, регионалдык жана глобалдык деңгээлдерде олуттуу таасир этүүдө. Жаш адамдардын маданиятында, жашоо образында, кызыкчылыктарында жана социалдык баалуулуктарында плюрализмдин өсүү тенденциясы байкалат.

Жаштар жаңы билимдерди, техникалар менен технологияларды өздөштүрүүдө болуп көрбөгөндөй жөндөмдүүлүктөрүн көрсөтүүдө, интеллектуалдык, илимий, көркөм чыгармачылык менен ынтызарлана алектенишет. Келечекте өнүгүп келе жаткан өлкөлөрдө жаштардын санынын өсүп жатканына байланыштуу, жаштардын коомдук жашоонун ар түркүн тарабына болгон таасири да өсөт. Ошондуктан жаштар дүйнө маданиятын тарата турган негизги кыймылдаткыч күчтөрдүн бири боло алат.

МЕССЕЖ 2. Массалык маалымат каражаттарынын жаштардын аудиториясына тийгизген оң жана терс таасири.

Заманбап дүйнөдө жашап жатып биз күнүгө массалык маалымат каражаттарына туш болубуз. Алар биздин күнүмдүк турмушубуздан бекем орун алды, аларсыз жашообузду элестете да албай калдык. Биз үчүн жаңылыктарды телевидение, радио, интернет, мессенжерлер аркылуу

билүү кадыресе көрүнүшкө айланган.

Массалык маалымат каражаттарынын жаштардын жүрүм-турумуна болгон таасирине байланыштуу маселе – заманбап коомдо актуалдуу көйгөй, анткени азыр калктын басымдуу бөлүгүн жаштар түзөт (60%дан ашуун), ал эми ММК «**төртүнчү бийлик**» болуп саналат, ал жаштардын пикирин калыптандырууга, өспүрүмдөрдүн тарбиясына ж.б. эбегейсиз таасирге ээ.

Жаштар – ММКларды болушунча көп колдонгон жана ар кандай мазмундагы маалыматты сараңдык менен сиңирген социалдык топ. Анткени жаш адамдар үчүн баары кызык жана бардык окуяларды билип тургучулары келет, өз шаары эле эмес, бүт дүйнөдөн кабардар болууну каалайт. Жаштардын маалыматка болгон кызыгуусу күч, бул факт.

Заманбап өспүрүмдөр, жаштар алар үчүн да, жалпы коом үчүн да жаңы болгон реалдуулукка туш болуп, аны спонтандуу түрдө өздөштүрүп, адатта устаттын максаттуу жардамына деле муктаж болушпайт. Мындай «устаттын» ролун медиалашкан коомдо массалык коммуникация каражаттары түрүндөгү ортомчулар аткарууда – пресса, телевидение, радио, интернет, уюлдук байланыш. Алар жаштар үчүн табигый жашоо чөйрөсүнө айланууда жана инсандын социалдашуусунда чоң мааниге ээ.

Ошол эле убакта массалык маалымат каражаттары жаштардын жашоо образына бири-бирин төгүндөгөн эки жактуу таасирге ээ болууда: бир жагынан алар жаштардын сергек жашоо образын калыптандырган фактор катары кызмат кылса, экинчи жагынан – ар кандай зыяндуу адаттарды, көз карандылыкты пайда кылып, психо-логикалык дискомфорттун өнүгүшүнө өбөлгө түзүүдө.

Соңку он жылдыктагы социологиялык иликтөөлөр тастыктагандай, мисалы телевидение заманбап коомдун абалы жөнүндөгү элестетүүлөрдү, андагы акыйкаттыктын деңгээли жана коомдун катардагы заманбап өкүлүнүн негизги мүнөздөмөлөрү туурасындагы ой-пикирлерди калыптандырууга таасир этет. Ал эми идеалдуу жашоо образы, идеалдуу коомдук түзүлүш, идеалдуу социалдык теңчилик жана адам ээ болушу керек деген сапаттарга байланыштуу коомдук идеалдардын ар түркүн кырларын калыптандырууда ММК (тактап айтканда, телевидение) азыраак таасирге ээ.

Бирок бул маани-образдар дайыма эле реалдуу картинаны бере бербейт. Жаштар бир катар мамлекеттик укуктук нормаларды бузган каармандарды, суперкаармандарды көрүп жатат жана алар терс реакцияны пайда кылбайт, тескерисинче кубатталат. Реалдуу жашоодо андай болбойт, бирок бул образ калып калат да, дүйнөнүн бурмаланган картинасын калыптандырат.

ММКлардын жаштарга болгон анча жакшы эмес таасирлеринен сырткары, бир нече позитивдүү учурларды белгилей кетүүгө болот:

- ММК жаштарды бардык окуялар менен кабардар кылып турат, «маалыматтык ачкалыгын» тоюндурат;
- Массалык маалымат каражаттары жалпы маданиятты, анын ичинде саясий маданиятты, калктын маданиятын көтөрөт;
- Бийлик менен калкка бири-бирин маалымдоого кызмат кылат;
- Социалдык чыңалууну азайтат.

Муну менен бирге, ошол эле социология белгилегендей, жаш аудитория үчүн медиамайкинликте олуттуу турмуштук суроолорго адискөй жооптор жетпейт: адамдын дүйнөдөгү орду; индивидум менен жамааттын мамилелери; чыныгы сүйүүнүн сырлары жана карама-каршылыктары; үй-бүлөлүк бакытка жетүү жолдору жана бактысыздыктын руханий горизонттору.

МЕССЕЖ 3. Медиамейкиндик өзүн табуунун куралы катары.

Көп айтылып жүргөн бир мессеж бар, заманбап жаш адамдардын «төрөлгөндө эле колунун башында кнопка болот» деген. Алар үчүн онлайн бул тренддерди калыптандырган реалдуулуктун негизги аныктамасы. Ар бир класста азыр информатиканы мугалиминен жакшы түшүнгөн окуучу бар. Мурда мындай болгон эмес. Анан да мындай билермандар көп учурда бир же экөө эле эмес.

Заманбап жашоонун тренди – жаш адамдардын кыска жана көзгө көрүмдүү маалыматты жакшы кабылдашат. Z муунунун бир объектке көңүл коюу узактыгы – сегиз секунд. Маалымат майда-майда порция менен колдонулат, анан иконка, смайл же сүрөттөр көп учурда тексти алмаштыра алат.

Дагы бир тенденция узак мөөнөттүү тренддердин жок болушу. Социалдык тармактар ар бир секунд сайын алмашып турган агымдай сезим жаратат. Мода тез өзгөрөт, бренддерге же кийимдин стилине болгон туруктуулук жок, музыкада же кинодо «милдеттүү тизмелер» болбойт.

Бирок мунун баары бир катар уникалдуу мүмкүнчүлүктөрдү ачат жана жаратат. Акыркы мезгилдерде жаңы медианын – социалдык тармактардын массалык маалымат каражатына, адамдарга өзүн табууга жардам берген чөйрөгө айлануу тенденциясы күч алууда. Техникалык каражаттардын өнүгүшү коммуникациянын таптакыр жаңы түрүн пайда кылды – бир өспүрүмдүн бул же тигил себептерден улам аны кызыктарган өнөктөштөрү менен өз ара аракеттерге барышы, бул мүмкүнчүлүк өзүнө ок-

шош ой жүгүрткөн адамдарды табууга, алар менен баарлашуу аркылуу өзүн табууга шарт түзөт. Бул процесске активдүү катышуу менен тилектештердин чоң аудиториясын чогултууга болот, андан ары аны популярдуу блогго, видеоканалга же активдүү пабликке айландырууга болот.

Ошондуктан бүгүнкү күндө жаштар үчүн медиадүйнөдө анча көп эмес чыгым жумшоо менен өзүн табууга уникалдуу мүмкүнчүлүктөр бар – орто деңгээлдеги гаджет менен эле муну жасоого болот. Жабык, атайын өзгөчөлүү маалыматтык дүйнө бүгүн ачык порталга айланган. Жана инфодүйнөнүн бул бөлүгүндө өзүн табуу аркылуу ага таасир этүүгө, ландшафтын өзгөртүүгө болот. Силер сүйгөн темада сүйлөшүү жетпейт жатабы – активдүү форум түзсөңөр болот. Жаштардын актуалдуу темалары боюнча маалымат азбы – видеоблог же тексттик блог баштайбыз. Өзүңөр окуган мекеменин жашоосун жана көйгөйлөрүн формалдуу эмес жагдайда талкуулагыңар келеби – телеграм канал ачабыз.

Ошондуктан медианын заманбап жаштарга болгон эбегейсиз таасирин гана белгилебестен, жаштардын медиага таасир этүүгө, өз айланасындагы медиачөйрөнү өзгөртүүгө болгон уникалдуу жана олуттуу мүмкүнчүлүктөрүн да айта кетүү керек.



МУ 2

Теманын маалыматтык бөлүгүнөн кийин аудитория өкүлдөрүнүн өз регионунда, шаарында, районунда кандай маалыматка муктаждыгын же көйгөйлүү аспектилерин аныктоого болот.

Бул үчүн ар бир катышуучу өз байкоолорун ортого салган дискуссия өткөрүүгө болот. Бул рефлексиялардын негизинде катышуучулардын маалыматтык чөйрөсүндөгү муктаждыктардын, милдеттердин жана көйгөйлөрдүн жыйындысын түзүүгө болот. Бул тизме теманы бышыктоо үчүн берилген тапшырмага негиз болуп бере алат.



ТБ

Муктаждыктар аныкталган соң, катышуучуларга төмөнкүдөй чыгармачыл тапшырма берүүгө болот. Катышуучулар 3-4 топко бириктирилет (айтылган муктаждыктар менен көйгөйлүү аспектилердин окшоштугуна карап топторду түзүүгө болот).

Ар бир топ тапшырма алат: жаңы форматтагы жергиликтүү медианын долбоорунун концептин иштеп чыгуу – блог, видео-блог, те-

леграм-ка-нал, мини-сайт, соцтармактагы группа, – ал жаштар үчүн альтернативдүү жана актуалдуу коммуникация каналы, маалымат берүү каналы, жаңы маалыматтарды алуу ж.б. милдетти аткарышы керек.

Концепт төмөнкү позициялардан турушу керек:

1. Аталышы.
2. Форматы.
3. Кандай аудиторияга арналган.
4. Тематикалык багыты.
5. Долбоордун уникалдуу фишкалары (деталдары менен).
6. Кандай маселени чечет.
7. Аудиторияга кандай компетенцияларды бере алат.
8. Кандайча таанытылат, алдыга жылдырылат.
9. Соңку максаты кандай.

Иштеп чыгууга 30 мүнөт убакыт берилет. Убакыт бүткөндө ар бир топ өз долбоорун жактайт. Аудитория комментарий бергенге, талкуулаганга, жакшыртууга сунуштарды бергенге укуктуу. Башкы максат – бирге талкуулаганда долбоорду болушунча “жонуп” отуруп, болушунча толук кандуу долбоор кылуу.

ТОЛУКОО

МЕТОДОЛОГИЯ

Интерактивдүү окутуу жана анын принциптери

Интерактивдүү окутуу – окутууну уюштуруу өз ара активдүү иштешүүгө негизделет, билим берүүнүн стандарттан тыш формалары, көндүмдөр менен жөндөмдөрдү өстүрүү ыкмалары колдонулат. Интерактивдүү окутуу – бул кайсы бир деңгээлде диалогдук окутуу.

Окутуунун интерактивдик формалары менен методдорун колдонуу аудиторияны активдүү катышууга, натыйжаларга жетишүүгө, жамаатташып иштөөгө жана билимдер менен көндүмдөрдү аң-сезимдүү түрдө өздөштүрүүгө шыктандырат.

Интерактивдүү окутуунун мааниси мында, окуу процесси окуучулардын бардыгы катышкандай кылып уюштурулат, алар өз билгендерин жана ойлорун ортого сала алышат. Билимди өздөштүрүү процессинде, окуу ма-

териалын кабыл алууда окуучулардын биргелешкен ишмердүүлүгү деген алардын ар бири өзүнүн жеке бир салымын кошот дегенди тушүндүрөт, билимдер, идеялар, ишмердүүлүк амалдары менен алмашуу жүрөт. Эң башкысы мунун баары жагымдуу атмосферада, бири-бирин колдоо аркылуу ишке ашат, бул жаңы билимдерге гана үйрөтпөстөн, өз алдынча таанып билүү ишмердүүлүгүн өнүктүрүп, аны кызматташуунун, өз ара аракеттенүүнүн алда канча жогору формаларына чыгарат. Интерактивдүү формалардын өзгөчөлүгү – бул катышуучулардын өз ара аракеттенүү активдүүлүгүнүн бийик деңгээли, катышуучулардын эмоционалдык, руханий биримдиги.

Сабак өтүүнүн интерактивдүү формалары:

- Окуучулардын кызыгуусун арттырат;
- Ар бирин окуу процессине активдүү катышууга түртөт;
- Ар бир окуучунун сезимдери эске алынат;
- Материалды мыкты өздөштүрүүгө өбөлгө түзөт;
- Окуучуларга ар тараптуу таасир этет;
- Кайтарым байланыш менен камсыз кылат (аудиториянын кайтарым реакциясы);
- Катышуучулардын пикирин жана мамилесин калыптандырат;
- Турмуштук көндүмдөрдү калыптандырат;
- Жүрүм-турумун өзгөртүүгө өбөлгө түзөт.

Интерактивдүү окутуу деген:

- Активдүүлүк жана өз ара байланыш, анын аркасында мугалим да, окуучулар да процесске тартылып, биргелешип чечим издешет;
- Теңчилик жана өз ара ишеним, бул болжолдуу чечимдерди ачык талкуулоого жардам берет;
- Чыгармачыл мамилени өстүрө турган эксперименттик ишмердүүлүк.

ОКУТУУНУН ИНТЕРАКТИВДҮҮ КАРАЖАТТАРЫ

Окутуу каражаттары – бул окуу процессин уюштуруу үчүн колдонула турган жана окутуу материалдарын тааныштыра турган объект менен предметтердин комплекси.

Окутуу убагында 80% маалымат көз аркылуу кабыл алынгандыктан, сапаттуу интерактивдүү окутуунун башкы талаптарынын бири көрсөтмөлүүлүк болуп саналат. Ошондуктан интерактивдүү окутуу каражаттарынын көпчүлүгү бул факторду эске алат.

Эң популярдуу каражаттар:

- интерактивдүү доскалар;
- интерактивдүү приставкалар, проектор, дисплейлер;
- робототехника жана конструкторлор;
- интерактивдүү стол;
- планшет;
- компьютерлер жана анын кошумча каражаттары;
- модерациялык карточкалар жана флипчарт.

ИНТЕРАКТИВДҮҮ ОКУТУУНУН ФОРМАЛАРЫ

Окутуу формалары жана методдору – окуучулар менен ментордун ортосундагы өз ара аракеттенүү амалдары, окуу процессин ишке ашырууга жардам берген ыкмалардын комплекси.

Окутуунун интерактивдүү методдору менен формаларын колдонууда сабак өтүүнүн башка варианттарына караганда активдүүлүк жана чыгармачылык көбүрөөк болушу керек. Муну менен бирге ар бир конкреттүү темага же предметке интерактивдүү окутуунун ар түрдүү формалары менен методдорун же алардын аралашмасын колдонууга болот:

- Мастер-класстар – аудитория билимдер менен көндүмдөрдү практикалык иштин негизинде өздөштүргөн сабактар;
- Интерактивдүү вебинарлар – салттуу лекция менен дискуссия, талдоо, слайддарды, фильмдерди көрсөтүү сыяктуу ыкмалар чогуу колдонулган сабактын түрү;
- Кейстерге чечимдерди табуу – бул методдо белгилүү бир кырдаал мисалга тартылып, аудитория биргелешип аны чечүүнүн моделин иштеп чыгат;
- Добуш берүү, сурамжылоо – талкуулоо, анын жүрүшүндө аудитория акыйкатты табуу үчүн активдүү тартылып, пикири менен ачык бөлүшүп, өз көз карашын жактоого үйрөнөт.

ИНТЕРАКТИВДҮҮ ОКУТУУНУН ПОПУЛЯРДУУ МЕТОДДОРУ

«Тор араа»

«Тор араа» методунун маңызы төмөндөгүдөй: тренер/ментор материалды өздөштүрүү үчүн биргелешип иштөөгө чакырат, натыйжасы кийинки практикалык сабакта текшерилет.

Окуучулардан «негизги» командалар куралат, тиешелүү тапшырманы аткаруу үчүн команданын ар бир мүчөсүнө маалыматтын бир бөлүгү гана берилет. «Негизги группалардын» колундагы материалдын бардык

бөлүктөрү биригип изилденип жаткан тема боюнча толук маалыматты берет. «Негизги группалардын» ар бир катышуучусу ушундай жол менен белгилүү бир маселе боюнча «экспертке» айланат.

Тапшырма алгандан кийин «эксперттер» «эксперттик» группаларга бөлүштүрүлүп, өз темаларын талкуулашат, ар бири аудиторияга жеткириши керек болгон маалыматтарды өз ара бөлүштүрүшөт. Андан соң «эксперттер» «негизги» группаларга кайтып келет да, алдын ала макулдашылган кезек боюнча аудиторияга алар даярдаган маалыматты айтып беришет. Ушундай жол менен катышуучулар кезек менен бири-бирин окутууга, жардам берүүгө туура келет. Ар бир катышуучу калгандардын жардамына муктаж болот, ошондуктан атаандаштык шартында эмес, биргелешип гана чечүүгө боло турган маселенин үстүндө иштешет.

Бардык маселелерди талкуулоонун жыйынтыгы менен ар бир группа сабактын темасы боюнча практикалык тапшырма алышат. Сунушталган кырдаалды анализ кылгандан кийин ар бир группа кезеги менен коюлган маселенин чечүү жолдорун сунуштайт. Ушундайча биргелешип окуунун бул методикасы окутуунун салттуу методдорунан түп тамырынан бери айырмаланат, анткени билим берүү, окутуу укугу окуп жаткан группанын катышуучуларына берилет дегенди түшүндүрөт.

«Мээ чабуулу»

Метод маселелерди ыкчам чечүү үчүн колдонулат жана ага катышып, бардык болгон варианттарды болушунча көп санда сунуштап жаткан адамдардын чыгармачылык активдүүлүгүн өстүрүүгө негизделген. Бардык варианттар айтылып бүткөн соң, иш жүзүнө ийгиликтүү ишке ашырууга эң жарактуусу тандалып алынат. Адатта «мээ чабуулу» уюштуруу жана жүрүм-турум эрежелери жагынан бири-биринен айырмаланган үч милдеттүү этаптан турат.

«МЭЭ ЧАБУУЛУНУН» НЕГИЗГИ ЭТАПТАРЫ ЖАНА АНЫ УЮШТУРУУ-НУН ЭРЕЖЕЛЕРИ

1.Маселени аныктоо.

Бул алдын ала этап болуп эсептелет. Ага чечилчү маселени так аныктоо, катышуучуларды тандоо жана алардын ролдорун бөлүштүрүү кирет (алып баруучу, жардамчылар ж.б.). Мындай бөлүштүрүү талкууланчу маселенин мүнөзүнөн жана формасынан көз каранды болот.

2.Идеяларды өндүрүү.

Бул негизги этап жана жалпы ишмердүүлүктүн ийгилиги так ушул этап-

тан көз каранды. Ушул себептен төмөнкү эрежелерди кармануу зарыл:

- Эч кандай чектөөсүз идеялардын максималдуу саны;
- Фантастикалуу, акылга сыйбаган жана стандарттардан тыш идеялар да кабыл алынат;
- Идеяларды аралаштырып, чабыштырып, жакшыртуу керек;
- Сунушталган идеяларга эч кандай сын айтылып же баа берилбеши керек.

3.Тандоо, идеяларды системалаштыруу жана баалоо.

Жыйынтыктоочу жана бул да маанилүү этап. Ушул этаптын жардамы менен чындыгында эле натыйжалуу идеяларды бөлүп алууга мүмкүн болот жана жалпы эле «мээ чабуулун» жалпы жыйынтыкка алып келет. Экинчи этапка тескерисинче, бул жерде баалоо жана сыңдоо колдоого алынат. Ал эми бул этап канчалык ийгиликтүү өтөөрү катышуучулардын ишинин канчалык денгээлде макулдашылганынан, талданып жаткан маселеге жана сунушталган чечимдерге карата алардын пикирлеринин жалпы багытынан көз каранды болот.

Адатта «мээ чабуулу» үчүн эки топ түзүлөт. Биринчисине идеяларды өндүргүчтөр, чечим сунуштагандар кирет. Экинчи топ болсо сунушталган чечимдерди иштеп чыга турган комиссиядан турат.

«МЭЭ ЧАБУУЛУ» МЕТОДУНУН ЖАКШЫ ЖАКТАРЫ

1. Катышуучулардын биргелешкен ишмердүүлүгү, алардын ар биринин өз тажрыйбасы, көз карашы, билимдери бар, бул синергиялык эффект берет, чечим издөө натыйжасын көп эсе күчөтөт.
2. «Мээ чабуулу» процесси өзгөчө чыгармачыл потенциалга ээ, бул кызыктуу жамааттык ишмердүүлүктү жаратат, ал тургай оюн ишмердүүлүгүнө айланат.
3. «Мээ чабуулу» учурундагы достук маанай, позитивдүү атмосфера анын катышуучуларына кандай сын айтылбасын аны конструктивдүү кабылдагандан сырткары, күтүлбөгөн чечимдерге келүүгө, өз потенциалын максималдуу колдонууга жол ачат, ошондой эле өз ара ишеним, жакшы маанайды күчөтөт.

«Аквариум»

Бул метод чакан топтордо талкуу жөндөмдөрүн өнүктүрүү үчүн пайдалуу.

Ментор/тренер катышуучуларды 3-4 группага бөлүп (4-6 катышуучудан), алардын ар бирине тиешелүү тапшырма менен керектүү маалыматты берген соң, топтордун бири айлананын ортосуна ички айлананы түзүп - «аквариум» болуп отурат.

Ал группа ортодон орун алганча, тренер аларга тапшырмасын тааныштырып, чакан топтордогу талкуу жүргүзүү эрежелерин эскертет.

Бул группанын катышуучулары берилген маселени төмөндөгүдөй жол менен талкуулашат:

- Группанын бир өкүлү кырдаалды үн чыгарып окуп берет;
- группа ал кырдаалды дискуссиянын жүрүшүндө талкуулайт;
- жалпы чечим кабыл алынат же дискуссия топтоштурулат.

Бул ишке группага 3-5 мүнөт берилет. Калган катышуучулар талкууга аралашпайт, жөн гана дискуссиянын жүрүшүнө байкоо салып турушат.

Ушундан кийин группа өз ордуларына кайтышат, мугалим болсо бардыгына суроо берет:

1. Группанын пикири менен макулсуңарбы?
2. Бул пикирдин аргументтери, далилдери жетиштүү болдубу?
3. Кайсы аргументт эң таасирдүү деп эсептейсиңер?

Мындай баарлашуу 2-3 мүнөткө уланат. Андан ары биринчи группанын «аквариумдагы» ордун башка группа ээлеп, кийинки кырдаалды талкуулайт.

Бардык группалар кезек менен «аквариумда» болуп чыгуулары керек жана алардын бир биринин ишмердүүлүгү жалпы катышуучулар тарабынан талкууга алынышы керек.

Сессиянын соңунда ментор/тренер группалардагы дискуссия жүргүзө билүү көндүмдөрүнүн деңгээли боюнча пикирин билдирип, бул көндүмдөрдү андан ары өнүктүрүү зарылдыгына көңүл буруп жана анын багыттарын белгилейт.

Дискуссия

Дискуссия – интерактивдүү окутуу методу, ал топ ичинде ачык түрдө талкуунун негизинде маселени чечүүгө негизделген. Анын максаты – ар түрдүү көз караштарды салыштыруу, талаш маселенин туура чечимин

табуу. Бул метод катышуучуларды акыйкатты жамаатташып издөөгө активдүү катышууга тартуу аркылуу окуу процессинин эффективдүүлүгүн арттырат.

Дискуссия методунун максаты – маселени чечүүдөн да мурда, аны изилдөө, биргелешкен ишмердүүлүк аркылуу катышуучулардын чечимдерди табуудагы чыгармачыл мамилелерин өстүрүү болуп саналат.

Дискуссиялык методду колдонуу менен бир катар маселелердин чечимине ээ болууга болот. Тактап айтканда:

- Катышуучулардын талкууланып жаткан маселе боюнча өз пикирлерин, ой толгоолорун, берген баасын аңдап түшүнүшү, кабылдашы;
- Атаандаштын пикирин, позициясын сыйлаганды үйрөнүү;
- Сунушталган пикирлерге, анын ичинде атаандаштардын көз караштарына карата конструктивдүү сын айтууга үйрөнүү;
- Суроо түзүү жана баа берүү жөндөмүн калыптандыруу, кайым айтыш жүргүзүү;
- Пикирдеш адамдар менен бир группада иштөө жөндөмүн өнүктүрүү;
- Көп чечимдерди өндүрүү жөндөмү;
- Кыска жана маңыздуу сүйлөө адатын калыптандыруу;
- Өз чындыгын коргоо менен эл алдында сүйлөгөнгө үйрөнүү.

Дискуссия методун ийгиликтүү колдонуу үчүн бир катар шарттар сакталышы керек:

- Дискуссиянын предметтүүлүгү;
- Өз ара аракеттенүүдө жагымдуу жана ачык маанайдын болушу;
- Катышуучулардын башкалардын позициясын, башкача пикирлерди угууга даярдыгы;
- Талкууланып жаткан маселе боюнча жетиштүү көлөмдө маалыматтын болушу;
- Өз оюн айтуу мүмкүнчүлүгүнүн болушу;
- Өз позициясын кенен, туура аргументтер менен жактоо;
- Суроо берүү мүмкүнчүлүгүнүн бар болушу.

Мындан тышкары, дискуссия дагы бир катар эрежелердин сакталышын талап кылат, бул эрежелер катышуучуларга аталган методдун негизин түзгөн тиешелүү көндүмдөрдү өздөштүрүүгө жардам берет:

- Сөз сүйлөө уюшулган негизде болушу керек, ар бир катышуучу

төрагалык кылган катышуучунун (алып баруучу) уруксаты менен гана сүйлөй алат, жөн жай айтышууга жол берилбейт;

- Ар бир айтылган сөз фактылар менен тастыкталышы керек;
- Талкууда ар бир катышуучуга сүйлөгөнгө мүмкүнчүлүк берилиши керек;
- Талкуу учурунда жеке мүнөздөгү айтышууларга, кемсинтүүгө, таңуулоого ж.б. жол берилбейт.

«Рефлексия айланасы»

Бардык катышуучулар айлана болуп отурушат. Ментор/тренер алгоритм берет жана рефлексиянын темасын атайт. «Рефлексиялык айлананы» окуу процессинин башында да (аудиторияны керектуу багытка буруу үчүн), же жыйынтыктоочу элемент катары да колдонууга болот. Эгер жыйынтыктоочу этап катары карай турган болсок, анда төмөнкүдөй теманы берүүгө болот:

- Тренингдин жүрүшүндөгү өзүңөрдүн эмоционалдык абалыңар туурасында айтып бергиле;
- Эмне жаңы нерсе билдиңер, эмнеге үйрөндүңөр, өзүңөр үчүн эмнени ачтыңар;
- Анын себеби эмнеде;
- Андан ары эмнени үйрөнгүңөр келет.

Андан соң катышуучулар кезеги менен бул алгоритмге жана темага ылайык өз ойлорун айтышат. Ментор/тренер «рефлексиялык айлананы» жыйынтыктайт.

Тренинг «Хогвартс»

Тренинг окуу процессин башынан аягына чейин шыктандыруу, оюн элементтери менен камсыздайт. Бул методиканы медиасабаттуулук боюнча каалаган тема менен иштөөдө колдонсо болот – кошумча ыңгайлаштырууну талап кылбайт.

Методика мазмуну төмөндөгүдөй.

Тренингдин алдында ментор/тренер катышуучуларга окуу процесси шарттуу түрдө мифологиялык чөйрөдө өтөөрүн кабарлайт, тактап айтканда, биз өзүбүздү медиасабаттуулук боюнча Хогвартс мектебиндебиз деп элестетибиз.

Мындай форматка өтүү таанышуу этабынан башталат. Аудитория 3-4 командага бөлүнөт. Тренингдин аягына чейин катышуучулар ошол командада болушат.

«Таанышууга» даярдык көрүүгө командаларга 10 мүнөт берилет. Бул убакыт ичинде ар бир топтун катышуучулары өз командасына Гарри Поттер жөнүндөгү чыгармаларга ылайык ат ойлоп табышы керек, төш белгилерин жазып (алдын ала даярдалып коюлат), команданын ураанын ойлоп таап, топтун ар бир катышуучусунун уникалдуулугун жана сабакка катышуу максаттарын негиздеп бергенге даяр болуулары керек. Берилген убакыт бүткөндө ар бир топ өз командасын тааныштырат (5 мүнөткө чейин).

Методдун негизги учуру болуп командалар топтой турган упайлар - «философиялык таштар» эсептелет, («таштын» ордуна, вариант катары үй интерьерин кооздоого арналган таш же шар түрүндөгү желим жасалгаларды колдонууга болот).

Ар бир аткарылган тапшырма үчүн командалар «философиялык таштарды» алып турушат. Бул же тигил тапшырманын тактыгына, толуктугуна, тууралыгына жараша ар кандай сандагы упайлар-таштар берилет. Философиялык таштарды топтоо «Таанышуу» көнүгүүсүнөн эле башталат. Тренер/ментор процессти ар бир 30-40 мүнөт сайын командалар кандайдыр бир командалык тапшырма аткара тургандай кылып ойлонуштурушу керек. Бир сааттык тренинг учурунда мындай тапшырмалар кеминде 3-4 болуш керек. Маанилүү учур: өздөштүрүлгөн билимдерди текшерүүнүн башкы куралы болгон акыркы жыйынтыктоочу тапшырма кызыгууну жараткан оюн элементин камтышы керек.

Мындан тышкары, командалар ар бир катышуучусунун активдүү катышкандыгы үчүн кошумча «философиялык таштарга» ээ боло алышат – жалпы командалык дискуссия учурунда айтылган мессеждер, жооптор, божомолдоолор эске алынат.

Жеңүүчү команда жөнүндөгү кызыгууну сабактын аягына чейин кармап туруу үчүн, ар бир команданын топтогон «философиялык таштары» тренингдин кезектеги этабы бүткөн сайын «сандыкчаларга» салынып турат (Сандык катары анча чоң эмес кооздолгон коробчаларды колдонсо болот. Ар бир команданын өз «сандыкчасы» болот).

Соңку чечүүчү көнүгүүдөн кийин «таштар» «сандыкчалардан» чыгарылып, санак жүрөт. Эсептөөнүн жыйынтыгы менен тренинг-оюндун шарттуу жеңүүчүсү аныкталат. Жеңүүчүлөргө чакан белектер берилиши мүмкүн (уюштуруучулардын каалосуна жараша).

«Медиасабаттуулук брейн-ринги» оюну

Бул универсалдуу оюн – аны медиасабаттуулук боюнча каалаган тема үчүн колдонсо болот (окутуу, билимдерди бышыктоо). Оюн командалардын кейс тапшырмаларды чечүүсүнө негизделген.

Сабактын катышуучулары 2-4 командага бөлүнөт (команда мүчөлөрүнүн эң ыңгайлуу саны 3-4 адам). Ар бир команданын өзүнүн орду бар (мисалы столдун тегереги). Мүмкүн болсо командалардын ортосундагы аралык кеминде 1-1,5 м болгону жакшы.

Оюн раунд системасы боюнча жүрөт. Ар бир раундда бирден тапшырма ойнотулат. Тапшырма төмөндөгүдөй түзүлүшү мүмкүн: шарты (кырдаалдын сүрөттөлүшү, кейс ж.б.) + 2-4 суроо. Тапшырманын татаалдыгына жараша (ар бир раунд сайын тапшырмаларды улам татаалыраак кылса жакшы болот) командаларга 5-10 мүнөт берилет.

Раунд башталаар алдында командалар тапшырмаларын алышат, мисалы кагазга басып чыгарылган, бирок экиге бүктөлүп коюлган (же конвертке салып коюу керек), мөөнөтүнөн эрте талкуу башталып кетпеши керек.

Раунддун башталышын алып баруучу (анын ролун тренер/ментор аткарат) жарыялайт. Ал талкуунун жүрүшүнө да көз салат. Эгер 4 командадан көп болсо же бир командада 6-8 киши болсо (5-6дан ашпаганы жакшы), «жардамчы-байкоочуларды» тартуу керек, алар ар бир команданын жанында туруп талкуунун жүрүшүнө байкоо салышат (жардамчы катары башка мугалимдерди, тренерлерди чакырууга болот).

Убакыт бүткөндө командалар жооптору менен тааныштырат. Маанилүү учур: командалар кезеги менен жооп беришет. Улам кийинки раундда командалардын кезеги алмашат.

Командалардын жоопторуна – 1-3 мүнөт берилет. Оюндун алдында командалардын жооптору оригиналдуу болушуна басым жасалат: командалар суроолорго өз жоопторун бериши керек. Мурунку команданын жоопторунан кандайдыр бир элементтерди кошуп алууга көзөмөл кылынат. Мындан тышкары, катышуучуларга эскертилет, башкалардын жоопторунан уурдап алуу каталарга алып келиши мүмкүн.

Тренер (зарыл болгон учурларда жардамчылар) ар бир команданын жоопторун жазып турат. Группанын бир өкүлү жооп берсе болот же, бир нече катышуучу жооп бере алат. Жооп берүү укугу башка командага өткөндөн кийин мурунку команда өз жообун толуктай албайт.

Бардык командалар жоопторун берип болгон соң, тренер жоопторго комментарий берип, позитивдүү учурлар менен каталарга көңүл бурат. Катышуучулардын билимдеринин мейкиндигин кеңейтүү үчүн тренер тарабынан тапшырманын темасы боюнча кошумча маалымат даярдалып коюлууга тийиш, ал жооптордун анализи айтылып жаткан учурда окулат – бул окутуудагы кошумча толуктоочу учур болуп саналат.

Жооптор бааланып бүткөн соң, командалардын жыйынтыктары «таблого жазылат» – бул үчүн уячаларга бөлүнгөн флипчартты колдонсо болот.

Туура жоопко 2 упай берилет. Так эмес жоопторго – 1-1,5 (каталардын санына жараша). Айрым бир бөлүгү туура жоопторго (кээ бир элементтери туура көрсөтүлгөн) – 0,5 упай.

Баарынан көп упай топтогон команда жеңишке ээ болот.

«ШЕРЛОКТОР». Интернеттен маалымат издөө көндүмдөрүн өнүктүрө турган оюн. (автор: Алёна Кошкина)

Класс/группа 3-5 адамдан турган бир нече командаларга бөлүнөт. Ар бир командага 3 суроо жазылган карточка берилет.

Тапшырма: бул маселе боюнча интернеттен маалымат тапкыла жана маалыматтын булагын көрсөткүлө.

Аткаруу убактысы – 10 мүнөт. Карточкалардагы суроолордун мисалдары:

1. 2015-жылдагы эң кымбат картинанын баасы канча турат, аталышы кандай жана аны ким сатып алган?
2. АУЭС университетиндеги «Информатика» предметине мамлекеттик гранттардын саны канча?
3. NASA маалыматы боюнча, 2018-жылы Марс тереңдиктерин изилдөө миссиясы кайсы жерде жүргөн?

«ИНФОРМАТОР». Эске тутуу көндүмдөрүн өнүктүрүүгө арналган оюн. (автор: Алёна Кошкина)

Класс/группа 5-7 адамдан турган командаларга бөлүнөт. Команданын бир катышуучусун биринчи булак деп белгилеп алгыла («Б»), а башка бир катышуучуну информатор кылып дайындагыла («И»).

Тапшырма: «Б» карточкадагы жаңылык менен 5 мүнөттүн ичинде таанышып чыгат. Жаңылык каалаган мазмунда болушу мүмкүн, бирок кармандар, окуя болуп өткөн орду жана убактысы, ар кандай сандарга байланыштуу деталдар болушунча көп болууга тийиш (аттары, сырткы келбетинин сүрөттөлүшү ж.б.). «Б» бул маалыматты команданын катышуучуларынан бирине айтат, ал катышуучу кийинки катышуучуга, ошентип чынжырча уланат.

Бирок мурдагы катышуучулар кийинки угуучуга жардам берип, деталдарын толуктап же кошумчалай албайт, ал эми жаңылыкты күтүп жаткан катышуучулар ары жакта турушат, кезеги келмейинче эмне айтылып жатканын угушпайт.

«И» маалыматты алган акыркы катышуучу болууга тийиш.

«И» эстеп калган маалыматтарын жазып алат да, доскага барып окуп берет. Андан соң «Б» баштапкы жаңылыкты окуп берет. Катышуучулар «И» айтып берген маалымат эмне үчүн толук эмес экенин себебин, эгер реалдуу жашоодо ММКлардагы маанилүү маалымат окурмандарга жетпей калса болсо эмне болоорун талкуулашат.

Аткаруу убактысы – 15 мүнөт.

Жаңылыктардын мисалдары:

Starlink интернет-спутнигинин 60 даана кезектеги партиясын алып Falcon 9 орбитага сапар алды

Оор ракета-ташыгыч Falcon 9 дүйшөмбү күнү Starlink системасынын глобалдык интернет тармагын кеңейтүүнү улантууга арналган 60 мини-спутнигин алып орбитага ийгиликтүү учуп кетти, деп билдирет SpaceX компаниясы.

SpaceX компаниясы Жердин жашоочуларын планетанын кайсы бурчунан болбосун кең тилкелүү интернет менен камсыз кыла турган толук масштабдуу тармакты түзүү үчүн 12 миң аппараттан турган орбиталык топту түзүүнү пландоодо.

Алардын бардыгы 2020-жылдан кийин орбитага чыгарылат деп болжолунун жатат. Долбоорду ишке ашыруу үчүн каралган инвестициянын суммасы \$10 млрд.

Буга чейин SpaceX компаниясынын ээси Илон Маск билдирген, минималдык деңгээлде камсыз кылууга кеминде 60 спутник менен алты жолу ракета учуруу керек, б.а. 360 аппарат, ал эми орточо эсеп менен 12 учуруу болсо 720 аппараттан турган топту куроого болот.

Жолу жок: лотереядан утулуп калып, жаш улан кассирди сабап, тоноп кетүүгө аракет кылган

22-октябрь куну кечки саат 9да лотереялык кеңсеге эркек адам келген. Өзүнүн утпай калганын көрүп, ачуусу келип, кассир отурган тосмодон секирип түшкөн. Аялга кол салып, бир нече жолу уруп жиберген, бирок кассир буга карабай кассаны жаап, жардам чакыруу баскычын басып үлгүргөн. Кассада 73 000 тенге болгон.

Полицияны күзөт агенттигинин кызматкери чакырган. Кароолчу окуя болуп жатканда ошол эле имаратта болгон, бирок ортого түшүп, тоноочуга тоскоол болуу аракетин көргөн эмес.

Окуя болгон жерге келген «Кыран-43» патрулдук экипаждын кызматкерлери ыкчам башкаруу Борборунун камераларынын жардамы менен 26 жашар эч жерде иштебеген, мурда соттолбогон уланды кармашкан, деп билдирет шаар полиция Башкармалыгынын басма-сөз кызматы.

Шектелүүчүгө карата ККнин 191-беренесинин 2-бөлүгү, 24-беренесинин 3-бөлүгү «Тоноо» боюнча сотко чейинки иликтөө иштери жүргүзүлүүдө.

Коркушкан жок: колледждин эки студенти улгайган аялды өрттөн сактап калды

Өрт 24-октябрда кечки саат 22.00до Депутаттар көчөсүндөгү турак-жайда, болжол менен көмүр сакталчу кампадан башталган. Жалын көз ирмемде коңшулаш үйгө жана чарбалык курулуштарга өткөн.

Ушул учурда колледждин эки студенти Алишер Аянулы, 17 жаш, жана Денис Пичугин, 18 жаш, үйдүн жанынан өтүп бара жатышкан, алар коркуп калбастан үй ээлерин ойготушкан.

Коңшу үйдө улгайган аял болгон. Алишер Аянулы айнекти чагып, түтүн каптаган үйгө кирип барган. Ушул убакта анын жолдошу Денис Пичугин эшиктен кирип, көз ачырбаган түтүндөн экөөлөп 86 жашар аялды таап, кооптуу жерден алып чыгышкан.

Өрт болгон жайга жетип келген №5 өрт бөлүмүнүн куткаруучулары 190 метр квадрат аянттагы өрттү өчүрүшкөн. Өрттүн чыгуу себеби такталууда.

«КЛИКБЕЙТ». Контент түзүү көндүмдөрүн өнүктүрүүгө арналган оюн (автор: Алёна Кошкина)

Катышуучулар «кликбейт» терминин талкуулашат:

1. Кликбейт деген эмне?
2. Публикацияларды эмне кликбейтке айлантатат?
3. Кликбейттин өзгөчөлүгү эмнеде?

Ошондой эле, каалаган баш сөз/публикацияны клийбейтке айлантат турган шарттар:

- Азгырган баш сөз;
- «сен» деп кайрылып диалог кылып жаткандай сезим калтыруу, «ушул», «мобу», «ушулар» деген сыяктуу ат атоочторду колдонуу ;
- «Сен буга ишенбейсиң!», «Эмне кылсаң да таппайсың...»;
- Апыртып сүрөттөө;
- Превьюда кызыктырган же нес кылган сүрөттөрдү колдонуу;
- Оңой акча табууга убадалар, акысыз же арзан товарлар, чоң сумманы үнөмдөп калуу мүмкүнчүлүктөрү;
- Белгилүү бир пайда алып келе турган кандайдыр бир сырды ачуу убадасы.

Тапшырма: 3-5 адамдан турган командалар кликбейт жасашат – чуулгандуу баш сөз, сүрөтү бар кыскача жаңылык. Командаларга өз презентацияларын жасоо үчүн чоң барактар, маркерлер, кайчы, журнал жана гезиттер берилет. Андан соң командалар өз иштерин тааныштырат, жалпы катышуучулар алардын көпчүлүгү ачып кире турган «мыкты» кликбейтке добуш беришет. Андан кийин мындай публикацияларды ачуунун коркунучтарын талкуулашат.

Аткаруу убактысы – 15 мүнөт. Презентация кылууга – 3 мүнөт берилет.

«ПАРОЛЬМЕЙКЕР». Аккаунтту коргоо боюнча билимдер менен көндүмдөрдү өстүрүүгө арналган оюн. (автор: Алёна Кошкина)

Тапшырма: 3-5 адамдан турган ар бир команда ырдын үзүндүсү жазылган карточка алышат.

Маанилүү: карточкада жазылганды үн чыгарып окуганга болбойт, башка команда туура жоопту угуп албашы керек. Бул саптар пароль катары колдо-

нуу үчүн жакшылап жашырылышы керек. Командалар тапшырмаларын аткарып болгон соң, ойлоп тапкан паролун башка катышуучуларга көрсөтөт, алар эмне пароль экенин табышы керек.

Андан соң командалар ишенимдүү пароль түзүү үчүн кандай шарттар сакталышы керек экенин талкуулашат:

- Төмөнкү да, жогорку да регистрдагы тамгаларды, андан сырткары сандарды жана башка символдорду колдонгула;
- Пароль катары атыңарды, туулган күнүн, qwerty сыяктуу анык сөздөрдү, 1234567890 ж.б. колдонууга болбойт;
- Ар кайсы аккаунт үчүн ар кандай пароль колдонгула;
- Өзүңөргө гана түшүнүктүү болгон фразаларды, ассоциацияларды ойлоп таап, аларды пароль кылып жашыргыла.

Аткаруу убактысы – 5 мүнөт.

Паролдордун мисалдары:

UbRbman! U – you – сен. B – bee – аары. R – мен. Bman – beeman – бал челекчи. Ырдын үзүндүсүнө мисал:

Твои слова водица – так не годится.

Незабудка – сенин сүйүктүү гүлүң.

Кайда жүрбөйүн, суу бут кийим менен сага барам.

Райондор, кварталдар, конуштар.

Ал сени өөл, сүйөөрүн айтат.

«ПРОДАКШН». Тармактагы коопсуздук боюнча билимдерди жогорулатууга арналган оюн. (автор: Алёна Кошкина)

Катышуучулар төмөнкү маселелерди талкуулашат:

1. Соцтармактар эмнеге арналган?
2. Интернет-шылуундук деген эмне жана анын кандай түрлөрүн билесиңер?
3. Ал кандай кесепеттерге ээ?
4. Андан кантип коргонуу керек?
5. Ал кандай максатта жасалат?

Тапшырма: 3-5 адамдан турган командалар карточкадагы кырдаалдардын деталдарын ойлоп табышат жана ал темага мини-сценка даярдашат. Андан соң ар бир команда ойноп берет.

Катышуучулар төмөнкүлөрдү талкуулашат:

1. Соцтармактарда жагымсыз окуяларга же күмөндүү адамдарга туш болуп көргөнсүңөрбү?
2. Сценкада көрсөтүлгөндөй кырдаалга туш болуп көргөнсүңөрбү?
3. Мындай кырдаалдарга туш болбоо үчүн эмне кылуу керек деп ойлойсуңар?

Жана төмөнкү кеңештерди беришет:

- Шектүү адамдардан оолак болгула. Маектешиңер туурасында көбүрөөк билгенге аракет кылгыла – анын сөздөрүнүн чындыгын текшергиле, ал силерге кандай максатта жазып жатканын билгиле;
- Соцтармактарда жеке маалыматтарды ачык жарыялоодон алыс болгула – жеке маалыматтарыңарга өзүңөр ишенген адамдар гана кире алгандай кылып чектөө койгула;
- Кат жазышуу учурунда паролдоруңарды, эсептериңерди, жеке маалыматтарды, карта номерлерин ж.б. жазбагыла;
- Чоочун каражаттарда өз баракчаларыңарды ачык калтырбагыла, издөө таржымалдарын жана кэштерди тазалап тургула;
- Кликбейттерге, кеңири таратылган ар кандай маалыматтарга ж.б. азгырган сунуштарга ишенбегиле.

Даярданууга 10 мүнөт убакыт берилет. Сөз сүйлөөгө 3 мүнөт берилет.

Карточкалардагы кырдаалдарга мисалдар:

1. Шектүү таанышуулар жана бейтааныш адам менен баарлашуу.
Маектешиңер өзүн башка адам катары көрсөтүп, чоочун жерге жана кеч убакта жолугушууга чакырууда.

2. Жардам сунуштоо же көңүл бурдуруу шылтоосу менен белгисиз булактарга шилтемелерди таратуу.
Маектешиңер петиция үчүн добуш чогултууга же добуш берүүдө жеңүүгө жардам сурап, силердин баракчаңарды буза турган же вирус «жуктура» турган шилтемелерди калтырышат.

3. Актвидүүлүгү шек жараткан коомчулуктарга же уюмдарга кирүүнү сунушташат.
Жардам иретинде же баарлашуу ниетин билдирүү аркылуу адамды

мыйзамсыз демилгелер менен алектенген топко кирүүгө азгырышы мүмкүн (мисалы, «Синий кит»).

4. Алдоо жолу менен адамдын жеке маалыматтарын андан ары өз максатында пайдалануу үчүн алуу.

Ата-энеңер туурасында маалымат – аты-жөнү, документтери, ИНН – бул маалыматтарды бирдик салууга же акча которуу үчүн, конкурста жеңип алган сыйлыгыңды жөнөтөбүз деп сурашы мүмкүн – чындыгында алар бул маалыматтарды насыя алууга, эсептен акча чыгарып алууга колдонушу ыктымал.

5. Соцтармактарда жеке сүрөттөрдү жайгаштыруу.

Уруулар силердин соцтармактагы сүрөттөрүңөргө жана окуяларыңарга дайыма көз салып, силер бир жакка кеткенде дарегиңерди таап алганга аракет кылышат.



«Медиа Сабак» билим берүүчү порталы – бул Борбор Азиядагы мектеп жашындагы балдарды медиа-маалыматтык сабаттуулукка окута турган биринчи платформа. Платформада каалагандардын бардыгы ММС боюнча онлайн курстан өтүп, өзүн жана өзүнүн билимдерин оюн формасында текшере алат. «Медиа Сабак» порталы төмөнкү шилтеме боюнча жеткиликтүү: <https://www.mediasabak.org/ru/>



QLEVER оюн платформасы – бул билим берүүчү -көнүл ачуучу онлайн портал, ал Android операциялык системасынын базасындагы бардык санариптик каражаттар үчүн жетиликтүү жана www.qlever.asia вебсайтына Chrome, Mozilla Firefox, Microsoft Edge, Safari, Opera браузерлери аркылуу кирсе болот. Биздин оюн экспериментибиздин максаты – Борбор Азия жаштарынын коопсуздугу жана туруктуулугу үчүн фейк маалыматтарды жана кастык тилин аныктоо боюнча маанилүү көндүмдөрү менен методдорун бекемдөөгө жардам берүү.

Оюн платформасынын контенти долбоор ишке ашырылып жаткан өлкөлөрдө жүргүзүлгөн мониторингдин жыйынтыктарына негизделген. Бул мониторинг кастык тилинин, фейктердин, дезинформация мисалдарын аныктайт. Оюндарды иштеп чыгууда мындай мисалдарды жана мониторингдин жыйынтыктарын колдонуу бир гана билим берүү – агартуучулук максаттарды көздөйт, жергиликтүү өлкө мыйзамдарына каршы келе турган башка максаттарда колдонуу ниети жок.

ПАЙДАЛАНЫЛГАН АДАБИЯТТАРДЫН ТИЗМЕСИ

1. «Фактчекинг журналисттик иликтөөлөрдүн тренди катары: мүмкүнчүлүктөр жана перспективалары»: практикалык колдонмо/ А.М. Гороховский. – Кайра басылышы, 2018.
2. «Улуу контенттер доорундагы сынчыл ой жүгүртүү» аттуу сегизинчи эл аралык илимий-методикалык конференциянын макалаларынын жыйнагы. – Киев: Эркин Пресса Борбору, Украина прессасынын Академиясы, 2020.
3. «Медиасабаттуулук боюнча мультипликаторлор үчүн практикалык колдонмо»/Жалпы ред. В.Ф. Иванов. – Киев: Эркин Пресса Борбору, Украина прессасынын Академиясы, 2019.
4. «Коммуникация маалыматты жеңет: калптар дүйнөсү кантип көп учурда чындыктар дүйнөсүн жеңет»: макала/ Г.Г. Почепцов. – Rezonans.kz, 2020.
5. «Виртуалдык реалдуулуктагы маалыматтык согуштардан тартып»: макала/ Г.Г. Почепцов. – Журнал «Айкап», 2020.
6. «Пропаганда башкалардын мээсин башкаруу искусствосунун түбөлүктүү жаш куралы»: макала/ Г.Г. Почепцов. – Rezonans.kz, 2021.
7. «Заманбап маалыматтык мейкиндик түзүүдөгү фейктер менен пропаганда»: макала /Г.Г. Почепцов. – Украина прессасынын Академиясы, 2020.
8. «Дипфейк жана дезинформация»: Методикалык колдонмо/ Агнешка М. Вальорска; нем. тилинен кот. В.А. Олейник. – М.: Украина прессасынын Академиясы, 2020.
9. «Массалык маалымат жана коммуникация теориясы»/ С.В. Партыко. – Львов: Афиша, 2008.
10. «ММК коомго манипулятивдик таасир этүү каналы катары»: макала/ Я.Полищук, С.Гнатюк, Н.Сейлова. – Ukrainian Scientific Journal of Information Security, 2015.
11. «Маалыматтын түрлөрү жана касиеттери»: макала/ Викиучебник, 2020.
12. «Маалыматтын классификациясы»: макала/ Сөздүктөр жана энциклопедиялар. – Академика, 2020.

ЭСКЕРТМЕЛЕР ҮЧҮН

