



ҮГҮТ

ГЕЗИТ

МЕДИА
МААЛЫМАТТЫК
САБАТТУУЛУК

МЕДИА

КАБАРЧЫ

ПИКИР

МАНИПУЛЯЦИЯ

ММК

ФЕЙК
ЖАҢЫЛЫКТАРЫ

ЖАРНАМА

ЖАҢЫЛЫК

ТЕЛЕВИДЕНИЕ

СЮЖЕТ

МААЛЫМАТ

Бүгүн биз силер менен медиа маалыматтык сабаттуулук туурасында сөз кылабыз маалымат деген эмне, ММКларга эмнелер кирет, заманбап жашоодо медианын ролу кандай деген маселелерди талкуулайбыз жана медиа продуктулардын анализин жүргүзөбүз. Маалыматтын кандай түрлөрүн кезиктиришиңер мүмкүн экени туурасында сөз болот, ошондой эле, бүгүнкү күндө жашоонун бардык чөйрөсүндө маалыматтык агымдар кандай олуттуу таасир тийгизип жатканын билебиз. Жана эң башкысы, маалыматты аң-сезимдүүлүк менен пайдалануу силердин сын көз менен ой жүгүртүүңөргө жана силердин маалымат агымын таратып жаткандардын манипуляциясынын бутасына айланбоо жөндөмдүүлүгүңөргө тийгизген таасири туурасында сүйлөшөбүз.

1-ТЕМА: МААЛЫМАТ (ИНФОРМАЦИЯ)

Маалымат деген эмне? Маалыматтын кандай түрлөрү бар? “Маалыматтык фастфуд” деген эмне? Пропаганда менен манипуляциянын айырмасы эмне? Силердин жашооңорго маалымат кандай таасир этип жатат? Бул сабакта мына ушул суроолорго жооп алабыз. Анда баштайлы!

1 – көнүгүү « Маалымат деген эмне??» (Жалпы убактысы – 13 мин.)

1 - КАДАМ (5 мин.): Үч топко бөлүнгүлө. Ар бир топ бирден флип жана сүрөттү тартканы материал алгыла. Тапшырма: “Маалымат силердин жашооңордо кандай мааниге ээ? Силердин жашооңордо кандай маалымат кездешет?”, деген суроолорду талкуулап, жообун сүрөтүн тарткыла

3 - КАДАМ (3 мин.): Өз жообуңарды бардык топтордун алдында тааныштыргыла.

3 - КАДАМ (2 мин.): №1 «Маалымат деген эмне» деген видеону көргүлө:

<https://www.youtube.com/watch?v=e8NOs9q4lwA&edit=vd>

4-КАДАМ (1 мин.): Биринчи жана экинчи болуп эки топко бөлүнгүлө. Ар бир топ бир карточкалар тобун жана бир флип алгыла.

- баалоочу (баа берүү)
- пикирди өзгөртүү
- билим (билүү, үйрөнүү)
- сезим туудуруу (ынандыруу, ишендируүү)
- Чакырык (чакыруу)
- агартуу (таанып билүү, түшүндүрүү)
- окуяны сүрөттөп берүү
- маек (баарлашуу)
- таасир (таасир этүү)
- агитация (үндөө, үгүт жүргүзүү)
- объективдүүлүк

7 – КҮН - МИГ

- реклама (рекламалоо)
- билдирүү (кабарлоо)

5 - КАДАМ (2 мин): Кайсы сөздөр маалымдоого, кайсы сөздөр пропагандага тиешелүү экенин аныктагыла. Сөздөрдүн маанисине мисал келтиргиле.

Маалымдоо	Пропаганда

6 - КАДАМ (1 мин): Жообуңарды окуп андан соң текшергиле



Маалымдоо – маалымдайт, түшүндүрөт, БИРОК, даяр чечимдерди бербейт.

Пропаганда – маалымдайт, түшүндүрөт, ишендирет, БИРОК, жаман атты кылат, манипуляциялайт.

2 - көнүгүү «Постерлер?» (Жалпы убактысы – 14 мин.)

1 - КАДАМ (3 мин.): Үч топко бөлүнгүлө. Ар бир топ карточкалар жыйнагын жана бирден таблица алгыла. Тапшырма: ар бир постер кандай билдирүүгө тиешелүү экенин аныктагыла:



1. _____



2. _____



3. _____



4. _____



5. _____



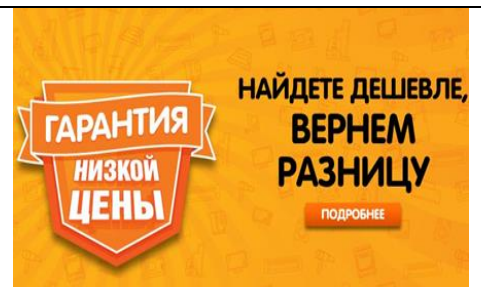
6. _____



7. _____



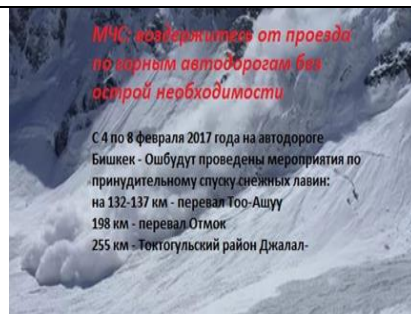
8. _____



9. _____



10. _____



11. _____



12. _____

7 – КҮН - МИГ

<p>Социалдык реклама:</p> <p>СССР мезгилиндеги постер. Алкоголду колдонууга каршы социалдык реклама.</p>	<p>Реклама:</p> <p>Постер дүйнөгө белгилүү суусундукту рекламалайт.</p>	<p>Пропаганда:</p> <p>Экинчи Дүйнөлүк Согуштагы советтик пропаганда, анда орус-англис учкучтарынын “достук жолугушуусун” сүрөттөп жатат.</p> <p>Берлин үстүндөгү жолугушуу</p>
<p>Реклама:</p> <p>Постер «Kit-Kat» батончигин рекламалап жатат. “Эс алууга убакыт болсо – Кит-Кат да болот”.</p>	<p>Маалымдоо</p> <p>Күтүлүп жаткан масленница туурасында маалымат берүү.</p>	<p>Социалдык реклама</p> <p>Аялдардын укугу туурасында социалдык реклама.</p>
<p>Социалдык реклама</p> <p>Тазалык боюнча социалдык реклама.</p>	<p>PR-кампания</p> <p>Уюлдук операторду рекламалоонун үлгүсү</p>	<p>Агитация</p> <p>Шайлоо алдындагы үгүт</p>
<p>Маалымдоо</p> <p>ӨКМдин кар көчкү түшөөрү туурасында билдирүүсү жана кооптуу жол участкаларында жолдо жүрүүгө эскертүү берүү</p>	<p>Пропаганда</p>	<p>PR-кампания</p> <p>«Технодом» соода борборунун рекламалык кампаниясы</p>

2 - КАДАМ (3 мин): Жообуңарды окугула. Туура жооптор менен салыштыргыла. Жооптор конвертте. Визуалдуу материалдардын түрлөрү жөнүндөгү текстти окуп чыккыла.

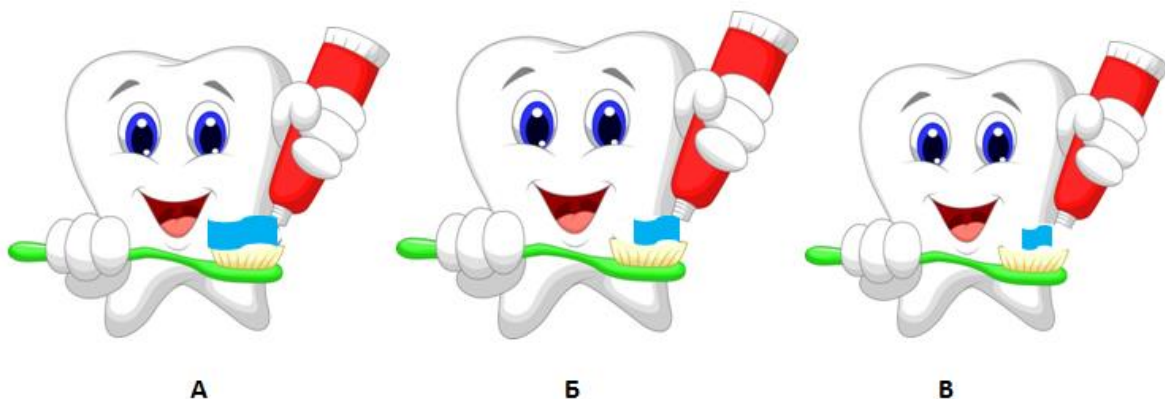
3 - КАДАМ (5 мин): Үч топтун ичинде, лагерге кыска реклама ойлоп тапкыла (текст, сүрөт жана сценка түрүндө). Ар бир топ ор кандай эки түрдө/ формада даярдайт.

- 1 - топ: маалымдоо; социалдык реклама
- 2 - топ: реклама, агитация
- 3 - топ: пропаганда; PR-кампания

4 - КАДАМ (3 мин): Ар бир топ рекламаңарды башкаларга көргөзгүлө

3 - көнүгүү. (Жалпы актысы – 18 мин.)

1 - КАДАМ (2 мин.): Сүрөттү карагыла. Ар бириңер өз алдынча жооп бергиле, тиш щёткага силер канчалык көп тиш пастасын сыгасыңар? Эмне үчүн?



2 - КАДАМ (1 мин.): Сүрөттө көрсөтүлгөндөй канчалык көп тиш пастасын сыкканыңарга жараша А, Б жана В болуп үч топко бөлүнгүлө.

3 - КАДАМ (2 мин.): Суроолорго жооп бергиле:

1. Эмне үчүн сиз ушунча тиш пастасын колдоносуз? Жообуңузду далилдеңиз.
2. «А сиз билесизби, тиш жууганга канча тиш пастасы колдонулушу керек?»

4 - КАДАМ (2 мин.): Чынында врачтар тиш пастаны бир кичине тоголок – буурчактай эле колдонууну сунуштайт. Бул тишти тазалаганга толук жетет.



Тиш пастасын мындай көп колдонууну бизге реклама таңуулап койгон, анткени ар бир рекламдан биз тиш щётканы бойлото толук сыгылган тиш пастасын көрөбүз. Бул тиш пастанын көп сатылышы үчүн колдонулган маркетингдик амал.

Рекламанын адамга тийгизген таасири туурасында жашоодон алынган мисалдарды келтиргиле.

5 - кадам (3 мин.): *Текстти окугула*

Манипуляция амалдары – жалаң эле рекламада колдонулбайт. Информация коомдук аң-сезимди манипуляция кылуунун куралы болуп калат. Кандайдыр бир окуя, көрүнүш боюнча бул же тигил көз карашты калыптандыруу керек болгондо маалымат абдан чоң жардам берет. Массалык маалымат каражаттары пропаганданын куралы болушу мүмкүн. Бул ушундай күчтүү курал, бир улутту экинчи улуттун өкүлдөрүн ырайымсыз түрдө жок кылууга мажбурлай алган эбегейсиз чоң күчкө ээ.

Мисалы, Йозеф Геббельс – Гитлердин убагындагы Германиянын пропаганда министри - национал - социалисттердин популярдуулугунун өсүшүнө чоң салым кошкон. Ал фашизм идеясын алдыга жылдыруу үчүн радио, кинематографты активдүү пайдаланган, анткени телевидение ал кезде анча кеңири тараган эмес, мунун менен ал холокосттун

7 – КҮН - МИГ

уюштуруучуларынын бир болуп калды, анткени еврейлерди жок кылуу идеясына бүтүндөй бир өлкөнү идеологиялык жактан даярдап койгон.

6 - КАДАМ (5 мин.): Биринчи жана экинчи болуп эки топко бөлүнгүлө. Ар бир топ карточкалардын топтомун алгыла. Тапшырма: ар бир саптагы бул эки сүйлөмдүн кайсынысы факт, кайсынысы пикир болуп эсептелет.

1	а) Билим берүү министрлиги кыштын суук болгонуна байланыштуу Кыргызстандын мектептериндеги каникулду узартты.	б) Кыш суук болду, ошондуктан билим берүү министрлиги мектептердеги каникулду узартышы керек.
2	а) Саягы, ал бизге каникул узарганы туурасында жарыяланганы үчүн күлүп жатат.	б) Ал каникул узарганын укканда күлүп ийди.
3	а) Сага спорт менен алектенүү абдан пайдалуу болмок.	б) Спорт менен машыгуу менин досумдун ден соолугун жакшыртууга жардам берди.
4	а) Көп миллион жылдар мурда Жерде динозаврлар жашаган.	б) Балким, Жерде климат кескин өзгөрүп баштаганы үчүн динозаврлар кырылып калса керек.
5	а) 2016 – жылы Кыргызстанда биринчи жолу дефляция катталды.	б) Дефляция компаниялардын кирешелеринин азайышына алып келиши мүмкүн.
6	а) Эгер марсоход CURIOSITY Марста жашоонун белгилерин тапса, башка планеталык келгиндердин куугунчулары жыргашат.	б) Марсход CURIOSITY Марста жашоонун белгилерин тапкан жок.
7	а) Салык өлчөмдөрү төмөндөтүлгөндөн кийин өлкөнүн экономикалык көрсөткүчтөрү жакшырды.	б) Өлкөнүн экономикалык көрсөткүчтөрүнүн жакшырышына салык өлчөмдөрүнүн төмөндөтүлүшү жардам берди көрүнөт.
8	а) Жакшы төлөнгөн жумуш табуу үчүн, сен англис тилин үйрөнүшүң керек.	б) Менин агам англис тилин үйрөндү, анан ага жакшы жумуш сунушташты.
9	а) Келечектеги медик үчүн, менин оюмча, ал биологияга өтө аз көңүл бөлдү.	б) Ал абдан биологияны абдан тырышып окуган, ошондуктан кирүү экзаменин оңой эле тапшырды
10	а) Эртең биз убактыбызды тоодо өткөрөбүз.	б) Эртең биз тоодо жакшы убакыт өткөрөбүз.

7 - КАДАМ (2 мин.): Ар бир топ кезек менен жообуңарды окугула.

8 - КАДАМ (2 мин.): Жоопторуңарды текшергиле

Баарлашуу (Жалпы убактысы – 5 мин.)

Келгиле сабагыбызды жыйынтыктайлы:

Негизгиси

Бул сабакта биз маалымат деген эмне, анын кандай түрлөрү бар экенин талдоого аракет кылдык. Информация – бул айлана-чөйрө жөнүндөгү бардык билдирүүлөр экенин билдик, ошондой эле, маалыматты аң-сезимдүү пайдалануу биздин сын көз караш менен ой жүгүртүүбүзгө, маалымат агымын тараткандардын манипуляциясынын объектисине айланып калбоо жөндөмдүүлүгүбүзгө таасир этээрин билдик.

3 – көнүгүү. Туура жооптор:

фактылар: 1а, 2б,3б, 4а, 5а. 6б, 7а, 8б, 9б, 10а

пикир: 1б, 2а, 3а, 4б, 5б, 6а, 7б, 8а, 9а, 10б

Эми ММК туурасында сөз кылалы. Тренингдин жүрүшүндө биз ошондой эле массалык маалымат каражаттарына эмнелер кирет, алардын функциялары кандай, коомдо кандай роль ойнойт деген маселелерди да талдоого аракет кылабыз. Журналисттик маалымат кандай болушу керектигин, алдыбызда сапаттуу журналистикалык продукт турганын түшүнүү үчүн ал кандай критерийлерге жооп бериши керектигин карайбыз. Мындан тышкары, “фейк жаңылыктары” боюнча иликтөө жүргүзөбүз, жана фейк жаңылыктарды аныктоо жөндөмдүүлүктөрүн үйрөнөбүз.

ММК деген эмне? ММКга эмнелер кирет? ММКнын функциясы эмне? Журналист деген ким? ММКга кандай жаңылыктар кызыктуу? “Фейк жаңылык” деген эмне? Бул сабакта мына ушул суроолорго жооп алабыз. Кеттик анда!

1 - көнүгүү (жалпы убактысы – 10 минут)

1 - КАДАМ (4 мин.): Үч топко бөлүнгүлө. Ар бир топ төмөнкү суроолорго өз жоопторуңарды даярдагыла.

1 группа: ММК деген эмне? ММК аларга эмне кирет?

2 группа: ММК функцияларын атагыла?

3 группа: Журналисттин портретин түзгүлө?

2 - КАДАМ (3 мин.): Өз жообуңарды бардык топтордун алдында тааныштыргыла.

3 - КАДАМ (3 мин.): Эми келгиле карап көрөлү, сөздүктөрдө ММКга кандай аныктамалар берилет. Текстти окуп чыгып, өзүңөрдүн жазган жоопторуңар менен салыштыргыла. Кандай жалпылык бар экен?

Массалык маалымат каражаттары (ММК) – техникалык каражаттар аркылуу коомдо ачык маалымат таратуу үчүн түзүлгөн мекеме же анын өзүнчө тобу. ММК маалымат чогултат, талдайт андан соң өзүнүн аудиториясына жеткирет.

ММК түрлөрү

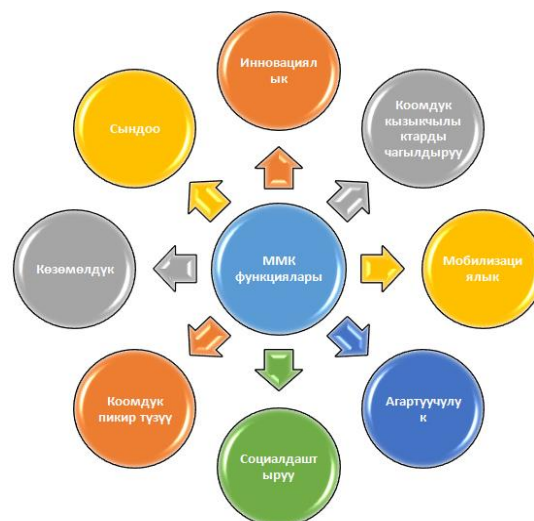


ММКларга гезиттер, журналдар жана алардын тиркемелери, альманахтар, китептер, бюллетендер, массалык таркатууга багытталган туруктуу аты бар бир жолу чыгарылчу басылмалар, теле жана радио берүүлөр, кино жана видео студиялар, мамлекеттик органдар, маалымат агенттиктери, саясий, коомдук жана башка уюмдар, жеке адамдар тарабынан чыгарылган аудиовизуалдык жазуу жана программалар кирет.

КРнын 1992 – жылдын 2-июлундагы №938-XII ММКлар жөнүндөгү мыйзамы (Редакцияда 08.05.1993 –ж. №1228-XII, 22.02.2013-ж. №29, 17.05.2014-ж. №69, 04.01.2017-ж. №1 КРнын мыйзамдары)

Internet жана тармактык басылмалар, маселен, «24.kg», «Zanoza» маалымат агенттиктери, интернет-гезиттер, “ММК жөнүндөгү мыйзам” боюнча Кыргызстанда ММКларга кирбейт. Бирок айрым маалымат-жаңылык багытындагы веб-сайты бар юридикалык субъектилер өзүлөрүнүн башка гезит, журнал, бюллетень сыяктуу продуктуларын ММК катары каттатышат.

Дүйнөдө дагы деле талаш жаратып келет, Internet массалык маалымат каражаты болуп эсептелеби? Бирок бир нерсени эске алуу керек, күндөн күнгө глобалдык желе барган сайын көп адамдар үчүн негизги маалымат булагына айланып барат.



2 - көнүгүү «ММК үчүн кандай маалымат кызыктуу болот?» (Жалпы убактысы – 9 минут)

1 - КАДАМ (3 мин.): “Журналисттик маалымат кандай болушу керек?” деген суроонун үстүндө ой жүгүрткүлө.



2 - кадам (3 мин.): Тексттерди окуп чыгып, жыйынтыктарды чыгаргыла
Информация кандай болушу керек:

- Калыс
- Толук
- Ишенимдүү
- Актуалдуу
- Ыкчам
- Түшүнүктүү
- Өз убагында
- Так

Маалыматтын толуктугу.

Маалымат кабыл алууга түшүнүктүү жана чечим кабыл алууга жетиштүү болсо, аны толук деп айтууга болот. Мисалы: Тарыхчынын кыялы – өткөн доорлор туурасында толук маалыматка ээ болуу. Бирок, тарыхый маалыматтар эч качан толук болбойт жана маалыматтын толуктугу тарыхый доордон узаган сайын азая баштайт. Ал тургай биздин көз алдыбызда өткөн окуялар толугу менен документтештирилбейт, көп нерселер унутулат, эскерүүлөр өзгөрө баштайт. Толук эмес маалымат туура эмес бүтүмгө же чечимге алып келиши мүмкүн.

Объективдүү маалымат

Информация эч кимдин көз карашынан, пикиринен көз каранды болбосо ал объективдүү деп эсептелет.

Мисалы:

“Эшикте күн жылуу” деген билдирүү субъективдүү маалымат, ал эми “эшикте 22°C» – бул объективдүү маалымат - бул факт, эгер термометр туура иштеп аткан болсо. Объективдүү маалыматты туура иштеген датчиктерден, ченегич приборлордон алууга болот. Конкреттүү адамдын аң-сезимине чагылуу менен маалымат информация объективдүү

болбой калат, анткени кайсы бир деңгээлде конкреттүү субъектин пикирине, ой жүгүртүүсүнө, тажрыйбасына, билимине жараша өзгөрөт.

4 - КАДАМ (3 мин.): Эми мисалдарды келтиргиле:

- Ишенимдүү информация
- Актуалдуу информация
- Ыкчам информация
- Түшүнүктүү информация
- Өз убагындагы информация
- Так информация

3 - КӨНУГҮҮ «Маалыматтык фастфуд» (Жалпы убактысы – 8 мин.)

21 – кылымды керектөөчүлөр кылым деп атап жүрүшөт, бул бир гана азык-түлүк, кийим-кече, гаджетке гана байланыштуу эмес, бул маалыматка да байланыштуу. Азыр ашыкча маалымат керектөө мезгили. Төмөнкү маалыматтар буга далил боло алат:

- Интернетте 204 000000 электрондук кат жөнөтүлөт
- Фэйсбукта 6 000000 баракча, 20 млн. сүрөт каралат, 2 460 000 пост жарыяланат.
- Youtube да 1 300000 ролик ойнотулат. Жана ушул эле порталга узактыгы 72 саат болгон видео билдирүү жүктөлөт, башкача айтканда, Youtubeka бир мүнөттө жүктөлгөн видеонун баарын көрүп чыгыш үчүн уктабай, тамак ичпей 3 сутка убакыт керек.
- Гугл издөө системасы 4 000 000 издөө операцияларын жүргүзөт.
- Вотсап-мессенджерде бир мүнөттө 347 222 сүрөт жөнөтүлөт.
- Твиттерде 277 000 пост жарыяланат.
- Инстаграмда 216 000 пост жарыяланат.

АР БИР МҮНӨТТӨ ИНТЕРНЕТТЕ ЭМНЕ БОЛУП ТУРАТ



[HTTP://WWW.THE-VILLAGE.RU/VILLAGE/BUSINESS/NEWS/157713-INTERNET](http://www.the-village.ru/village/business/news/157713-internet)

7 – КҮН - МИГ

Бул маалыматтар маалымат агымынын эбегейсиз чоңдугун жана ушунчалык көп сандаган контент өндүрүлгөнүн көрсөтүп турат.

1 – КАДАМ (2 мин.) «Маалыматтык «фастфуд» дегенди кандай түшүнөсүңөр, талкуулагыла? Дайыма жеңил маалыматты пайдалануу эмнеге алып келиши мүмкүн?

2 - КАДАМ (3 мин.): «Инфо фастфуд» деген Макстын мультфильмин көргүлө
<http://mediasabak.org/lesson/urok-5/>

3 – кадам (3 мин.): Күнүмдүк жашооңордо “жеңил маалыматты” колдонгон кездердин мисалын келтиргиле. Эгерде, ар дайым эле жеңил маалыматты колдонсо, эмне болушу мүмкүн?

4 – көнүгүү «Фейктер» (Жалпы убактысы – 21 мин.)

1 – КАДАМ (2 мин.): Дептерлерди ачып сүрөттү карагыла. Бул сүрөттүн таржымалын билсеңерби? Билсеңер айтып бергиле.



Ребяяаяяат, поспрашивайте, кому нужны щенки-долматинчики, породистые, за бесплатно. Иначе хозяева их утопят...(((
8-95[redacted]05
Перепостите пожалуйста

Достоооор, сураштырып көргүлөчү, кимге далматин -күчүктөрү керек, асыл тукум, бекер эле. Антпесе, кожоюн аларды сууга чөктүргөн жатат...(((

Постту тараткыла, сураныч

2 – КАДАМ (3 мин.): Талкуу үчүн суроолор:

1. Бул жарыяны окуп, асыл тукум күчүк алууну каалагандар канчалык көп болушу мүмкүн деп ойлойсуңар?
2. Канчалык көп адам жардам берүү максатында бул маалыматты өзүнүн социалдык баракчасында таркатууну каалайт деп ойлойсуңар?
3. Бул билдирүү эмне үчүн жасалган, кандай деп ойлойсуңар?

Бул сүрөт тексти менен социалдык тармактарда бир нече жылдан бери жүрөт. Ойлонуп көргүлө, бул пост кошумча силерде кандай суроолорду жаратышы мүмкүн? *Сын көз караш менен ой жүгүртүү жөндөмүңөрдү пайдаланып, бул билдирүү күмөн туудурган бир нече учурларды белгилегиле.*

- Эмне үчүн күчүктөрдү сууга чөктүргөнү жаткан кожоюндардын жашаган жери, шаары, же өлкөсү да көрсөтүлгөн эмес?
- Эмне үчүн күчүктөрдүн канчасы ургаачы, канчасы эркек экени, көрсөтүлгөн телефон номери боюна кимге кайрылуу керектиги айтылган эмес?
- Эмне үчүн өтө кымбат турган күчүктөрдү ээлери сууга чөктүрүп өлтүргөн жатат? Орусияда орто эсеп менен далматин күчүктүр 300 доллар турат. Себетте 15 күчүк жатат, 4500 долларды ким сууга чөктүрөт?
- Эгер башка шаарда, өлкөдө жашасаңар мындай маалыматты эмне үчүн таратат?



3 – КАДАМ (1 мин.): Тексти окугула:

Көрсөтүлгөн номер бул атайын номер, ага чалган учурда сиздин номериңизден акча алынат, айрым учурларда чоң сумма алынышы мүмкүн.

Бул сыяктуу маалыматтын түрү фейк деп аталат, англис тилинен fake – жасалма дегенди түшүндүрөт. Википедияда мындай аныктама берилет: Жасалма (фейк) жаңылыктар – бул маалыматтык мистификация же атайылап социалдык тармактарда же салттуу ММКда туура эмес маалымат таратып, финансылык же саясий пайда көрүү үчүн чаташтыруу.

4 – КАДАМ (2 мин.): Кандай фейктердин түрүн билесиңер?



5 – КАДАМ (2 мин.): Дептериңерди ачып, __ барактагы тексти окугула. Бул туурасында эмне ойлойсуңар?

<p>Денис Минаев</p> <p>Кыскасы мындай жагдай: eBayден өзүмө Canon 5d mark III сатып алгам, бирок етс кызматы жаңылышып мага эки камера алып келиштир. Экинчиси мага кериги дде жок (бирөө эле жетет, үйдө башка эч ким мындай фотоаппарат менен колдонгонду билбейт). Мен аны сатып ийсем деле болмок, бирок заманбап ача-кредиттик системаны жеке көрөм жана деги эле акчаны эле көздөгөн биздин заманды жактырбайм, ошондуктан бул билдирүүнү релост кылып таркаткан адамдардын бирине берем. Жана мени акмак деп жазуунун кериги жок, мен билем аны. Жана жаңылып калган етске рахмат!</p>  <p>вчера в 11:18 Ответить 3005 Мне нравится 505</p>	<p>Леха Курицын</p> <p>Кыскасы мендай жагдай: эки жыл мурда мага BMW 325i белек кылышкан, бирок кийинчерээк уурдап кетишкен. Бир аздан кийин мага так эле ушундай жаңы машина сатып беришкен, бүгүн болсо мурда уурдалган машиним табылып калды! Бирок экинчисинин мага кериги жок болуп калды (жакы машинага кирүү алгам). Мен аны сатып ийсем деле болмок, бирок заманбап ача-кредиттик системаны жеке көрөм жана деги эле акчаны эле көздөгөн биздин заманды жактырбайм, ошондуктан бул билдирүүнү релост кылып таркаткан адамдардын бирине берем. Жана мени акмак деп жазуунун кериги жок, мен билем аны. Полицияга рахмат!</p>  <p>24 фев в 22:50 Ответить 23174 Мне нравится 43214</p>
---	--

7 – КҮН - МИГ

Дмитрий Бурнистров

Кыскасы менде мындай жагдай болуп атат: өзүмө iPad заказ берсем, экөө келиптир. Бирок экинчисинин мага кереги жок (үйдөгүлөр сенсордук телефону жактырышпайт). Мен аны сатып ийсем деле болмок, бирок заманбап акча-кредиттик системаны жеке керем жана деги эле акчаны эле көздөгөн биздин заманды жактырбайм, ошондуктан бул билдирүүнү репост кылып тараткан адамдардын бирине берем. Жана мени акмак деп жазуунун кереги жок, мен билем аны. Россия опчтасына рахмат мындай белеги үчүн)



Рок-н-ролл Бенд им.Святого ... – Почта России 3:03

24 фев в 15:11 | Ответить 2706 Мне нравится 5497


16 янв 2014 в 9:59

Көңүл бургула!!!

Ушундай болуп калды, башка өлкөгө жашаганы кетип жататм, өзүмдүн бизнесимди ачып адамдай жашайм. Бул жакта эки квартирам бар, бирөө Ростов-на-Донуа экинчиси Москвада. Алардын мага кереги жок, сатканга жалкоом кармап атат, ары-бери чуркаш керек. Ошондуктан бул эки квартирамды бул билдирүүнү репост кылып тараткан эки адамга белек кылууну чечтим. Жеңүүчүлөр туура бир айдан кийин кокустук боюнча эле сандарды тандоо арнылуу аныкталат.

P.S: акылым ордунда) Бул спам эмес.

Кеттик!



вчера в 13:04 | Ответить Мне нравится

Өзүнүн кызыкчылыгы болбосо эч ким техниканы, машина же квартираны эч ким бекер таратпайт. Бул сыяктуу фейктердин бир нече окшош өзгөчөлүктөрү бар. Кимге жазылыш керектиги көрсөтүлбөйт. Ойнотуу жүргүзүп жаткан адамдын же компаниянын байланыш телефондору айтылбайт. Мындай посттордун авторлору адатта жаңы катталгандар. Алардын активдүүлүгүн текшерип көргүлө. Адатта чоң-чоң утуштарды белгилүү компаниялар өткөрөт.

6 – КАДАМ (2 мин.): Бул эки постту карап көрүп аныктагыла, кайсынысында чынында эле айфон ойнотулат., кайсынысы фейк?

Пост 1



Svetofor Интернет гипермаркет
Кыргызстана
Нравится 5 января

13-январда эле жеңүүчү, Apple iPhone 7 эси аныкталат. Катталгыла жана тезирээк досторунгарга айтыгыла!

Фэйсбук колдонуучулары эмне кылышы керек:

1. Биздин баракчага жазылыш керек
2. Бул билдирүүнү репост кылуу керек ("Мага кат" жана "Бөлүшүүнү" басуу керек)
3. Комментарий жазуу керек

Нравится 568 Хронологический порядок *
551 публикация Комментарий: (582)
Написать комментарий...

Пост 2



Алёна Кудрявцева

Жакшы адамдарга айфон таратам!

Кыскасы менде мындай жагдай болуп атат: августтун аягында шаттардан кайра катуу үчүн бир партия айфонзаказ берсем, жолдо бүт посылкам (30 айфон 4s) жоголуп кеткен. Бир аздан кийин кайра заказ берүүгө туура келди (30 айфон 5), анткени биринчи партия табылбай койду. Бүгүн болсо биринчи партиядагы телефондор келиптир. Бирок алардын мага кереги жок (iPhone 4s азыр модадан калды, катуу дээрлик жок). Мен аны сатып ийсем деле болмок, бирок мен деги эле акчаны эле көздөгөн биздин заманды жактырбайм, ошондуктан бул билдирүүнү репост кылып таркаткан 30 адамга айфондорду белек кылам. Жана мени акмак деп жазуунун кереги жок, мен билем аны. Жана "мени танда" деп жазуунун кереги жок, мен өзүм чечем.

Ар бир жумада 10 жеңүүчүнү тандайм. Катышкың келеби Досторунга айт дегенди бас. Репост кылбай туруп жөн гана "мага жакты" дегендерди эсепке албайм)



16 мар в 17:17 | Ответить 44071 Мне нравится 59667

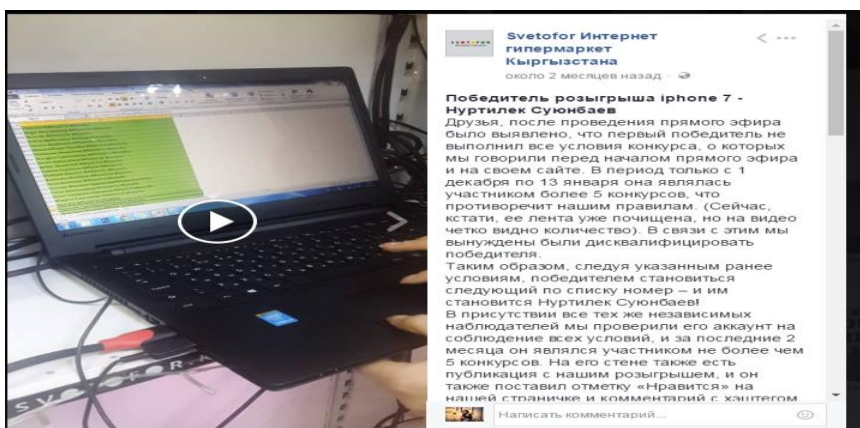
7 – КАДАМ (5 мин.): Текстти окугула

1 - сүрөттө – чынында эле айфон ойнотулууда, анткени:

- Утушту ким ойнотуп жатканы көрсөтүлгөн - интернет магазин «Светофор»,
- Маалымат ээсинин баракчасы туурасында толук маалыматтары бар – контактылары, адрес, телефон чалып, адреси боюнча барып сурап көрүүгө болот
- Утуш оюнунун логикалык максаты бар – баракчасына жазылгандардын санын көбөйтүү
- 2-сүрөт – фейк: эч нерсе менен түшүндүрүүгө мүмкүн болбогон мартчылык. Текстте мурдагы фейктерде пайдаланылган сүйлөмдөрдү жолуктурууга болот, мисалы “акчаны гана көздөгөн биздин заманды жактырбайм” ж.б., телефону көрсөтүлгөн эмес, автору түшүнүксүз.

Ошондой эле чыныгы утуш оюндарынын уландысы болот, анткени анын авторлору үчүн бул маркетингдик амал жана имиджин сактоо болуп саналат. Мисалы Фэйсбукта рэнд системасы менен (кокустук менен сан тандоо) жеңүүчү аныкталган видеону көрсөтүлгөн.

Утуш оюнунун видеосу:



https://www.facebook.com/pg/svetoforkg/videos/?ref=page_internal

7 – КҮН - МИГ

Жеңүүчүнүн сүрөтү

<https://www.facebook.com/svetoforkg/photos/a.10150169298250337.331969.33263990336/10155026628565337/?type=3&theater>



Фейктердин максаты ар кандай болушу мүмкүн. Биринчиден, албетте бул шылуундук. Айфонго байланыштуу окуяда, маселен, сизге жеткирүү кызматы үчүн акча сал деп сурашы мүмкүн, ал эми сиздейден миңдеп саналышы мүмкүн. Квартирага байланыштуу окуяда бул же квартира курган компаниянын вирустук рекламасы болушу мүмкүн. Адамдар кызыгуусун пайда кылып, анан утуш оюнун шылуундарга шылтап коюуга болот, же жөн гана тиги же бул ресурстун катышуучуларынын саны көбөйтүүгө арналган контент болушу мүмкүн.

8 – КАДАМ (3 мин.): Бул сүрөттү карап көргүлө. Ким бул сүрөт боюнча эмне билет?



Бир нече жыл мурда бул сүрөт кайгылуу таржымалы менен бүт дүйнөнү кыдырып чыккан, Сириялык жетим ата-энесинин мүрзөсүнүн ортосунда уктап жатканы айтылган. Баардыгы активдүү түрдө бири-бири менен бөлүшкөн.



9 – КАДАМ (1 мин.): Ал эми окуянын уландысы төмөндөгүдөй: чынында бул сүрөт атайылап тартылган экен, аны Сауд Аравиялык фотограф тарткан, долбоордун идеясы ата-энеге болгон сүйүүнү көрсөтүү болгон. Автор кийин өзү бул эмгегинин мындай тарап кеткенине таң калып, бардык жерге сүрөттүн Сирияга эч катышы жок экенин жазып чыккан.

10 – КАДАМ 0 (3 мин.): Видеону көргүлө <http://mediasabak.org/lesson/urok-4/>

ЖАЛПЫЛОО (жалпы убактысы – 5 минут)

Келгиле бул сабакты жыйынтыктайлы:

Негизгиси

Бул сабакта биз маалымат деген эмне, ММК жана анын түрлөрү туурасында сөз кылдык. Биз Интернет жана тармактык басылмалар “ММКлар жөнүндөгү” мыйзам боюнча Кыргызстанда ММКларга кирбей турганын билдик. ММК бир гана маалымдоо эмес, социалдаштыруу, мобилизациялоо, коомдук пикир жаратуу да милдетин аткараарын талдадык. Ошондой эле, фейк деген эмне экенин билдик жана аны кантип аныктоо керектигин үйрөндүк. ММКга кандай маалымат кызыктуу болоорун жана ММК материалдарында тең салмактуулуктун канчалык маанилүү экенин талкууладык.

Эми болсо медиа продуктууларын талдайлы. Бул тренингте биз ММКдагы медиа материалдарга практикалык анализ жүргүзгөндү үйрөнөбүз. Медиа продуктуларды керектөөдө кандай суроолорду берүү керек? Чыныгы материалдардын мисалында кайсынысы сапаттуу кайсынысы сапатсыз экенин талдоого аракет кылабыз.

1 - КӨНҮГҮҮ. (жалпы убактысы – 22 мин.)

1 – КАДАМ (2 мин.): “Өспүрүмдөр кылмыштуулугу” видео сюжетти көргүлө (2016-жылдын 22-ноябрында ОТРКнын «Ала-Тоо» маалымат программасынын жыйынтыктоочу чыгарылышы):

<https://www.youtube.com/watch?v=CdCjOlqubv8&feature=youtu.be>

2 – КАДАМ (3 мин.): Суроолорго жооп бергиле:

- А. Бул материалды көргөндөн кийин кандай жыйынтыкка келүүгө болот?
- Б. Кыргызстандагы өспүрүмдөрдүн көпчүлүгү кылмыш кылууга жөндөмдүү деген пикир жаралган жокпу?
- В. Материалдын башында көрсөтүлгөн оюн клубундагы балдар кандай таасир калтырды?
- Г. Бул өспүрүмдөр туурасында мындай же тигиндей деп ойлоого эмне түрткү болду?

3 – КАДАМ (2 мин.): Үч топко бөлүнгүлө. Ар бир топ “ММК материалдарынын салыштыруу анализи” таблицасын алгыла. Аны менен таанышып чыккыла, аны толтуруу керек болот.

Суроолор	«Өспүрүмдөр кылмыштуулугу»
1. Материал эмне жөнүндө? - Материалда кайсы окуя жөнүндө сөз болуп жатат? (кандай маалыматтык бүтүм) - Окуя туурасында толук маалымат берилгенби? “Эмне болду”, “Кайда болду”, “Качан болду”, “эмне үчүн болду” (кырдалдын пайда болуу себептери) деген суроолорго жооптор барбы?	
2. Факт менен пикир ажыратылганбы? Факт катары көрсөтүлгөн пикирлер барбы? Мисалдарды көрсөткүлө жер бар болсо.	
3. Материалда негизги каармандар кимдер? Материал даярдоодо кимдердин интервьюлары колдонулган?	

Алар материалда сөз болуп жаткан окуянын түздөн-түз катышуучуларыбы?	
4. Окуянын бардык катышуучулары өз позицияларын билдирүүгө мүмкүнчүлүк алышканбы?	
5. Толук маалымат үчүн дагы кимдин интервьюсун кошсо болмок? Дагы кандай маалыматты кошууга болот эле?	
6. Журналист тарабынан душмандык маанай же апыртылган эмоционалдык сүрөттөө орун алганбы? Эгер бар болсо мисал келтиргиле, кайсы лексика терс маанайда жана жараксыз?	
7. Бүтүмдөр: – толук маалымат берилдиби? - материал объективдүүбү? - Материал тең салмактуубу (бардык тарапта өз оюн айтууга мүмкүнчүлүк болдубу)?	

4 – КАДАМ (2 мин.): «Өспүрүмдөр кылмыштуулугу» видео тасмасын дагы бир жолу карап көргүлө

5 - КАДАМ (5 мин.): Таблицаны толтургула

6 – КАДАМ (5 мин.): Ар бир топ толтурулган таблицаны алып, өзүңөр толтурган таблица менен салыштырып көргүлө.

Суроолор	КТРКнын сюжети
	<p>«Өспүрүмдөр кылмыштуулугу» 2016 – жылдын 22-ноябрындагы эфир «Ала-Тоо» маалымат программасы</p> <p>Хронометраж 2.13</p>
<p>1. Материал эмне жөнүндө? - Материалда кайсы окуя жөнүндө сөз болуп жатат? (кандай маалыматтык бүтүм)</p> <p>- Окуя туурасында толук маалымат берилгенби? “Эмне болду”, “Кайда болду”, “Качан болду”, “Эмне үчүн болду” (кырдаалдын пайда болуу себептери) деген суроолорго жооптор барбы?</p>	<p>Баткенде мектеп окуучулары айдоочуну сабап, аны унаасынын багажнигине салып, машинасын айдап качышкан.</p> <p>Сюжет бардык суроолорго жооп бербейт. Өспүрүмдөр кылмыштуулугунун себептери так аныкталган эмес. Өспүрүмдөр арасындагы кылмыштуулук өсүү үстүндөбү же азайганы туурасында маалымат берилген эмес. “Эмне үчүн” деген суроого бир гана жооп бар – компьютер оюндарына берилүү. Бирок, бул жоопту психолог эмес, журналисттин сөзүнө караганда буга балдардын ата-энесин күнөөлөп жаткан мугалим берип жатат. Интернет оюндары - өспүрүмдөр кылмыштуулугунун өсүшүнө жалгыз себеп эмес. Өтө көп факторлор болушу мүмкүн. Ал эми журналист тарабынан тандалган фактор негизги болбошу да ыктымал.</p> <p>Статистика маалыматтары келтирилген эмес, өспүрүмдөр кылмыштуулугу боюнча кырдаал кандай, өсүп жатабы же азаюудабы?</p>
<p>2. Материалда негизги каармандар кимдер? Материал даярдоодо кимдердин интервьюлары колдонулган? Алар материалда сөз болуп жаткан окуянын түздөн-түз катышуучуларыбы?</p>	<p>Материалда окуянын бир гана катышуучусунун интервьюсу келтирилген - бул ишти алып барган же таанышып чыккан милиция кызматкери. Бирок ал окуяга түздөн-түз катышкан эмес. Мындан тышкары кармалган өспүрүмдү суракка алуу учурунан үзүндү келтирилген. Бирок бул үзүндүдө ал өспүрүм эмне үчүн бул кылмышка барганын түшүндүрбөйт, башкача айтканда өспүрүмдөр кылмыштуулугунун себептери дагы деле аныкталган жок. Ошондой эле анын кыска интервьюсунда компьютердик оюндарга берилгендиги туурасында да сөз кылынган эмес, ага карабай журналист балдар кылмыштуулугунун негизги себеби катары ушул факторду тандап отурат.</p>

7 – КҮН - МИГ

<p>3. Оқуянын бардык катышуучулары өз позицияларын билдирүүгө мүмкүнчүлүк алышканбы?</p>	<p>Бул материалда башка тараптардын позициялары жетишпейт. Мисалы, мугалим айтып атат, балдар кылмыштуулугуна үй-бүлө, ата-энелери күнөөлүү деп, бирок өспүрүмдөрдүн ата-энелеринин атынан, маселен билим берүү сапатынын начардыгы, билим берүү жана тарбия системасындагы көйгөйлөр туурасында айткан эч ким жок. Мындан башка факторлор туурасында айтып берген психологдун да интервьююсу да кошулган эмес.</p>
<p>4. Толук маалымат үчүн дагы кимдин интервьюсун кошсо болмок? Дагы кандай маалыматты кошууга болот эле?</p>	<p>Бул материалда клубдун администрациясынан интервью кошсо болмок, ал бир эле балдар дайыма келип ойноорун тастыктамак. Психологдун интервьююсу жетишпейт, интернет оюндары балдарды кантип агрессияга жөндөмдүү кылып коёрун айтмак. Өспүрүмдөрдүн психикасына жана өспүрүмдөр арасындагы кылмыштуулуктун өсүшүнө таасир тийгизген дагы башка факторлор туурасында да маселелер көтөрүлгөн эмес.</p> <p>Өспүрүмдөр арасындагы кылмыштуулуктун тенденциялары туурасында статистикалык фактылар келтирилген эмес.</p>
<p>5. Факт менен пикир ажыратылганбы? Факт катары көрсөтүлгөн пикирлер барбы? Мисалдарды көрсөткүлө эгер бар болсо.</p>	<p>Жок, ажыратылган эмес. Журналист өз атынан баа берүүгө жол берип, өзүнүн жеке пикирлерин факт катары берди. “Бул окуучулар ар бир аскердик куралдын аталышын жатка билишет. Китептин ордуна балдар бош убактыларын интернет оюндары менен өткөрүшөт. Компьютер алдындагы жаш балдар өзүлөрүн оюндагы колуна курал көтөргөн кыйын согушкер катары көрүүнү кыялданышат”.</p> <p>Тексттин бул бөлүгү толугу менен журналисттин пикири. Ал тасманын катышуучулары чынында куралдардын атын жатка билишээри, бош убактыларын толук компьютердик клубда өткөрүшөөрү, “кыйын согушкер” болууну кыялданаары чын факт экенин биле албайт. Балким балдардын бири бул жерге биринчи жолу келди, же журналист белгилегендей күнү кечке эмес клубка аптасына бир эле жолу келет.</p> <p>“Өспүрүмдөр кылмыштарынын мүнөздүү белгилери болуп зомбулук жана ырайымсыздык болуп баратат” – бул журналисттин пикири, ал дагы факт катары келтирилүүдө, анткени эч кандай далилдер менен тастыкталган эмес, статистикалык маалыматтар менен бекитилген эмес. Сюжетте айтылган бирден-бир окуя жалпы өспүрүмдөр кылмыштуулугуна мүнөздөмө бере албайт.</p>
<p>6. Журналист тарабынан душмандык маанай же апыртылган эмоционалдык сүрөттөө орун алганбы? Эгер бар болсо мисал келтиргиле, кайсы лексика терс маанайда жана жараксыз?</p>	<p>Негативдүү лексика орун алган. “Бул окуучулар ар бир аскердик куралдын аталышын жатка билишет. Китептин ордуна балдар бош убактыларын интернет оюндары менен өткөрүшөт. Компьютер алдындагы жаш балдар өзүлөрүн оюндагы колуна курал көтөргөн кыйын согушкер катары көрүүнү кыялданышат”.</p>
<p>7. Бүтүмдөр: – толук маалымат берилдиби? - материал объективдүүбү? Материал тең салмактуубу (бардык тарапта өз оюн айтууга мүмкүнчүлүк болдубу)?</p>	<p>Материал журналисттик стандарттарды одоно бузат. Маалымат объективдүү берилген эмес, маалыматтын негизин фактылар эмес, журналисттин пикири түзөт.</p> <p>Толук маалымат берилген эмес, материалда тең салмактуулук жок.</p> <p>Бул учурда сөз манипуляция туурасында эмес, материал даярдоого адискөйлүк менен мамиле кылуу туурасында болуп жатат.</p>

7 – КАДАМ (3 мин.): Көнүгүүнүн жыйынтыгын чыгаргыла жана видеону көргүлө

<http://mediasabak.org/lesson/urok-2/>

2-көнүгүү. (Жалпы убактысы 20 мүнөт)

1-кадам (2 мүнөт.): 1, 2, 3 деп санап 3 тайпага бөлүнүңүздөр. Биринчи тайпа №1 ММКнын өкүлдөрү. Экинчи тайпа №2 ММКнын өкүлдөрү. Биринчи тайпа №1 ММКнын өкүлдөрү. Үчүнчү тайпа көз карандысыз эксперттер.

2-кадам (5 мүнөт): Ар бир тайпа кеңешчиден тапшырмалар жазылган баракчаны аласыздар. Жагдай менен көңүл буруп таанышыңыздар. Андан соң башка тайпаларга айтып бериңиздер. Сиздин милдет - башкаларды ынандыра алуу (№1 ММК жана №2 ММКга тиешелүү)

Кырдаал: Асан батир ижарага алган, ал батирде өрт кырсыгы катталды. Батир толугу менен күйүп кеткен жок, бирок аны оңдоп-түзөөгө бир топ каражат талап кылынат. Адистер өрт кырсыгы эмнеден улам келип чыкканын тактай алышпай жатат. Өрт болгон күнү Асан батирде болбогондугун айтууда. Андыктан, бузук электр жабдыктарынан же батирдин өрт коопсуздугунун начардыгынан улам болушу мүмкүн. Батир берүүчү (батирдин ээси) Айнура эже батирди ижарага алган адам дайыма үйдүн ичинде чылым тартчу, аны өрт учурунда күйбөй калган таштанды челектеги чылымдын калдыктары күбөлөйт, андыктан өрт батирди ижарага алган Асандын байкабастыгынан улам келип чыккан деп эсептейт.

№1 ММКга тапшырма

Сиздин басылма Айнура эжеге таандык. Сиздин милдет Айнура эжени жактаган сюжет же макала даярдоо.

№2 ММКга тапшырма

Асандын атасы сиз иштеген телерадиокомпаниянын ээси. Сиздин милдет Асанды жактаган сюжет же макала даярдоо

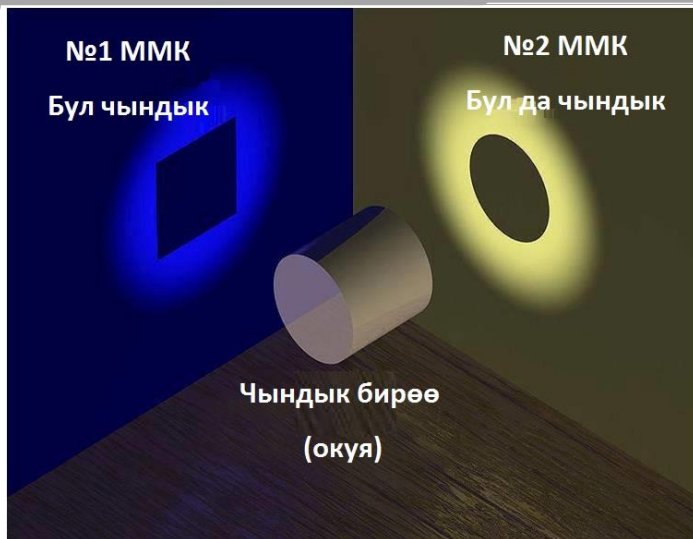
Көз карандысыз эксперттер үчүн тапшырма

Сиз ким туура айтып жатканын аныкташыңыз керек.

3-кадам (6 мүнөт): Даярдаган сюжетиңизди көрсөтүңүз же макалаңызды окуп бериңиз. Үчүнчү тайпа эки тарапты тең уккандан соң кимге көбүрөөк ишенүү керектиги тууралуу чечим кабыл алыңыз.

4-кадам (1 мүнөт): Ар бир тайпа кеңешчиден карточка (фотосүрөт) аласыздар.

5-кадам (1 мүнөт): 3-тайпа фотосүрөттү карап, таанышып чыгып, №1 ММК же №2 ММК туурабы, жооп бериңиз.



6-кадам (2 мүнөт): Сиз өз чечимиңизди алмаштырдыңызбы? Эгер алмаштырган болсоңуз, эмне үчүн? Эгер алмаштырбаган болсоңуз, эмне үчүн?

7-кадам (5 мүнөт): Бул көнүгүү эмнени көрсөтүп жатат? Мындан сиз эмнени түшүндүңүз? Жашоодо дагы кандай жагдайлар туш келээри тууралуу мисал келтириңиз. Тайпанын ичинде талкуулаңыз.

Башкысы

Чындык бирөө эле, бирок ар кимдин өз чындыгы бар. Кээде биз көрүп турган нерсе караган жагыбыздан байланыштуу. Бардык нерсени ар кайсы жактан кароого үйрөнүү керек.

Жалпылоо (жалпы убактысы – 5 мин)

Келгиле бул сабагыбызды жыйынтыктайлы:

НЕГИЗГИСИ

Бул сабактын жүрүшүндө ММКлардын ар кандай медиа материалдарына сын анализ жүргүзүүгө аракет кылдык. Медиа материалды керектөөдөн мурда кандай суроолорду берүү керектигин үйрөндүк



Медиа маалыматтык сабаттуулук (ММС) адамдардагы төмөнкүдөй жөндөмдүүлүктөрдү камтыйт:

- массалык маалымат каражаттарынын ролун жана иш-милдети жөнүндө түшүнүк;
- маалыматты сыноо жана медиа мазмунга сын баа берүү;
- ММКны демократиялык катышууга, маданияттар аралык диалог жана окуу үчүн пайдалануу;
- өз алдынча медиа чыгармачылык (коомдук тармактарды колдонуп өз алдынча медиа контентти түзүү: Фейсбук, Инстаграмм сүрөттөр, YouTube үчүн видеолор)
- маалымат-байланыш технологиялары жана башка медиа жөндөмдөргө ээ болуу.

Грюнвальддык Медиа билим берүү декларациясы 1982

Медиа билим – бул ар кайсыл өлкөлөрдүн жарандарынын ачык сөз жана маалымат эркиндигинин негизги укуктарынын бир бөлүгү, ал демократияны алдыга жылдырууга көмөк көрсөтөт.