# УРОК 4 / ДАРСИ 4

*На прошлом уроке вы изучали, какой может быть информация. Узнали, что не всегда надо верить всему, что опубликовано и написано в сети Интернет, сказано по телевизору. Сегодня поговорим о том, как информация становится весомым орудием в руках тех, кто преследует те или иные интересы. Как используют в своих целях информацию «рекламщики», политики, лица принимающие решения.*

*Дар дарси гузаштаамон Шумо омўхтед, ки иттилоот чӣ гуна мешавад. Фаҳмидед, ки на ҳамеша ба ҳама чизи нашр шуда, дар шабакаҳои Интернет навишташуда ва дар телевизион гуфташуда бовар кардан лозим аст. Имрўз мо бо шумо дар бораи он, ки иттилоот дар дасти шахсоне, ки ин ё он манфиатро пайгирӣ мекунанд, аслиҳаи вазнин аст, суҳбат хоҳем кард. Суҳбат мекунем дар бораи он ки чӣ тавр рекламакунандагон, сиёсатмадорон ва шахсони қарор қабулкунанда иттилоотро ба мақсади худ истифода мебаранд.*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ слайда** | **Содержание слайда** | **Текст в слайде** | **Закадровый текст** |
| Слайд 1 | Виды визуальных материалов  Намудҳои маводи визуалӣ | Функции материалов в СМИ   * Информирование * Реклама: коммерческая - социальная * Агитация * Политическая агитация * Пропаганда * PR-кампания   Вазифаи маводҳо дар ВАО   * Иттилоотонӣ * Реклама: тиҷоратӣ – иҷтимоӣ * Ташвиқот * Ташвиқоти сиёсӣ * Тарғибот * PR-маърака | В СМИ мы можем столкнуться с разными видами материалов, которые имеют разные цели или функции.   * Например: Информирование * Реклама: коммерческая – социальная * Агитация * Политическая агитация * Пропаганда * PR-кампания   Давайте рассмотрим эти понятия более подробно.  Дар ВАО мо бо маводи гуногун дучор мешавем, ки онҳо вазифа ва мақсадҳои гуногун доранд:  Масалан:   * Иттилоотонӣ * Реклама: тиҷоратӣ – иҷтимоӣ * Ташвиқот * Ташвиқоти сиёсӣ * Тарғибот * PR-маърака   Биёед, ин мафҳумҳоро муфассалтар баррасӣ мекунем. |
| Слайд 2 | Информирование  Иттилоотонӣ | Слайд 5 (картинки из старой презентации)  Слайди 5 (расмҳо аз муаррифии пешин)  **Информирование** – объявление о том, что что-то происходит или произойдет. То есть когда информация сообщается для того, чтобы тот, кто ее прочитал, просто знал.  Иттилоотонӣ – эълон дар бораи он ки чизе рух дода истодааст, ё рўй медиҳад. Яъне, вақте хабардиҳист, танҳо додани иттилоъ ё паём аст, барои он ки шахси онро мехонда огоҳӣ ёбад. | **Информирование** – объявление о том, что что-то происходит или произойдет. То есть когда информация сообщается для того, чтобы тот, кто ее прочитал, просто знал.  **Иттилоотонӣ** – эълон дар бораи он ки чизе рух дода истодааст, ё рўй медиҳад. Яъне, вақте хабардиҳӣ, танҳо додани иттилоъ ё паём аст, барои он ки шахси онро мехонда огоҳӣ ёбад. |
| Слайд 3 | Реклама  Реклама | Коммерческая реклама Картинки слайд 2  Реклама товара.  Реклама услуги.  [Реклама организации](http://adindustry.ru/doc/1127).  [Реклама торговой марки](http://adindustry.ru/doc/1128).  Реклама события.  Реклама идеи и т.д.  Рекламаи тиҷоратӣ. Расмҳо аз слайди 2  Рекламаи маҳсулот.  Рекламаи хизматрасонӣ.  Рекламаи ташкилот.  Рекламаи тамғаи мол.  Рекламаи воқеа. Рекламаи ғоя ва ғ. | **Реклама** — это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.  Можно разделить рекламу на коммерческую и социальную.  Коммерческая реклама – это реклама товаров, услуг с целью извлечения прибыли. Целью любой коммерческой рекламы является стимулирование сбыта.  **Реклама** – ин иттилоотест, ки бо ҳар роҳ, дар ҳамагуна шакл, бо истифодаи ҳар навъи восита ва намудҳои гуногун он ба доираи номуайяни одамон равона карда шуда, мақсадаш ҷалб намудани диққат ба предмети рекламашаванда, ташаккул ва дастгирии таваҷҷуҳ ба он ва пешбурдаш дар бозор аст.  Рекламаро ба тиҷоратӣ ва иҷтимоӣ ҷудо кардан мумкин аст.  Рекламаи тиҷоратӣ – ин рекламаи маҳсулот, хизматрасонӣ бо мақсади фоида гирифтан аст. Мақсади ҳама гуна рекламаи тиҷоратӣ ин ҳавасмандӣ ва рушди фурўш аст. |
| Слайд 4 | Социальная реклама  Рекламаи иҷтимоӣ | Картинки со слайда 3  Социальная реклама  - вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума.  Расмҳо аз слайди 3  Рекламаи иҷтимоӣ  - намуди рекламаи ғайритиҷоратӣ барои дигаргун сохтани қолабҳои рафтори ҷамъиятӣ ва ҷалби таваҷҷуҳ ба мушкилоти иҷтимоӣ равона шудаааст. | Социальную рекламу используют, когда обществу хотят объяснить какие-то проблемные моменты общественного устройства.  Рекламаи иҷтимоиро ҳангоме истифода мебаранд, ки вақте мехоҳанд ба ҷомеа лаҳзаҳои мушкилбарангези сохтори ҷамъиятиро фаҳмонанд, аз рекламаи иҷтимоӣ васеъ истифода мекунанд. |
| Слайд 5 | Агитация  Ташвиқот | **Агитация** – устная и печатная деятельность среди широких масс, имеющая целью распространение каких-нибудь идей для политического воспитания масс и привлечения их к активной общественно-политической жизни.  **Ташвиқот** – фаъолияти шифоҳӣ ва хаттӣ дар байни оммаи васеъ мебошад, ки мақсади паҳн намудани ягон ғоя то тарбияи сиёсии омма ва ҷалби онҳоро ба фаъолияти густурда дар ҳаёти ҷамъиятиву сиёсиро дорад. | К ним относятся встречи с избирателями, митинги, шествия; наглядная агитация включает плакаты и листовки, наружная агитация (баннеры, уличные щиты, уличные мониторы).  Ба он дохил мешавад: мулоқоту вохўриҳо бо интихобкунандагон, ҳамоишҳо, гирдиҳамоиҳо; ташвиқоти аёнӣ бо истифодаи шиору варақаҳо, ташвиқоти беруна (баннерҳо, лавҳаҳои сари кўча, мониторҳои кўчагӣ). |
| Слайд 6 | Политическая агитация  Ташвиқоти сиёсӣ | **Политическая агитация** – это тоже вид рекламы. осуществляется в период избирательной кампании  Цель: побудить избирателей к голосованию за кандидата, или против него (них).  Картинки со слайда 4  **Ташвиқоти сиёсӣ** – ин ҳам як намуди реклама аст, ки дар давраи маъракаҳои пешазинтихоботӣ истифода бурда мешавад.  Мақсад: интихобкунандагонро барои овоздиҳӣ ба тарафдории номзад ё зидди он (онҳо) бедор кардан.  Расмҳо аз слайди 4. | Ярчайший пример политической агитации — [агитация предвыборная](http://www.nankk.ru/agitation/law4.html), побуждающая избирателей прийти на выборы, а также проголосовать за или против какого-то кандидата или партии/движения в целом.  Мисоли аз ҳама равшани ташвиқоти сиёсӣ – дар маҷмуъ ташвиқоти пешазинтихоботӣ мебошад, ки мақсади он дар интихобкунандагон бедор кардани ҳисси ба интихобот омадан, инчунин ба ҷонибдорӣ ва зидди ин ё он номзад, ё ҳизб/ҳаракат овоз додан аст. |
| Слайд 7 | Пропаганда  Тарғибот | Картинку со Слайда 6 старой презентации  **Пропаганда** – в современном мире понимается как открытое распространение взглядов, фактов, аргументов и других сведений, в том числе намеренно искажённых и вводящих в заблуждение, для формирования [общественного мнения](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BC%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5) или иных целей, преследуемых пропагандистами.  Расм аз слайди 6-и муаррифии пешина.  **Тарғибот** – дар ҷаҳони муосир ҳамчун паҳнкунии озодонаи нигоҳҳо, бурҳону далелҳо ва дигар маълумотҳо, аз ҷумла маълумотҳои барқасдона таҳрифшуда, ки касро ба гумроҳӣ мебаранд, барои ташаккули афкори ҷамъиятӣ ва дигар мақсадҳои доштаи тарғиботчиён фаҳмида мешавад. | **Пропаганда** – это вид агитации. Когда информация навязывает нам определенное мнение. Пропаганда является эффективным инструментом воздействия при тоталитарных и авторитарных режимах.  **Тарғибот** – ин як намуди ташвиқот аст, ки тавассути он иттилоъ ягон ақидаро иҷборан бароямон таҳмил мекунад. Тарғибот дар сохтори авторитарӣ ва тоталитарӣ аз ҳама воситаи самарабахш ба ҳисоб меравад. |
| Слайд 8 | PR-кампания  PR-маърака | **PR-кампания** – ряд мероприятий, проводимых для осуществления задач организатора кампании (коммерческой, политической или социальной).  **PR-маърака** – як қатор тадбирҳое, ки барои иҷро намудани вазифаҳои ташкилкунандагони чорабинӣ (тиҷоратӣ, сиёсӣ ва ё иҷтимоӣ) гузаронида мешаванд. | **PR-кампания** – создание положительного образа организации в сознании потенциального потребителя, а также других заинтересованных сторон.  **PR-маърака –** сохтани симои мусбати ташкилот дар шуури истеъмолкунандаи эҳтимолӣ ва дигар шахсони ҳавасманд аст. |
| Слайд 9 | Пример рекламы  Намунаи реклама | Картинка со слайда 8  Как много зубной пасты вы выдавливаете на зубную щетку?  Расм аз слайди 8  Чӣ қадар хамираи дандоншўйиро шумо ба дандоншўяк мегузоред? | Как много зубной пасты вы выдавливаете на зубную щетку?  А знаете ли вы, сколько пасты рекомендуют использовать для чистки зубов?  Чӣ қадар хамираи дандоншўйиро шумо ба дандоншўяк мегузоред?  Оё Шумо медонед, ки истифодаи чӣ қадар хамираро барои дандоншўйӣ маслиҳат медиҳанд? |
| Слайд 10 |  | На самом деле врачи советуют выдавливать всего ничего – шарик, горошину – зубной пасты. Этого вполне хватит, чтобы почистить зубы и таким образом вы будете покупать в три раза меньше зубной пасты.    Дар асл пизишкон ҳамагӣ истифодаи хамираро ба андозаи нахўд маслиҳат медиҳанд. Ин миқдор барои тоза кардани дандон кифоя аст ва ҳамин тариқ, шумо се маротиба камтар хамираи дандоншўйиро мехаред. | На самом деле врачи советуют выдавливать всего ничего – горошину – зубной пасты. Этого вполне хватит, чтобы почистить зубы.  Дар асл пизишкон ҳамагӣ истифодаи хамираро ба андозаи нахўд маслиҳат медиҳанд. Ин миқдор барои тоза кардани дандон кифоя аст. |
| Слайд 11 |  | Примеры того, как реклама формирует некоторые наши убеждения:   * Сейчас весьма распространено убеждение, что на праздничном столе обязательно должна быть бутылка кока-колы. * Или, что надо сразу брать 2 подушечки жевательной резинки.   Намунаҳои он, ки чӣ тавр реклама баъзе аз ақидаҳои моро ба шакл медарорад:  Ҳоло фаҳмиши бисёр маъмулӣ аст, ки бояд дар дастархони идона ҳатман шишаи кока-кола бошад.   * Ё худ ҳатман бояд 2 баста сақичро бояд гирифт. | Практически любая информация влияет на человека.  Амалан, ҳама навъи иттилоот ба инсон таъсир мерасонад. |
| Слайд 12 |  | Как вы думаете, с какой целью это делается?  Шумо чӣ фикр доред, ҳамаи ин бо чӣ мақсад омода карда мешавад? | Таким образом, рекламодатели способствуют увеличению потребления людей, а, следовательно, продаж своих товаров. Глядя на рекламу, где герой сразу берет 2 подушечки, зритель может решить, что одной будет недостаточно.  Ҳамин тавр, рекламадиҳандагон ҳаҷми истеъмолоии одамонро зиёд мекунанд ва албатта, фурўши маҳсулоташонро баланд мебардоранд. Бо дидани рекламае, ки қаҳрамонаш якбора ду бастаи сақичро мегирад, тамошобин ба хулоса меояд, ки шояд истифодаи яктои он камӣ намояд. |
| Слайд 13 |  | &Kcy;&acy;&rcy;&tcy;&icy;&ncy;&kcy;&icy; &pcy;&ocy; &zcy;&acy;&pcy;&rcy;&ocy;&scy;&ucy; &icy;&scy;&pcy;&ocy;&lcy;&softcy;&zcy;&ocy;&vcy;&acy;&ncy;&icy;&iecy; &ocy;&bcy;&rcy;&acy;&zcy;&ocy;&vcy; &icy;&zcy;&vcy;&iecy;&scy;&tcy;&ncy;&ycy;&khcy; &lcy;&yucy;&dcy;&iecy;&jcy; &vcy; &rcy;&iecy;&kcy;&lcy;&acy;&mcy;&iecy;  Вставить пару картинок типа этих для примера  &Kcy;&acy;&rcy;&tcy;&icy;&ncy;&kcy;&icy; &pcy;&ocy; &zcy;&acy;&pcy;&rcy;&ocy;&scy;&ucy; &icy;&scy;&pcy;&ocy;&lcy;&softcy;&zcy;&ocy;&vcy;&acy;&ncy;&icy;&iecy; &ocy;&bcy;&rcy;&acy;&zcy;&ocy;&vcy; &icy;&zcy;&vcy;&iecy;&scy;&tcy;&ncy;&ycy;&khcy; &lcy;&yucy;&dcy;&iecy;&jcy; &vcy; &rcy;&iecy;&kcy;&lcy;&acy;&mcy;&iecy;  Барои мисол овардани чанд ҷуфт аз ин расмҳо | Существуют различные способы манипулирования в рекламе. Например, когда сравнивают какой-то товар с рекламируемым. Например, стиральный порошок или сок. Иногда пытаются навязать образ успешности, приглашая звезд в рекламу, где утверждается, что тот или иной певец или актер ни дня не обходится без рекламируемого товара. На этом принципе строится и заработок «звезд» социальных сетей.  Якчанд роҳу шеваҳои фиреб дар рекламаҳо вуҷуд дорад. Мисол, вақте ки ягон маҳсулотро бо маҳсулоти рекламашаванда муқоиса мекунанд: шарбати мева ё ин ки хокаи ҷомашўӣ. Баъзан симои муваффақро бо даъвати ситораҳо часпониданӣ мешаванд. Дар ин гуна рекламаҳо ҳофиз ё ҳунарманд тасдиқ карда мешавад, ки ягон рўзаш беистифодаи маҳсулоти рекламашаванда намегузарад.  Дар ҳамин асос, маблағи «ситораҳо»-и шабакаҳои иҷтимоӣ шакл мегирад. |
| Слайд 14 |  |  | Известные вайнеры (пользователи социальных сетей, снимающие короткие видео – вайны) часто рекламируют какой-то товар, и таким образом зарабатывают деньги. Например, если человек, на которого в инстаграмме подписано несколько сотен тысяч человек пишет, что ни дня не проводит, не выпивая напиток, определенный марки, то это, скорее всего, реклама. Многие подростки хотят быть похожими на своих кумиров, вот на этом и играют рекламодатели. |
| Слайд 15 |  | b_577a69ed4fe81.jpg  Вставить картинку типа этой  Расми ҳаммонанди инро гузоштан | Вайнерони машҳур (истифодабарандагони шабакаҳои иҷтимоие, ки видеонаворҳои кўтоҳ сабт мекунанд – вайнҳо) аксар вақт ягон намуди молу маҳсулотро реклама менамоянду бо ҳамин восита маблағ кор мекунанд. Масалан, агар шахс дар саҳифаи инстаграммаш сад ҳазорҳо обуначӣ дошта бошаду нависад, ки ў ягон рўзро бенўшобаи тамғаи фалон намегузаронад, ин бо эҳтимоли зиёд, реклама мебошад. Бисёр наврасон мехоҳанд, ки ба идеали худ монанд шаванд, мана дар ҳамин хоҳиши онҳо рекламадиҳандагон бозӣ мекунанд. |
| Слайд 16 | Манипуляция  Дасткорӣ | Манипуляция  Картинку вставить типа этой  Дасткорӣ  Расми ҳаммонанди инро гузоштан  &Kcy;&acy;&rcy;&tcy;&icy;&ncy;&kcy;&icy; &pcy;&ocy; &zcy;&acy;&pcy;&rcy;&ocy;&scy;&ucy; &mcy;&acy;&ncy;&icy;&pcy;&ucy;&lcy;&yacy;&tscy;&icy;&yacy; &vcy; &scy;&mcy;&icy; | Приём манипуляциииспользуется не только в рекламе. Информация становится инструментом манипулирования общественным сознанием. Когда целью является сформировать то или иное представление о каком-то событии или явлении, в этом хорошо помогает информация. СМИ могут быть инструментом пропаганды. Да таким мощным, что даже могут заставить представителей одной нации зверски уничтожать другую.  Усули дасткорӣ на танҳо дар реклама истифода бурда мешавад. Иттилоот ба дастгоҳи идоракунии афкори омма табдил меёбад. Вақте ҳадаф башаклдарории ин ё он ҳолату рўйдод аст, дар ин ҷо иттилоот хеле хуб кўмак мерасонад. ВАО метавонанд, дастгоҳи ташвиқотӣ шаванд. Ба ҳадде, ки намояндагони як миллатро таккон диҳанд, то миллати дигарро ваҳшиёна нобуд созад. |
|  |  | &Kcy;&acy;&rcy;&tcy;&icy;&ncy;&kcy;&icy; &pcy;&ocy; &zcy;&acy;&pcy;&rcy;&ocy;&scy;&ucy; &mcy;&acy;&ncy;&icy;&pcy;&ucy;&lcy;&yacy;&tscy;&icy;&yacy; &vcy; &scy;&mcy;&icy;  Вставить другую картинку типа этой  Гузоштани расми дигар ҳаммонанди ин | Посредством информации может быть сформировано ваше мнение, о чем угодно, не только о человеке или кандидате, но практически о любом событии или явлении. Но сегодня СМИ – это серьезный инструмент распространения информации, а информация становится орудием. Сейчас многие войны ведутся уже не на полях сражений, а в информационном пространстве: в Интернете, на газетных полосах, в телевизионном и радио эфире. Их называют информационными войнами. Поэтому многие, у кого есть определенные цели, создают собственные СМИ.  Тавассути иттилоот мумкин аст афкори шумо дар бораи ҳама ашё, на танҳо дар бораи шахс ё номзад, балки дар бораи ҳама гуна рўйдоду падидаҳо шакл гирад. Вале имрўз ВАО дастгоҳи ҷиддии паҳнкунии иттилоот аст ва иттилоот ба аслиҳа табдил меёбад. Алҳол, аксари ҷангҳо на дар майдонҳои муҳориба, балки дар паҳнои иттилоотӣ доир шуда истодаанд: дар Интернет, саҳифаҳои рўзнома, барномаҳои телевизион ва радио. Онҳоро ҷангҳои иттилоотӣ меноманд. Бинобар ин, аксарияти онҳое, ки ҳадафҳои мушаххас доранд, ВАО-и худро месозанд. |
| Слайд 17 |  | Картинка «о пользе СМИ»  Расм «дар бораи фоидаи ВАО» | ВАО – ин асбоби пуриқтидор аст. Журналистон ба нуқтаҳои дардноки ҷомеа ишора карда, ҳаракат мекунанд, ки таваҷҷўҳи ҷомеа ва давлатро барои ҳалли мушкилоти мазкур равона созанд.  Бисёре аз журналистон кўшиш мекунанд, ки тадқиқоти журналистӣ гузаронанд ва иттилооти дақиқро диҳанд. |
| Слайд 18 |  | Картинка со слайда 15  Расм аз слайди 15 | 13-летняя Айчурек, которая кормила всю семью. У нее мама инвалид, есть младший братишка. С 11 лет она кормит семью, собирая пластиковые пакеты на Ошском рынке города Бишкек. После того, как журналисты рассказали ее историю, ее семье сняли хорошую квартиру и стали собирать средства на дом.  Айчуреки 13-сола, ки ҳамаи оиларо мехўронд, модараш маъюб асту додарчаи хурдсол дорад. Аз 11-солагиаш бо ҷамъоварии халтаҳои пластикӣ дар бозори Ўши шаҳри Бишкек оилаашонро таъмин мекунад. Баъд аз он, ки журналистон саргузашти ўро нақл карданд, барои оилаи онҳо хонаи хуб иҷора гирифтанду барои ҷиҳози хона ба ҷамъоварии ашёҳо сар карданд. |
| Слайд 19 |  | Картинка со слайда 16  Расм аз слайди 16 | Нургазы – мальчик, который хотел квадроцикл, чтобы ездить в школу и иметь возможность учиться. Так как его инвалидная коляска постоянно ломалась. Его историю рассказал журналист Бишкекского бюро радио Азаттык Улан Эгизбаев. И привлечение внимания к его проблеме не просто исполнило его мечту и ему подарили квадроцикл. Этот сюжет стал победителем в номинации «Зрительские симпатии» в конкурсе Webbyawards, его называют Интернет-Оскаром среди 12 тысяч роликов из 65 стран мира, Нургазы вместе с автором ездили в Соединенные Штаты на вручение.  Нурғозӣ – писарчае, ки мехост, соҳиби квадротсикл шавад, то имконияти ба мактаб рафтану таҳсил карданро пайдо кунад. Зеро аробачаи маъюбии ў мудом вайрон мешуд. Қиссаи ўро журналисти бахши қирғизии радиои «Озодӣ» Улан Эгизбоев нақл кард. Баъд аз ин ҷалби таваҷҷуҳ ба ин саргузашт на танҳо орзуи Нурғозиро амалӣ намуду ба ў квадротсикл ҳадя карданд, балки ин навор ғолиби номинатсияи «Таваҷҷуҳи бинандагон» дар озмуни Webbyawards шуд. Онро Интернет-Оскар меноманд ва дар он 12 ҳазор роликҳо аз 65 давлати ҷаҳон иштирок кардааст, ки Нурғозӣ ҳамроҳи муаллиф ба ИМА барои гирифтани тўҳфа сафар намудааст. |
| Слайд 20 |  | Картинка со слайда 17  Расм аз слайди 17 | Когда в январе 2017 года самолет упал на поселок близ аэропорта Манас, благодаря активности Интернет-пользователей и СМИ, освещавших трагедию, удалось оперативно оказать помощь пострадавшим. Помимо помощи пострадавшим, во время разбора завалов через Интернет были объявления о помощи в виде горячего питания спасателям, разбиравшим завалы, милиционерам, охранявшим зону трагедии, медикам, работавшим на месте трагедии.  Вақте ки соли 2017 дар наздикии фурудгоҳи Манас тайёра ба замин афтод, ба шарофати фаъолнокии Интернет-истифодабарандагон ва ВАО, ки фоҷеаро инъикос менамуданд, кўмаки фаврӣ ба зарардидагон расонида шуд. Ба ғайр аз кўмак ба зарардидагон, ҳангоми ҷамъоварии қисмҳои тайёра тавассути Интернет эълон дар бораи мадад расонидан дар шакли хўроки гарм ба наҷотдиҳандагони тайёраи афтида, милитсионерони ҳудуди фоҷеаро муҳофизаткунанда ва табобони дар ҷойи фалокат кор кардаистода паҳн гардид. |
| Слайд 21 | Вывод  Хулоса | &Kcy;&acy;&rcy;&tcy;&icy;&ncy;&kcy;&icy; &pcy;&ocy; &zcy;&acy;&pcy;&rcy;&ocy;&scy;&ucy; &pcy;&ocy;&tcy;&rcy;&iecy;&bcy;&icy;&tcy;&iecy;&lcy;&softcy; &icy;&ncy;&fcy;&ocy;&rcy;&mcy;&acy;&tscy;&icy;&icy;  Цель этих уроков показать, что к информации надо относиться критически. Надо задавать себе вопросы и размышлять, надо искать дополнительную информацию, и не позволять манипулировать собой посредством информации.  Мақсад аз ин дарсҳо нишон додани он аст, ки ба иттилоъ бо нигоҳи интиқодӣ назар мебояд кард. Бояд ба худ савол дод ва андеша кард, ки иттилои иловагиро ҷустуҷў намуд ва набояд имконият дод, ки шуморо тавассути иттилоот фиреб диҳанду идора намоянд. | СМИ в большинстве своем не лгут. Они – основной источник информации для большинства населения. Эти 4 урока мы изучали некоторые ситуации, которые связаны с передачей информации посредством СМИ. Эти уроки учили нас критически относиться к информации. Это не значит, что вы теперь должны перестать читать газеты и смотреть телевизор, уверяя всех вокруг, что все журналисты лживые и продажные. Без информации сейчас оставаться нельзя. Цель этих уроков показать, что к информации надо относиться критически. Надо задавать себе вопросы и размышлять, надо искать дополнительную информацию, и не позволять манипулировать собой посредством информации. Более того нужно требовать качественный продукт.  ВАО дар аксар ҳолат дурўғ намегўянд. Онҳо сарчашмаи иттилоот барои аксари аҳолӣ ҳастанд. Дар ин 4 дарс мо якчанд ҳолатҳои бо иттилоот тавассути ВАО паҳншаванда марбутбударо омўхтем. Ин дарсҳо ба мо ёд доданд, ки ба иттилоот муносибати интиқодӣ дошта бошем. Ин маънои онро надорад, ки шумо акнун рўзнома хонданро бас кунед, телевизор набинед, ҳамаро бовар кунонед, ки ҳамаи журналистон дурўғгў ва фурўхташуда мебошанд. Баръакс, бе иттилоот айни ҳол будан имкон надорад. Мақсад аз ин дарсҳо нишон додани он аст, ки ба иттилоъ бо нигоҳи интиқодӣ назар мебояд кард. Бояд ба худ савол дод ва андеша кард, ки иттилои иловагиро ҷустуҷў намуд ва набояд имконият дод, ки шуморо тавассути иттилоот фиреб диҳанду идора намоянд. Гузашта аз ин, талаб кардани маҳсулоти босифат ҳатмист. |
| Слайд 22 |  | **Выводы:**   * - В СМИ есть много способов манипулирования информацией; * - У каждого СМИ могут быть свои цели; * - Информационная безопасность – важная часть национальной безопасности; * - Мы должны быть информационно грамотными. Это поможет гражданам обеспечивать не только личную безопасность, но и принимать решения, касающиеся национальной безопасности.   **Хулоса:**  - Дар ВАО бисёр роҳҳои фиреб ва тақаллуби иттилоот ҳаст;  - Ҳар як ВАО мумкин мақсади худашро дошта бошад;  - Амнияти иттилоотӣ – қисми муҳими амнияти миллӣ аст;   * - Мо бояд аз лиҳози иттилоотӣ саводнок бошем. Ин ба шаҳрвандон кумак мерасонад, ки на танҳо амнияти шахсиро таъмин кунанд, балки қарорҳо дахлдор ба амнияти миллиро қабул намоянд. | На этом уроке мы с вами разобрали инструменты и способы манипулирования аудиторией, которые используют некоторые СМИ. Однако, если каждый из нас будет информационно грамотным и относится к информации критически, то это поможет обеспечивать не только личную безопасность, но и принимать решения, касающиеся национальной безопасности.  Дар ин дарс мо бо ҳамроҳии шумо воситаҳо ва усулҳои идоракунии тақаллубии аудиторияро, ки баъзе ВАО аз он истифода мебаранд, дида баромадем. Аммо, вақте ки ҳар яки мо аз лиҳози иттилоотӣ саводнок ҳастему ба иттилоот муносибати интиқодӣ дорем, пас ин на танҳо барои амнияти шахсӣ кумак мерасонад, балки дар қабул намудани қарори дахлдор ба амнияти миллӣ низ кўмакрасон аст. |