

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI HUZURIDAGI ILMIY
DARAJALAR BERUVCHI PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01
RAQAMLI ILMIY KENGASH**

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI**

ELMURADOVA GULXAYO AXMADJONOVNA

**AUDIOVIZUAL MEDIADA MAKTABGACHA YOSHDAGI BOLALAR
UCHUN AXBOROT TAYYORLASHNING DOLZARB MUAMMOLARI**

10.00.09 – Jurnalistika (filologiya fanlari)

Filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI

Toshkent – 2024

**Filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati
mundarijasi**

**Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD) по
филологическим наукам**

**Table of contents of the author's abstract of the dissertation of Doctor of
Philology(PhD) in philological sciences**

Elmuradova Gulxayo Axmadjonovna

Audiovizual mediada maktabgacha yoshdagi bolalar uchun axborot
tayyorlashning dolzarb muammolari **3**

Элмурадова Гулхаё Ахмаджановна

Актуальные проблемы подготовки информации для детей
дошкольного возраста в аудиовизуальных медиа **22**

Elmuradova Gulkhayo Akhmadjonovna

Actual problems of preparing information for preschool children in
audiovisual media **42**

E‘lon qilingan ishlar ro‘uxati

Список опубликованных работ **47**
List of published works

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI HUZURIDAGI ILMIY
DARAJA BERUVCHI PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01
RAQAMLI ILMIY KENGASH**

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI**

ELMURADOVA GULXAYO AXMADJONOVNA

**AUDIOVIZUAL MEDIADA MAKTABGACHA YOSHDAGI BOLALAR
UCHUN AXBOROT TAYYORLASHNING DOLZARB MUAMMOLARI**

10.00.09 – Jurnalistika (filologiya fanlari)

Filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI

Toshkent – 2024

Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi mavzusi O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasida B2023.3.PhD/Fil3946 raqam bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universitetida bajarilgan.

Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, rus, ingliz (rezyume) Ilmiy kengash veb-sahifasi (www.uzjoku.uz) va "Ziyonet" Axborot-ta'lim portaliga (www.ziyonet.uz) joylashtirilgan.

Ilmiy rahbar:

Taylakova Shahnoza Norbekovna
pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori, dotsent

Rasmiy opponentlar:

Ismoilova Klimentina Fuzailovna
filologiya fanlari doktori (DSc), dotsent

Yunusov Mansur Abdullayevich,
filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Yetakchi tashkilot:

O'zbekiston milliy universiteti

Dissertatsiya himoyasi O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti huzuridagi ilmiy daraja beruvchi PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 raqamli Ilmiy kengashining 2024-yil "___" _____ soat _____dagi majlisida bo'lib o'tadi (Manzil: 100147, Toshkent shahri. Markaz-5, 88-uy. Tel.: (99871) 207-09-06; e-mail: journalism.univer@gmail.com).

Dissertatsiya bilan O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti Axborot-resurs markazida tanishish mumkin (Manzil: 100147, Toshkent shahri. Markaz-5, 88-uy. Tel.: (99871) 207-09-06; e-mail: journalism.univer@gmail.com).

Dissertatsiya avtoreferati 2024-yil "_____" _____ kuni tarqatildi.
(2024-yil "_____" _____dagi _____ raqamli reestr bayonnomasi).

F.A. Mo'minov
Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash raisi,
f.f.d., professor

A.I. Safarov
Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash ilmiy kotibi,
f.f.d., dotsent

N.F. Muratova
Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash
qoshidagi ilmiy seminar raisi, f.f.d., dotsent

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Dunyoda maktabgacha yoshdagi bolalarni har tomonlama rivojlantirish va ularning faolligini oshirishda mediavositalardan foydalanish texnologiyalarini, innovatsion usullarini takomillashtirish, bolalarning olamni anglashlarini ommaviy axborot vositalari materiallari asosida shakllantirishning diagnostik tizimini takomillashtirish, global axborot maydonida bolalarni turli g'oyaviy ta'sirlardan himoyalash va axborot xavfsizligini ta'minlash mexanizmlarini mustahkamlashga alohida e'tibor qaratilmoqda. Bolalar jurnalistikasida mediaviy tarbiya ruhini singdirish vazifasi birlamchi maqsadga aylangan. Chunki medianallor bolalarni faqatgina xabardor qilish vazifasi bilan cheklanmay, hodisalarni tushunish, tahlil etish va baholashga ham undashi lozim. Zero, bolalar jurnalistikasida milliy kontentlarni yaratish bolalar telekanallari oldida turgan asosiy vazifa hisoblanadi. Audiovizual mediada maktabgacha yoshdagi bolalar uchun axborot tayyorlashning dolzarb muammolarini o'rganish dolzarb masala ekanini ko'rsatadi.

Jahonda bolalar mediasavodxonligining ilmiy jihatdan ahamiyatini ko'p sonli olimlarning izlanishlari shu mavzuga qaratilgani bilan ham izohlash mumkin. Masalan, xorij olimlari mediaaxborot savodxonligini uzluksiz ta'lim jarayoni, mediakontentning bolalarning rivojlanishiga ta'siri mediapedagogika sifatida o'rganilayotgan bo'lsa, bir vaqtning o'zida mediata'limning mediasavodxonlik bilan birga berilishi haqida ham bilan to'xtalishadi. G'arb olimlari mediasavodxonlikni umumiy ta'lim sohasining bir bo'lagi sifatida ko'rib, bolalarga media bilan ishlash, tahlil qilish, ularga nisbatan tanqidiy fikrlash kabi ko'nikmalarni rivojlantirish orqali ularda tarbiyaviy, axboriy madaniyatning bir qismi sifatida yondashuvlarini kuzatishimiz mumkin. Bu olimlarning ilmiy ishlarida mediasavodxonlik ta'lim elementi, mediasavodxonlik axborot madaniyati, mediasavodxonlik axboriy xavfsizlik komponenti vositasi sifatida ko'rilmoqda.

O'zbek bolalar mediasida mediamateriallarga nisbatan tanqidiy fikrlashni rivojlantirish, ommaviy axborot vositalarida yolg'on ma'lumotlar va buzilishlarni aniqlash bo'yicha amaliy tajribani to'plash, uzatilayotgan mediakontentlarning manipulyativ ta'siriga qarshi kuchli immunitetni shakllantirish kabi jihatlar muhim ahamiyat kasb etib bormoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev milliy kontent yaratish haqida gapirar ekan: "Agar biz O'zbekiston axborot makonida milliy kontent yaratishni o'z qo'limizga olmas ekanmiz, dunyodagi voqealarga milliy manfaatlarimiz nuqtayi nazaridan baho bermas ekanmiz, bu ishlar xorijdan turib amalga oshirilishiga imkon yaratib beramiz. Chunki odamlardagi yangilik, tahliliy ma'lumotlar, real voqealarga ehtiyojni biz to'ldirmas ekanmiz, buni boshqalar qiladi. Bunga mutlaqo yo'l qo'yib bo'lmaydi"¹ deb ta'kidlaydi. Sohoni rivojlantirishga oid bir qancha me'yoriy hujjatlarning ishlab chiqilishi va amaliyotga joriy qilinishi ommaviy axborot vositalari rivojining huquqiy asoslarini mustahkamladi.

¹ Prezident: "Odamlarning yangilik va tahlillarga bo'lgan ehtiyojini to'ldirmasak, buni boshqalar qiladi". – URL: <https://www.gazeta.uz/oz/2024/01/13/media/> (murojaat sanasi 10.02.2024).

O‘zbekiston Respublikasining 2016-yil 14-sentabrdagi O‘RQ-406-son “Yoshlarga oid davlat siyosati to‘g‘risida”, 2017-yil 8-sentabrdagi O‘RQ-444-son “Bolalarni ularning sog‘ligiga zarar yetkazuvchi axborotdan himoya qilish to‘g‘risida”gi qonunlari, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 28-iyuldagi PQ-3160-son “Ma’naviy-ma’rifiy ishlar samaradorligini oshirish va sohani rivojlantirishni yangi bosqichga ko‘tarish to‘g‘risida”, 2019-yil 22-apreldagi PQ-4296-son “Bola huquqlari kafolatlarini yanada kuchaytirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”, 2017-yil 12-yanvardagi “Kitob mahsulotlarini chop etish va tarqatish tizimini takomillashtirish, kitob mutolaasi va kitobxonlik madaniyatini oshirish hamda targ‘ibot qilish bo‘yicha komissiya tuzish to‘g‘risida”, 2019-yil 2-fevraldagi PF-5653-son “Axborot sohasi va ommaviy axborot kommunikatsiyalarni yanada rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarorlari, 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi farmonlari, shuningdek, faoliyatga doir boshqa normativ-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda ushbu ilmiy tadqiqot muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi. Mazkur tadqiqot respublika fan va texnologiyalar rivojlanishining “Axborotlashgan jamiyat va demokartik davlatni ijtimoiy, huquqiy, iqtisodiy, madaniy, ma’naviy-ma’rifiy rivojlantirishda innovatsion g‘oyalar tizimini shakllantirish va ularni amalga oshirish yo‘llari” ustuvor yo‘nalishiga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o‘rganilganlik darajasi. Bolalar jurnalistikasi muammolarning turli jihatlari qator xorijiy va mahalliy media nazariyotchilar tomonidan o‘rganilgan. Jumladan, milliy jurnalistika nazariyotchilari N.Qosimova², N.Toshpo‘latova³, B.Jalilova⁴, Y.Mamatova, S.Sulaymonova⁵, M.Yunusov⁶, S.Djumanova⁷, N.Mirzayeva⁸, E.Atakulova⁹ tadqiqotlarida bolalar jurnalistikasining taraqqiyoti, ommaviy axborot vositalarining bolalar hayotidagi ijtimoiy imkoniyatlari va mediata‘lim texnologiyalarini joriy etishning zaruratiga oid masalalar ochib berilgan. Shuningdek, bolalarni ma’naviy-axloqiy rivojlantirish, ularni shaxs sifatida tarbiyalashda mediata‘lim texnologiyalarini qo‘llash

² Qosimova N., Toshpo‘latova N. O‘zbekiston ommaviy axborot vositalarida bolalar mavzusini yoritishning nazariy va amaliy asoslari: o‘quv qo‘llanma. – Toshkent: O‘zDJTU, 2014. – B.108.

³ Toshpo‘latova N. Bolalar masalalarini ommaviy axborot vositalarida yoritishda jurnalist mas’uliyati: ilmiy maqolalar to‘plami. – Toshkent, 2014.

⁴ Jalilova B. O‘zbek bolalar publitsistikasi. – Toshkent: Fan, 2006. – B. 5.

⁵ Mamatova Y., Sulaymonova S. O‘zbekiston mediata‘lim taraqqiyoti yo‘lida: o‘quv qo‘llanma. – Toshkent: Extremum-Press, 2015. – B.103.

⁶ Yunusov M. Mustaqillik davrida O‘zbekistonda bolalar jurnalistikasining taraqqiyoti: yutuqlar, muammolar va yechimlar (bosma nashrlar misolida): filol. fan. dok. ... diss. – Toshkent: O‘zMU, 2019. – B.128.

⁷ Джуманова С. Замонавий медиамондаги ахборот-психологик кураш шароитида медиатаълимнинг “Ўзбек модели”ни яратиш ва амалиётга жорий этиш истиқболлари: филол. фан. бўй. фал. док (PhD) ... дисс. – Тошкент: ЎзЖОКУ, 2014. – В.156.

⁸ Mirzayeva N. Bolalar jurnalistikasining kommunikativ va kontekstual xususiyatlari: filol. fan. fals. dokt. ... diss. – Toshkent, 2023.

⁹ Atakulova E. Zamonaviy matbuotda bolalar nashrlari: tadrij, tahlil va talqin: mag. diss. – Toshkent: O‘zDJTU, 2012. – B. 89.

muammolari ijtimoiy fanlarning turli yoʻnalishlari boʻyicha M.Quronov, X.Doʻstmuhammad, K.Farfiyeva, I.Rahmatullayeva, A.Karimov¹⁰ ishlarida oʻrganilgan.

MDH mamlakatlari olimlari A.Fedorov¹¹, D.Jukova¹², M.Anikina¹³, A.Teplitskaya¹⁴, S.Xaritonova¹⁵, V.Grudinskaya¹⁶, N.Plyasek¹⁷, L.Larionova¹⁸ asarlarida media kontentning maktabgacha yoshdagi bolalarning rivojlanishiga taʼsiri, mediapedagogika va mediataʼlim, jumladan, multimedia texnologiyalaridan taʼlim maqsadlarida foydalanish masalalari yoritilgan.

F.Zimmerman, D.Kristakis, A.Meltzoff¹⁹ kabi xorijlik olimlar ishida ikki yoshgacha boʻlgan bolalarda ommaviy axborot vositalarini koʻrish va til rivojlanishi oʻrtasidagi assotsiatsiyalar, maktabgacha yoshdagi bolalarda tilning rivojlanishi bilan bogʻliq salbiy holatlar tadqiq etilgan. A.Lauriella, E.Vartella, V.Raydaut²⁰ sakkiz yoshgacha boʻlgan bolalar tomonidan ommaviy axborot vositalaridan foydalanish, mediaodatlar va ularning bolalar psixologiyasiga, rivojlanishiga taʼsiri yuzasidan izlanishlar olib borgan. T.Pempek, R.Barr, S.Kalvert²¹, M.Richards²²,

¹⁰ Quronov M. Oʻzbekiston umumiy oʻrta taʼlim maktablarida milliy tarbiyaning ilmiy pedagogik asoslari: pedagog. fan. dok ... diss. – Toshkent, 1998.; Dўstmuxammad X. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил: монография. – Тошкент: Янги аср авлоди, 2007. – Б.216; Farfiyeva K. Ommaviy axborot vositalari taʼsirida talabalarda ijtimoiy tasavvurlar shakllanishining oʻziga xosligi (Televideniye misolida): psix. fan. nomz. ... diss. – Toshkent, 2005; Rahmatullayeva I. Oʻzbekiston televideniyesida yoshlar koʻrsatuvlari (badiiy mahorat muammolari): sanʼat. fan. nomz. ... diss. – Toshkent, 2007; Karimov A. Televideniyeining rekreativ vazifasi (Tok-Shoular asosida): filol. fan. nomz. ... diss. – Toshkent, 2012.

¹¹ Федоров А. Медиаобразование: история и теория: учебное пособие для вузов. – Москва: МОО “Информация для всех”, 2015. – С. 450.

¹² Жукова Д. А. Современная детская журналистика как фактор формирования индивидуального и группового сознания детей: проблемы и перспективы развития: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Краснодар: Краснодарский университет МВД России, 2011. – С. 29.

¹³ Аникина М. А. Молодежная аудитория печати: чтение в условиях развития Интернета: дисс. ... канд. филол. наук. – Москва, 2008. – С. 232.

¹⁴ Теплицкая А. А. Детский научно-познавательный журнал как социально значимый государственный проект // Молодой ученый. – 2015. – №7. – С. 1007.

¹⁵ Харитонов С. В. Журналистика для детей в контексте современных медиаисследований (теоретический аспект) // Труды БГТУ. – Москва: БГТУ, 2019. – № 2. – С. 225.

¹⁶ Грудинская В. В. Современные СМИ для детей и юношества. Тенденции развития и типологические черты // Вестник РГГУ. – 2010. – С. 169.

¹⁷ Пляцек Н. А. Чтения комикса как увлечение: влияние на склонность к определённым школьным предметам // Четвёртый международный интеллектуальный форум «Чтение на евразийском перекрестке» / Министерство культуры РФ. – Москва, 2017. – С. 267.

¹⁸ Ларионова Л. И., Горбунова А. Ю. Сравнительное исследование интеллектуального развития детей дошкольного возраста в условиях цифровой среды // Экопсихологические исследования – 6: экология детства и психология устойчивого развития. – 2020. – №6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnoe-issledovanie-intellektualnogo-razvitiya-detey-doshkolnogo-vozrasta-v-usloviyah-tsifrovoy-sredy> (дата обращения: 01.03.2024).

¹⁹ Zimmerman F., Christakis D. Meltzoff A. Television and DVD/video viewing in children younger than 2 years // Arch Pediatr Adolesc Med. – 2007. – 161(5). – P. 473-479. – URL: <https://jamanetwork.com/journals/jamapediatrics/fullarticle/570266> (accessed: 15.01.2024).

²⁰ Lauricella A., Wartella E., Rideout V. Young children's screen time: The complex role of parent and child factors // Journal of Applied Developmental Psychology. – Volume 36. – 2015. – January, February. – P. 11-17.

²¹ Lauricella A., Pempek T., Barr R., Calvert S. Contingent computer interactions for young children's object retrieval success // Journal of Applied Developmental Psychology. – 2010. – September/October. 2010. – Volume 31(5). – P. 362-369.

²² Richards M., Calvert S. Media characters, parasocial relationships, and the social aspects of children's learning across media platforms // Media Exposure During Infancy and Early Childhood. – Berlin: Springer, 2017. – P. 141-163.

S. Rusnak²³ kabi g'arb olimlarining asarlari va eksperimental tadqiqotlarida yosh bolalarning kognitiv rivojlanishini qo'llab-quvvatlashga qaratilgan interfaol media platformalarning imkoniyatlari o'rganilgan.

Bolalar jurnalistikasi muammo sifatida turli soha olimlari tomonidan tadqiq etilgan bo'lsa-da, audiovizual mediada maktabgacha yoshdagi bolalar uchun axborot tayyorlashning dolzarb muammolari milliy jurnalistik izlanishlarda maxsus o'rganilmagan.

Dissertatsiya tadqiqotining dissertatsiya bajarilgan oliy ta'lim muassasasining ilmiy-tadqiqot ishlari rejaları bilan bog'liqligi. Dissertatsiya O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti ilmiy-tadqiqot ishlari rejasining "Mass-media nazariyalari, tarixi va istiqbolining dolzarb muammolari" mavzusidagi amaliy loyihasi doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi audiovizual mediada maktabgacha yoshdagi bolalarga mo'ljallangan kontentni tayyorlashning dolzarb muammolarini tadqiq etish, mazkur yoshdagi tomoshabinlarning axborot xavfsizligini ta'minlash borasidagi chora-tadbirlarini ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

maktabgacha yoshdagi bolalar uchun tayyorlanadigan mediamahsulotlarni ixtisoslashgan jurnalistikaning yo'nalishi sifatida tadqiq etish;

maktabgacha yoshdagi bolalarga mo'ljallangan audiovizual mediamahsulotlar tayyorlash va yetkazish jarayonidagi muammolarni aniqlash;

maktabgacha yoshdagi bolalarni axborot bilan ta'minlashda mediata'limning o'rnini asoslash;

bolalar uchun tayyorlanadigan axborotlarning ijtimoiy-psixologik ta'sirini o'rganish;

sotsiologik tadqiqot yordamida maktabgacha yoshdagi bolalarning zamonaviy audiovizual kontentga bo'lgan munosabatini tahlil qilish;

bolalarga yo'naltirilgan audiovizual medianing tili, uslubi va mahorat masalalarini tahlil qilish va ushbu jarayondagi muammolarni aniqlash.

Tadqiqotning obyekti sifatida "Bolajon", "Aqlvoy" telekanallari hamda Sevimli telekanali "Skids" onlayn platformasining maktabgacha yoshdagi bolalarga mo'ljallangan audiovizual kontenti belgilangan.

Tadqiqotning predmetini maktabgacha yoshdagi bolalar auditoriyasiga mo'ljallangan kanallarda mavzular xilma-xilligi, mualliflar mahorati, dizayn yechimi, materiallarning tili va uslubi, shuningdek, bolalar jurnalistikasidagi mediata'lim shakllari tashkil etadi.

Tadqiqotning usullari. Dissertatsiyada ilmiy-nazariy tahlil, qiyosiy-tipologik tahlil, kontent tahlil, shuningdek, kuzatuv, suhbat, intervyu, anketa so'rovlari kabi eksperimental tadqiqot usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

²³ Rusnak S., Barr R. Infant learning in the digital age // The Cambridge Handbook of Infant Development: Brain, Behavior, and Cultural Context. – Cambridge University Press, 2020. – P. 435-466. – URL: <https://www.cambridge.org/core/books/abs/cambridge-handbook-of-infant-development/infant-learning-in-the-digital-age/CC49DAD3CCA257E2CAD17243068A223E> (accessed: 24.02.2024).

maktabgacha yoshdagi bolalar audiovizual media kontenti dastlab medisavodxonlik konsepsiyasi asosida tahlil qilinib, media ma'lumotlarning media pedagogika va media psixologiya yondashuvi asosida jurnalistik talablari ishlab chiqildi;

bolalar jurnalistikasida maqsadli auditoriyaning yosh kategoriyasi bo'yicha farqlanishi isbotlanib, uning asosida bolalar mediasidagi gedonistik funksiya yotishi dalillandi;

medisavodxonlik prinsiplari asosiga qurilgan bolalar jurnalistikasini rivojlantirishda 4K modelini qo'llash va uning asosini tashkil etuvchi kommunikatsiya, kollaboratsiya, kreativlik va tanqidiy fikrlash kabi tamoyillarni aks ettiruvchi ijodiy mezonlarning ilmiy va amaliy asoslari ishlab chiqildi;

bolalar tomonidan yaratilgan mediakontent jurnalistik faoliyat turi sifatida o'rganilib, maktabgacha yoshdagi bolalarda tahliliy va tanqidiy fikrlash ko'nikmalarini shakllantiruvchi bolalar mediamahsulotlarining tipologik xususiyatlari tavsiflandi hamda media ijod usuli "tengosh-tengdoshiga" tamoyili tufayli mediasavodxonlikni oshirishning samarali usullardan biri ekanligini dalillandi.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

audiovizual mediada maktabgacha yoshdagi bolalar uchun axborot tayyorlashning shakllanish va rivojlanish tendensiyalari ochib berilgan;

milliy bolalar jurnalistikasida uzatilayotgan bolalar dasturlari bilan bir qatorda xorijiy bolalar jurnalistikasi mediamateriallari qiyosiy o'rganilgan;

bolalar dasturlarini tayyorlashda ijodiy mahorat masalalarining o'ziga xos ko'rsatkichlari yoritib berilgan;

bolalar dasturlarini shakl, mazmun va kontent jihatidan rivojlantirish yuzasidan taklif-tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi ilmiy izlanishda qo'llanilgan nazariy ma'lumotlarning rasmiy manbalardan olingani, shuningdek, audiovizual mediada maktabgacha yoshdagi bolalar uchun axborot tayyorlash muammolarini o'rganishda telekanallar faoliyati tahlil qilingani, bolalar dasturlarida mahorat masalalari va mavzular xilma-xilligiga e'tibor qaratilgani, tadqiqot natijalari tahlilida qo'llanilgan usullar asosida ishlab chiqilgan tavsiyalarning amaliyotga joriy etilgani, olingan natijalarning vakolatli vazirlik va tashkilotlar tomonidan tasdiqlangani bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining nazariy va ilmiy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati dissertatsiya ishida audiovizual bolalar jurnalistikasining alohida yo'nalish ekanligi asoslangani, audiovizual bolalar jurnalistikasining yutuqlari, kamchiliklari va yechimlarini ochishga doir nazariy xulosalarning o'rganilgan va umumlashtirilgani, bolalar auditoriyasiga mo'ljallangan teleko'rsatuvlarning ta'limiy, tarbiyaviy va rivojlantiruvchi funksiyalari aniqlangani, bolalar mavzularining yoritilishini takomillashtirishga yo'naltirilgan mediatalablar, ilmiy taklif va tavsiyalar ishlab chiqilganligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati audiovizual mediada maktabgacha yoshdagi bolalar auditoriyasi uchun axborot tayyorlash bo'yicha me'yoriy-huquqiy

hujjatlar va chora-tadbirlar dasturlarini tayyorlashga, bolalar ko'rsatuvlarining bolalarni rivojlantiruvchi funksiyalarini oshirishga doir ishlab chiqilgan tavsiyalarning amaliyotda samarali qo'llanilishiga ko'maklashishi bilan belgilanadi. Shuningdek, tadqiqotning ilmiy-nazariy xulosalari o'zbek bolalar jurnalistikasi bo'yicha yangi tadqiqotlarni amalga oshirishda qo'l keladi. Xususan, bolalar jurnalistikasining shakllanishi va rivojlanish tendensiyalari bo'yicha o'quv adabiyotlarini yaratish hamda amaliyotchi jurnalistlar uchun seminar treninglar tashkil etish va o'tkazish, turli metodik ko'rsatmalar ishlab chiqishda muhim manba bo'lib xizmat qiladi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. O'zbekistonda bolalar jurnalistikasi tadqiqi bo'yicha olingan natijalar asosida:

Maktabgacha yoshdagi bolalar audiovizual media kontenti mediasavodxonlik konsepsiyasi asosida tahlil qilinib, bu mazmundagi media ma'lumotlarning media pedagogika va media psixologiya yondashuvi asosida jurnalistik talablari ishlab chiqish uchun bolalarda bilish va anglash ko'nikmalarini shakllantirishda ota-onalar va MTT tarbiyachi-pedagoglari hamkorligi tizimini takomillashtirish bo'yicha Toshkent shahar Yakkasaroy tumani 100-sonli, Mirobod tumani 34-sonli, Samarqand viloyati Narpay tumanidagi 60-sonli hamda 66-sonli MTT tarbiyalanuvchilari va ularning ota-onalari orasida eksperimental tarzda sinovdan o'tkazilgan (O'zbekiston Respublikasi Maktabgacha va maktab ta'limi vazirligi huzuridagi Maktabgacha ta'lim agentligining 2023-yil 19-dekabrda 02-01/3-2421-son ma'lumotnomasi). Natijada ishlab chiqilgan taklif va tavsiyalar bolalar audiovizual media kontenti media pedagogika va media psixologiya yondashuvi asosidagi jurnalistik talablar bolalar orasida mediasavodxonlikni shakllantirishda muhim mezon bo'la olishi tasdiqlangan;

bolalar jurnalistikasida maqsadli auditoriyaning yosh kategoriyasi bo'yicha farqlanishi va uning asosida bolalar mediasidagi gedonistik funktsiya yotishi maqsadli auditoriyaning ijtimoiy va madaniy parametrlari "Madaniyat va ma'rifat" telekanalining "Bugun intervyu" dasturi hamda mediasavodxonlik va mediata'lim mavzulari bo'yicha bir nechta ko'rsatuvlarni tayyorlashda foydalanilgan (O'zMTRK "Madaniyat va ma'rifat" telekanalining 2023-yil 2-maydagi 02-02-01/109-sonli ma'lumotnomasi). Natijada teletomoshabinlarga mediata'limning zamonaviy axborot makonida mo'ljalni aniq olish, axborot oqimiga nisbatan bola shaxsiga to'g'ri munosabatni shakllantirish, yosh avlodni zararli axborot xurujlaridan asrash, bolalarga mo'ljallangan milliy kontent xususiyatlarini tushuntirishda samaradorlikka erishilgan;

mediasavodxonlik prinsiplari asosiga qurilgan bolalar jurnalistikasini rivojlantirishda 4K modelini ko'llash va uning asosini tashkil etuvchi kommunikatsiya, kollaboratsiya, kreativlik va tanqidiy fikrlash kabi tamoyillarni aks ettiruvchi ijodiy mezonlarning ilmiy va amaliy asoslari bo'yicha A.Avloniy nomidagi pedagoglarni kasbiy rivojlantirish va yangi metodikalarga o'rgatish milliy-tadqiqot institutida umumta'lim maktablari pedagog kadrlari malakasini oshirish kurslarining "AKT va mediasavodxonlik kompetensiyasi" yo'nalishi uchun mediasavodxonlik va mediata'lim mavzulari bo'yicha videokontentlar tayyorlashda foydalanilgan (A. Avloniy nomidagi pedagoglarni kasbiy

rivojlantirish va yangi metodikalarga o'rgatish milliy-tadqiqot institutining 2023-yil 26-aprel 04/09-115-sonli ma'lumotnomasi). Natijada pedagog xodimlarning bolaning axborotni qabul qilish xususiyatlari, zamonaviy mediamakonning yosh avlodni ma'naviy va jismoniy tarbiyasidagi o'rni, kichik yoshdagi tomoshabinlarda mediasavodxonlikni rivojlantirish usullari haqidagi bilimlarini oshirishga erishilgan;

bolalar tomonidan yaratilgan mediakontent jurnalistik faoliyat turi sifatida o'rganilib maktabgacha yoshdagi bolalarda tahliliy va tanqidiy fikrlash ko'nikmalarini shakllantiruvchi bolalar mediamahsulotlarining tipologik xususiyatlarini tavsiflash bo'yicha ishlab chiqilgan taklif va tavsiyalardan "Bolajon" telekanalining "Aqlli planshet", "Test you English", "Til – millat ko'zgusi" dasturlarida foydalanilgan. ("Yoshlar" telekanalining 2023-yil 13-oktyabr 14-03-149-sonli ma'lumotnomasi). Natijada ilgari surilgan nazariy xulosalar bolalar tomonidan yaratilgan mediakontent media ijod usuli "tengosh-tengdoshiga" tamoyili tufayli mediasavodxonlikni oshirishning samarali usuli sifatida bolalar dasturlarini tayyorlashda ma'rifiy funksiyani rivojlantirish, bolalar telekanallari dasturlarida til va tasvir mushtarakligini ta'minlash maktabgacha yoshdagi bolalar uchun xavfsiz, rivojlantiruvchi hamda sifatli dasturlar tayyorlashga xizmat qilgan. Bolalar uchun videobloglar yaratishda zamonaviy bloger bolalarni tayyorlash va yuzaga chiqarish, bolalar mediakontentlari asosida maktabgacha yoshdagi bolalarda mediasavodxonlikni shakllantirish, bolalar dasturlarini tayyorlashda telekanallarining ma'rifiy funksiyasini rivojlantirish, bolalar telekanallari dasturlarida til va tasvir mushtarakligini ta'minlash kabi taklif va tavsiyalaridan "Sevimli" telekanalining You tube ijtimoiy tarmog'ida uzatiladigan Skids platformasi ko'rsatuvlarida foydalanilgan. ("Sevimli" telekanalining 2023-yil 13-oktyabr 14-03-149-sonli ma'lumotnomasi).

Tadqiqot natijalarining approbatsiyasi. Tadqiqot natijalari 2 ta xalqaro va 8 ta respublika ilmiy-amaliy anjumanlarida muhokamadan o'tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e'lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo'yicha jami 16 ta ilmiy ish e'lon qilingan. Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasining doktorlik dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlarda 6 ta maqola, jumladan, 3 tasi respublika va 3 tasi xorijiy jurnallarda chop etilgan.

Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya ishi kirish, uch bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati hamda ilovadan iborat. Dissertatsiyaning hajmi 138 betni tashkil etadi.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Dissertatsiyaning **kirish** qismida mavzuning dolzarbligi va zarurati, respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi, muammoning o‘rganilganlik darajasi, dissertatsiya mavzusi bajarilayotgan oliy ta‘lim muassasasi ilmiy-tadqiqot ishlari rejasi bilan bog‘liqligi, tadqiqotning maqsadi va vazifalari, obykti va predmeti, tadqiqot usullari, ilmiy yangiligi va amaliy natijalari bayon qilingan, olingan natijalarning ishonchliligi asoslanib, ilmiy va amaliy ahamiyati ochib berilgan, tadqiqot natijalarining amaliyotga joriy qilinishi, ishning approbatsiyasi, e‘lon qilingan ishlar va dissertatsiyaning tuzilishi bo‘yicha ma‘lumotlar keltirilgan.

Dissertatsiyaning **“Milliy mediada bolalar uchun axborot tayyorlashda ijodiy mahorat va mediata‘lim masalalari”** deb nomlangan birinchi bobida ixtisoslashgan jurnalistika, uning alohida yo‘nalishi sifatida bolalar jurnalistikasi, bolalar uchun axborot tayyorlashda mediata‘limning o‘rni, shuningdek, maktabgacha yoshdagi bolalarda mediasavodxonlikni bolalar mediakontentlari asosida shakllantirish usullari tadqiq qilingan.

Jurnalistikaga ijtimoiy ma‘lumotlarni (gazeta, jurnal, radio, televideniye va internet orqali) to‘plash, qayta ishlash va davriy ravishda tarqatish bo‘yicha professional va ijtimoiy faoliyat turi sifatida qarash mumkin. Bolalar jurnalistikasi ham ixtisoslashgan jurnalistika yo‘nalishlaridan biridir. U yosh avlodni jamiyatning intellektual va ma‘naviy salohiyati bilan tanishtiradi, keksa avloddan yosh tomoshabinlarga ma‘lumot uzatadi va ayni paytda bolalarning bir-biri bilan muloqot qilish imkonini beruvchi aloqa vositasi vazifasini o‘taydi. Uning yordami bilan yosh tomoshabinlar dunyoni o‘rganadilar.

Bolalar jurnalistikasi umumiy jurnalistika kabi maxsus ijtimoiy institut bo‘lib, jamiyat bilan bog‘liq holda muayyan funksiyalarni bajaradi.

Asosiy funksiyalari – axborot ulashish, ta‘lim va tarbiya berish, idrok etish qobiliyatini kuchaytirish va ijtimoiylashtirish. Bolalar jurnalistikasida muhim o‘rinni madaniy, ma‘rifiy, dam olish va gedonistik funksiyalar guruhi egallaydi. Bu bolalar psixologiyasining o‘ziga xos xususiyatlari bilan bog‘liq bo‘lib, u bilish va o‘yin-kulgi jarayonlarining qo‘shilishi bilan tavsiflanadi.

Har bir oila bosma ommaviy axborot vositalariga obuna bo‘lmaydigan, ammo deyarli har bir uyda internet va unda ishlaydigan gadjetlar mavjud bo‘lgan zamonaviy dunyoda internet odamlar, ayniqsa, bolalar ongiga ta‘sir qilishning eng samarali vositasiga aylanmoqda, chunki bola tanqidiy fikrlashsiz uni baholay olmaydi. Taqdim etilgan ko‘rgazmali material va ko‘rgan narsasini ishonch bilan qabul qiladi²⁴.

Hozirgi vaqtda bolalar telekanallarida o‘zgargan ijtimoiy sharoitlarda ma‘naviy-axloqiy rivojlanish masalalariga javob beradigan va taraqqiyotga haqiqatdan hissa qo‘shadigan ko‘rsatuvlar soni qabul qilib bo‘lmaydigan darajada kamayib ketdi. Buning o‘rniga yosh tomoshabinlar pragmatizm, iste‘molchilik va

²⁴ Конюхова Т. В. Влияние СМИ на массовое сознание в информационном обществе // Фундаментальные исследования. – 2005. – № 3. – С. 71.

axloqiy befarqlik falsafasi motivlari bilan sugʻorilgan telekoʻrsatuvlar bilan kifoyalanib qoldi. Zamonaviy tadqiqotchilarning fikricha, mutlaq maʼnolar, meʼyorlar va qadriyatlar dunyosidan ajralgan televideniye yosh tomoshabinlarga hech narsa bera olmaydi, bu esa ularning atrofidagi va ular bilan sodir boʻlayotgan voqealarning mohiyatini notoʻgʻri tushunish holatiga olib kelishi tabiiy. Bolalar televideniyesi dasturi qaysi yoshga moʻljallanganligiga qarab, tahririyat uning mazmuni, tuzilishi, shakli va hajmini belgilaydi. Tomoshabinlarning ijtimoiy-psixologik xususiyatlari ham hisobga olinadi.

Bolalar mediadasturlarining asosiy vazifasi, birinchidan, maktabgacha yoshdagi bolalarning hayotni anglash tajribasini, ikkinchidan, bolalarda boshlangʻich taʼlim koʻnikmalarini shakllantirishdir. Ular bolalarda qiziquvchanlik, kuzatuvchanlik, tashkilotchilik, intizomni rivojlantirishga yordam beradi.

Bugungi kunda Oʻzbekistonda “Tong yulduzi”, “Klass” gazetalari va “2x2”, “Знайка”, “Gʻuncha”, “Gulxan”, “Родничок”, “Yosh kuch”, “Sinfdosh” kabi jurnallar, “Oʻzbekiston”, “Sport”, “Yoshlar”, “Madaniyat va maʼrifat”, “Dunyo boʻylab” va “Toshkent”, “Navo” telekanallari, “Yoshlar”, “Oriyat dono”, “Mashʼal”, “Poytaxt” radiokanallarining har birida bolalar uchun materiallar, koʻrsatuv va eshittirishlar mavjud. “Yoshlar” teleradiokanali qoshida 2013-yil 1-iyun kuni ochilgan “Bolajon” va 2021-yil 22-martda tashkil etilgan, “Aqlvoy” telekanallaridagi koʻrsatuvlar kundan kunga mazmunan boyib bormoqda. Aytish joizki, mazkur OAV bolalar auditoriyasi uchun qiziqarli boʻlgan axborotni yetkazadi. Bunda bolalarning tili, dunyoqarashi, qiziqishlari, oʻy-fikrlari toʻlaqonli aks etishi ularning xohish-istaklari, takliflari asosida amalga oshiriladi va bu bolalarning koʻrsatuvlarni qiziqish va maroq bilan koʻrishlarini taʼminlaydi.

Taʼkidlash joizki, bir necha oylik bolalar allaqachon ekranli vositalar bilan aloqada boʻlishadi. Masalan, 19-24 oylik bola kuniga oʻrtacha 16 daqiqani ekran bilan birga oʻtkazadi. 24-48 oylikdan boshlab kunlik ekran vaqti 23 daqiqadan 42 daqiqagacha oshadi. Germaniyada oʻtkazilgan tadqiqotlarga koʻra, 2 yoshdan 3 yoshgacha boʻlgan bolalarning kunlik ekran vaqti 59 daqiqani tashkil etdi. Ijtimoiy-iqtisodiy ahvoli past boʻlgan ota-onalarning bolalari taʼlim darajasi va uy xoʻjaliklarining daromadlari oʻlchanganda, ekranga kamroq vaqt ajratishi maʼlum boʻlgan. 2022-yil noyabr oyida oʻtkazilgan “Ipsos” kompaniyasining ushbu masala boʻyicha soʻrovnomasiga koʻra oxirgi bir necha yil ichida farzandlarining ommaviy axborot vositalaridan foydalanishida faol vositachilik qilayotgan ota-onalar soni koʻpaygan. “2018-yildan 2022-yilgacha farzandlarining ekran oldidagi vaqtini cheklovchi ota-onalar ulushi 30 foizdan 50 foizga, farzandlari kuzatib borishi mumkin boʻlgan media kontentni cheklovchi ota-onalar ulushi esa ikki barobarga, 32 foizdan 64 foizga oshgan”²⁵.

Bolalar masalalarining OAVda yoritilishi haqida gap ketganda, avvalo, kattalar jurnalistikasi bilan bolalar jurnalistikasining oʻxshash va farqli jihatlari yaxshi ajratib olish kerak boʻladi.

Oʻxshash jihati: bolalar va kattalar jurnalistikasining oʻxshashligi har ikkalasi ham auditoriyaga axborot uzatish bilan shugʻullanadi.

²⁵ – URL: <https://www.unicef.org/montenegro/en/stories/media-literacy-every-child> (мурожаат санаси: 25.01.2024).

Farqli jihatlar: auditoriyaning turlicha ekanligi, ya'ni bolalar jurnalistikasi auditoriyasini 5-14 yoshgacha bo'lgan bolalar tashkil etadi; bolalar jurnalistikasi kattalar jurnalistikasiga qaraganda ijodiy jihatdan murakkabroq; bolalar borliqni o'z tasavvurlarida ko'radilar; bolalarga beriladigan axborotning sodda va tushunarli.

Olib borilgan tahlil natijalariga ko'ra, so'nggi yillarda bolalar televideniyesi muammolari majmuasini sanab o'tamiz:

- bolalarga mo'ljallangan kontentda reklamalar hajmining oshishi;
- bolalar uchun mo'ljallangan kontentda bolalar submadaniyatining kattalar submadaniyati talqinida berilishi;
- boladan intervyu olinganda, u xuddi kattalardek fikrlaydi;
- jurnalistlarning ko'pchiligi boladan intervyu olishni bilmaydi; Ayrim jurnalistlar uchun bolaning fikri ahamiyatsizday ko'rinadi;
- agar jurnalistlar materiallarida bola fikrini berishlari kerak bo'lsa, buni ulardan so'rab o'tirmay, voqelikni bola nomidan o'zlari "talqin" qilib qo'ya qoladilar;
- bolalar mavzusi doimiy emas, balki biror-bir muhim voqea munosabati bilan, masalan, 1-iyun – Xalqaro bolalar kuni, 2-sentyabr – Bilimlar kuni, 3-dekabr – Xalqaro nogironlar kuni arafasida jurnalistlarning "qiziqish"lari ortib, boshqa paytga nisbatan ko'proq yoritiladi.

Dissertatsiyaning **“Audiovizual mediada bolalarga mo'ljallangan televizion kontent va uning spetsifik xususiyatlari”** deb nomlangan ikkinchi bobida audiovizual mediada bolalar dasturlarini tayyorlashning o'ziga xos jihatlari, bolalar dasturlarini tayyorlashda “Bolajon”, “Aqlvoy” telekanallarining edukativ (ma'rifiy) funksiyasi tavsifi hamda ahamiyati, til va tasvir mushtarakligi tadqiq qilinadi. Shuningdek, mazkur bobda kattalar bilan bab-barobar bolalar ham axborot iste'molchisi sifatida axborotlarga nisbatan mustahkam mafkuraviy immunitetni shakllantirish borasida ham aniq qiyosiy misollar tahlil qilingan.

XX asr bolalar jurnalistikasi oldiga yangi vazifalarni qo'ydi. So'nggi o'n yil ichida axborot makonida haqiqatga aylangan axborot portlashi, bir tomondan, O'zbekistonning zamonaviy jamiyatning eng muhim tarkibiy qismlaridan biri bo'lgan global axborot makoniga qo'shilishiga olib keldi, boshqa tomondan, madaniy, estetik va axloqiy g'oyalar muhim rol o'ynaydigan bolalarda yangi qadriyatlar yo'nalishlarini shakllantirishning asosiy omillaridan biriga aylandi.

Milliy mediada mustaqillikning dastlabki yillarida siyosiy-iqtisodiy, madaniy-ma'rifiy, ko'ngilochar yo'nalishdagi ko'rsatuvlar, teledasturlar bilan bir qatorda “Bolalar va o'smirlar” bosh muharririyatining “Oqshom ertaklari”, “Ertaklar yaxshilikka yetaklar”, “Kichkintoyimiz – gijingtoymiz”, “Bola tilidan”, “Kichkintoy teatri”, “Nurli kelajak”, “Bolaligim – poshsholigim”, “Oltin toj”, “Katta tanaffus”, “O'yla, izla, top!”, “Quvnoq startlar”, “Sho'rdanak” kabi bolalar uchun teledasturlar efirga uzatildi.

2010-2015-yillarga oid Uzarxiv fonotekalari ma'lumotiga ko'ra O'zbekiston milliy teleradiokompaniyasining tizimida faoliyat yuritayotgan “O'zbekiston”, “Yoshlar”, “Sport”, “Madaniyat va ma'rifat”, “Dunyo bo'ylab”, “Toshkent”, “Navo” telekanallarida bolalar uchun mo'ljallangan ko'rsatuvlar, rang-barang dasturlar doimiy ravishda bolalar vaqtda efirga uzatilib borgan.

Zamonaviy media muhitda har qanday yoshdagi inson axborot iste'molchisidir. Jumladan, maktabgacha yoshdagi bolalar axborotni nafaqat TVdan, balki internetdan ham olayotganini inobatga olsak, aytish joizki axborotni saralay olish, tushunish va to'g'ri tahlil qila olish ko'nikmalarini kichik yoshdanoq shakllantirib borish maqsadga muvofiqdir.

Tadqiqot jarayonida "Bolajon", "Aqlvoy" telekanallarida efirga uzatiladigan bolalar ko'rsatuvlarining bolalarni ma'rifiy-axloqiy rivojlantirishga xizmat qiluvchi: ogohlantiruvchi, ma'lumot beruvchi, integrativ, ijtimoiy, madaniy-rekreativ ehtiyojlarni ta'minlovchi tashkiliy-educativ funksiyalarni shakllantiruvchi jihatlarga ega bo'lishi kerakligi aniqlandi.

Tajribalarimiz tahlili shuni ko'rsatdiki, bolalar auditoriyasiga mo'ljallangan mavzularning yoritilishida quyidagi kamchiliklar mavjudligi aniqlandi:

voqea-hodisalarni tahlil qilish qobiliyati sust, obyektga nisbatan bir yoqlama, ya'ni teleoperator nazari bilan qaraydi;

ba'zi ko'rsatuvlarda intervyu oluvchi o'zining suhbatdoshi (bola)ga nisbatan juda ko'p gapirib yuboradi, suhbatdoshning o'z fikrini to'liq namoyon qilishiga imkon qolmaydi;

bolalar uchun mo'ljallangan ko'rsatuvlarda esa, bolaga gap o'rgatib, uni "to'tiqush" misol sayratish holatlari ko'p kuzatiladi²⁶;

bolalar fikrlari kattalar talqinida berilishi kuzatiladi, ya'ni boladan intervyu olinganda, u go'yo kattalarday fikrlaydi, kattalarday gapiradi;

ba'zi mediamateriallarda jurnalist voqelikni bola nomidan o'zlari talqin qilib qo'ya qoladilar, ya'ni ko'pgina mediamahsulotlarni tayyorlashda bolalar ehtiyojlari, qiziqishlari inobatga olinmaydi.

Yuqoridagi holatlarni hisobga olib, bolalar auditoriyasiga oid dasturlarni tayyorlovchi jurnalistlarning mediapedagogik bilimlarini oshirish zarur degan xulosaga kelindi. Shuningdek, tadqiqot doirasida OAVda bola shaxsini rivojlantirishga qaratilgan mavzular samaradorligini oshirish uchun dasturlarning maktabgacha yoshdagi bolalarning ma'naviy ehtiyojlariga, yosh xususiyatlariga mosligi, mavzular rang-barangligi, tarbiyaviy ishlar mazmuniga uyg'unligi, ta'minlanishi kerakligi aniqlandi.

Bolalar ko'rsatuvlarining natijaviyligini oshirish talablari

t/r	Samaradorlikni oshirish talablari va uning qisqacha mazmuni
1.	Ma'naviy ehtiyojlarga mosligi. Bolalar auditoriyasiga oid materiallarning mazmun-mohiyati, tuzilishi aniqlik va oddiylikka asoslanishi va bolalarning bilish ehtiyojlarini rivojlantirishga xizmat qilishi zarur.
2.	Mavzular xilma-xilligi. Teleko'rsatuvlarda beriladigan materiallar mazmuni badiiy, informatsion, ta'limiy, tarbiyaviy, kreativ fikrlashga undash talablariga mos bo'lishi lozim.

²⁶ Qosimova N., Toshpo'latova N. O'zbekistonda ommaviy axborot vositalarida bolalar mavzusini yoritishning nazariy va amaliy asoslari: o'quv qo'llanma. – Toshkent, 2014. – B. 211.

3.	Uyg'unlik. Bolalar ko'rsatuvlarida beriladigan materiallar mazmuni ma'naviy-mafkuraviy tarbiya jarayoniga uyg'un bo'lishi lozim.
4.	Yosh xususiyatlariga mosligi. Bolalar mavzusini yoritadigan mediamateriallar bola shaxsining istak-xohishlari va qiziqishlariga, psixologiyasiga, ijtimoiy tasavvur va qarashlariga mos bo'lishi lozim.
5.	Mediasavodxonlikni rivojlantirish. Teleko'rsatuvlar mazmuni bolalarda mediamateriallarni tahlil qila olish, xulosa chiqarish, virtual olamdagi g'oyaviy munozaralarga o'z fikrini erkin bildira olish qobiliyatini rivojlantirishi lozim.

Yuqoridagi mediapedagogik talablarni hisobga olib, bolalar auditoriyasiga oid dasturlarni tayyorlovchi jurnalistlar va ijodiy jamoa bola psixologiyasi bilan shug'ullanuvchi mutaxassislar, ya'ni tarbiyachi-pedagoglar, psixologlar bilan hamkorlikni yo'lga qo'yishi maqsadga muvofiqdir. Bolalar dasturlarining edukativ funksiyasi, dasturlar ijodiy guruh hamda mediapedagoglar hamkorligi asosida tayyorlansa, ishga tushadi.

O'zbek olimlaridan M.Xudoyqulov matbuot funksiyalarini shartli ravishda "tasvir, tahlil va ta'sir" qismlariga ajratgan²⁷. Ommaviy axborot vositalari sohasida amalga oshirilgan keng ko'lamli islohotlar O'zbekistonda bolalar jurnalistikasining rivojlanishiga ham asos bo'ldi. Audiovizual mediada bolalar jurnalistikasining taraqqiy etishini mamlakatimizda faoliyat olib borayotgan bolalar telekanallarining tashkil topishi va faoliyati ham yaqqol misol bo'la oladi. Maktabgacha yoshdagi bolalarning bilish va atrofni o'rganish bilan bog'liq ehtiyojlarini mediamahsulotlar orqali to'ldirish mumkin.

Axborot berish vazifasi, asosan, 15-16 yoshli bolalar uchun ahamiyatlidir. Chunki aynan shu yoshda bola xuddi kattalardek axborotni qabul qila boshlaydi. Bu holat, shuningdek, televideniyeining targ'ibotchilik, ijtimoiy boshqaruvchilik, tashkilotchilik, interaktivlik vazifalari uchun ham xarakterlidir.

Bolalar telekanali orqali uzatiladigan kontentlar tilida mavjud bo'lishining muhim xususiyatlar quyidagilarni tashkil etadi:

1. Oddiylik va ravshanlik: dastur tili sodda, ortiqcha murakkablik va chalkashliklarsiz bo'lishi kerak. Oddiy jumlar va so'zlarni birlashtirib, bolalar tushunishiga oson hamda sodda grammatikadan foydalanish telekontentni yaxshi qabul qilinishiga yordam beradi.

2. Vizuallik: dastur tili tushunarli bo'lishi va bolalarni jalb qilish uchun vizual elementlardan foydalanish zarur. Yorqin, rang-barang tasvirlar, animatsiyalar, chizmalar va boshqa ko'rgazmali qurollardan foydalanish bolalarning diqqatini jalb qilish va mazmuni o'zlashtirishga undaydi.

3. Yondashuv: yosh toifasidan kelib chiqib tilga yondashish ham ularning qobiliyatlari va tushunchalarini shakllantirishga yordam beradi.

4. Interaktivlik: til ham interaktiv xarakterga ega bo'lishi mumkin. Jumladan, dialoglar, savollar bolalarni faol ishtirok etishga va javob berishga undaydi.

²⁷ Xudoyqulov M. Jurnalistika va publitsistika. – T.: Universitet, 2008. – B. 31.

Bu xususiyatlar har bir ko‘rsatuvda aks etishi va tomoshabinga yetkazib bera olish uchun teleboshlovchidan o‘ziga xos malaka talab etiladi. Malaka – bu ishga doir vazifalarni bajarish va kerakli samaraga erishish uchun zarur bo‘lgan bilim va ko‘nikmalardan iborat qobiliyatdir²⁸.

Dissertatsiyaning “**Zamonaviy mediamuhitda bolalarga mo‘ljallangan internet materiallarining samaradorligi**” deb nomlangan uchinchi bobida ijtimoiy tarmoqlarda bolalar auditoriyasiga mos mediakontentlar tipologiyasi, “YouTube” videoxostingida bolalar auditoriyasiga mo‘ljallangan kontentlarning monetizatsion ta’siri, shuningdek, tadqiqot ishi doirasida internet materiallarining bolalar auditoriyasiga ta’siri yuzasidan o‘tkazilgan so‘rovnomalar natijalari aniqlangan.

Ijtimoiy tarmoq tushunchasi tarkibi faqatgina ishtirokchilardan iborat va ular orasida mulqotni o‘rnatuvchi, ko‘p foydalanuvchili interaktiv veb saytlar orasida yaratilgan tarmoq deb tushuniladi. Mazmuniga ko‘ra ijtimoiy tarmoq ikki bosqichli bo‘ladi:

– foydanuvchilar orasidagi mulqotni o‘rnatib beruvchi dasturiy – apparatli kompleks;

– foydanuvchilar orasidagi umumiy qiziqishlarni aniqlash, guruhlar orasidagi mulqot internet tarmog‘i orqali bajarilishini ta’minlash.

Maktabgacha yoshdagi bolalarning ijtimoiylashuvida videoblogingning bolalarni shaxsiy rivojlanish jarayoniga ijobiy va salbiy ta’siri nisbatini aniqlash juda qiyin. Videoblogosfera doirasida ota-onalar, tarbiyachi-pedagoglar, o‘qituvchilar va bolalar o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlarning xususiyatlarini jiddiy o‘rganishni talab qiladi. Videoblogosferaning bolalar segmentini o‘rganish bolalar va o‘smirlar psixologiyasining xususiyatlari, zamonaviy axborot jamiyatida bolalarning ijtimoiylashuvi o‘ziga xosligi bo‘yicha tadqiqotlar bilan uzviy bog‘liqdir.

“YouTube” rus va xorijiy internet foydalanuvchilari tomonidan videobloglar yuritish uchun foydalaniladigan asosiy videoxosting hisoblanadi. Videoblogosferaning bolalar segmenti kattalar yoki bolalarning o‘zlari tomonidan yaratilgan. Ijtimoiy me’yorlarning rivojlanishi va zamonaviy videobloglar endi shunchaki xobbi emas, balki davriy va doimiy ravishda pul ishlash usuliga aylanib bormoqda. Buni anglagan bolalar va o‘smirlar kelajakdagi kasb sifatida ushbu faoliyat turini tanlashga tobora ko‘proq intilmoqda. “YouTube”da bolalar uchun kontent tayyorlaydigan bloger bolalar faoliyati so‘nggi yillarda ancha faollashgan va ommalashgan. Masalan, “**Kids Roma Show**” (26 million obunachi), “**Like Nastya**” (105 million obunachi), “**Vlad and Nika**” (96 million obunachi), “**Cocomelon**” (156 million obunachi), “**Get Movies**” (42 million obunachi) kanallari muntazam ravishda bolalar uchun videomahsulotlar tayyorlab boradi. Bunday mediakontentlar bolada faollikni rivojlantiradi. Bolaning ijtimoiy me’yorlar, qadriyatlar va modellarni o‘zlashtirishi orqali uning ijtimoiy moslashuvi jarayonini tezlashtiradi.

2024-yilning mart oyidan boshlab “Sevimli” telekanalining “YouTube” ijtimoiy tarmog‘ida bolalar uchun mo‘ljallangan “Skids” platformasi ishga tushirildi. “Skids” milliy internet sigmentidagi kattalarni nazorati kerak bo‘lmagan,

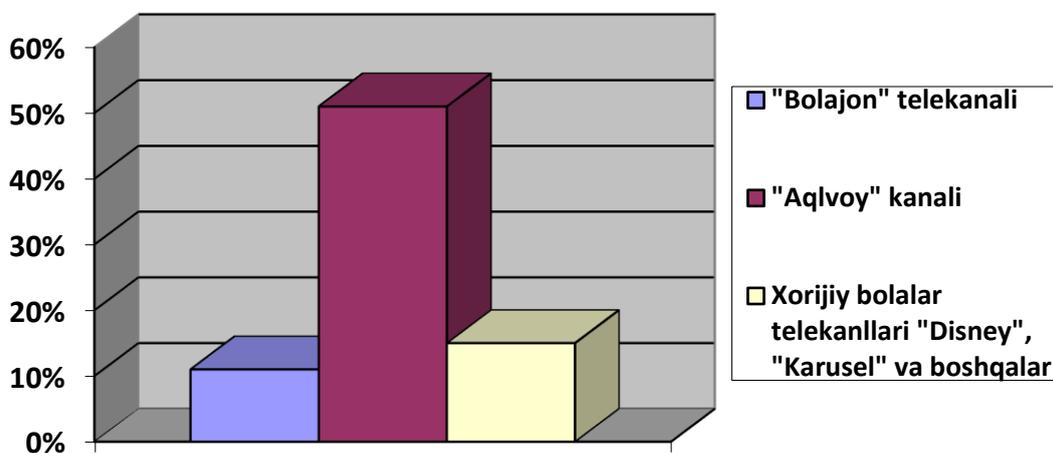
²⁸ Борецкий Р., Кузнецов Г. Журналист ТВ в кадре и за кадром. – Москва, 1990. – С. 114.

0-6 yoshdan 6-12 yoshgacha bo'lgan bolalar uchun mo'ljallangan, ko'plab multfilmlar va kontentlarga ega katta platforma hisoblanadi. "Skids"da multfilm va kontentlarni o'zbek va rus tillarida namoyish qilinadi.

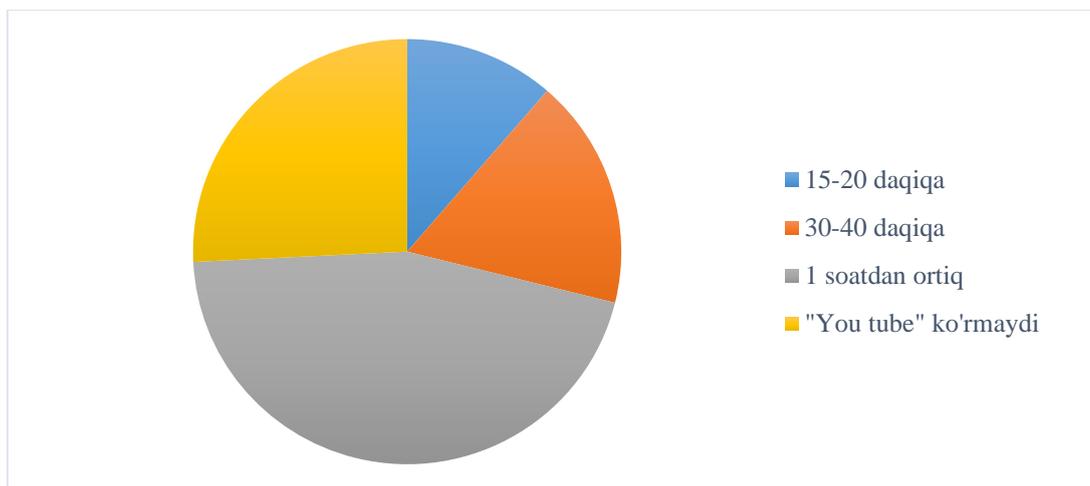
"Skids"ga har kuni yangi, eng mashhur, original milliy va xorijiy multfilm va kontentlar HD formatda joylab boriladi. Unda bolajonlar sonlar, harflar, ranglar va yana ko'pgina qiziqarli narsalarni o'rganadilar. Yangi talqindagi bolalarga mo'ljallangan mazkur "YouTube" kanali orqali yorqin rangdagi multfilmlar va kontentlardan bahramand bo'lish mumkin. Mazkur platformaga qo'yib boriladigan materiallar maxsus mutaxassislar nazoratidan o'tadi.

Birinchi o'zbek milliy kontenti asosida ishga tushirilgan platformada Samira va Sumaya hamda ularning kimyogar hamrohi – Kamron mezbonlik qiladi. Ko'rsatuv ko'plab savollarga javob beradi, masalan, "Biz nima uchun kasal bo'lamiz?", "Tornado nima?" kabi. U koinot sirlaridan tortib dunyo mo'jizalarigacha deyarli hamma narsani qamrab oladi. Faktlar mumkin bo'lgan eng hayajonli usullarda taqdim etiladi. O'zining yuqori sifatli kontenti bilan ushbu kanal oltinchi sinfgacha bo'lgan bolalar uchun eng yaxshi tanlovlardan biri sifatida ajralib turadi va ularga boyitilgan ta'lim sayohatini taqdim etadi.

Tadqiqot jarayonida maktabgacha yoshdagi bolalar o'rtasida ommalashgan kanallarni aniqlash maqsadida telegram messengeridagi guruhlar orqali ota-onalar ishtirokida so'rovnoma o'tkazildi. So'rovnomadagi "Bugun qaysi kanallar bolajoningizning sevimli telekanaliga aylangan?" degan savolga televizor tomosha qiladigan bolalar auditoriyasining ichida "Aqlvoy" telekanalini ko'radiganlarning foizi ancha ko'p ekanligini ko'rishimiz mumkin. Ularning soni xorij telekanallari ("Disney", "Karusel") auditoriyasidan ham kattaroq.



"Sizningcha farzandingiz "YouTube" platformasida videolar tomoshasi uchun qancha vaqt sarflaydi?" savoliga esa retsepiyentlarning 3/4 qismi bolajonlarning 1 soatdan oshiq vaqti "YouTube" kanalidagi kontentlarni ko'rishga sarflanayotganini aytishgan.



So'rovnomadan ko'rinib turibdiki, "YouTube" bolalar uchun eng ommabop va qiziqarli resurs hisoblanadi. Bundan kelib chiqadiki, ota-onalar farzandlarini bu platformada qanday kontentlar ko'rayotgani, necha soat vaqt sarflayotganini nazoratga olishi lozim.

Tadqiqot jarayonida bolalar bloglari, bloglar xususiyatlari, xatarlari va resurslar mazmuni haqidagi so'rovnomalar ham o'tkazildi. Unga ko'ra, 50% bolalarning fikriga ko'ra, yaxshi videoblog mashhur bo'lishi kerak; respondent bolalarning 49,4% videokontent ko'plab hazillarni o'z ichiga olishi va tomoshabinlar uchun tarbiyaviy bo'lishi kerak, deb hisoblaydi. Tadqiqotning yosh ishtirokchilari videobloggingni professionallashtirish imkoniyatlarini istisno etmaydilar, lekin 71,3% bola bloggingning asosiy vazifalari sifatida muloqotni tashkil etish va 77,6% bolalar blog yaratish jarayonini ajratib ko'rsatishadi.

"YouTube" videoxostingi shunday platformaki, unda hatto yozishni bilmaydigan bolakay ham o'zi xohlagan videokontentni topib ko'ra oladi. Tematik imtiyozlar, blog obunalari va pleylistlar yil davomida bir necha marta o'zgarishi mumkin. Shu bois "cheklangan kontent rejimi"ni yoqish ham foydadan xoli bo'lmaydi. Achinarlisi, "klipsimon o'ylaydigan avlod faqat belgilangan uzunlikdagi tasavvur bilan ishlaydi va ixtiyoriy murakkablikdagi semiotik tuzilmalar bilan ishlay olmaydi. Tashqi tomondan bu bolaning uzoq vaqt davomida biron-bir ma'lumotga diqqatini jamlay olmasligi va uni tahlil qilish qobiliyatining pasayishi bilan namoyon bo'ladi". Klipli fikrlash ko'pincha lahzali fikrlash ham deb ataladi. Bolaga har qanday vaziyatni tushunish uchun 2-3 daqiqa vaqt beriladi, natijada bolada empatiya va mas'uliyat hissi zaiflashadi. Bugun mediasavodxonlik va mediata'limni, avvalo, katta yoshli avlodga o'rgatish uchun sa'y-harakatlar amalga oshirilmoqda. Ammo, afsuski, mamlakatimizda maktabgacha yoshdagi bolalarni bu jarayonga qamrab olish ishlari juda sust amalga oshirilmoqda.

XULOSA

“Audiovizual mediada maktabgacha yoshdagi bolalar uchun axborot tayyorlashning dolzarb muammolari” mavzusidagi ilmiy tadqiqot ishi bo‘yicha quyidagi xulosaga kelindi:

1. Bolalar telekanallari qaysi davlatda, qaysi ommaviy axborot vositasida uzatilishidan qat’i nazar, ularning yo‘nalishi, strukturasi, oldiga qo‘ygan maqsadlari bir-biridan farq qilmaydi. Bolalar jurnalistikasida milliy kontentlarni yaratish bolalar telekanallari oldida turgan asosiy vazifadir.

2. Mahalliy va respublika bolalar telekanallaridagi loyihalarda dastur formatidan kelib chiqib pedagog, psixolog va sotsiologlar bilan hamkorlik qilinishi yo‘lga qo‘yilmagan. Bu esa mahalliy mediakontent raqobatbardoshligiga putur yetkazadi va bolalarni xorijiy madaniyat va axloqni targ‘ib qiladigan videoxostinglardagi dasturlarni ko‘rishga undaydi.

3. Axborot savodxonlikni kichik yoshdanoq shakllantirishning sustligi bolaning maktabgacha yoshidan boshlab informatsion oqimlarga ko‘r-ko‘rona ergashish, axborotlarni noto‘g‘ri talqin qilishiga sabab bo‘ladi. Axborot iste‘moli madaniyatiga ega bolalar o‘smirlik davriga yetganda salbiy va noxolis axborotlar ta‘siriga tushib qolmaydi, chunki ularda bunday axborotlarga nisbatan mustahkam mafkuraviy immunitet shakllangan bo‘ladi.

4. Milliy telekanallarda tayyorlanayotgan mediakontentlarda tijoriy yondashuvning ustunligi bevosita ta‘limiy dasturlardan ko‘ra ko‘ngilochar uslubdagi ko‘rsatuvlarning ko‘payishiga olib keladi. Maktabgacha yoshdagi bolalar uchun mo‘ljallangan audiovizual kontent har doim pedagogik standartlarga javob berishi, shu bilan birga axborot to‘g‘ri o‘zlashtirish, tanqidiy fikrlash, idrok etish qobiliyatini kuchaytirishi lozim.

5. Internet medianing intensiv iste‘molchisi bo‘lgan bolalarda tahlil qilish va tanqidiy fikrlash ko‘nikmasini shakllantirish zarur. Aks holda kichik yoshdagi tomoshabinlar onlayn bezorilik, firibgarlik va boshqa tahdidlar qurboniga aylanishi mumkin.

6. Bugungi kunda internet orqali uzatilayotgan mediakontentlar maktabgacha yoshdagi bolalarda tanqidiy ong darajasini pasaytirib, atrofni, dunyoni idrok etish jarayoniga salbiy ta‘sir ko‘rsatmoqda. Ularning real hayot bilan mos kelmasligi bolalarni chalg‘itadi. Bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlarda bolalar uchun yaratilgan mediakontent ehtiyotkorlik bilan tanlanishi va ularning yoshi, rivojlanishi va qiziqishlariga mos kelishi kerak.

7. Yangi bolalar kanallari milliy an‘ana va qadriyatlarga asoslangan insonparvar, rivojlanayotgan televideniyaning zamonaviy modeli bo‘lishi kerak. O‘zbekistonda bolalar televideniyesi ma‘naviy-ma‘rifiy yo‘nalishga ega bo‘lishi, uning auditoriyasi uch yoshdagi bolalardan boshlab, boshlang‘ich maktab o‘quvchilarigacha, shuningdek, o‘smirlar va ularning ota-onalaridan iborat bo‘lishi kerak. U bolaning shaxsiyatini uyg‘un rivojlantirish, oilaviy qadriyatlar, sog‘lom oilaviy axloqni saqlash, umuminsoniy, ma‘naviy va milliy qadriyatlarni targ‘ib qilishga xizmat qilish; bolalarda salbiy moyilliklarni uyg‘otadigan dasturlarni namoyish qilishga yo‘l qo‘ymaslik; ona tilimiz sofligi va go‘zalligini namoyish etish

kabilarni qamrab olishi zarur.

8. Bolalar televizion kanallari yangi tajriba va bilimlarga muhtoj. Masalan, multfilmlar, teatrlashtirilgan qo'g'irchoq va sirk tomoshalari, hunarmandchilik dasturlari, tanlov loyihalari, badiiy va ma'rifiy chiqishlar kabi.

9. Bolalar televideniyesi nafaqat axboriy, balki madaniy muhit yaratuvchisi bo'lib, bolalarning dunyo haqida o'z tasavvurlarini qurishda, o'zligini anglashda faol rol o'ynaydi. Shuningdek, telekanallar bolaning axloqiy salomatligiga mas'uldir. Mashhur "Zarar bermang" jurnalistik prinsipi barcha ko'rsatuv va teledasturlarda, jumladan, hikoya, ertak, test, viktorina va animatsion filmlarda kuzatilishi kerak.

Ushbu muammolarni bartaraf etish maqsadida quyidagi taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi:

1. Bolalar mavzusini yoritishda jurnalistlar bolalarning huquqlarini yaxshi bilishlari, ular bilan bog'liq mavzularda aniq fakt va dalillarga asoslanishlari, ularning yoshi, psixologiyasi, ijtimoiy ahvoriga bog'liq holatlarga, albatta, e'tibor berishlari kerak. Kontent tayyorlaydigan jurnalist va mutaxassislar bolalar mavzusini ommaviy axborot vositalarida yoritish ekan, avvalo, qat'iy ravishda kasb etikasi me'yorlariga rioya etishi lozim.

2. Bolalar mavzusida tayyorlanadigan materiallar kompozitsion jihatdan aniqlik va oddiylikka asoslanishi kerak; obyekt doimo muayyan voqelik, ya'ni bo'lib o'tgan hodisa, vaziyat, jarayonlardan tashkil topishi lozim.

3. Bolalar teledasturlarining sifati, rang-barangligi internet-mediada uzatilayotgan kontentlardan farq qiladi. Bolalar uchun qiziqarli va foydali televizion mahsulotlar yaratish professional kadrlar jamoasi va davlat tomonidan maqsadli qo'llab-quvvatlanishi zarur.

4. Mediapedagogik talablarni hisobga olib, bolalar auditoriyasiga oid dasturlarni tayyorlovchi jurnalistlar va ijodiy jamoa bola psixologiyasi bilan shug'ullanuvchi mutaxassislar, ya'ni tarbiyachi-pedagoglar, psixologlar bilan hamkorlikni yo'lga qo'yishi, kontent sifatini nazorat qilishlari, kollaborativ ishlash tartibini joriy qilishlari zarur. Bolalar dasturlarining edukativ funksiyasi ijodiy guruh hamda mediapedagoglar hamkorligiga asoslanishi kerak.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ
УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ УНИВЕРСИТЕТЕ ЖУРНАЛИСТИКИ И
МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ УЗБЕКИСТАНА**

**УНИВЕРСИТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ УЗБЕКИСТАНА**

ЭЛМУРАДОВА ГУЛХАЁ АХМАДЖОНОВНА

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ
ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА В АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ
МЕДИА**

10.00.09 – Журналистика (филологические науки)

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам**

Ташкент – 2024

Тема диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Министерстве высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан за номером № B2023.3.PhD/Fil3946

Диссертация выполнена на базе Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекский, русский, английский резюме)) размещен на веб-странице Научного совета по адресу (www.uzjoku.uz) и на информационно-образовательном портале «ZiyoNet» (www.ziynet.uz).

Научный руководитель: **Тайлакова Шахноза Норбековна,**
доктор философии по педагогическим наукам, доцент

Официальные оппоненты: **Исмаилова Климентина Фузаиловна,**
доктор филологических наук (DSc), доцент

Юнусов Мансур Абдуллаевич,
доктор философии по филологическим наукам,
(PhD), доцент

Ведущая организация: **Национальный университет Узбекистана**

Защита диссертации состоится «___» _____ 2024 года в ___ часов на заседании Научного совета PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 при Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана (Адрес: 100147, город Ташкент, Центр-5, дом. 88. Тел.: (99871) 207-09-06; email: journalism.univer@gmail.com).

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана. (Адрес: 100147, город Ташкент, Центр-5, дом. 88 Тел.: (99871) 207-09-06; email: journalism.univer@gmail.com).

Автореферат диссертации разослан «___» _____ 2024 года.

(Протокол рассылки № ___ от «___» _____ 2024 года).

Ф.А.Муминов
Председатель Научного совета
по присуждению ученых степеней,
д.ф.н., профессор

А.И.Сафаров
Ученый секретарь Научного совета по
присуждению ученых степеней,
д.ф.ф.н., доцент

Н.Ф.Муратова
Председатель Научного семинара
при Научном совете по присуждению ученых степеней,
д.ф.н., доцент

ВВЕДЕНИЕ (аннотация докторской диссертации PhD)

Актуальность и необходимость темы диссертации. В мире особое внимание уделяется совершенствованию технологий и инновационных методов использования медиасредств для всестороннего развития и повышения активности детей дошкольного возраста, совершенствованию диагностической системы формирования у детей понимания мира на основе материалов средств массовой информации, укреплению механизмов защиты детей от различных идеологических влияний и обеспечения информационной безопасности в глобальном информационном пространстве. Задача внедрения духа медиавоспитания в детскую журналистику стала первостепенной целью. Потому что медиаканалы должны не только информировать детей, но и побуждать их к пониманию, анализу и оценке событий. Ведь создание национального контента в детской журналистике является основной задачей, стоящей перед детскими телеканалами. Это показывает, что изучение актуальных проблем подготовки информации для детей дошкольного возраста в аудиовизуальных медиа является важным вопросом.

Научную значимость медиаграмотности детей в мире можно объяснить тем, что исследования многих ученых посвящены этой теме. Например, зарубежные ученые изучают медиаинформационную грамотность как процесс непрерывного образования и влияние медиаконтента на развитие детей в контексте медиапедагогики, одновременно рассматривая вопрос о том, что медиаобразование должно сочетаться с медиаграмотностью. Западные ученые рассматривают медиаграмотность как часть общего образования, и мы можем наблюдать их подход к ней как к элементу воспитательной и информационной культуры, способствующему развитию у детей таких навыков, как работа с медиа, анализ и критическое мышление по отношению к ним. В научных работах этих ученых медиаграмотность рассматривается как элемент образования, компонент информационной культуры и средство обеспечения информационной безопасности.

В узбекских детских СМИ все большее значение приобретают такие аспекты, как развитие критического мышления по отношению к медиаматериалам, накопление практического опыта по выявлению ложной информации и искажений в средствах массовой информации, формирование сильного иммунитета против манипулятивного воздействия передаваемого медиаконтента. Говоря о создании национального контента, Президент Республики Узбекистан Ш.Мирзиёев подчеркнул: «Если мы не возьмём в свои руки создание национального контента в информационной среде, если мы не будем давать оценку происходящим в мире событиям с точки зрения национальных интересов, мы создадим возможности для того, чтобы это делалось из-за рубежа. ... Это совершенно недопустимо»²⁹ Разработка и внедрение в практику ряда нормативных документов, касающихся развития сферы, укрепили правовые основы развития средств массовой информации.

²⁹ Президент: «Если не удовлетворять спрос на новости и аналитику, это будут делать другие» (видео). – URL: <https://www.gazeta.uz/ru/2024/01/13/media/> (дата обращения 10.02.2024).

Данное диссертационное исследование в определенной степени служит выполнению задач, предусмотренных законами Республики Узбекистан №ЗРУ-406 "О государственной молодежной политике" от 14 сентября 2016 года, №ЗРУ-444 "О защите детей от информации, наносящей вред их здоровью" от 8 сентября 2017 года, постановлениями и указами Президента Республики Узбекистан "О поднятии на новый уровень повышения эффективности духовно-просветительской работы и развития сферы" от №ПП- 3160 от 28 июля 2017 года, "О дополнительных мерах по дальнейшему усилению гарантий прав ребенка" №ПП-4296 от 22 апреля 2019 года, "О программе комплексных мер по развитию системы издания и распространения книжной продукции, повышению культуры чтения" №ПП-3271 от 13 сентября 2017 года, "О дополнительных мерах по дальнейшему развитию информационной сферы и массовых коммуникаций" № УП-5653 от 2 февраля 2019 года, "О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022 — 2026 годы" № УП-60 от 28 января 2022 года.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики. Данное исследование выполнено в соответствии с первым приоритетным направлением развития науки и техники республики: «Формирование и пути осуществления системы инновационных идей в социальном, правовом, экономическом, культурном, духовно-просветительском развитии информационного общества и демократического государства».

Степень изученности проблемы. Различные аспекты проблем детской журналистики изучались рядом зарубежных и отечественных медиатеоретиков. В частности, в исследованиях национальных теоретиков журналистики Н.Косимовой, Н.Тошпулатовой, Б.Жалиловой, Я.Маматовой, С.Сулаймоновой, М.Юнусова, С.Джумановой, Н.Мирзаевой, Э.Атакуловой³⁰ раскрыты вопросы, связанные с развитием детской журналистики, социальными возможностями средств массовой информации в жизни детей и необходимостью внедрения технологий медиаобразования. Кроме того, проблемы применения медиаобразовательных технологий в духовно-нравственном развитии детей, воспитании их как личностей изучены в работах

³⁰ Qosimova N., Toshpo'latova N. O'zbekiston ommaviy axborot vositalarida bolalar mavzusini yoritishning nazariy va amaliy asoslari: o'quv qo'llanma. – Toshkent: O'zDJTU, 2014. – B.108; Toshpo'latova N. Bolalar masalalarini ommaviy axborot vositalarida yoritishda jurnalist mas'uliyati: ilmiy maqolalar to'plami. – Toshkent, 2014; Jalilova B. O'zbek bolalar publitsistikasi. – Toshkent: Fan, 2006. – B. 5; Mamatova Y., Sulaymonova S. O'zbekiston mediata'lim taraqqiyoti yo'lida: o'quv qo'llanma. – Toshkent: Extremum-Press, 2015. – B.103; Yunusov M. Mustaqillik davrida O'zbekistonda bolalar jurnalistikasining taraqqiyoti: yutuqlar, muammolar va yechimlar (bosma nashrlar misolida): filol. fan. dok. ... diss. – Toshkent: O'zMU, 2019. – B.128; Джуманова С. Замонавий медиамакондаги ахборот-психологик кураш шароитида медиатаълимнинг "Ўзбек модели"ни яратиш ва амалиётга жорий этиш истикболлари: филол. фан. бўй. фал. док (PhD) ... дисс. – Тошкент: ЎзЖОКУ, 2014. – B.156; Mirzayeva N. Bolalar jurnalistikasining kommunikativ va kontekstual xususiyatlari: filol. fan. fals. dokt. ... diss. – Toshkent, 2023;

Atakulova E. Zamonaviy matbuotda bolalar nashrlari: tadrij, tahlil va talqin: mag. diss. – Toshkent: O'zDJTU, 2012. – B. 89.

М.Куронова, Х.Дустмухаммада, К.Фарфиевой, И.Рахматуллаевой, А.Каримова³¹ по различным направлениям социальных наук.

В работах ученых стран СНГ А.Федорова, Д.Жуковой, М.Аникиной, А.Теплицкой, С.Харитоновой, В.Грудинской, Н.Плясек, Л.Ларионовой³² освещены вопросы влияния медиаконтента на развитие детей дошкольного возраста, медиапедагогики и медиаобразования, в том числе использования мультимедийных технологий в образовательных целях.

В работах таких зарубежных ученых, как Ф.Зиммерман, Д.Кристакис, А.Мелцзофф³³, исследованы ассоциации между просмотром средств массовой информации и развитием языка у детей до двух лет, негативные аспекты, связанные с развитием языка у детей дошкольного возраста. А.Лауриелла, Е.Вартелла, В.Райдаут³⁴ проводили исследования по использованию средств массовой информации детьми в возрасте до восьми лет, медиапривычкам и их влиянию на психологию и развитие детей. В трудах и экспериментальных исследованиях таких западных ученых, как Т.Пемпек, Р.Барр, С.Кальверт, М.Ричардс, С.Руснак³⁵, изучены возможности интерактивных медиаплатформ, направленных на поддержку когнитивного развития маленьких детей.

³¹ Quronov M. O'zbekiston umumiy o'rta ta'lim maktablarida milliy tarbiyaning ilmiy pedagogik asoslari: pedagog. fan. dok ... diss. – Toshkent, 1998.; Дўстмухаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил: монография. – Тошкент: Янги аср авлоди, 2007. – Б.216; Farfiyeva K. Ommaviy axborot vositalari ta'sirida talabalarda ijtimoiy tasavvurlar shakllanishining o'ziga xosligi (Televideniye misolida): psix. fan. nomz. ... diss. – Toshkent, 2005; Rahmatullayeva I. O'zbekiston televideniyesida yoshlar ko'rsatuvlari (badiiy mahorat muammolari): san'at. fan. nomz. ... diss. – Toshkent, 2007; Karimov A. Televideniyeining rekreativ vazifasi (Tok-Shoular asosida): filol. fan. nomz. ... diss. – Toshkent, 2012.

³² Федоров А. Медиаобразование: история и теория: учебное пособие для вузов. – Москва: МОО “Информация для всех”, 2015. – С. 450; Жукова Д. А. Современная детская журналистика как фактор формирования индивидуального и группового сознания детей: проблемы и перспективы развития: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Краснодар: Краснодарский университет МВД России, 2011. – С. 29.

³³ Аникина М. А. Молодежная аудитория печати: чтение в условиях развития Интернета: дисс. ... канд. филол. наук. – Москва, 2008. – С. 232; Теплицкая А. А. Детский научно-познавательный журнал как социально значимый государственный проект // Молодой ученый. – 2015. – №7. – С. 107; Харитонов С. В. Журналистика для детей в контексте современных медиаисследований (теоретический аспект) // Труды БГТУ. – Москва: БГТУ, 2019. – № 2. – С. 225; Грудинская В. В. Современные СМИ для детей и юношества. Тенденции развития и типологические черты // Вестник РГГУ. – 2010. – С. 169; Плясек Н. А. Чтения комикса как увлечение: влияние на склонность к определенным школьным предметам // Четвертый международный интеллектуальный форум «Чтение на евразийском перекрестке» / Министерство культуры РФ. – Москва, 2017. – С. 267; Ларионова Л. И., Горбунова А. Ю. Сравнительное исследование интеллектуального развития детей дошкольного возраста в условиях цифровой среды // Экопсихологические исследования – 6: экология детства и психология устойчивого развития. – 2020. – №6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnoe-issledovanie-intellektualnogo-razvitiya-detey-doshkolnogo-vozhraza-v-usloviyah-tsifrovoy-sredy> (дата обращения: 01.03.2024).

³³ Zimmerman F., Christakis D. Meltzoff A. Television and DVD/video viewing in children younger than 2 years // Arch Pediatr Adolesc Med. – 2007. – 161(5). – P. 473-479. – URL: <https://jamanetwork.com/journals/jamapediatrics/fullarticle/570266> (accessed: 15.01.2024).

³⁴ Lauricella A., Wartella E., Rideout V. Young children's screen time: The complex role of parent and child factors // Journal of Applied Developmental Psychology. – Volume 36. – 2015. – January, February. – P. 11-17.

³⁴ Lauricella A., Pempek T., Barr R., Calvert S. Contingent computer interactions for young children's object retrieval success // Journal of Applied Developmental Psychology. – 2010. – September/October. 2010. – Volume 31(5). – P. 362-369.

³⁵ Richards M., Calvert S. Media characters, parasocial relationships, and the social aspects of children's learning across media platforms // Media Exposure During Infancy and Early Childhood. – Berlin: Springer, 2017. – P. 141-

Несмотря на то, что проблема детской журналистики изучалась учеными различных отраслей, актуальные проблемы подготовки информации для детей дошкольного возраста в аудиовизуальных средствах массовой информации специально не изучались в национальных журналистских исследованиях.

Связь темы исследования с планами научно-исследовательской работы высшего образовательного учреждения, на базе которого выполнена диссертация. Диссертационное исследование выполнено в соответствии с планом научно-исследовательской работы Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана в рамках практического проекта на тему «Актуальные проблемы теории, истории и перспективы масс-медиа».

Целью исследования является исследование актуальных проблем подготовки контента, предназначенного для детей дошкольного возраста в аудиовизуальных медиа, разработка мер по обеспечению информационной безопасности зрителей данного возраста.

Задачи исследования:

исследование медиапродукции для детей дошкольного возраста как направления специализированной журналистики;

выявление проблем в процессе подготовки и распространения аудиовизуальной медиапродукции, предназначенной для детей дошкольного возраста;

обоснование роли медиаобразования в информационном обеспечении детей дошкольного возраста;

изучение социально-психологического воздействия информации, подготавливаемой для детей;

анализ отношения детей дошкольного возраста к современному аудиовизуальному контенту с помощью социологического исследования;

анализ языковых, стилистических и профессиональных аспектов аудиовизуальных медиа, ориентированных на детей, и выявление проблем в этом процессе.

Объектом исследования является аудиовизуальный контент, предназначенный для детей дошкольного возраста на телеканалах "Volajon," "Aqlvoy" и онлайн-платформе "Skids" телеканала Sevimli.

Предметом исследования выступают разнообразие тематики, мастерство авторов, дизайнерские решения, язык и стиль материалов, а также формы медиаобразования в детской журналистике на каналах, ориентированных на аудиторию детей дошкольного возраста.

Методы исследования. В диссертации применялись такие методы экспериментального исследования, как научно-теоретический анализ,

163; Rusnak S., Barr R. Infant learning in the digital age // The Cambridge Handbook of Infant Development: Brain, Behavior, and Cultural Context. – Cambridge University Press, 2020. – P. 435-466. – URL: <https://www.cambridge.org/core/books/abs/cambridge-handbook-of-infant-development/infant-learning-in-the-digital-age/CC49DAD3CCA257E2CAD17243068A223E> (accessed: 24.02.2024).

сравнительно-типологический анализ, контент-анализ, а также наблюдение, беседа, интервью и анкетирование.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

аудиовизуальный медиаконтент для детей дошкольного возраста был впервые проанализирован на основе концепции медиаграмотности, а журналистские требования к медиаинформации были разработаны с учетом подходов медиапедагогики и медиапсихологии;

доказано, что в детской журналистике целевая аудитория различается по возрастным категориям, и обосновано, что в основе детских медиа лежит гедонистическая функция;

разработаны научные и практические основы применения модели 4К в развитии детской журналистики, основанной на принципах медиаграмотности, и творческих критериев, отражающих такие принципы, как коммуникация, коллаборация, креативность и критическое мышление, составляющие ее основу;

медиаконтент, созданный детьми, был изучен как вид журналистской деятельности, описаны типологические особенности детской медиапродукции, формирующей навыки аналитического и критического мышления у детей дошкольного возраста, а также обосновано, что метод медиатворчества по принципу "сверстник-сверстнику" является одним из эффективных способов повышения медиаграмотности.

Практические результаты исследования заключаются в следующем:

раскрыты тенденции формирования и развития подготовки информации для детей дошкольного возраста в аудиовизуальных медиа;

проведено сравнительное изучение медиаматериалов зарубежной детской журналистики наряду с детскими программами, транслируемыми в национальной детской журналистике;

освещены специфические аспекты творческого мастерства при подготовке детских программ;

разработаны предложения и рекомендации по развитию формы, содержания и контента детских программ.

Достоверность результатов исследования обусловлена тем, что теоретические данные, использованные в научном исследовании, получены из официальных источников, а также тем, что был проведен анализ деятельности телеканалов в изучении проблем подготовки информации для детей дошкольного возраста в аудиовизуальных медиа, уделено внимание вопросам мастерства и разнообразию тем в детских программах, внедрены в практику рекомендации, разработанные на основе методов, применяемых в анализе результатов исследования, и полученные результаты подтверждены уполномоченными министерствами и организациями.

Теоретическая и научная значимость результатов исследования.

Научная значимость результатов исследования объясняется тем, что в диссертационной работе обосновано, что аудиовизуальная детская журналистика является отдельным направлением, изучены и обобщены теоретические выводы по раскрытию достижений, недостатков и решений

аудиовизуальной детской журналистики, определены образовательные, воспитательные и развивающие функции телепередач, предназначенных для детской аудитории, разработаны медиатребования, научные предложения и рекомендации, направленные на совершенствование освещения детских тем.

Практическая значимость результатов исследования определяется тем, что они способствуют эффективному применению на практике разработанных рекомендаций по подготовке нормативно-правовых документов и программ мероприятий для создания информации для детской аудитории дошкольного возраста в аудиовизуальных медиа, а также по усилению развивающих функций детских передач. Кроме того, научно-теоретические выводы исследования могут быть использованы при проведении новых исследований по узбекской детской журналистике. В частности, они послужат важным источником при создании учебной литературы по тенденциям формирования и развития детской журналистики, а также при организации и проведении семинаров-тренингов для практикующих журналистов и разработке различных методических пособий.

Внедрение результатов исследования. На основе результатов исследований детской журналистики в Узбекистане:

аудиовизуальный медиаконтент для детей дошкольного возраста был проанализирован на основе концепции медиаграмотности. Для разработки журналистских требований к такому медиаконтенту на основе подходов медиапедагогики и медиапсихологии, а также для совершенствования системы сотрудничества родителей и воспитателей-педагогов ДООУ в формировании у детей навыков познания и понимания, был проведен экспериментальный анализ среди воспитанников и их родителей в ДООУ №100 Яккасарайского района, №34 Мирабадского района города Ташкента, №60 и №66 Нарпайского района Самаркандской области (справка №02-01/3-2421 от 19 декабря 2023 года Агентства дошкольного образования при Министерстве дошкольного и школьного образования Республики Узбекистан). В результате разработанные предложения и рекомендации подтвердили, что журналистские требования к детскому аудиовизуальному медиаконтенту, основанные на подходах медиапедагогики и медиапсихологии, могут стать важным критерием в формировании медиаграмотности среди детей;

разграничение целевой аудитории по возрастной категории в детской журналистике и лежащая в ее основе гедонистическая функция в детских медиа, а также социальные и культурные параметры целевой аудитории были использованы при подготовке программы "Bugun intervyu" телеканала "Madaniyat va ma'rifat" и нескольких передач на темы медиаграмотности и медиаобразования (справка телеканала "Madaniyat va ma'rifat" НТРК Узбекистана № 02-02-01/109 от 2 мая 2023 года). В результате была достигнута эффективность в объяснении телезрителям правильной ориентации в современном информационном пространстве медиаобразования, формировании правильного отношения личности ребенка к информационному потоку, защите молодого поколения от вредных

информационных атак и разъяснении особенностей национального контента, ориентированного на детей;

По научным и практическим основам применения модели 4К в развитии детской журналистики, основанной на принципах медиаграмотности, и творческих критериев, отражающих такие принципы, как коммуникация, коллаборация, креативность и критическое мышление, составляющие ее основу, в Национальном исследовательском институте профессионального развития педагогов и обучения новым методикам имени А. Авлони были подготовлены видеоконтенты по темам медиаграмотности и медиаобразования для направления "Компетенция ИКТ и медиаграмотность" курсов повышения квалификации педагогических кадров общеобразовательных школ (справка Национального исследовательского института профессионального развития педагогов и обучения новым методикам имени А. Авлони от 26 апреля 2023 года No 04/09-115). В результате достигнуто повышение знаний педагогических работников об особенностях восприятия ребенком информации, роли современного медиaprостранства в духовном и физическом воспитании подрастающего поколения, методах развития медиаграмотности у зрителей младшего возраста.

Предложения и рекомендации, разработанные по описанию типологических особенностей детской медиапродукции, формирующей у детей дошкольного возраста навыки аналитического и критического мышления, были использованы в программах "Aqlli planshet," "Test your English," "Til – millat ko'zgusi" телеканала "Болажон." (Справка телеканала "Ёшлар" No14-03-149 от 13 октября 2023 года). В результате теоретические выводы послужили развитию просветительской функции при подготовке детских программ, созданию безопасных, развивающих и качественных программ для детей дошкольного возраста, обеспечивающих единство языка и изображения в программах детских телеканалов. Медиа контент, созданный детьми, рассматривается как эффективный метод повышения медиаграмотности благодаря принципу "равный-равному." Такие предложения и рекомендации, как подготовка и продвижение современных детей-блогеров при создании видеоблогов для детей, формирование медиаграмотности у детей дошкольного возраста на основе детского медиаконтента, развитие просветительской функции телеканалов при подготовке детских программ, обеспечение единства языка и изображения в программах детских телеканалов были использованы в передачах платформы Skids, транслируемых на YouTube-канале телеканала "Sevimli." (Справка телеканала "Sevimli" No14-03-149 от 13 октября 2023 года).

Апробация результатов исследования. Результаты исследования обсуждались на 2 международных и 8 республиканских научно-практических конференциях.

Публикация результатов исследования. По теме диссертации всего опубликовано 16 научных работ. В частности, в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Республики

Узбекистан для публикации основных научных результатов докторских диссертаций, опубликовано 6 статей, из которых 3 – в республиканских и 3 – в зарубежных журналах.

Структура и объем диссертации. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Объем диссертации составляет 138 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** диссертации изложены актуальность и востребованность темы, соответствие приоритетным направлениям развития науки и технологий республики, степень изученности проблемы, связь темы диссертации с планом научно-исследовательских работ высшего образовательного учреждения, где выполнена диссертация, цель и задачи, объект и предмет исследования, методы исследования, научная новизна и практические результаты. Обоснована достоверность полученных результатов, раскрыта научная и практическая значимость работы, представлена информация о внедрении результатов исследования в практику, апробации работы, опубликованных трудах и структуре диссертации.

В первой главе диссертации, озаглавленной **«Вопросы творческого мастерства и медиаобразования в подготовке информации для детей в национальных СМИ»**, исследуются специализированная журналистика, детская журналистика как ее отдельное направление, роль медиаобразования в подготовке информации для детей, а также методы формирования медиаграмотности у детей дошкольного возраста на основе детского медиаконтента.

Журналистику можно рассматривать как вид профессиональной и общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению социальной информации (через газеты, журналы, радио, телевидение и интернет). Детская журналистика также является одним из направлений специализированной журналистики. Она знакомит молодое поколение с интеллектуальным и духовным потенциалом общества, передает информацию от старшего поколения юным зрителям и одновременно выступает средством коммуникации, позволяющим детям общаться друг с другом. С ее помощью юные зрители познают мир.

Детская журналистика, как и общая журналистика, является специальным социальным институтом и выполняет определенные функции в связи с обществом.

Основные функции - распространение информации, обучение и воспитание, усиление восприимчивости и социализация. В детской журналистике важное место занимает группа культурных, просветительских, развлекательных и гедонистических функций. Это связано с особенностями детской психологии, которая характеризуется сочетанием познавательных и игровых процессов.

В современном мире, где семьи не подписываются на печатные СМИ, но практически в каждом доме есть интернет и работающие на нем гаджеты,

интернет становится самым эффективным средством воздействия на сознание людей, особенно детей. Ребенок не способен оценить его критически и с доверием воспринимает представленный наглядный материал и увиденное³⁶.

В настоящее время на детских телеканалах неприемлемо сократилось количество передач, отвечающих на вопросы духовно-нравственного развития в изменившихся социальных условиях и реально способствующих прогрессу. Вместо этого молодые зрители довольствуются телепередачами, пропитанными мотивами философии прагматизма, потребительства и нравственного безразличия. По мнению современных исследователей, телевидение, оторванное от мира абсолютных смыслов, норм и ценностей, ничего не может дать юным зрителям, что естественным образом приводит к неправильному пониманию сущности окружающих их событий и происходящего с ними. В зависимости от того, на какой возраст рассчитана программа детского телевидения, редакция определяет ее содержание, структуру, форму и объем. Учитываются также социально-психологические особенности зрителей.

Основной задачей детских медиапрограмм является, во-первых, формирование опыта познания жизни у детей дошкольного возраста, во-вторых, формирование у детей навыков начального образования. Они способствуют развитию у детей любознательности, наблюдательности, организованности и дисциплины.

На сегодняшний день в Узбекистане есть газеты "Тонг юлдузи," "Класс" и журналы "2x2", "Знайка", "Гунча", "Гулхан", "Родничок", "Ёш куч", "Синфдош", телеканалы "Узбекистон," "Спорт", "Ёшлар", "Маданият ва маърифат", "Дунё буйлаб" и "Тошкент", "Наво", радиоканалы "Ёшлар", "Ориат доно", "Машъал", "Пойтахт", в каждом из которых есть материалы, передачи и трансляции для детей. Телеканалы "Болажон" (открывшийся 1 июня 2013 года) и "Аквой" (созданный 22 марта 2021 года при телерадиоканале "Ёшлар") с каждым днем обогащают свои передачи содержательно. Следует отметить, что эти СМИ предоставляют информацию, интересную для детской аудитории. При этом полноценное отражение языка, мировоззрения, интересов, мыслей детей реализуется на основе их пожеланий и предложений, что обеспечивает интерес и удовольствие детей при просмотре передач.

Стоит отметить, что дети уже в возрасте нескольких месяцев контактируют с экранными устройствами. Например, дети в возрасте 19-24 месяцев проводят в среднем 16 минут в день перед экраном. Начиная с 24-48 месяцев ежедневное экранное время увеличивается с 23 до 42 минут. Согласно исследованиям, проведенным в Германии, ежедневное экранное время детей в возрасте от 2 до 3 лет составило 59 минут. Выяснилось, что дети родителей с низким социально-экономическим положением проводят меньше времени перед экраном при измерении уровня образования и доходов домохозяйств. Согласно опросу компании "Ипсос" по данному вопросу, проведенному в

³⁶ Конюхова Т. В. Влияние СМИ на массовое сознание в информационном обществе // Фундаментальные исследования. – 2005. – № 3. – С. 71.

ноябре 2022 года, за последние несколько лет увеличилось количество родителей, активно посредничающих в использовании средств массовой информации их детьми. “С 2018 года по 2022 год доля родителей, ограничивающих время, проводимое детьми перед экраном, увеличилась с 30 до 50 процентов, а доля родителей, ограничивающих медиаконтент, который могут смотреть их дети, увеличилась вдвое, с 32 до 64 процентов”³⁷.

Когда речь идет об освещении детских вопросов в СМИ, прежде всего, необходимо хорошо выделить сходства и различия между взрослой и детской журналистикой.

Сходство: сходство детской и взрослой журналистики заключается в том, что они оба занимаются передачей информации аудитории.

Отличительные черты: разнообразие аудитории, то есть аудиторию детской журналистики составляют дети в возрасте 5-14 лет; детская журналистика творчески сложнее, чем взрослая; дети видят мир в своем воображении; простая и понятная информация, передаваемая детям.

По результатам проведенного анализа перечислим комплекс проблем детского телевидения за последние годы:

- увеличение объема рекламы в контенте, ориентированном на детей;
- представление детской субкультуры в интерпретации взрослой субкультуры в контенте, предназначенном для детей;
- при интервьюировании ребёнка он мыслит как взрослый;
- большинство журналистов не умеют брать интервью у ребенка; Для некоторых журналистов мнение ребенка кажется незначительным;
- если журналисты должны дать мнение ребенка в своих материалах, они сами "интерпретируют" действительность от имени ребенка, не спрашивая их об этом;
- тема детей не постоянна, а в связи с каким-либо важным событием, например, 1 июня – Международный день детей, 2 сентября – День знаний, 3 декабря – Международный день инвалидов, "интерес" журналистов повышается и освещается больше, чем когда-либо.

Во второй главе диссертации, озаглавленной "Телевизионный контент, предназначенный для детей в аудиовизуальных медиа и его специфические особенности," исследуются особенности подготовки детских программ в аудиовизуальных медиа, описание и значение образовательной (просветительской) функции телеканалов "Болажон," "Аклвой" при подготовке детских программ, а также взаимосвязь языка и изображения. Кроме того, в данной главе проанализированы конкретные сравнительные примеры формирования устойчивого идеологического иммунитета к информации как у взрослых, так и у детей в качестве потребителей информации.

XX век поставил перед детской журналистикой новые задачи. Информационный взрыв, который за последние десять лет стал реальностью в информационном пространстве, с одной стороны, привел к вхождению

³⁷ – URL: <https://www.unicef.org/montenegro/en/stories/media-literacy-every-child> (мурожаат санаси: 25.01.2024).

Узбекистана в глобальное информационное пространство, являющееся одним из важнейших компонентов современного общества, с другой стороны, стал одним из основных факторов формирования новых ценностных ориентаций у детей, где культурные, эстетические и нравственные идеи играют важную роль.

В первые годы независимости в национальных СМИ наряду с политико-экономическими, культурно-просветительскими, развлекательными программами и телепередачами транслировались такие детские телепрограммы Главной редакции детских и юношеских программ, как «Окшом эртаклари», «Эртаklar – яхшиликка етаклар», «Кичкинтоймиз – гижингтоймиз», «Бола тилидан», «Кичкинтой театри», "Нурли келажак" «Болалигим – пошшолигим», «Олтин тож», "Катта танаффус", "Уйла, изла, топ!" "Кувнок стартлар" "Шурданак".

По данным фонотеки Узархива за 2010-2015 годы на телеканалах "Узбекистан," "Ёшлар," "Спорт," "Маданият ва маърифат," "Дунё буйлаб," "Тошкент," "Наво," действующих в системе Национальной телерадиокомпании Узбекистана, регулярно транслировались в детское время передачи и разнообразные программы, предназначенные для детей.

В современной медиасреде потребителем информации является человек любого возраста. В частности, учитывая, что дети дошкольного возраста получают информацию не только из телевидения, но и из интернета, целесообразно с раннего возраста формировать навыки отбора, понимания и правильного анализа информации.

В ходе исследования было установлено, что детские передачи, транслируемые на телеканалах "Болажон" и "Аклвой," должны обладать аспектами, способствующими образовательному развитию детей: предупреждающими, информирующими, интегративными, социальными, культурно-рекреативными, формирующими организационно-образовательные функции, удовлетворяющие потребности детей.

Анализ наших исследований показал, что при освещении тем, рассчитанных на детскую аудиторию, обнаружены следующие недостатки:

слабая способность анализировать события, односторонний взгляд на объект, то есть с точки зрения телеоператора;

в некоторых передачах интервьюер слишком много говорит по отношению к своему собеседнику (ребенку), не давая ему возможности полностью выразить свое мнение;

в передачах, предназначенных для детей, часто наблюдаются случаи, когда ребенка заставляют говорить заученные фразы, как "попугая"³⁸;

наблюдается, что мнения детей передаются в интерпретации взрослых, то есть при интервьюировании ребенок мыслит и говорит как взрослый;

³⁸ Qosimova N., Toshpo'latova N. O'zbekistonda ommaviy axborot vositalarida bolalar mavzusini yoritishning nazariy va amaliy asoslari: o'quv qo'llanma. – Toshkent, 2014. – B. 211.

в некоторых медиаматериалах журналисты сами интерпретируют действительность от имени ребенка, то есть при подготовке многих медиапродуктов не учитываются потребности и интересы детей.

С учетом вышеизложенного сделан вывод о необходимости повышения медиапедагогических знаний журналистов, готовящих программы для детской аудитории. Также в рамках исследования было определено, что для повышения эффективности тем, направленных на развитие личности ребенка в СМИ, необходимо обеспечить соответствие программ духовным потребностям дошкольников, их возрастным особенностям, разнообразие тем, а также их соответствие содержанию воспитательной работы.

Требования по повышению результативности детских передач

№	Требования повышения эффективности и их краткое содержание
1.	Соответствие духовным потребностям. Содержание, структура материалов, относящихся к детской аудитории, должны основываться на точности и простоте и служить развитию познавательных потребностей детей.
2.	Разнообразие тем. Содержание материалов, передаваемых в телепередачах, должно соответствовать требованиям художественного, информационного, образовательного, воспитательного характера и стимулировать творческое мышление.
3.	Гармоничность. Содержание материалов, передаваемых в детских передачах, должно быть гармоничным с процессом духовно-идеологического воспитания.
4.	Соответствие возрастным особенностям. Медиаматериалы, освещающие детскую тематику, должны соответствовать желаниям и интересам, психологии, социальным представлениям и взглядам личности ребенка.
5.	Развитие медиаграмотности. Содержание телепередач должно развивать у детей способность анализировать медиаматериалы, делать выводы и свободно выражать свое мнение в идейных дискуссиях в виртуальном мире.

Учитывая вышеуказанные медиапедагогические требования, журналистам и творческому коллективу, готовящему программы для детской аудитории, целесообразно наладить сотрудничество со специалистами по детской психологии, то есть педагогами-воспитателями и психологами. Образовательная функция детских программ реализуется, если программы готовятся на основе сотрудничества творческой группы и медиапедагогов.

Узбекский ученый М. Худойкулов условно разделил функции прессы на "изображение, анализ и воздействие".³⁹ Масштабные реформы, осуществленные в сфере средств массовой информации, стали основой

³⁹ Xudoyqulov M. Jurnalistika va publitsistika. – Т.: Universitet, 2008. – В. 31.

развития детской журналистики в Узбекистане. Наглядным примером развития детской журналистики в аудиовизуальных медиа может служить создание и деятельность детских телеканалов, функционирующих в нашей стране. Потребности детей дошкольного возраста в познании и изучении окружающей среды могут быть удовлетворены посредством медиапродуктов.

Информационная функция важна, в основном, для детей 15-16 лет, поскольку именно в этом возрасте ребенок начинает воспринимать информацию подобно взрослому. Это также характерно для просветительской, социально-управленческой, организационной и интерактивной функций телевидения.

Важными особенностями языка контента, транслируемого по детскому телеканалу, являются:

1. **Простота и ясность:** язык программы должен быть простым, без излишней сложности и путаницы. Использование простых предложений и слов, а также несложной грамматики облегчает понимание детьми и способствует лучшему восприятию телеконтента.

2. **Визуальность:** язык программы должен быть понятным и использовать визуальные элементы для привлечения детей. Применение ярких, красочных изображений, анимаций, рисунков и других наглядных пособий помогает привлечь внимание детей и улучшить усвоение содержания.

3. **Подход:** учет возрастной категории при выборе языковых средств помогает формировать способности и понятия детей.

4. **Интерактивность:** язык также может носить интерактивный характер. В частности, диалоги и вопросы побуждают детей к активному участию и ответам.

Для того чтобы эти особенности отражались в каждой передаче и эффективно доносились до зрителя, от телеведущего требуется особая квалификация. Квалификация - это способность, включающая в себя знания и навыки, необходимые для выполнения профессиональных задач и достижения требуемого результата⁴⁰.

В третьей главе диссертации, озаглавленной **«Эффективность интернет-материалов, предназначенных для детей в современной медиасреде»**, определена типология медиаконтента, подходящего для детской аудитории в социальных сетях, монетизационное влияние контента, предназначенного для детской аудитории на видеохостинге "YouTube," а также результаты опросов, проведенных в рамках исследовательской работы, по влиянию интернет-материалов на детскую аудиторию.

Понятие социальной сети подразумевает сеть, созданную между многопользовательскими интерактивными веб-сайтами, состоящую только из участников и обеспечивающую общение между ними. По содержанию социальная сеть делится на два этапа:

– программно-аппаратный комплекс, устанавливающий связь между пользователями;

⁴⁰ Борецкий Р., Кузнецов Г. Журналист ТВ в кадре и за кадром. – Москва, 1990. – С. 114.

– выявление общих интересов между пользователями, обеспечение осуществления общения между группами через сеть Интернет.

В процессе социализации детей дошкольного возраста крайне сложно определить соотношение положительного и отрицательного влияния видеоблогинга на личностное развитие детей. В рамках видеоблогосферы требуется серьезное изучение особенностей взаимоотношений между родителями, воспитателями-педагогами, учителями и детьми. Изучение детского сегмента видеоблогосферы неразрывно связано с исследованиями особенностей детской и подростковой психологии, а также специфики социализации детей в современном информационном обществе.

YouTube является основным видеохостингом, используемым как российскими, так и зарубежными интернет-пользователями для ведения видеоблогов. Детский сегмент видеоблогосферы создается как взрослыми, так и самими детьми. По мере развития социальных норм современные видеоблоги становятся не просто хобби, а способом периодического и постоянного заработка. Осознавая это, дети и подростки все чаще стремятся выбрать этот вид деятельности в качестве будущей профессии. В последние годы деятельность детей-блогеров, создающих контент для детей на YouTube, значительно активизировалась и стала более популярной. Например, каналы **"Kids Roma Show"** (26 миллионов подписчиков), **"Like Nastya"** (105 миллионов подписчиков), **"Vlad and Niki"** (96 миллионов подписчиков), **"Cocomelon"** (156 миллионов подписчиков), **"Get Movies"** (42 миллиона подписчиков) регулярно создают видеопroduкцию для детей. Такой медиаконтент способствует развитию активности ребенка. Он ускоряет процесс социальной адаптации ребенка путем усвоения социальных норм, ценностей и моделей поведения.

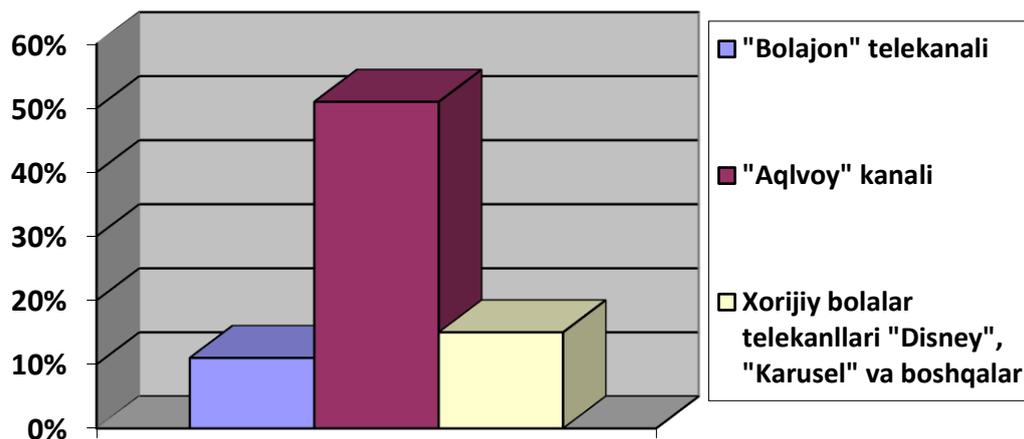
С марта 2024 года на YouTube-канале телеканала "Sevimli" запущена детская платформа "Skids." "Skids" представляет собой крупную платформу с множеством мультфильмов и контента, предназначенную для детей в возрасте от 0-6 до 6-12 лет, которая не требует контроля со стороны взрослых в национальном интернет-сегменте. Мультфильмы и контент на "Skids" демонстрируются на узбекском и русском языках.

В "Skids" ежедневно размещаются новые, самые популярные, оригинальные национальные и зарубежные мультфильмы и контент в формате HD. В нем дети изучают цифры, буквы, цвета и многое другое интересное. На этом YouTube-канале, предназначенном для детей в новой интерпретации, можно наслаждаться яркими мультфильмами и контентом. Материалы, размещаемые на данной платформе, проходят контроль специалистов.

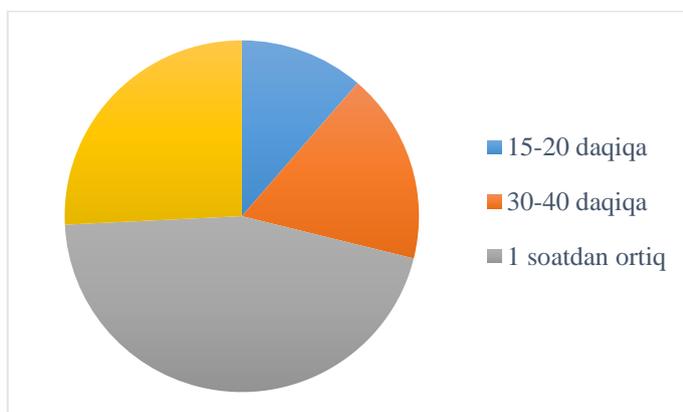
На платформе, запущенной на основе первого узбекского национального контента, ведущими выступают Самира и Сумайя, а также их компаньон-химик Камрон. Программа отвечает на многие вопросы, например, "Почему мы боеем?" "Что такое торнадо?" Она охватывает почти все, начиная от тайн Вселенной и заканчивая чудесами мира. Факты представлены самыми захватывающими способами. Благодаря своему высококачественному контенту этот канал выделяется как один из лучших выборов для детей до

шестого класса и предоставляет им насыщенное образовательное путешествие.

В ходе исследования был проведен опрос родителей через группы в мессенджере Telegram с целью выявления популярных каналов среди детей дошкольного возраста. На вопрос "Какие каналы сегодня стали любимым телеканалом вашего ребенка?" мы видим, что среди детской аудитории, смотрящей телевизор, довольно высокий процент тех, кто смотрит телеканал "Аклвой." Их количество превышает аудиторию зарубежных телеканалов ("Disney," "Карусель").



На вопрос: "Сколько времени, по вашему мнению, ваш ребенок тратит на просмотр видео на платформе YouTube?" три четверти респондентов ответили, что их дети проводят более 1 часа за просмотром контента на YouTube.



Как видно из опроса, YouTube является самым популярным и интересным ресурсом для детей. Отсюда следует, что родителям необходимо контролировать, какой контент смотрят их дети на этой платформе и сколько времени они на это тратят.

В ходе исследования также были проведены опросы о детских блогах, их особенностях, рисках и содержании ресурсов. Согласно результатам, 50% детей считают, что хороший видеоблог должен быть популярным; 49,4% опрошенных детей полагают, что видеоконтент должен содержать много шуток и быть познавательным для зрителей. Молодые участники

исследования не исключают возможности профессионализации видеоблогинга, при этом 71,3% детей выделяют организацию общения как основную задачу блога, а 77,6% детей отмечают важность самого процесса создания блога.

Видеохостинг YouTube - это платформа, на которой даже ребенок, не умеющий писать, может найти желаемый видеоконтент. Тематические предпочтения, подписки на блоги и плейлисты могут меняться несколько раз в течение года. Поэтому полезно включить режим "ограниченного контента." К сожалению, "поколение, мыслящее клипово, работает только с представлениями определенной длины и не может работать с семиотическими структурами произвольной сложности. Внешне это проявляется в том, что ребенок в течение длительного времени не может сосредоточить внимание на какой-либо информации и у него снижается способность ее анализировать." Клиповое мышление часто называют мгновенным мышлением. Ребенку дается 2-3 минуты, чтобы понять любую ситуацию, в результате у ребенка ослабевает чувство эмпатии и ответственности. Сегодня предпринимаются усилия по обучению медиаграмотности и медиаобразованию, прежде всего старшего поколения. Однако, к сожалению, в нашей стране работа по вовлечению детей дошкольного возраста в этот процесс проводится очень медленно.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По научно-исследовательской работе на тему "Актуальные проблемы подготовки информации для детей дошкольного возраста в аудиовизуальных медиа" были сделаны следующие выводы:

1. Независимо от страны вещания или средства массовой информации, детские телеканалы имеют схожие направления, структуру и цели. Создание национального контента в детской журналистике является основной задачей, стоящей перед детскими телеканалами.

2. В проектах местных и республиканских детских телеканалов не налажено сотрудничество с педагогами, психологами и социологами с учетом формата программ. Это подрывает конкурентоспособность местного медиаконтента и побуждает детей смотреть программы на видеохостингах, пропагандирующих иностранную культуру и ценности.

3. Слабое формирование информационной грамотности с раннего возраста приводит к тому, что дети с дошкольного возраста слепо следуют информационным потокам и неправильно интерпретируют информацию. Дети, обладающие культурой потребления информации, не подвергаются воздействию негативной и предвзятой информации в подростковом возрасте, поскольку у них формируется устойчивый идеологический иммунитет к такой информации.

4. Преобладание коммерческого подхода в медиаконтенте, подготовленном на национальных телеканалах, приводит к увеличению развлекательных передач в ущерб образовательным программам. Аудиовизуальный контент, предназначенный для детей дошкольного возраста, должен всегда соответствовать педагогическим стандартам, а также

развивать способность к правильному усвоению информации, критическому мышлению и восприятию.

5. Необходимо формировать у детей, являющихся активными потребителями интернет-медиа, навыки анализа и критического мышления. В противном случае юные зрители могут стать жертвами онлайн-хулиганства, мошенничества и других угроз.

6. Сегодня медиаконтент, передаваемый через интернет, снижает уровень критического мышления детей дошкольного возраста и негативно влияет на процесс восприятия ими окружающей среды и мира. Его несоответствие реальной жизни дезориентирует детей. Кроме того, медиаконтент, создаваемый для детей в социальных сетях, должен тщательно отбираться и соответствовать их возрасту, уровню развития и интересам.

7. Новые детские каналы должны стать современной моделью гуманного, развивающегося телевидения, основанного на национальных традициях и ценностях. Детское телевидение в Узбекистане должно иметь духовно-просветительскую направленность, его аудитория должна охватывать детей от трех лет до учащихся начальной школы, а также подростков и их родителей. Оно должно способствовать гармоничному развитию личности ребенка, сохранению семейных ценностей, здоровой семейной морали, пропаганде общечеловеческих, духовных и национальных ценностей; не допускать демонстрации программ, вызывающих негативные наклонности у детей; демонстрировать чистоту и красоту родного языка.

8. Детские телеканалы нуждаются в новом опыте и знаниях. Например, в мультфильмах, театрализованных кукольных и цирковых представлениях, ремесленных программах, конкурсных проектах, художественных и просветительских выступлениях.

9. Детское телевидение является не только создателем информационной, но и культурной среды, и играет активную роль в формировании у детей представлений о мире и самосознания. Также телеканалы несут ответственность за нравственное здоровье ребенка. Известный журналистский принцип "Не навреди" должен соблюдаться во всех передачах и телепрограммах, включая рассказы, сказки, тесты, викторины и анимационные фильмы.

В целях устранения этих проблем разработаны следующие предложения и рекомендации:

1. Журналисты при освещении детской тематики должны хорошо знать права детей, опираться на конкретные факты и доказательства по связанным с ними темам, обязательно учитывать их возраст, психологию и социальное положение. Журналисты и специалисты, подготавливающие контент, должны при освещении детской тематики в средствах массовой информации прежде всего строго соблюдать нормы профессиональной этики.

2. Материалы, подготовленные по детской тематике, должны основываться на точности и простоте изложения; объект всегда должен состоять из конкретных событий, то есть произошедших случаев, ситуаций, процессов.

3. Качество и разнообразие детских телепередач отличается от контента, транслируемого в интернет-медиа. Создание интересных и полезных для детей телевизионных продуктов должно быть целенаправленно поддержано командой профессиональных кадров и государством.

4. Учитывая медиапедагогические требования, журналисты и творческий коллектив, подготавливающие программы для детской аудитории, должны наладить сотрудничество со специалистами по детской психологии, то есть педагогами-воспитателями и психологами, контролировать качество контента и внедрить порядок коллаборативной работы. Образовательная функция детских программ должна основываться на сотрудничестве творческой группы и медиапедагогов.

**SCIENTIFIC COUNCIL PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 FOR AWARDED
ACADEMIC DEGREES AT THE UNIVERSITY OF JOURNALISM AND
MASS COMMUNICATIONS OF UZBEKISTAN**

**UNIVERSITY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATIONS OF
UZBEKISTAN**

ELMURADOVA GULKHAYO AHMADJONOVNA

**CURRENT CHALLENGES IN PREPARING INFORMATION FOR
PRESCHOOL-AGE CHILDREN IN AUDIOVISUAL MEDIA**

10.00.09 – Journalism (philological sciences)

ABSTRACT
of a Doctor of Philosophy (PhD) dissertation in Philological Sciences

TASHKENT – 2024

The theme of the dissertation of the doctor of philosophy (PhD) on philological sciences was registered by the Supreme Attestation Commission of the Ministry of higher education, science and innovations of the Republic of Uzbekistan under No. B2023.3.PhD/Fil3946.

The doctoral (PhD) dissertation was carried out at the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan.

The abstract of the doctoral (PhD) dissertation was posted in three (Uzbek, Russian, English (resume)) languages on the website of the Scientific Council at www.tashgiv.uz and on the website of “ZiyoNet” Informational and Educational Portal at www.ziynet.uz.

Scientific supervisor:	Taylakova, Shahnoza Norbekovna Doctor of philosophy (PhD) in pedagogical sciences, associate professor
Official opponents:	Ismailova, Klimentina Fuzailovna, Doctor of Philological Sciences (DSc), Associate Professor; Yunusov, Mansur Abdullayevich, Doctor of Philosophy in Philology (PhD), Associate Professor
Leading organization:	National University of Uzbekistan

The defence of the dissertation will be held on “___” _____ 2024, at ___ at the meeting of the Scientific Council PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 for awarding academic degrees at the University Of Journalism And Mass Communications Of Uzbekistan (Address: House 88, Markaz 5, 100147, Tashkent city. Tel.: (+998) 71-207-09-06; e-mail: journalism.univer@gmail.com).

The dissertation can be looked through in the Information Resource Centre of the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan. Address: House 88, Markaz 5, 100147, Tashkent city. Tel.: (+998) 71-207-09-06; e-mail: journalism.univer@gmail.com.

The abstract of the dissertation was distributed on “___” _____ 2024.
(Registry record No. ___ dated “___” _____ 2024)

F.A. Muminov

Chairman of the Scientific Council for awarding
academic degrees, Doctor of Philological Sciences,
Professor

A.I. Safarov

Scientific Secretary of the Scientific Council for
awarding academic degrees, Doctor of philosophy
(PhD) on Philological Sciences, Associate Professor

N.F. Muratova

Chairman of the Scientific Seminar of the Scientific
Council for awarding academic degrees, Doctor of
Philological Sciences, Associate Professor

PHD DISSERTATION RESUME

The purpose of this study is twofold: firstly, to investigate the current problems of preparing content intended for preschool children in audiovisual media; secondly, to develop measures to ensure the information security of viewers of this age.

The study's **primary objectives** are as follows:

The study of media production for preschool children represents a distinct area of specialised journalism.

The identification of issues pertaining to the preparation and distribution of audiovisual media products intended for preschool children.

The role of media education in providing information to preschool children will be substantiated.

The study of the social and psychological impact of information prepared for children.

A sociological study will be conducted to analyse the attitude of preschool children towards modern audiovisual content.

The analysis will encompass the linguistic, stylistic and professional aspects of audiovisual media aimed at children, with a view to identifying potential issues in this process.

The study focuses on the audiovisual content designed for preschool children on the TV channels 'Bolajon,' 'Aqlvoy' and the online platform 'Skids' of Sevimli TV channel.

The subject of the study is an analysis of the diversity of topics, authors' skills, design solutions, language and style of materials, as well as forms of media education in children's journalism on the channels aimed at the audience of preschool children.

The scientific novelty of the research can be summarised as follows:

This is the first time that audiovisual media content for preschool children has been analysed on the basis of the concept of media literacy. In addition, journalistic requirements for media information have been developed, taking into account the approaches of media pedagogy and media psychology.

It was demonstrated that the target audience of children's journalism differs according to age categories. Furthermore, it was substantiated that children's media is based on a hedonistic function.

The scientific and practical foundations for the application of the 4K model in the development of children's journalism, based on the principles of media literacy and creative criteria reflecting such principles as communication, collaboration, creativity and critical thinking, which form its basis, have been developed.

The study examined media content created by children as a form of journalistic activity. It also described the typological features of children's media products that facilitate analytical and critical thinking skills in preschool children. Furthermore, the study substantiated the effectiveness of the peer-to-peer method of media creation in improving media literacy.

Implementation of the research results. The research on children's journalism in Uzbekistan revealed that:

audiovisual media content for preschool children must be analysed in the context of media literacy. To develop journalistic requirements for such media content based on the approaches of media pedagogy and media psychology, as well as to improve the system of cooperation between parents and preschool teachers in the formation of children's cognitive and understanding skills, an experimental analysis was conducted among pupils and their parents in preschools No100 of Yakkasarai district, No34. These are the preschools in question: No. 100 of Mirabad district of Tashkent city, No. 60 and No. 66 of Narpai district of Samarkand region (reference No. 02-01/3-2421 dated 19 December 2023 of the Preschool Education Agency under the Ministry of Preschool and School Education of the Republic of Uzbekistan). The developed proposals and recommendations prove that journalistic requirements for children's audiovisual media content based on the approaches of media pedagogy and media psychology can become an important criterion in the formation of media literacy among children.

the differentiation of the target audience by age category in children's journalism and its underlying hedonistic function in children's media, as well as the social and cultural parameters of the target audience, were utilized in the preparation of the "Bugun intervyu" program on the "Madaniyat va ma'rifat" TV channel and several broadcasts on media literacy and media education (reference from the "Madaniyat va ma'rifat" TV channel of the National Television and Radio Company of Uzbekistan No. 02-02-01/109 dated May 2, 2023). As a result, effectiveness was achieved in explaining to viewers the proper orientation in the modern information space of media education, forming the correct attitude of a child's personality towards the information flow, protecting the younger generation from harmful information attacks, and elucidating the features of national content targeted at children.

based on the scientific and practical foundations of applying the 4K model in the development of children's journalism, which is grounded in media literacy principles and creative criteria reflecting communication, collaboration, creativity, and critical thinking, video content on media literacy and media education was prepared at the A. Avloni National Research Institute for Professional Development of Teachers and Training in New Methods. This content was developed for the "ICT Competence and Media Literacy" direction of advanced training courses for general education school teachers (reference from the A. Avloni National Research Institute for Professional Development of Teachers and Training in New Methods dated April 26, 2023, No. 04/09-115). As a result, educators' knowledge has been enhanced regarding the features of children's information perception, the role of modern media space in the spiritual and physical education of the younger generation, and methods for developing media literacy in young viewers;

The suggestions and recommendations developed to describe the typological features of children's media products that form analytical and critical thinking skills in preschool children were used in the programs "Aqlli planshet," "Test your English," "Til – millat közgusi" of the "Bolajon" TV channel.

(Reference No. 14-03-149 of the "Yoshlar" TV channel dated October 13, 2023). As a result, theoretical conclusions served to develop the educational function in the preparation of children's programs, to create safe, developing and high-quality programs for preschool children that ensure the unity of language and image in the programs of children's TV channels. Media content created by children is considered an effective method for improving media literacy through the principle of "equal-equal." Suggestions and recommendations such as the training and promotion of modern children-bloggers in creating video blogs for children, the formation of media literacy in preschool children based on children's media content, the development of the educational function of TV channels in preparing children's programs, ensuring the unity of language and image in the programs of children's TV channels were used in the programs of the Skids platform, broadcast on the YouTube channel of the "Sevimli" TV channel. (Reference of "Sevimli" TV channel No14-03-149 dated October 13, 2023);

Publication of research results. A total of 16 scientific works have been published on the dissertation topic. Of these, 6 are scientific articles, including 3 in republican and 3 in foreign journals recommended by the Higher Attestation Commission of the Republic of Uzbekistan for the publication of the main scientific results of doctoral dissertations.

The structure and scope of the dissertation. The dissertation consists of an introduction, three chapters, a conclusion, a list of references and appendices. The volume of the dissertation is 138 pages.

E'LON QILINGAN ISHLAR RO'YXATI
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I bo'lim (I часть; I part)

1. Elmurodova G. Maktabgacha yoshdagi bolalarda mediasavodxonlikni bolalar mediakontentlari asosida shakllantirish // O'zMU xabarлари, 2024. – B. 269-272. (<https://doi.org/10.69617/uzmu.v1i1.2.1010>) (10.00.00; №15)
2. Elmurodova G. Zamonaviy multfilmlar va maktabgacha yoshdagi bolalar: mediasavodxonlikning asosiy yutuqlari va kamchiliklari // Ilm sarchashmalari. – 1-son. – 2024. – B. 118-124. (10.00.00; №3)
3. Elmurodova G. Audiovizual mediada maktabgacha yoshdagi bolalar uchun axborot tayyorlashda kommunikativ madaniyatni rivojlantirish // Namangan Davlat universiteti ilmiy axborotnomasi. – 10-son. – 2023. – B. 603-609. (<https://www.journal.namdu.uz/>) (10.00.00; №26)
4. Elmurodova G. Ways of improving media literacy in pre-school institutions // East European Scientific Journal (Warsaw, Poland). – № 5(45). – 2019. – P. 69-70. (DOI: 10.31618/EESA.2782-1994)
5. Elmurodova G. Typology of media contents suitable for children's audience in social networks. American journal of Language, Literacy and Learning in STEM Education. – Volume 01, Issue 08. – 2023. – P. 410-415.
6. Elmurodova G. The Effect of Monetization of Content intended for a Children's Audience on YouTube video xosting // Eurasian Journal of Humanities and Social Sciences. – Volume 19, April, 2023. – P. 91-96. (<https://geniusjournals.org/index.php/ejhss/article/view/3994>)
7. Elmurodova G. Modern cartoons and preschool children: the main advantages and disadvantages of media literacy // Turkey International scientific online conference: "Theory and analytical aspects of recent research". – 2024. – Part 24. –P. 281-289. (www.interonconf.org)
8. Elmurodova G. Formation of media literacy in preschool children based on children's media content // France international scientific-online conference: "Scientific approach to the modern education system". Colletions of scientific works. – Paris, 2024. Part 23. –P. 221-227. (www.interonconf.org)
9. Elmurodova G. Kanadada maktabgacha ta'limning rivojlanishida zamonaviy mediata'limning o'rni // "Ommaviy axborot vositalarida til va uslub masalasi: tahlil, tasnif, qiyos" mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya. 2022-yil 30-noyabr. – Toshkent: O'zJOKU, 2022. – B. 593-599.
10. Elmurodova G. Maktabgacha yoshdagi bolalarning axborot olishida audiovizual medianing o'rni // "Reallikning raqamli transformatsiyasi: muammo va yechimlar" mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya. O'zJOKU, 2023-yil 7-fevral. – B. 91-96.

II bo'lim (II часть; II part)

11. Элмуродова Г. Современное информационное общество: теоритическое и методологическое понятие медиаобразования // ФарДУ илмий хабарлари. – 2-сон. – 2018. – С. 247-251. (10.00.00; №20)

12. Elmurodova G. Children's audiovisual content of the 20th century: achievements and problems // Procedia of Theoretical and Applied Sciences. – Volume 15, Jan. – 2024. – P. 34-43. (ISSN: 2795-5621 Available: <http://procedia.online/index.php/applied/index>)

13. Elmurodova G. Bolalar telejurnalistikasini shakllantirishda ommaviy axborot vositalarining o'rnini va ahamiyati // "Audiovizual jurnalistika: global o'zgarishlar davrida" mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya. O'zJOKU, 2022-yil 30-noyabr. – B. 78-85.

14. Elmurodova G. The problems Children's of media literacy in the system of pre-school education in Uzbekistan. Rediscovery of Asian values // International uzbek-korean media conference. – February 15, 2019. – P. 99-103.

15. Elmurodova G. Formation of media literacy in preschool children based on Children's media content. Scientific approach to the modern education system // International scientific online conference. – 2019. – Part 23. – P. 282-287.