|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ слайда** | **Содержание слайда** | **Текст в слайде** | **Закадровый текст** |
| Слайд 1 | УРОК №3  ДАРСИ №3 | Информация как еда. Как информационный «фастфуд» влияет на критическое мышление?  Иттилоот ба монанди хўрок аст. Чӣ гуна иттилооти «саридастӣ», ё тез омодашуда ба тафаккури интиқодӣ таъсир мерасонад? | Тема этого урока Информация как еда. Как информационный «фастфуд» влияет на критическое мышление? Что это значит? Давайте разбираться.  Мавзўи ин дарс «Иттилоот – ҳамчун хўрок». Чӣ гуна иттилои «саридастӣ» ба тафаккури интиқодӣ таъсир мерасонад? Ин чӣ маънӣ дорад?  Биёед, якҷоя дида мебароем! |
| Слайд 2 | Информация как еда. Как информационный «фастфуд» влияет на критическое мышление?  Иттилоъ ҳамчун хўрок. Чӣ гуна иттилои «саридастӣ» ба тафаккури интиқодии мо таъсир мерасонад? | В данном уроке рассматриваются такие вопросы:  - Информационный «фастфуд» или почему потреблять информацию надо осознанно.  - Фэйки, зачем их распространяют, и как отличить, достоверна ли информация.  Дар ин дарс масъалаҳои зерин баррасӣ карда мешаванд:  - Иттилооти «саридастӣ» ё худ, барои чӣ иттилоъро бояд бошуурона қабул кард.  - Фэйкҳо (хабарҳои бофта), чаро онҳоро паҳн мекунанд ва чӣ тавр муайян кард, ки иттилоот дурусту саҳеҳ аст. | Информация, как и еда, может быть полезной, может быть вредной, а может быть и информационным «фастфудом». Как вы думаете, что такое информационный «фастфуд»?  Иттилоъ, ҳамчун хўрок метавонад, фоидаовар ё зараровар бошад ва ё ки иттилооти «саридастӣ» шавад. Шумо чӣ андеша доред, иттилои «саридастӣ» чист? |
| Слайд 3 | Что происходит каждую минуту в Интернете?  Дар ҳар дақиқа дар Интернет чӣ ҳодисаҳо рух медиҳад? | * *В Интернет отправляется 204 000 000 электронных писем;* * *Просматривается 6 000 000 страниц на Facebook, 20 млн. фотографий и публикуется 2 460 000 постов;* * *На YouTube проигрывается 13 000 000 роликов. И на этот же портал «заливается» видео-сообщений хронометражем в сумме 72 часа. То есть, чтобы посмотреть то видео, которое в течение минуты залили на YouTube, вам понадобится 3 суток без перерыва на еду и сон;* * *Поисковая система Google в минуту обрабатывает 4 000 000 запросов;* * *В WhatsApp в эту же минуту отправляется 347 222 фотографии;* * *В Twitter публикуются 277 000 постов;* * *В Instagram 216 000 постов.* * *Дар Интернет 204 000 000 мактуби электронӣ фиристода мешавад;* * *Дар 6 000 000 саҳифаи Facebook, 20 млн. акс ва 2 460 000 бастаи паёмҳо нашр мегарданд;* * *Дар YouTube 13 000 000 роликҳо бозӣ мекунанд. Ва дар ҳамин ҷо видеохабарҳо бо давомнокии 72 соат «партофта» мешаванд. Яъне, барои тамошои он видеое, ки дар давоми як дақиқа ба YouTube мепартоянд, барои дидани онҳо ба шумо бе танаффус барои хўрок ва хоб 3 шабонарўз лозим мешавад;* * *Ҷустори Google дар як дақиқа 4 000 000 дархостро иҷро мекунад;* * *Дар WhatsApp дар ин як дақиқа 347 222 сурат равона карда мешавад;* * *Дар Twitter 277 000 паёми маълумотӣ ба нашр мерасад;* * *Дар Instagram 216 000 паёми маълумотӣ.* | 21 век уже назвали веком потребления, и касается это не только каких-то предметов БЫТА, ОБИХОДА, ЕДЫ, ОДЕЖДЫ, ГАДЖЕТОВ, но и информации. И сейчас это время избыточного информационного потребления. Вот данные, которые это доказывают:  Асри 21-ро аллакай асри истеъмолот номидаанд. Ин вожа на танҳо ба РЎЗҒОР, РАСМУ РУСУМ, ХЎРОКА, ЛИБОС, ГАДЖЕТҲО дахл дорад, балки ба иттилоъ низ марбут мебошад. Ва ҳоло замони аз меъёр зиёди истеъмоли иттилоотӣ дониста мешавад. Мана далелҳое, ки инро исбот мекунанд: |
| Слайд 4 | Информационный фастфуд  Иттилооти саридастӣ | Информационный фастфуд  Легкая, бесполезная, развлекающая информация, отвлекающая информация в малых «дозах» безвредна, но постоянное ее потребление приводит к «захламлению» мозга (вставить картинку эффектную).  Иттилооти саридастӣ  Сабук, бефоида, иттилои фароғатӣ, ин гуна иттилооти диққатро ба дигар тараф ҷалбкунанда бо меъёри кам безарар аст, аммо истифодаи ҳамешагии он мағзи сарро «гиҷ» мекунад. | Качество потребляемой информации так же важно, как и качество еды, которую мы принимаем. Так как это влияет напрямую на способность человека мыслить. Помните, что вся информация: статьи, книги, посты и картинки, влияет на активность вашего мозга. Мы все заполняем наш мозг, а обилие информации особенно легкой приводит к тому, что вы становитесь просто потребителем. Цена этого бездумного потребления – во-первых, время. Вспомните себя, как часто вы заходите в социальные сети в те же «Одноклассники» или «В контакте» и начинаете просто читать и просматривать все, что попадается, не замечая, как проходит час, другой, третий? Вторая цена не менее дорогая – способность анализировать информацию.  Сифати иттилооте, ки қабул мекунем, ба монанди сифати хўроке, ки истеъмол менамоем, хеле муҳим аст. Зеро, ин мустақиман ба фикрронии инсон таъсир мерасонад. Дар хотир дошта бошед, ки ҳамаи намуди иттилоъ: мақолаву китобҳо, нашри маълумоту аксҳо ба фаъолнокии майнаи сар таъсир дорад. Ҳамаи мо майнаи сарамонро бо хабарҳои нолозим ва одӣ пур мекунем. Истифодаи фаровони ин гуна иттилоъ бошад, моро ба истеъмолкунандаи одӣ табдил медиҳад. Арзиши ин корамон чунин аст: нахуст, вақти бисёрро беҳуда сарф мекунем. Ба хотир биёред, то кадом андоза шумо ба шабакаҳои иҷтимоӣ, амсоли «Одноклассники» ва ё «В контакте» ворид шуда, хабарҳои нолозимро аз назар мегузаронед ва ҳис намекунед, ки як, ду ва ҳатто се соат вақти худро сарф кардаед. Баъдан, баҳое, ки аз аввала ҳам қимматар аст, қобилияти таҳлили иттилоотро аз даст медиҳед. |
| Слайд 5 | Информационный фастфуд  Иттилооти саридастӣ | Информационный фастфуд  Содержание  (картинки с потребителями инфы). Например:  Иттилооти саридастӣ  Мундариҷа  Мисол:  Картинки по запросу информационное ожирение | Главное в потреблении информации не ее количество, а актуальность и качество. Для людей важнее знать больше и опередить всех в этом знании или в его распространении, но зачастую знание это поверхностно. К чему это приводит? К тому, что, не раздумывая, читая все, что предлагает Интернет, или мгновенно делясь в социальных сетях новостями, картинками или сообщениями, люди не успевают осмыслить информацию, а лишь накапливают эти сведения, как тело копит жир, потребляя пустые калории фастфуда.  Чтобы качественно проанализировать информацию нужно время, надо сесть и осмыслить ее, при необходимости задать себе некоторые вопросы, постараться найти на них ответы. Но времени на это нет, потому что все время занято сбором информации.  Дар вақти истеъмоли иттилоъ на шумора, балки сифат ва аҳамиятнокии он муҳим аст. Барои одамон бисёр донистан ва дар ин самт аз дигарон гузаштан ё паҳн кардани он аҳамият дорад, аммо дар аксар маврид ин гуна дониш сатҳист. Ин ба чӣ оварда мерасонад? Ҳар чиро, ки Интернет пешниҳод мекунад, боре ҳам фикр накарда, ҳамаи онро мехонем, ё ҳангоми тавассути шабакаҳои иҷтимоӣ ба дигарон паҳн кардани расму паём ва хабарҳо одамон ба маънои иттилои пешниҳодшуда имконияти сарфаҳм рафтан пайдо намекунанд, балки иттилоъро ҷамъ мекунанду халос. Ин рафтор шабеҳи он аст, ки ҳангоми истифода аз таомҳои саридастӣ дар ҷисми инсон равғани зиёдатӣ ҷамъ мешавад.  Барои таҳлили босифати иттилоъ вақт зарур аст. Бояд сари он нишаст ва андеша намуд. Дар ҳолати зарурат ба худ баъзе суолҳоро дод ва кўшиш намуд, ба онҳо ҷавоб пайдо кард. Вале барои ин вақт нест, чун рўзи мо бештар ба ҷамъоварии иттилоот сарф мешавад. |
| Слайд 6 | Мемы  Мемҳо | Картинки со слайда №3 старой презентации  Расмҳои муаррифии куҳна аз слайди №3 | Как вы знаете, такие картинки называются «мемы».  Чӣ тавре медонед, ин гуна расмҳоро «мемҳо» меноманд. |
| Слайд 7 | Мемы  Мемҳо | Мем ([англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) meme) – единица [культурной](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0) [информации](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F). Мемом может считаться любая идея, символ, манера или образ действия, осознанно или неосознанно передаваемые от человека к человеку посредством речи, письма, видео, ритуалов, жестов и т. д.  Мем – (калимаи англисии meme) – воҳиди иттилооти фарҳангӣ мебошад. Мем метавонад, ҳама гуна ғоя, аломат, сабку тасвири амал, ки бошуурона ё бешуурона аз одам ба одам тавассути нутқ, хат, навор, анъана, расму оин, имову ишора ва ғайраҳо бошад. | Мем – способ выражения собственных чувств с помощью популярной фразы или персонажа.  Мем – ин як тарзи баёни ҳиссёти худ тавассути ибора ва ё қаҳрамонҳои машҳур мебошад. |
| Слайд 8 |  | Картинки со слайда №4  Расмҳо аз слайди №4 | В последнее время стало популярно использовать картинки разного рода для выражения своего отношения или эмоций в процессе виртуального общения.  Как вы думаете, почему люди стали использовать меньше слов, придуманных самими, а используют заранее заготовленные стандартные, но «чужие» фразы и картинки? Как часто вы это используете?  Вақтҳои охир истифодаи расмҳои гуногун барои ифода кардани ҳиссёти худ дар рафти муоширати маҷозӣ хеле машҳур гашт.  Шумо чӣ фикр доред, чаро одамон аз калимаҳое, ки худашон фикр карда баромадаанд, камтар истифода мекунанду ба ҷойи он ибораҳои қаблан сохташуда, он ҳам аз расму калимаҳои «бегона» бештар истифода мебаранд? Худи шумо то кадом андоза аз ин истифода мекунед? |
| Слайд 9 |  | **LOL** читается как лол или эл-о-эл (от англ. laughingoutloud – громко, вслух смеясь; или laughoutloud – громко, вслух смеяться;или lotsoflaughs – много смеха) – англоязычный акроним, Интернет-мем.  Термин используется в сетевом общении главным образом для выражения смеха в письменной форме.  **LOL** хонда мешавад, чун лол ё ки эл-о-эл (аз англисӣ laughingoutloud – баланд, бо овоз хандидан; ё ки laughoutloud – баланд, бо овоз ханда кардан; ё ки lotsoflaughs – хандаи бисёр) – калимаҳои англисизабон буда, Интернет-мем аст.  Ин ибора дар муоширати шабакавӣ асосан хандаро дар шакли навишт ифода мекунад. | Вот пример излишнего потребления информации, когда человек привыкает пользоваться ограниченным числом фраз для коммуникации.  Эта картинка или «мем» – точно показывает современного человека-потребителя информации, вместо того, чтобы задуматься, у него всегда готов ответ: LOL.  Ин аст, мисол оид ба истифодаи аз меъёр зиёди иттилоот, вақте инсон бо истифодабарии ибораҳои кам ҳангоми муошират маҳдуд мешавад.  Ин расм ё «мем» – дақиқ инсони имрўза-истеъмолкунандаи иттилоъро нишон медиҳад, ба ҷойи он ки инсон андеша кунад, ҳамеша ҷавоби ў тайёр аст: LOL. |
| Слайд 10 |  | Почему мы становимся такими?  Чаро мо чунин мешавем? | Потому что мы потребляем информационный «фастфуд». Людям становится лень придумывать самим фразы, выражать свои мысли точно, они просто берут уже придуманные «заготовки» и используют их в своем общении.  Барои он, ки мо иттилооти «саридастӣ»-ро истеъмол мекунем. Одамон барои фикр кардани ибораҳои шахсие, ки андешаҳои асосии онҳоро баён мекунад, танбалӣ кашида, дар муошират ибораҳои пешакӣ тайёрро истифода мебаранд. |
| Слайд 11 |  | Чем опасно излишнее информационное потребление (Текст ответа появляется после паузы в 5 секунд)?  Притуплением критического мышления. Критическое мышление – это способность, которая поможет вам ориентироваться, принимать верные решения и отказываться от того, что может нанести вам вред. При притуплении критического мышления снижается способность анализировать. В результате мы верим всему, что читаем. А, не всему написанному можно верить.  Задайте себе вопросы:  - Как можно найти применение этой информации?  - Пригодятся ли получаемые вами новые сведения для улучшения вашей жизни?  Истеъмоли зиёди иттилоот чӣ зарар дорад (Матни ҷавоб баъд аз 5 сонияи танаффус пайдо мешавад)?  Заифшавии тафаккури интиқодӣ. Тафаккури интиқодӣ – ин қобилиятест, ки ба шумо барои муайян кардан, қабули қарори дуруст ва ё даст кашидан аз он (қароре, ки ба шумо зарар оварданаш мумкин аст) ёрӣ мерасонад. Ҳангоми заифшавии тафаккури интиқодӣ қобилияти таҳлилкунӣ ҳам паст мешавад. Дар натиҷа, мо ба ҳар чизе, ки мехонем, бовар мекунем. Дар ҳоле, ки на ба ҳама чизи навишташуда бовар кардан мумкин аст.  Ба худ чанд суол диҳед:  - Чӣ тавр ин иттилоъро истифода бурдан мумкин аст?  - Оё маълумоти нави гирифтаатон барои беҳтар шудани зиндагиатон кўмак мекунад? | Информационный «фастфуд» или легкая информация расслабляет мозги, это было всегда.  В газетах, например, последняя страница отводилась под анекдоты, гороскопы и интересные факты. Чем больше вы потребляете такой легкой информации, тем больше хочется. Мы не убеждаем вас не потреблять легкую информацию вообще. Но помните об умеренном и осознанном ее потреблении. Иначе можно стать жертвой манипуляций.  Иттилои саридастӣ ва ё иттилои сабук ҳамеша мағзи сарро заиф мегардонад ва чунин ҳолат ҳамеша мавҷуд буд.  Масалан, дар рўзномаҳо саҳифаи охирин барои латифаю фолномаҳо ва далелҳои ҷолиб пешбинӣ мешуд. Ҳар қадаре шумо чунин иттилои сабукро истифода баред, ҳамон қадар ба ин гуна иттилоот хоҳиши зиёд пайдо мекунед. Мо шуморо бовар кунонданӣ нестем, ки умуман иттилои сабукро нахонед. Лекин ҳамеша меъёр ва истеъмоли бошууронаи иттилои сабукро аз ёд набароред. Вагарна, метавон қурбони фиребгариҳо шуд. |
| Слайд 12 |  |  | Эта фотография с текстом гуляет в социальных сетях уже несколько лет. Подумайте, какие вопросы может вызвать у вас этот пост?   * Почему не указан населенный пункт, город или даже страна, где хозяева хотят утопить щенков? * К кому обращаться по указанному номеру телефона? * Почему владельцы хотят утопить щенков, которые стоят очень дорого? В среднем в России щенок далматинца стоит 300 долларов. * Зачем распространять информацию, если вы живете в другом городе или даже в другой стране?   Указанный номер телефона – это специальный номер, при звонке на который, со счета вашего номера снимаются деньги, в некоторых случаях весьма значительные суммы.  Ин расм бо матнаш дар шабакаҳои иҷтимоӣ чанд сол инҷониб чарх мезанад. Фикр кунед, ки ин маълумот дар зеҳни шумо кадом суолҳоро пайдо мекунад?   * Чаро нуқтаи аҳолинишин, шаҳр ва ё ҳатто давлате, ки дар он соҳибонашон мехоҳанд, сагчаҳоро ғарқ намоянд, зикр наёфтааст? * Рақамҳои иртиботие, ки нишон дода шудааст, ба кӣ бояд муроҷиат намуд? * Чаро соҳибонаш ин қадар сагчаҳои қимматро ғарқ карданӣ ҳастанд? Ба ҳисоби миёна ин сагчаҳои навъи «далматинҳо» дар Русия 300 доллар арзиш доранд. * Чаро иттилоотеро паҳн мекунед, ки агар шумо дар дигар шаҳр ва ҳатто дар дигар давлат зиндагӣ доред?   Рақами иртиботие, ки зикр ёфтааст, ин рақами махсус мебошад. Ҳангоми ба он занг задан, аз суратҳисоби рақами шумо маблағ, дар баъзе маврид маблағҳои калон низ гирифта мешавад. |
| Слайд 13 | Фейк  Иттилои бардурўғ, бофта, қалбакӣ (Фейк) | Фальшивые (поддельные, «фейковые») новости – это информационная [мистификация](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F) или намеренное распространение [дезинформации](https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%9C%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F&action=edit&redlink=1) в [социальных медиа](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0) и традиционных [СМИ](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B0) с целью введения в заблуждение, для того чтобы получить финансовую или политическую выгоду.  Хабарҳои сохта (қалбакӣ, «фейкӣ») ин иттилоотест, ки қасдан сохта шуда, дар шабакаҳои иҷтимоӣ ва ё тавассути ВАО-и анъанавӣ бо мақсади иштибоҳ ё гумроҳ сохтан барои ба даст овардани фоидаи молӣ ва сиёсӣ паҳн карда мешавад. | Такого рода информация называется ***фейк***, от английского fake – подделка. «Фейковые» новости – это информационная [мистификация](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F) или намеренное распространение [дезинформации](https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%9C%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F&action=edit&redlink=1) в [социальных медиа](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0) и традиционных [СМИ](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B0) с целью введения в заблуждение, для того чтобы получить финансовую или политическую выгоду.  Ин гуна иттилоот ***фейк*** ном дошта, аз англисии fake – сохтакорӣ, қалбакикорӣ гирифта шудааст. Хабарҳои «фейкӣ» ин иттилоотест, ки қасдан сохта шуда, дар шабакаҳои иҷтимоӣ ва ё тавассути ВАО-и анъанавӣ бо мақсади иштибоҳ ё гумроҳ сохтан барои ба даст овардани фоидаи молӣ ва сиёсӣ паҳн карда мешавад. |
| Слайд 14 | Примеры фейков  Намунаҳои фейкҳо |  | Вот пример фейка:  Бесплатно, без выгоды для себя никто не будет раздавать технику, и тем более машины и квартиру случайным людям. У таких фейковых объявлений есть несколько похожих особенностей. Не указан спонсор розыгрыша, на которого надо подписаться. Не указаны контакты лица или компании, которые проводят розыгрыши. Авторы таких постов, как правило, новички, проверьте их активность, что они пишут, можно ли идентифицировать его страницу как страницу реального человека или компании. Обычно крупные розыгрыши проводят крупные и известные компании.  Мисоле барои фейк:  Ройгон, бидуни фоида барои худ касе техникаро тақсим намекунад, ба хусус мошин ва хонаи истиқоматиро ба одамони тасодуфӣ намедиҳад. Ин гуна эълонҳои сохта чанд хусусияти ба худ хос доранд. Сарпарасти бозиҳо, ки ба он аъзо шудан мумкин аст, нишон дода нашудааст. Ҳатто барои иртибот маълумоте дар бораи шахсони масъул ва ё ширкате, ки ин бозиро мегузаронад, вуҷуд надорад. Муаллифони ин гуна паёмҳо одатан навкороне ҳастанд, ки фаъолнокии онҳоро санҷед, ки чӣ менависанд, то куҷо саҳифаи онҳо ҳамчун саҳифаи шахси воқеӣ ё ҳуқуқӣ шинохта мешавад. Одатан, мусобиқаҳои калонро ширкатҳои бузург ва машҳур мегузаронанд. |
| Слайд 15 |  |  | Вот еще пример фейка:  Цели у фейков могут быть разные. Во-первых, это, конечно же, мошенничество. В случае с розыгрышем «Айфона» вас могут попросить выслать деньги на доставку, и таких людей как вы будет несколько тысяч. В случае с квартирами, это может быть вирусная реклама компании, которая строит квартиру: люди заинтересуются, а розыгрыш всегда можно списать на мошенников. Либо это просто специальный контент, чтобы увеличить число посещений того или иного ресурса.  Боз як мисоли фейкӣ:  Мақсади хабарҳои сохта метавонад, гуногун бошад. Якум, ин албатта, қаллобӣ ва фиребгарист. Ҳангоми гузаронидани бозии бурдноки «Айфон» шояд аз шумо хоҳиш намоянд, ки барои дастрас кардани бурд маблағ ирсол намоед ва мисли шумо чунин одамон ҳазорҳо нафаранд. Дар ҳолати хонаҳои истиқоматӣ бошад, шояд ин рекломи вирусии ташкилотест, ки хонаҳои баландошёна месозад. Одамон ба он таваҷҷуҳ зоҳир менамоянд ва бозиро метавон ҳамеша ба фиребгарону қаллобон нисбат дод. Ё ки ин усули махсусест, ки барои зиёд намудани корбарони ин ё он захираҳо равона карда шудааст. |
| Слайд 16 | Пример фейка  Намунаи фейк |  | Несколько лет назад эта фотография облетела весь мир с печальной историей о том, как сирота из Сирии спит между могилами родителей. Все активно делились.  Чанд сол қабл ин акс бо як таърихчаи ғамангезе дар тамоми ҷаҳон паҳн гардид, ки гўиё ятиме аз Сурия байни қабри падару модараш хоб кардааст. Ҳама фаъолона бо изҳори ғамшарикӣ онро паҳн карданд. |
| Слайд 17 |  |  | А вот продолжение истории: на самом деле фотография была постановочной, и сделал ее фотограф из Саудовской Аравии. Идея этого проекта была показать любовь к родителям. Сам автор фотографии потом был удивлен тому, как распространялась его работа. Он сам писал и рассказывал везде, что его фотография не имеет отношения к Сирии.  Идомаи воқеа. Дар асл ин акси саҳнавие буд, ки онро суратгир аз Арабистони Саудӣ анҷом додааст. Ғояи ин лоиҳа, нишон додани муҳаббат нисбат ба волидайн буд. Худи муаллифи акс низ дар ҳайрат буд, ки маҳсули кораш чӣ тавр бо тезӣ паҳн шуд. Баъдтар, ў дар ҳама ҷо навишт ва нақл кард, ки акси бардоштааш ба ҳодисаҳои Сурия ягон иртибот надорад. |
| Слайд 18 | Фейки на ТВ  Фейкҳо дар телевизион | Есть фейки и на телевидении:  <https://www.youtube.com/watch?v=AaxsUN84o90&feature=youtu.be>  Дар телевизион низ фейкҳо ҳастанд:  <https://www.youtube.com/watch?v=AaxsUN84o90&feature=youtu.be> | Этот сюжет был показан в эфире Первого канала в день падения метеорита, который в СМИ прозвали «Челябинским». Он упал в озеро Чебаркуль.  То, что показал 1 канал, было шуткой из Интернета. Редакторы, не проверив достоверность видео, выпустили его в эфир и разместили на сайте. Позже, когда выяснилась ошибка, видео на сайте заменили. Но пользователи сохранили скриншот того, что новость присутствовала на веб-сайте.  Ин гузориш дар рўзи афтиши шиҳобпора аз Шабакаи якуми Русия намоиш дода шуд, ки онро дар ВАО «Челябинск» номиданд. Он дар кўли Чебаркул афтод.  Он гузорише, ки Шабакаи 1-ум намоиш дод, шўхии интернетӣ буд. Муҳаррирон дурустии наворро насанҷида, тариқи телевизион пахш намуданд ва дар сомонаи худ низ ҷой доданд. Дертар, вақте маълум шуд, ки иштибоҳ рафтааст, зуд наворро дар сомона иваз карданд. Вале истифодабарандагон скриншот ва ё расми онро, ки дар сомона ҷой дода шуда буд, нигоҳ доштанд. |
| Слайд 19 | Фейки на ТВ  Фейкҳо дар телевизион |  | Место, которое в новостях назвали местом падения метеорита – это газовый кратер в Туркмении [Дарваза](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B0%D1%80%D0%B2%D0%B0%D0%B7%D0%B0). Он горит постоянно с 1971 года.  Это пример журналисткой ошибки, когда редакторы просто не проверили достоверность видео. Но бывают и примеры намеренной дезинформации, чтобы сформировать у аудитории определенное мнение.  Ҷое, ки дар хабарҳо макони афтодани шиҳобпора унвон карданд, дар асл танўраи газӣ дар Дарвози Туркманистон мебошад. Он аз соли 1971 инҷониб ҳамеша месўзад.  Ин намунаи хатоии журналистие аст, ки вақте муҳаррирон дурустии наворро насанҷидаанд. Аммо мисолҳое низ ҳастанд, ки дар онҳо маълумоти бардурўғ махсус паҳн карда мешаванд, то байни аудитория афкори муайяне ташаккул ёбад. |
| Слайд 20 | Фейки на ТВ  Фейкҳо дар телевизион | <https://www.youtube.com/watch?v=iPzjseDdpuc&feature=youtu.be> | Это был шутливый сюжет на 1 апреля Интернет-канала «ТВ1.kg».  Вывод: Необходимо помнить, что каждый из нас, зрителей, является потребителем информации, в том числе телевизионного контента. И, если телеканалы создают такие фейки, то создаются они, в частности, и потому, что зрители позволяют это. Зрители проглатывают эту информацию и верят ей.  Что может быть фейком? Все что угодно, не только объявление в социальной сети, видеосюжет, но даже профайл, от имени которого размещено объявление, картинки, фотофакты и др.  Ин навори ҳазломез бахшида ба рўзи 1 апрел аз Интернет-канали «ТВ1.kg» буд.  Хулоса: Дар хотир бояд дошт, ки ҳар яки мо, тамошобинон, истеъмолкунандагони иттилоот, аз ҷумла муҳтавои телевизионӣ ҳастем. Ва агар шабакаҳои телевизионӣ ин гуна хабарҳои бардурўғро паҳн намоянд, сабаб дар он аст, ки тамошобинон ба ин имконият медиҳанд. Бинандагон ин гуна хабару наворҳоро ҳазм мекунанд ва ба он боварӣ ҳосил менамоянд.  Фейк чӣ шуда метавонад? Ҳама чиз, на танҳо ЭЪЛОНҲО дар шабакаҳои иҷтимоӣ, ВИДЕОСЮЖЕТҲО, балки ПРОФАЙЛҲО, ки аз номи онҳо эълонҳо, РАСМҲО, аксҳо бо далел (АКСДАЛЕЛҲО) ва ғайра ҷой дода шудаанд. |
| Слайд 21 |  | **Обобщение урока. Выводы:**   * Не вся информация, которую мы видим и слышим, бывает правдива. * Необходимо критически относится к фото-, аудио-, видеоинформации. * Неумение критически мыслить приводит к тому, что человеку трудно принимать решение. * При потреблении информации надо задавать себе вопросы.   **Ҷамъбасти дарс. Хулоса:**   * На ҳама иттилооте, ки мо мебинему мешунавем, ҳақиқат аст. * Бояд ба ҳамаи акс, садо ва иттилооти видеоӣ аз назари интиқодӣ муносибат намуд. * Тафаккури интиқодӣ надоштан ба он оварда мерасонад, ки инсон барои қабули қароре мушкилӣ мекашад. * Ҳангоми истеъмоли иттилоот бояд ба худ чанд суол дод. | Итак, вы увидели на этом уроке, что не вся информация, которую мы видим и слышим, бывает правдива.  Для того, чтобы разобраться, задавайте себе вопросы:  - Для чего автор дает нам информацию?  - Что он хочет донести до нас?  - Что я извлек для себя полезного из этой информации?  Инак, дар ин дарс шумо дидед, ки на ҳама иттилооти дидаву шунидаамон ҳақиқат аст.  Барои сарфаҳм рафтан ба худ чанд суол диҳед:  - Барои чӣ муаллиф ин иттилоъро ба мо медиҳад?  - Ў ба мо чиро расонидан мехоҳад?  - Ман барои худ аз ин иттилоъ чӣ чизи фоидаовар ба даст овардам? |