

**CRITICAL THINKING AND INFORMATION LITERACY: EFFECTIVE TOOLS
IN THE MANAGEMENT OF INFORMATION RESOURCES AND MEDIA COMPANIES**

Nozima MURATOVA

Doctor of Philological Sciences, Associate Professor
University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan
Tashkent Uzbekistan

Sanjarbek ALLAYAROV

Local Coordinator
Deutsche Welle Akademie
Tashkent, Uzbekistan

Malika IBROXIMZODA

Masters student
University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan
Tashkent, Uzbekistan

**КРИТИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ —
ЭФФЕКТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫМИ
РЕСУРСАМИ И МЕДИЙНЫМИ КОМПАНИЯМИ**

Нозима МУРАТОВА

Доктор филологических наук, доцент
Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана
Ташкент, Узбекистан

Санжарбек АЛЛАЯРОВ

Местный координатор Академии Deutsche Welle
Ташкент, Узбекистан

Малика ИБРОХИМЗОДА

Магистрант
Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана
Ташкент, Узбекистан

**TANQIDIY FIKRLASH VA AXBOROT SAVODXONLIGI — AXBOROT RESURSLARI VA
MEDIA KOMPANIYALARNI BOSHQARISHDAGI SAMARALI VOSITALAR**

Nozima MURATOVA

Filologiya fanlari doktori, dotsent
O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti
Toshkent, O'zbekiston nozima.muratova@gmail.com

Sanjarbek ALLAYAROV

Deutsche Welle akademiyasining mahalliy koordinatori
Toshkent, O'zbekiston sallayarov@gmail.com

Malika IBROHIMZODA

Magistratura talabasi
O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti
Toshkent, O'zbekiston ibroximzoda77@mail.ru

For citation (iqtibos keltirish uchun, для цитирования):

Abstract. The article examines the relevance of critical thinking and information literacy as key skills for media companies in the context

Муратова Н., Аллаярров С., Иброхимзода М. Критическое мышление и информационная грамотность — эффективные инструменты в управлении информационными ресурсами и медийными компаниями. // O'zbekistonda xorijiy tillar. — 2024. — 10-jild, № 6. — В. 226-242.

<https://doi.org/10.36078/1735444189>

Received: May 25, 2024

Accepted: August 17, 2024

Published: August 20, 2024

Copyright © 2024 by author(s).

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

of information overload and the spread of disinformation. The aim of the study is to analyze the impact of these competencies on the effectiveness of information resource management and content quality. The novelty of this work lies in its proposal to integrate critical thinking and information literacy into the strategies of media organizations, which can enhance their market resilience. The research methods include an analysis of existing theories, case studies from real practice, surveys among representatives of the media industry, and interviews with professionals in the fields of media and education to obtain qualitative data on the impact of these skills on company operations. The results show that the development of critical thinking and information literacy not only improves the information processing workflow but also facilitates more informed decision-making. This, in turn, is critically important for maintaining audience trust and creating high-quality content. In conclusion, the article emphasizes the necessity of incorporating these skills into the operations of media companies to enhance their competitiveness and resilience in today's information landscape.

Keywords: critical thinking; information literacy; media companies; information resource management; disinformation; content quality; efficiency; market stability.

Аннотация. В статье рассматривается актуальность критического мышления и информационной грамотности как ключевых навыков для медийных компаний в условиях информационной перегруженности и распространения дезинформации. Цель исследования заключается в анализе влияния этих компетенций на эффективность управления информационными ресурсами и качество контента. Новизна статьи состоит в том, что она предлагает интеграцию критического мышления и информационной грамотности в стратегию медийных организаций, что может повысить их устойчивость на рынке. Методы исследования включают анализ существующих теорий, кейс-стади из реальной практики, опросы среди представителей медиаиндустрии и интервью с профессионалами в области медиа и образования для получения качественных данных о влиянии этих навыков на работу компаний. Результаты показывают, что развитие критического мышления и информационной грамотности не только улучшает процесс обработки информации, но и способствует принятию более обоснованных решений. Это, в свою очередь, критически важно для поддержания доверия аудитории и создания качественного контента. В статье подчеркивается необходимость внедрения этих навыков в работу медийных компаний для повышения их конкурентоспособности и устойчивости в современном информационном пространстве.

Ключевые слова: критическое мышление; информационная грамотность; медийные компании; управление информационными ресурсами; дезинформация; качество контента; эффективность; устойчивость на рынке.

Annotatsiya. Maqolada axborotning ko'pligi va dizinformatsiyaning tarqalishi sharoitida tanqidiy fikrlash va axborot savodxonligining media-kompaniyalar uchun asosiy ko'nikmalar sifatida dolzarbligi ko'rib chiqildi. Maqsad ushbu ko'nikmalarning axborot resurslarini boshqarish samaradorligi va kontent sifatiga bo'lgan ta'sirini tahlil qilishdan iboratdir. Yangilik shundaki, u tanqidiy fikrlash va axborot savodxonligini media tashkilotlar strategiyasiga kiritishni taklif qiladi, va bu o'z navbatida ushbu kompaniyalarning bozordagi barqarorligini oshirishga xizmat qiladi. Maqolada ushbu

ko'nikmalarning kompaniya faoliyatiga ta'siri haqida sifatli ma'lumotlarni olish uchun mavjud nazariyalarni tahlil qilish, real vaziyatlarni o'rganish, media sohasida faoliyat yuritadigan mutaxassislar ishtirokida so'rovnomaga o'tkazish va ommaviy axborot vositalari va ta'limda menedjerlik faoliyati bilan shug'ullanadigan mutaxassislari bilan utqzilgan intervyularni o'z ichiga oladigan uslublardan foydalanilgan. Natijalar shuni ko'rsatadiki, tanqidiy fikrlash va axborot savodxonligini rivojlantirish nafaqat axborotni qayta ishlashni yaxshilaydi, balki yana-da oqilona qaror qabul qilishga olib keladi. Bu, o'z navbatida, axborot oluvchilarning ishonchini saqlab qolish va sifatli kontent yaratish uchun juda muhimdir. Xulosa qilib aytganda, maqolada zamonaviy axborot muhitida raqobatbardoshlikni va barqarorlikni oshirish uchun media-kompaniyalar o'z faoliyatida ushbu ko'nikmalarni joriy etishi zarurligi ta'kidlangan.

Kalit so'zlar: tanqidiy fikrlash; axborot savodxonligi; media kompaniyalari; axborot resurslarini boshqarish; dezinformatsiya; kontent sifati; samaradorlik; bozor barqarorligi.

Введение и гипотеза

В условиях стремительного роста объемов информации и распространения дезинформации критическое мышление и информационная грамотность становятся необходимыми навыками для медийных компаний. Эти компетенции позволяют не только эффективно обрабатывать информацию, но и принимать обоснованные решения, что чрезвычайно важно для формирования качественного контента и поддержания доверия аудитории. Под критическим мышлением мы понимаем «способность анализировать, оценивать и интерпретировать информацию и идеи, чтобы принимать обоснованные решения или формулировать свои собственные точки зрения. Оно включает в себя способность задавать вопросы, искать доказательства, рассматривать различные точки зрения и оценивать аргументы» (13).

Гипотеза данной статьи заключается в том, что развитие критического мышления и информационной грамотности в медийных компаниях не только улучшает качество контента, но и способствует формированию более устойчивых и адаптивных стратегий управления информационными ресурсами в условиях быстро меняющегося информационного ландшафта.

Критическое мышление играет ключевую роль в анализе информации. Если утверждать, что критическое мышление неважно, то это подразумевает, что человек может просто прочитать информацию и затем либо согласиться, либо не согласиться с ней. На первый взгляд, это кажется простым процессом. Однако на самом деле он гораздо сложнее. Если человек принимает решение без критического анализа, он рискует сделать выбор, основанный на субъективном мнении или предвзятых данных. В таком случае вероятность принятия неправильного решения значительно возрастает.

Критическое мышление позволяет принимать обоснованные решения: определять надежность и релевантность источников, гарантируя, что вы используете качественные доказательства в своих

исследованиях и заданиях. Критическая оценка источников помогает вам выявлять необоснованные утверждения и вводящую в заблуждение информацию.

Проведем попытку корреляции критического мышления с информационной грамотностью. «Информационная грамотность — это способность к поиску, агрегации, проверке достоверности и анализу информации» (17). В основе обоих понятий лежит анализ и оценка информации. Перед тем, как делать выводы или использовать информацию, мы проверяем, уточняем и оцениваем её. При этом способность смотреть на вещи критическим взглядом способствует принятию правильных решений, а навыки информационной грамотности необходимы для грамотной организации и использования информации.

Критическое мышление играет ключевую роль в информационной грамотности. Без него трудно эффективно оценивать информацию, так как именно критическое мышление позволяет отличать факты от мнений и определять надежность источников. Следовательно, развитие критического мышления способствует улучшению навыков информационной грамотности, что позволяет более осознанно подходить к анализу информации в современном мире.

В литературе проблеме критического мышления и информационной грамотности уделяется серьезное значение. Так, формула медиаповедения в условиях критического мышления в современных условиях описана Н. Муратовой и подразумевает то, что «сегодня МИГ (медийная и информационная грамотность. — *Red.*) определяется как совокупность компетенций, которые должны формироваться постепенно и параллельно с формированием каждого человека. Говоря о том, что МИГ сегодня актуальна, начиная с дошкольного образования, эксперты подчеркивают, что информация сегодня окружает и сопровождает каждого, везде и всегда. Если посчитать медиаресурсы, которые есть в каждом доме, в каждой семье, то станет очевидно, что формирование МИГ — такая же первичная потребность, как и навыки питания, личной гигиены» (17, 25).

ЮНЕСКО считает, что МИГ позволяет людям критически оценивать информацию и использовать цифровые инструменты. МИГ помогает людям принимать обоснованные решения о том, как они участвуют в построении мира, обеспечении равенства, свободе информации, доступе к информации и достижении Целей устойчивого развития (ЦУР) (7).

Как утверждает Н. Ходикова, «в современном постиндустриальном мире информация является одним из главных ресурсов. Не зря важнейшая характеристика современного этапа общественного развития фиксируется термином “информационное общество”. Стремительное развитие информационных и коммуникационных технологий, значительное нарастание объемов накопленной обществом информации ставят перед обществом в целом и каждым человеком в отдельности непростую задачу: сделать

так, чтобы субъект владел информацией, а не информация овладевала субъектом» (12, 91).

Н. Ходиковой выделены три этапа работы с информацией:

1. Этап получения информации. На этом этапе субъект сначала определяет, какая информация ему необходима, затем решает, в каких источниках будет её искать, и, наконец, находит нужные данные.

2. Этап оценки информации. Субъект извлекает информацию из источников, отбирает её, анализирует, синтезирует, обобщает и интерпретирует.

3. Этап использования информации. Субъект осваивает информацию (возможно, создавая на её основе собственное знание), передает и использует её в соответствии с требованиями законодательства и этическими нормами (12).

В сборнике статей (4) подробно описываются методы развития критического мышления и его роль в аргументации. Платформа «Exima-Online» обсуждает методы обучения критическому мышлению и информационной грамотности в образовательных учреждениях (16).

Стандарты и критерии оценки информационной грамотности представлены в труде Н. В. Днепровской (1).

Т. А. Маслова и И. В. Сидорова подробно анализируют информационную грамотность студентов как ключевую компетенцию в образовании (6).

Н. В. Коваленко и А. И. Петрова подчеркивают, что информационная грамотность является основой цифровой компетентности (3).

Методы и материалы. Для проверки гипотезы использованы следующие методы.

1. Кейс-стади: рассмотрение успешных примеров медийных компаний, которые внедрили программы по развитию критического мышления и информационной грамотности среди своих сотрудников.

3. Опросы: сбор данных о восприятии критического мышления и информационной грамотности среди работников медийных компаний.

4. Интервью с экспертами: проведение интервью с профессионалами в области медиа и образования для получения качественных данных о влиянии этих навыков на работу компаний.

Результаты и обсуждение. Примеры кейс-стади. Важность критического мышления оценивается путем предположения ситуации, в которой потребитель информации сталкивается со статьей о лекарстве в Интернете. В статье автор утверждает, что лекарство помогает излечиться от хронической болезни. Статья также содержит восторженные отзывы пациентов и ссылки на несколько исследований.

Без критического мышления потребителю просто принять информацию за правду и попробовать это лекарство, основываясь на положительных отзывах и обещаниях автора. Результатом становится потраченное время и деньги на неэффективное или даже опасное лечение, возможные побочные эффекты, которые не были упомянуты

в статье; упущенное время и возможность получить более эффективное лечение от квалифицированного врача.

С критическим мышлением все выглядит иначе, поскольку потребитель выступает исследователем позиции автора статьи и его квалификации, он должен убедиться в том, что автор имеет медицинское образование или опыт работы в данной области, ищет оригинальные исследования, на которые ссылается автор, проверяет, насколько они были рецензированы и опубликованы в уважаемых медицинских журналах.

Таким образом, используя критическое мышление, потребитель сможет принять более обоснованное решение о том, стоит ли пробовать новое лекарство. Также он сможет избежать негативных последствий и, конечно, получить более эффективное лечение на основе профессионального мнения.

В современном мире остро проходит информационная война, в которой используется и дезинформация. Основные источники дезинформации включают как злонамеренные действия отдельных лиц и стран, так и непреднамеренные ошибки пользователей социальных сетей, которые делятся информацией, считая ее полезной (15). В 2021 году, во время пандемии COVID-19, мультимедийная компания «Голос Америки» опубликовала статью (14), в которой рассматривается проблема дезинформации о вакцинах против COVID-19 в США, усугубляющая рост случаев заражения. Главный санитарный врач США Вивек Мурти в своих отзывах подчеркивал важность проверки источников информации, в то время как президент Байден обвинял социальные платформы в ответственности за человеческие жертвы, вызванные недостаточной борьбой с дезинформацией. Эксперты, такие как Нина Янкович и Анна Массолиа, акцентировали внимание на необходимости ответственного освещения пандемии в СМИ и важности проверки фактов для предотвращения распространения теорий заговора. В статье подчеркивалось также, что дезинформация представляет собой кризис общественного здравоохранения, требующий комплексного подхода к решению проблемы.

Этот кейс-стади, связанный с дезинформацией о вакцинации против COVID-19 в США, подчеркивает важность профессиональной деятельности СМИ, а также критического мышления и информационной грамотности в обработке информации перед ее представлением обществу. В условиях пандемии, когда дезинформация распространяется через социальные сети, роль СМИ как источника достоверной информации становится особенно актуальной. Главный санитарный врач США, доктор Вивек Мурти, отмечает, что дезинформация может вызвать путаницу и недоверие к вакцинации, что непосредственно угрожает общественному здоровью. Для противодействия этому вызову СМИ должны использовать критическое мышление, чтобы анализировать источники информации и проверять факты, прежде чем делиться ими с аудиторией. Информационная грамотность становится ключевым навыком для журналистов и потребителей информации, позволяя им распознавать манипуляции и теории заговора, которые могут

повлиять на доверие к вакцинации и на здоровье в целом. Таким образом, эффективная работа СМИ в условиях дезинформации требует не только профессионализма, но и навыков информационной грамотности для выявления фейков и формирования устойчивого отношения к манипуляциям в медиа.

Опрос о восприятии критического мышления и информационной грамотности среди работников медийных компаний

Авторы данной статьи провели опрос среди работников медийных компаний и собрали данные о восприятии критического мышления и информационной грамотности.

Цели опроса — определить, насколько сотрудники способны анализировать и оценивать информацию; выяснить, как работники медийных компаний ищут, обрабатывают и используют информацию; определить области, в которых сотрудники нуждаются в дополнительной подготовке.

Методом онлайн-анкеты (Google Forms) различных возрастных групп выявили не только уровень понимания этих понятий, но и специфику использования информационных инструментов, а также обнаружили существующие вызовы и предпочтения в обучении. Опрос был проведен среди представителей разных медиаорганизаций. Ниже представлен детальный анализ результатов опроса.

Возраст участников. Молодежь в возрасте от 18 до 25 лет составляет практически половину всех участников опроса (49 %). 26 % респондентов — представители возрастной группы 26–35 лет, а 24 % — 36–55 лет.

Понимание критического мышления. 80 % респондентов смогли верно определить значение термина «критическое мышление», что свидетельствует о достаточном уровне осведомленности и, по всей вероятности, отражает усилия образовательных систем по развитию данного навыка. Оставшиеся 20 % указывают на необходимость дальнейшего продвижения грамотности в данной области, особенно в старших возрастных группах.

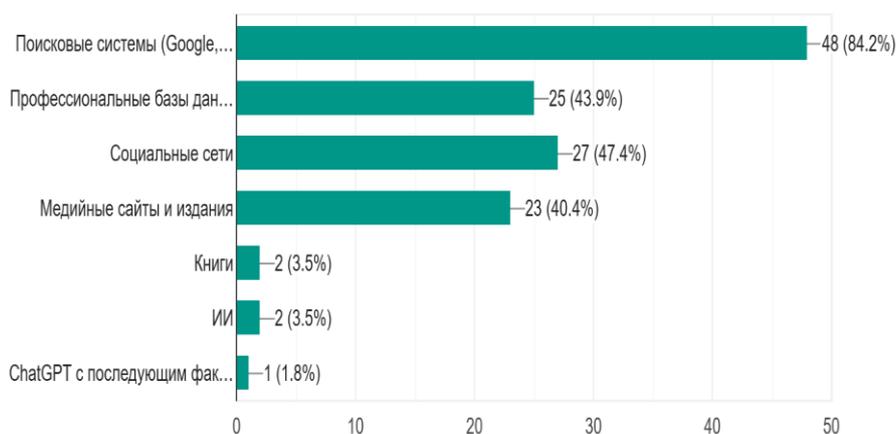


Рис.1 Инструменты для поиска информации

Популярные поисковые системы Google и Яндекс остаются основными инструментами для поиска информации (85,7 %). Однако интерес к использованию социальных сетей (48 %) и в меньшей степени искусственного интеллекта (3,6 %) подчеркивает разнообразие подходов к нахождению необходимой информации. Эти данные также отражают вариативность источников информации и подчеркивают актуальность интеграции новых технологий в образовательные программы и профессиональную практику.

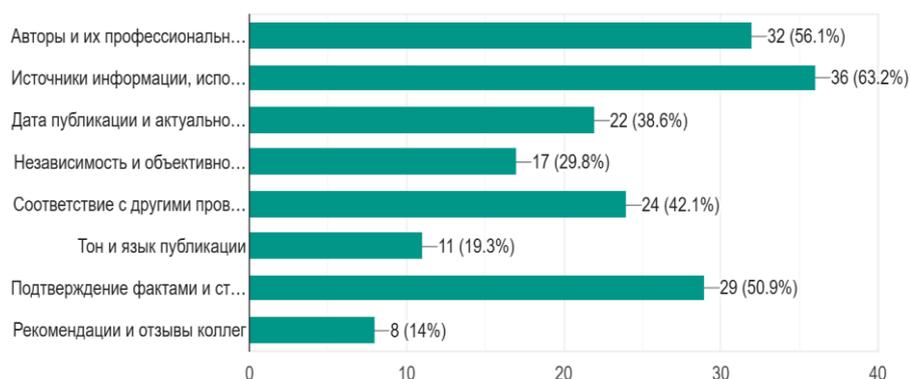


Рис. 2 Критерии оценки достоверности и актуальности медийных источников

Респонденты в основном полагаются на источники информации (62,5 %), репутацию авторов (57 %), а также подтверждение фактами и статистическими данными (50 %) для оценки медийных источников. Эти критерии подчеркивают стремление участников к объективности и тщательной проверке информации.

Использование нескольких источников для подтверждения информации. Практика использования нескольких источников наблюдается у 32 % участников, которые всегда проверяют информацию, и у 59 %, которые делают это часто. Это подтверждает высокий уровень критического мышления среди большинства респондентов.

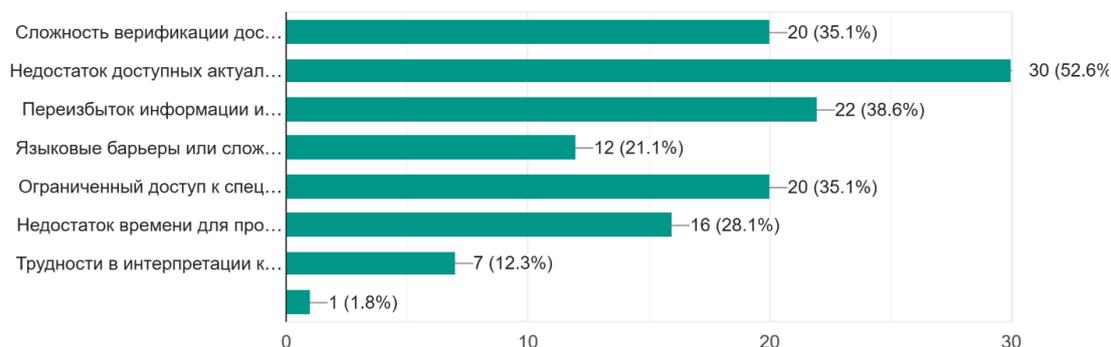


Рис. 3 Трудности при поиске информации

Наибольшие трудности связаны с недостатком актуальных данных (53,6 %), сложностью верификации источников (35,7%) и необходимостью фильтрации избыточной информации (37,5 %).

Проблема языковых барьеров и сложных терминов также отмечена 21 % участников.

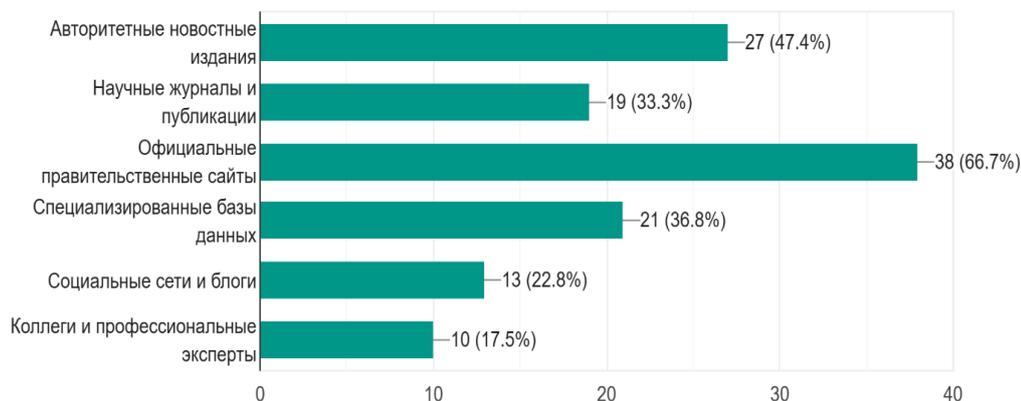


Рис. 4 Источники информации для проверки фактов

Респонденты отдают предпочтение официальным правительственным сайтам (66 %) и авторитетным новостным изданиям (46,4 %) для проверки фактов, что указывает на доверие к проверенным и надежным источникам. Использование социальных сетей и блогов (23 %) может отражать более разнообразные информативные привычки у определённых групп пользователей.



Рис. 5 Навыки и знания для повышения профессиональной эффективности

Особую роль в повышении профессиональной эффективности играют управление временем (32 %) и критическое мышление (26,8 %). Это указывает на понимание важности этих навыков, в отличие от менее востребованных межличностных и технологических навыков.

Эффективные форматы обучения. Наиболее эффективными формами обучения респонденты считают очные семинары и занятия (41 %), в то время как онлайн-курсы (19,6 %) и индивидуальное менторство (18 %) также занимают важное место. Это показывает предпочтение комбинации традиционных и цифровых образовательных форматов.

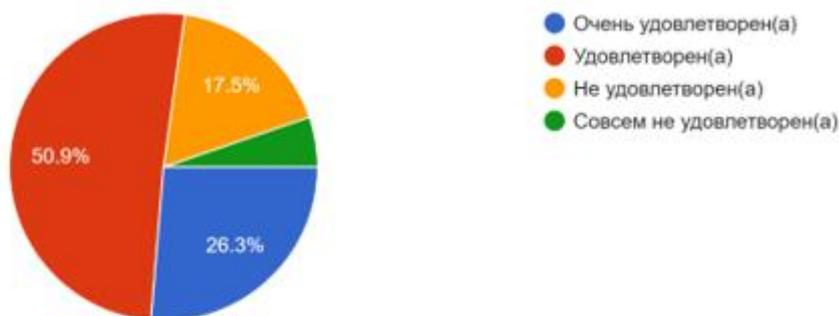


Рис.6 Удовлетворенность возможностями обучения

51 % респондентов удовлетворены текущими возможностями обучения в своей компании, что свидетельствует о достаточно положительном восприятии образовательных инициатив на рабочих местах. Однако 18 % не удовлетворены, что указывает на необходимость улучшения условий и возможностей обучения.

Таким образом, опрос выявляет высокий уровень осведомленности о критическом мышлении среди молодежи и активное использование различных инструментов поиска информации. Однако продолжающиеся вызовы, такие как сложность верификации источников и переизбыток информации, требуют дальнейших мер по улучшению информационной грамотности. Предпочтения в обучении указывают на важность комбинации различных форматов и содержания для повышения знаний и навыков в профессиональной среде.

Интервью с экспертами

Три ведущих специалиста были приглашены на интервью для выявления влияния критического мышления и информационной грамотности на работу медийных компаний. Это

1. Лола Исламова — главный редактор Anhor.uz
2. Беруний Алимов — доктор филологических наук, директор и основатель ННО «Центр обучения новым медиа».
3. Амалия Оганжян — координатор проектов Академии Deutsche Welle.

Проведение интервью с профессионалами в области медиа и образования являлся важным шагом для получения качественных данных о влиянии критического мышления и информационной грамотности на работу медийных компаний. Данные интервью помогли понять, как эти навыки влияют на производительность, качество контента и устойчивость к дезинформации в медийной среде.

Мы задали шесть одинаковых вопросов трем экспертам:

1. Как вы считаете, насколько важно критическое мышление для работников медийных компаний?
2. Какие методы обучения вы считаете наиболее эффективными для развития этих навыков?

3. Можете ли вы привести примеры успешного применения критического мышления в вашей компании?

4. Каковы основные препятствия на пути внедрения этих навыков в повседневную практику?

5. Что бы вы посоветовали компаниям, которые хотят улучшить навыки своих сотрудников в области критического мышления и информационной грамотности?

6. Как вы видите будущее критического мышления и информационной грамотности в медиа?

Все три эксперта отметили важность критического мышления в рабочей среде. По мнению Лолы Исмаиловой, критическое мышление является ключевым навыком для журналистов и редакторов. В условиях информационного шума и дезинформации умение анализировать и проверять факты становится основой для поддержания объективности и достоверности журналистики. Беруний Алимов считает, критическое мышление является крайне важным навыком для работников медийных компаний. Он думает, что оно служит фундаментом медиаграмотности и без него журналисты и блогеры не смогут достичь профессиональных высот. Амалия Оганжаниян утверждает, что каждый человек должен обладать способностью критически оценивать любую информацию. Эта способность является важной частью общего образования человека.

Как считает Лола Исмаилова, наиболее эффективные методы развития этих навыков включают практико-ориентированные тренинги, ролевые игры и работу с экспертами по фактчекингу. Внедрение редакционной политики по проверке информации также играет важную роль. Беруний Алимов отмечает, что для развития этих навыков следует выбирать методы обучения в зависимости от аудитории. Например, для школьников и студентов эффективны игры и головоломки, тогда как для журналистов более подходящей работой с конкретными кейсами, командные задачи и мозговой штурм. Амалия Оганжаниян считает, что важно начинать обучение с раннего возраста, однако также необходимо обучать старшее поколение, особенно тех, кто активно участвует в политико-социальной жизни страны. Методы могут варьироваться от игровых до групповых занятий, необходимо также разрабатывать методологических пособий для тренеров и обучающихся.

Л. Исмаилова отмечает, что их работа по разоблачению фейков на социально- значимые темы показывает, насколько критическое мышление помогает избегать дезинформации и сохранять достоверность информации. Б. Алимов приводит успешный пример из своей практики — интерактивную игру «Медиа тукай», адаптированную для Узбекистана, которая помогла улучшить критическое мышление у журналистов и блогеров. А. Оганжаниян утверждает, что авторитарный режим на работе сильно влияет на сотрудников, так как затрудняет применение критического мышления. Это может негативно сказаться на отношениях с начальством и привести к крайним мерам, вплоть до увольнения сотрудника. Рабочая среда играет важную роль в этом процессе. А. Оганжаниян применяет критическое мышление на различных уровнях

своей работы, таких как стратегическое планирование, разработка проектов и осуществление планов действий.

Среди препятствий внедрения навыков критического мышления, как считает Исмаилова, — нехватка времени, ограниченность ресурсов и сопротивление изменениям, а также недостаточный доступ к образовательным ресурсам, особенно в регионах. Алимов выделяет апатию к обучающим программам и ошибочное убеждение журналистов в наличии у них достаточных знаний. Все это мешает качественной работе и затрудняет выбор достоверных источников информации. Оганжаниян считает, что образование является самым важным аспектом в условиях нехватки навыков, потока информации и развития технологий, таких как искусственный интеллект. ИИ способен легко имитировать голос и создавать сложные сюжеты, которые трудно отличить от оригинала или распознать как фейк. Таким образом, ИИ может представлять собой серьезную проблему.

Исмаилова подчеркивает необходимость инвестиций в обучение сотрудников, создания культуры открытого диалога и использования современных технологий для повышения эффективности. Алимов советует регулярно отправлять сотрудников на тренинги и семинары, а также организовывать индивидуальное обучение внутри самой компании для повышения уровня критического мышления и информационной грамотности. Оганжаниян считает, что необходимо улучшить обмен информацией, создавать нужные учебные планы для сотрудников.

По мнению Л. Исмаиловой, будущее принадлежит медиаорганизациям, которые внедряют критическое мышление и адаптируются к новым вызовам, сохраняя доверие аудитории посредством сочетания инноваций и образования. Беруний Алимов полагает, что будущее критического мышления и информационной грамотности в медиа улучшатся, особенно на фоне проникновения искусственного интеллекта в медиаиндустрию. Как считает Алимов, для этого необходимо формирование желания и понимания значимости этих навыков внутри компании. Нужно осознать, что развитие в этом направлении — вопрос жизненно важный для дальнейшего прогресса информационной индустрии. Оганжаниян предполагает, что информационная грамотность будет развиваться через искусственный интеллект. ИИ стремительно развивается и усложняется. Чем больше мы используем ИИ, тем больше мы его обучаем, и он становится более расширенным. Страны разрабатывают специальные политики и законы по использованию ИИ. В результате, влияние ИИ на информационное пространство в будущем будет значительным, что требует особого внимания и разработки соответствующих подходов и систем управления.

В целом ученые отмечают еще один важный аспект: «одной из основных мер, которую необходимо принять для обеспечения свободы слова и печати в Узбекистане, является дальнейшее совершенствование законодательства и обеспечение соблюдения законов» (8, 12).

Таким образом, критическое мышление и информационная грамотность становятся основными инструментами для управления информационными ресурсами медийных компаний, позволяя эффективно бороться с дезинформацией и улучшать качество создаваемого контента. Одним из главных выводов, который можно сделать из экспертных интервью, является то, что внедрение этих навыков в корпоративную культуру медийных компаний оказывает положительное влияние не только на качество продукции, но и на устойчивость бизнеса в условиях информационной перегрузки.

Для эффективного внедрения этих навыков медийные компании должны разработать образовательные курсы, которые будут включать теоретические и практические занятия, с упором на реальные кейсы (5). Такие программы помогут сотрудникам развить аналитические навыки и научат их эффективно работать с различными источниками информации. При этом обучение должно охватывать все уровни компании, от сотрудников, создающих контент, до менеджеров, принимающих решения. Важно, чтобы критическое мышление и информационная грамотность стали частью корпоративной культуры и ежедневной работы. Программы обучения могут быть адаптированы в зависимости от специфики работы компании, будь то журналистика, маркетинг или PR.

Для обеспечения доступности образовательных программ можно использовать онлайн-курсы, интерактивные платформы и обучающие приложения, что позволит сотрудникам обучаться вне зависимости от их местоположения и рабочего графика. Также можно интегрировать элементы геймификации, чтобы процесс обучения был не только полезным, но и увлекательным. Помимо этого, стоит рассмотреть возможность сотрудничества с университетами и учебными центрами для создания совместных программ, которые будут ориентированы на подготовку новых кадров, готовых работать в современных условиях медийного рынка (10).

Не менее важным является включение в программы обучения реальных практических заданий. Сотрудники должны иметь возможность работать с реальными примерами, анализировать конкретные кейсы, а также оценивать информацию и проверять факты в контексте своих проектов. Это позволит им развивать необходимые навыки и более осознанно подходить к процессу создания контента. Для эффективного обучения критическому мышлению важно также использовать практические тренировки, разбор ошибок и ситуаций, которые возникают в процессе работы.

Необходимо регулярно оценивать эффективность обучающих программ. Это можно сделать с помощью тестов, опросов и обратной связи от участников. Также стоит отслеживать успехи сотрудников в реальных проектах и анализировать изменения в качестве создаваемого контента. Если программы обучения позволяют улучшить результаты работы, это будет свидетельствовать об их высокой эффективности. Следует помнить, что успешное внедрение навыков критического мышления и информационной грамотности — это не одномоментный процесс, а долгосрочная стратегия,

направленная на повышение общей квалификации сотрудников и улучшение качества работы компании (11).

Одним из актуальных аспектов является внимание к современным вызовам медийной индустрии. Введение в образовательные программы информации о фальшивых новостях, манипуляциях общественным мнением, распространении дезинформации и цифровых технологиях позволит сотрудникам более эффективно противостоять этим угрозам. Важно обучить сотрудников, как распознавать и нейтрализовать манипуляции, работать с большими объемами данных и проверять источники информации (9).

Интеграция навыков информационной грамотности и критического мышления в рабочие процессы компании также способствует улучшению качества создаваемого контента. Например, это может включать внедрение стандартов проверки фактов, создания отчетности по источникам информации и разработку методик для анализа достоверности данных. Важно, чтобы эти практики стали частью ежедневной работы сотрудников и использовались на всех этапах создания и распространения контента.

Кроме того, медийные компании могут пригласить внешних экспертов для проведения лекций, тренингов и мастер-классов. Привлечение специалистов из разных областей, таких как аналитика, информационная безопасность и журналистика, поможет сотрудникам глубже понять текущие тренды и вызовы медиаландшафта. Также важно развивать внутри компании культуру открытости и обмена мнениями, чтобы сотрудники могли свободно делиться своими знаниями и опытом. Это создаст благоприятную атмосферу для развития и улучшения работы компании в целом.

Внедрение программ обучения критическому мышлению и информационной грамотности требует постоянного обновления. Важно адаптировать эти программы к изменениям в медиаландшафте, учитывать новейшие технологии, такие как искусственный интеллект, и постоянно совершенствовать подходы к созданию контента. Это позволит медийным компаниям оставаться конкурентоспособными и обеспечивать высокий уровень доверия со стороны аудитории.

Заключение

Интервью с экспертами в области медиаиндустрии предоставляют ценную информацию о том, как критическое мышление и информационная грамотность влияют на работу медийных компаний в современных условиях. В эпоху цифровых технологий, когда количество информации, поступающей к потребителям, растет, способности эффективно фильтровать и анализировать эти данные становятся не только важными, но и необходимыми. Информационная грамотность и критическое мышление играют ключевую роль в создании высококачественного контента, в управлении информационными потоками и, в конечном счете, в поддержке репутации медийных организаций как надежных источников информации. Эти навыки не ограничиваются лишь

областью журналистики, но охватывают все сферы деятельности медийных компаний, включая маркетинг, PR, создание видеоконтента и другие направления.

Критическое мышление помогает сотрудникам медийных компаний не только анализировать и оценивать получаемую информацию, но и выявлять потенциальные риски, связанные с распространением ложных или недостоверных данных. Это особенно актуально в контексте информационных войн, фальшивых новостей и манипуляций общественным мнением, которые все чаще становятся частью современного медиаландшафта. Сотрудники, обладающие развитыми навыками критического анализа, способны более объективно подходить к созданию контента, использовать источники, проверенные на достоверность, а также быть более внимательными к возможным манипуляциям в рамках контекста публикации.

Информационная грамотность, в свою очередь, включает в себя умение эффективно искать, оценивать, интерпретировать и использовать информацию из различных источников (2). В условиях, когда Интернет и социальные сети становятся основными каналами распространения информации, сотрудники медийных компаний должны обладать навыками работы с большим объемом данных, а также понимать, как правильно интерпретировать информацию с учетом контекста и источников. Это особенно важно в условиях роста цифровых технологий и искусственного интеллекта, который активно используется для создания и распространения контента, включая фальшивые новости, рекламные манипуляции и т. д.

Использованная литература

1. Днепровская Н. В. Стандарты информационной грамотности // Высшее образование в России, 2007. — № 9. — С. 110–113.
2. Информационная грамотность. — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%...>
3. Коваленко Н.В., Петрова А.И. Информационная грамотность как основа цифровой компетентности // Цифровая экономика, 2022. — № 1. — С. 34-40.
4. Критическое мышление и аргументация. Критическое мышление, логика, аргументация: сборник статей/ Под ред. под. ред. В. Н. Брюшинкина, В. И. Маркина. — Калининград: Изд-во КГУ, 2003. — 172 с.
5. Кузнецова Т. А., Лебедева С. В. Развитие критического мышления у студентов через проектную деятельность // Высшее образование в России, 2020. — № 5. — С. 78–84.
6. Маслова Т. А., Сидорова И. В. Информационная грамотность как ключевая компетенция в образовании // Образование и наука, 2018. — № 4. — С. 45–56.
7. Медийная и информационная грамотность. [UNESCO] — URL: <https://www.unesco.org/ru/media-information-literacy>
8. Муратова Н., Тошпулатова Н., Мирсултанова Х., Максумова С., Отамуродова М., Атакулова, Э. (2024). Значение мирового индекса свободы прессы в оценке информационной политики //

- Международный журнал медиа и коммуникаций в Центральной Азии, (5). <https://doi.org/10.62499/ijmcc.vi5.56>
9. Руденко И.Г., Смирнова Л.А. Критическое мышление в условиях цифровизации образования // Педагогические науки, 2023. — № 7. — С. 56–63.
10. Тихомиров А.Н., Сорокин И.В. Методы формирования критического мышления у студентов // Современные проблемы науки и образования, 2021. — № 3. — С. 12–19.
11. Федорова Е. А., Кузнецова Н. А. Критическое мышление как фактор успешного обучения // Педагогика и психология, 2019. — № 2. — С. 18–25.
12. Ходикова Н. А. Критическое мышление и информационная грамотность // Культура и безопасность, 2021. — № 3. — С. 11–15. DOI: 10.25257/KB.2021.3.11-15
13. Черепахин А.Н. Что такое критическое мышление? — URL: <https://www.b17.ru/article/463166/> (Дата обращения 16.11 2024)
14. Яневский А. Теории заговора, дезинформация и пандемия. — URL: <https://www.golosameriki.com/a/us-vaccination-desinformation/5981328.html>
15. DW Akademie. Медийная и информационная грамотность (МИГ) [DW Akademie]. — URL: <https://akademie.dw.com/ru/nas-podhod-k-medijnoj-i-informacionnoj-gramotnosti-mig-v-teorii-i-na-praktike/a-67717931>.
16. Exima-Online. Роль образования в повышении информационной грамотности и критического мышления. — URL: <https://exima-online.net/obrazovanie/2956-rol-obrazovaniya-v-povyshenii-informacionnoj-gramotnosti-i-kriticheskogo-myshleniya.html>
17. Muratova N., Grizzle A., Mirzakhmedova D. Media and Information Literacy in Journalism: A handbook for journalists and journalism educators — Tashkent: Baktria press, 2019. — 128 p

References

1. Dneprovskaya N.V., *Vysshee obrazovanie v Rossii*, 2007, No 9, pp. 110–113.
2. Informatsionnaya gramotnost', available at: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%>
3. Kovalenko N.V., Petrova A.I., *Tsifrovaya ekonomika*, 2022, No 1, pp. 34-40.
4. *Kriticheskoe myshlenie i argumentatsiya. Kriticheskoe myshlenie, logika, argumentatsiya: sbornik statei* (Critical Thinking and Argumentation. Critical Thinking, Logic, Argumentation: A Collection of Articles), ed. V.N.Bryushinkina, V.I.Markina, Kaliningrad: Izd-vo KGU, 2003, 172 p.
5. Kuznetsova T. A., Lebedeva S.V., *Vysshee obrazovanie v Rossii*, 2020, No 5, pp. 78–84.

6. Maslova T.A., Sidorova I.V., *Obrazovanie i nauka*, 2018, No 4, pp. 45–56.
7. Mediinaya i informatsionnaya gramotnost' (Media and Information Literacy), available at: <https://www.unesco.org/ru/media-information-literacy>
8. Muratova N., Toshpulatova N., Mirsultanova X., Maksumova S., Otamurodova M., Atakulova E., *Mezhdunarodnyi zhurnal media i kommunikatsii v Tsentral'noi Azii*, (5), 2024, available at: <https://doi.org/10.62499/ijmcc.vi5.56>
9. Rudenko I.G., Smirnova L.A. *Pedagogicheskie nauki*, 2023, No 7, pp. 56–63.
10. Tikhomirov A.N., Sorokin I.V., *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*, 2021, No 3, pp. 12–19.
11. Fedorova E. A., Kuznetsova N. A., *Pedagogika i psikhologiya*, 2019, No 2, pp. 18–25.
12. Khodikova N. A., *Kul'tura i bezopasnost'*, 2021, No 3, pp. 11–15. DOI: 10.25257/KB.2021.3.11-15
13. Cherepakhin A.N., *Chto takoe kriticheskoe myshlenie?* (What is critical thinking?), available at: <https://www.b17.ru/article/463166/> (November, 16, 2024)
14. Yanevskii A. *Teorii zagovora, dezinformatsiya i pandemiya* (Conspiracy theories, disinformation and the pandemic), [available at: https://www.golosameriki.com/a/us-vaccination-desinformation/5981328.html](https://www.golosameriki.com/a/us-vaccination-desinformation/5981328.html)
15. DW Akademie. *Mediinaya i informatsionnaya gramotnost'* (Media and Information Literacy), available at: <https://akademie.dw.com/ru/%D0%BC%D0%B8%D0%B3/s-67572236> .
16. Exima-Online. Rol' obrazovaniya v povyshenii informatsionnoi gramotnosti i kriticheskogo myshleniya (The Role of Education in Improving Information Literacy and Critical Thinking), available at: <https://exima-online.net/obrazovanie/2956-rol-obrazovaniya-v-povyshenii-informacionnoj-gramotnosti-i-kriticheskogo-myshleniya.html>
17. Muratova N., Grizzle A., Mirzakhmedova D., *Media and Information Literacy in Journalism: A handbook for journalists and journalism educators*, Tashkent: Baktria press, 2019, 128 p.