RAQAMLI ASRDA HAQIQAT VA MANIPULYATSIYA

Baxti Ochilova
Jizzax davlat pedagogika universiteti, Falsafa fanlari doktori, professor

Raqamli asr axborotga misli ko‘rilmagan foydalanish davrini boshlab berdi, shu bilan birga u haqiqat va manipulyatsiya bilan bog‘liq chuqur muammolarni ham keltirib chiqardi. Axborot raqamli platformalar bo‘ylab to‘xtovsiz oqayotgani haqiqat tushunchasini tobora murakkablashtirib yubordi. Axborotning an’anaviy darvozabonlari asosiy ommaviy axborot vositalaridan foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan kontent, ijtimoiy media ta’sir qiluvchilar va algoritmga asoslangan yangiliklar tasmalarigacha bo‘lgan ko‘plab manbalar bilan almashtirildi. Axborotning bunday demokratlashuvi odamlarga turli nuqtai nazarlardan foydalanish imkoniyatini berdi, lekin ayni paytda onlayn kontentning ishonchliligi va haqqoniyligi haqida savollar tug‘dirdi. Haqiqatga ishonarli tarzda taqlid qila oladigan, sun’iy intellekt tomonidan yaratilgan, “deepfakes” ommaviy axborot vositalarining tarqalishi ma’lumot va hayolot o‘rtasidagi chegarani xiralashtirdi va haqiqatga intilishni yanada murakkablashtirdi.

Onlayn ijtimoiy tarmoqlar ommabopligi va ommaviy qo‘llanilishi soxta yangiliklar tarqalish tezligi va ko‘lamini oshirish orqali uning tarqalishini kengaytirganini e’tirof etish zarur. Soxta yangiliklar noto‘g‘ri ma’lumot ishlab chiqarish yoki haqiqiy ma’lumotni buzish orqali amalga oshirilishi mumkin bo‘lgan ma’lumotlarni manipulyatsiya qilish imkoniyatini yuzaga keltirdi, shuningdek, raqamli texnologiyalar haqiqat va manipulyatsiya dinamikasida ikki tomonlama rol o‘ynay boshladi. Bir tomondan, ular axborotni tez tarqatish imkonini berdi, shaffoflik va ulanishni kuchaytirdi. Boshqa tomondan, ular manipulyatsiya uchun qulay zamin yaratdi, algoritmlar, sun’iy intellekt va ma’lumotlar tahlili shaxslar va jamoalarga ta’sir qilish uchun ishlatila boshlandi. Masalan, deepfakes. Deepfakes - bu giper-realistik videolar yoki audio yozuvlar bo‘lib, ularda sun’iy intellektdan tarkibni manipulyatsiya qilish uchun foydalaniladi. Ushbu murakkab manipulyatsiya kishilarni yolg‘on ma’lumotlar yoki hech qachon sodir bo‘lmagan voqealarga ishonishga undashi kuzatildi, bu esa jamoatchilik ishonchi va nutqiga jiddiy tahdid sola boshladi.

Jurnalist Maykl J. Ogia axborot muhitining yomonlashishini besh narsa bilan izohlaydi:

1. “Noto‘g‘ri ma’lumotlar va nafratning tarqalishi.
2. Yallig‘lanish, ijtimoiy-madaniy ziddiyat va zo‘ravonlik.
3. Ijtimoiy tomonidan qabul qilingan-kelishilgan bilimlarning bo‘linishi va “haqiqat” nimani tashkil etishi.
4. Noto‘g‘ri ma’lumotlarga obuna bo‘lganlar (va oxir-oqibat boshqariladigan) va aql, mantiq, ilmiy izlanish va tanqidiy fikrlashga asoslangan ma’lumotlar bilan “ma’rifatlangan”larning yangi raqamli bo‘linishi.
5. Jamoalar o‘rtasida ko‘proq bo‘linishlar paydo bo‘ladi, shuning uchun biz qanchalik bog‘langan bo‘lsak, biz bir-birimizdan uzoqroq bo‘lamiz”[1].

Raqamli asrda manipulyatsiya ko‘pincha murakkab media va texnologiya vositalariga tayanadi. Bunga deepfakes (AI tomonidan yaratilgan manipulyatsiya qilingan media), algoritmik manipulyatsiya (ma’lumotlarning ko‘rinishini yoki tavsiyalarini boshqarish uchun algoritmlardan foydalanish) va ijtimoiy media platformalari orqali maqsadli xabar almashish kabi usullar kiradi. Manipulyatsiya, ayniqsa, ommaviy axborot vositalari va axborot kontekstida, odamlarning fikrlari, e’tiqodlari, his-tuyg‘ulari yoki xatti-harakatlariga ta’sir qilish yoki nazorat qilishga qaratilgan bir qator texnika va strategiyalarni o‘z ichiga oladi. Manipulyatsiya nafaqat axborotni tarqatish, balki aniq maqsadlarga erishish uchun axborotni strategik shakllantirishdir. Bu maqsadlar jamoatchilik fikrini shakllantirishdan tortib, muayyan kun tartibi yoki mafkurani targ‘ib qilishgacha bo‘lgan darajada turlicha bo‘ladi. Samarali manipulyatsiya ko‘pincha psixologik va hissiy tetiklarga qaratiladi. Bunga qo‘rquv, g‘azab yoki hayajon kabi his-tuyg‘ularni jalb qilish, tinglovchilarda kuchli hissiy munosabatni yaratish uchun ishontiruvchi til, tasvir yoki hikoya qilish usullaridan foydalanadi. Shuningdek, manipulyatsiya kognitiv tarafkashlik va evristikadan foydalanadi, bu aqliy yorliqlar yoki fikrlash shakllari bo‘lib, ular qaror qabul qilishda tizimli xatolarga olib keladi. Ushbu noto‘g‘ri fikrlardan foydalanib, manipulyatorlar ma’lumotlarning shaxslar yoki guruhlar tomonidan qanday qayta ishlanishi va talqin qilinishiga ta’sir qiladi. Bunda quyidagi elementlarga urg‘u beriladi:

Aldash – boshqa birovning tanloviga ta’sir qilish uchun ma’lumotni buzish yoki yashirish. Bu ma’lumotlarni noto‘g‘ri ko‘rsatish, hissiy murojaatlar yoki kognitiv tarafkashliklardan foydalanishni o‘z ichiga oladi. Onlayn aldash (yolg‘on) haqiqatni yashirish harakatidir. Aldash odamlarning ishonchiga, shubhalariga va kuchli his-tuyg‘ulariga tayanadi, bu ularning aniq fikr yuritishi va harakat qilishiga to‘sqinlik qiladi, ya’ni aldash odamlarni boshqacha qilmagan narsalarni qilishga majbur qiladi.

Quvvat nomutanosibligi – manipulyator ko‘pincha hokimiyat, ijtimoiy ta’sir yoki ma’lumotni nazorat qilish orqali kuch ustunligiga ega. Bu assimetriya kishining mustaqil qaror qabul qilish qobiliyatini zaiflashtiradi.

Zaifliklardan foydalanish – samarali manipulyatsiya kishining istaklari, qo‘rquvlari yoki his-tuyg‘ulariga ta’sir qiladi. Tasdiqlash tarafkashligi yoki bandvagon effekti kabi kognitiv noto‘g‘ri tushunchalarni tushunish manipulyatorga maksimal ta’sir qilish uchun xabarlarni moslashtirishga imkon beradi.

Manipulyatsiya bizning bilimlarni haqiqiy yo‘l bilan egallash qobiliyatimizga putur yetkazadi. Agar ma’lumot noto‘g‘ri yoki yolg‘on tarzda taqdim etilsa, haqiqatni aniqlash va to‘g‘ri xulosa chiqarish qiyin bo‘ladi. Masalan, ataylab uydirilgan yangiliklar yoki noto‘g‘ri ma’lumotlar jamoatchilik fikrini chalg‘itishi va xatti-harakatlarni manipulyatsiya qilishi mumkin. Bunday kontentni onlayn almashishning qulayligi muammoni yanada kuchaytiradi. Yoki onlayn reklamalar shaxsiy imtiyozlarga sinchkovlik bilan moslashtirilgan bo‘lib, sotib olish qarorlariga ta’sir qilish uchun hissiy zaiflik yoki ishonchsizlikdan foydalanadi. Xayoliy haqiqat effekti shuni ko‘rsatadiki, odamlar biror narsaning qayta-qayta takrorlanishini eshitganlarida, bu haqiqat yoki yo‘qligidan qat’i nazar, haqiqatni his qila boshlaydi.

[1] https://www.pewresearch.org/internet/2017/10/19/the-future-of-truth-and-misinformation-online/

Ijtimoiy media platformalari shunchaki muloqot vositasi emas, ular bizning voqelikni qanday idrok etishimizni, boshqalar bilan muloqot qilishimizni va ma'lumotlarga kirishimizni shakllantiradi. Ijtimoiy media jismoniy shaxslar va jamoalar foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontentni almashish, birgalikda yaratish, muhokama qilish va o'zgartirish uchun yuqori darajada interaktiv platformalarni yaratish uchun mobil va veb-ga asoslangan texnologiyalardan foydalanadi. Bugungi kunda eng mashhur ijtimoiy media platformalarida 2,9 milliardgacha faol foydalanuvchi bor[1]. Shu sabab ham, ijtimoiy tarmoqlardagi soxta ma'lumotlar aniqlash qiyin jarayon hisoblanadi. Buning qiyinligi bir qancha mumammolar bilan xarakterlanadi. "Ushbu muammolarni quyidagicha umumlashtirish mumkin: kontentga asoslangan muammolar (ya'ni, haqiqatga juda o'xshash aldamchi kontent), kontekstual muammolar (ya'ni, foydalanuvchilarning xabardorligi yo'qligi, ijtimoiy botlarning soxta kontentni tarqatishlari), mavjud ma'lumotlar to'plamlari masalasi (ya'ni, soxta yangiliklarni aniqlash uchun yagona o'lcham yo'q). Soxta yangiliklar va noto'g'ri ma'lumotlar bilan ishlashda jamoatchilikning sezgirligi va foydalanuvchilarning xabardorligi yo'qligi har doim eng qiyin muammo bo'lib kelgan. Bu murakkab masala, chunki ko'p odamlar Internetdagi deyarli hamma narsaga ishonishadi va raqamli texnologiyaga yangi yoki kamroq tajribaga ega bo'lganlar osongina aldanib qolishlari mumkin"[2].

Ushbu muammolar yechimi raqamli savodxonlik masalasini dolzarblashtiradi. Raqamli savodxonlik – subyektlarning raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish va ularni boshqarish, axborotga kirish, muloqot qilish, raqamli dunyoda ishtirok etish qobiliyatini anglatadi. Raqamli savodxonlik raqamli vositalardan foydalangan holda zarur ijtimoiy, iqtisodiy va siyosiy o'zgarishlarni amalga oshirishning keng qamrovli jarayonini o'z ichiga oladi. Raqamli savodxonlik tushunchasining muaomalaga kiritilishi P.Glister bilan bog'liq bo'lib, u raqamli savodxonlikni « kompyuterlar xususan, internet orqali keng, turli xil manbalardan olingan bir nechta formatdagi ma'lumotlarni tushunish va undan foydalanish qobiliyati» deb ta'riflaydi.[3] Gilster raqamli savodxonlikning to'rtta asosiy kompetentsiyasini o'zining kitobida quyidagicha keltiradi: bilimlarni yig'ish, axborot mazmunini baholash, Internetda qidirish, gipermatnni boshqarish. R.Lanham esa, "savodxonlik" o'zining semantik doirasini "o'qish va yozish qobiliyati" ma'nosidan kelib chiqib, "ma'lumotni qanday taqdim etilishini tushunish qobiliyati" degan ma'noni anglatadi. U raqamli ma'lumotlarning multimediyali xususiyatini va raqamli savodxonlik "murakkab tasvir va tovushlarni dekodlashda mahoratli bo'lishni o'z ichiga oladi", deb ta'kidlaydi.[4]

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, raqamli asrdagi manipulyatsiya mexanizmlarini tushunish, texnologiyadan mas'uliyat bilan foydalanish, media savodxonligini oshirish va axloqiy me'yorlarni qo'llab-quvvatlash orqali biz raqamli muhitda yanada samarali harakat qilishimiz va tezkor texnologik taraqqiyot bilan belgilangan davrda ma'lumotlarning yaxlitligini himoya qilishimiz mumkin. Bu borada dastavval, raqamli va uning asosi bo'lgan axborot manbai bilan bog'liq savodxonliklikni mohiyatini chuqur anglash zarur. Xususan:

– axborot savodxonligi - axborotning o'ziga xos xususiyatlari va turli xil axborot manbalariga tegishli ma'lumotlarni topish va uni taqqoslash axborotning foyda va zarari haqida bilimning mavjudligi;

– kompyuter savodxonligi - kompyuter qurilmasi, uning vazifalari kompyuter va shunga o'xshash qurilmalardan foydalanish kompyuterning kundalik hayotdagi o'rni;

– media savodxonligi - media kontenti va uning manbalari yangiliklarni topish va ularning to'g'riligini tekshirish ommaviy axborot vositalari orqali berilgan ma'lumotlarning ishonchliligi;

– kommunikativ savodxonlik - raqamli aloqada dialogning o'ziga xosligi zamonaviy aloqa vositalaridan foydalanish tarmoq etiketi;[5]

[1] https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/
[2] https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9910783/
[3] Gilster, P. (1997), Digital literacy. New York: Wiley Computer Publications.
[4] Lanham, R. (1995), Digital literacy. Scientific American 273 (3): 160–161.
[5] "К вопросу о понятии цифровой грамотности" О. В. Ельцова , М. В. Емельянова I. Yakovlev Chuvash State Pedagogical University Bulletin / Вестник ЧГПУ им. И. Я. Яковлева. 2020. № 1(106) С-158 (internet manbasi: https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-ponyatii-tsifrovoy-gramotnosti)

“Raqamli savodxonlik” tushunchasida oltita asosiy ko‘nikma mavjud:

– internetda kerakli ma’lumotlarni topish va uning ishonchliligi va sifatini baholay olish;

– muammoni tahlil qilish va uning yechimini topa oladigan raqamli vositalarni tanlash;

– doimiy o‘zgarib turadigan texnologik vositalarni baholash va ulardan muayyan muammoni hal qilish uchun eng mosini tanlash;

– doimiy yangilanib turadigan raqamli vositalar bilan muvaffaqiyatli ishlashni o‘rganish va qayta qurish;

– muammoni hal qilish, bir-biri bilan birlashtirish va turli xil texnologik vositalarni sozlash[1].

Raqamli asrda haqiqat muammosini hal qilish ko‘p qirrali yondashuvni talab qiladi. Bu shaxslarga axborot manbalarini tanqidiy baholash va noto‘g‘ri ma’lumotlardan ishonchli tarkibni aniqlashga yordam berish uchun platformalar va texnologiya kompaniyalari, shuningdek, yolg‘on ma’lumotlarning tarqalishini yumshatish uchun shaffoflik, hisobdorlik va algoritmik adolatga ustuvor ahamiyat berishlari kerak. Haqiqat uchun kurash jamoaviy harakatni talab qiladi. Onlayn ma’lumotlarga nisbatan sog‘lom skeptitsizmni qabul qilish va turli istiqbollarni faol izlash orqali biz ishonchni tiklash va haqiqat ma’lumotlar bilan to‘yingan dunyoda hukmronlik qilishda davom etishini ta’minlash uchun birgalikda ishlashimiz mumkin.