ZAMONAVIY DUNYODA MEDIA MANIPULYATSIYA XALQARO RAQOBAT VA AXBOROT MAYDONI SIFATIDA

Ayakulov Nurbek Abdug‘afforovich
GDPI Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo‘yicha prorektori, fil.f.b (PhD)., dotsent.

Bugungi kunda internet jamiyat ijtimoiy, siyosiy va madaniy hayotining juda muhim va ajralmas bo‘lagiga aylanib bormoqda. Veb texnologiyalar prezident saylovlariga o‘z ta'sirini o‘tkazmoqda, xukumatlarning va siyosiy shaxslarning iste'foga chiqishiga olib kelmoqda, xalqaro va ichki siyosat yo‘nalishlarini belgilab bermoqda. Jamiyatning madaniy hayotida keskin o‘zgarishlarga olib kelmoqda, bu sohada yangi shaxslarni va yo‘nalishlarni kashf etmoqda.

Mashhur “Forbes” [1] nashrining yozishicha, media manipulyatsiyasi idrok va haqiqat o‘rtasidagi farqdan foydalanadi. Ommaviy axborot vositalari uzoq davrlar davomida jamoatchilik uchun ishonchli axborot manbai bo‘lib kelgan. Bugungi kunda uni ishonchli qilgan barcha to‘siqlar buzildi. Shunga qaramay, eski tushunchalar saqlanib qolmoqda. Agar tasodifiy har qanday blogdagi media kontent bir nechta muharrirlar tomonidan tekshirilgan, tahrirlangan va ko‘rib chiqilgan “New York Times” maqolasi kabi ishonchli bo‘lsa, uni yoritish ikki baravar oson ishga aylanadi. Bu esa manipulyatorlar orasida kim o‘zarga o‘ynash yoki kimning ovozi balandroq chiqishiga bahslashish va onlayn olamda kim ko‘proq shov-shub qila olishni ko‘rsatish imkonini beradi. Bilamizki, agar biz yetarlicha onlayn shovqin-suronni yarata olsak, odamlar tutun bor joyda olov bor deb o‘ylashadi va haqiqiy bo‘lmagan narsa haqiqatga aylanadi.

O‘tgan asrda yoki yangi asrimizning boshida ham, ommaviy axborot vositalarini manipulyatsiya qilish haqida gap ketganda, bizda faqat bir nechta tahdidlar bor edi: hukumat targ‘ibotchisi va shov-shuvli publitsist. Ular jiddiy tahdidlar edi, ammo bu kabi tahdidlardan himoyalanishda hushyorlik qolibiliyati aniq va oddiy himoya sifatida ishlardi. Ammo bugungi globallashuv va raqamlashuv davrida, bloglarga tobeligimiz va internetga asoslangan media siklimiz bilan hech narsa bo‘rttirish, buzish, uydirma va soddalashtirishlardan qochib qutula olmaydigan bolib qoldik.

[1] Хо.Хуатэн Ма. Цифровая трансформация Китая. Опыт преобразования инфраструктуры национальной экономики. - М. : Альпина Паблишер, 2019. С - 250.

Media manipulyator sifatida mazkur holatni anglash, uni o‘z faydasiga hal etish murakkab emas. Chunki uning ishi ommaviy axborot vositalaridan manipulyatsiya istrumenti sifatida foydalanish ya’ni odamlarni o‘zlari qilmaydigan narsalarni qilishlari yoki o‘ylashlari uchun media orqali undash hamda ta’sir o‘tkazishdan iboratdir. Ular xuddi parda ortida qo‘g‘irchoqning iplarini tortib o‘ynatadigan aktyorlarga o‘xshaydilar. Bu holatda aktyor –manipulyator, iplar – ommaviy axborot vositalari, qo‘g‘irchoq esa- auditoriyadir.

Amerikalik tadqiqotchi Deniyel Boorstin o‘zining “Tasvir: Amerikadagi psevdo-hodisalar bo‘yicha qo‘llanma” kitobida shunday fikrlarni keltiradi: “Biz va hayot haqiqatlari o‘rtasida qandaydir qalinlik paydo bo‘lmoqda va u borgan sari murakkablashmoqda.” Chindan ham olimning davosida jon bor, chunki bugan auditoriya yangilikni nima muhimligiga qarab emas, balki nimani xohlayotganiga qarab yaratilmoqda; informatsiya qabul qilish sikli shunchalik tezlashmoqdaki, axborotlar doimiy va muntazam ravishda to‘liq bo‘lmagan, tekshirilmagan boshqa narsa bo‘lish ehtimoli juda yuqorilab bormoqda.

Bugungi kunda nafaqat oddiy kompyuterlar va smartfonlar, balki internetga ulangan zamonaviy televizorlar ham mavjud. Internet foydalanuvchilarga (ularning shaxsiy xohishlariga ko‘ra) ommaviy axborot vositalari matnlarini individual tanlash imkoniyatini beradi. An’anaviy ommaviy axborot vositalari (matbuot, televideniye, radio) yildan-yilga o‘z ta’sirini yo‘qotib, yangi OAV, aksincha, zamonaviy media makonda o‘z o‘rni va ko‘lamini yanada kengaytirib bormoqda. Masalan, “Mediascope” ma’lumotlariga ko‘ra, 2019 yilda Rossiyada Internet birinchi marta kundalik yoritish bo‘yicha televizordan o‘zib ketdi: yirik shaharlar aholisining taxminan 75 foizi har kuni onlayn va 70,4% televizor tomosha qilgan.[2]

Shuni ta’kidlash kerakki, media-manipulyatorlar ushbu interaktiv xususiyatlardan ongli ravishda foydalanadilar. Ammo “eski ommaviy axborot vositalari” davrida bu manipulyatsiyalar davlat va biznesdan kelib chiqqan tuzilmalar tomonidan amalga oshirilgan bo‘lsa, bugungi kunda ilgari manipulyatsiya qilingan auditoriyaning o‘z ya’ni oddiy o‘quvchilar, tomoshabinlar va tinglovchilar astasekin media kontentlarning to‘liq huquqli yaratuvchisi va tarqatuvchilariga, shu jumladan manipulyatorga aylani bormoqda. 1980-yillarda gazetalar (ayrimlari yuzlab xodimlardan iborat) tirajlari 2-3 millionga yetganidan faxrlanardi, ammo bugungi kunda mashhur bloggerning o‘n million auditoriyasi borligi endi ajablanarli emas.[3]

Ma’lumki, ijtimoiy tarmoqlar dastlab siyosiy yoki manipulyatsiya vositasi sifatida o‘ylab topilmagan: ular do‘stlar va o‘rtasidagi muloqot uchun erkin va demokratik makonga aylanishi kerak edi. Qarindoshlari, boshqa obunachilar bilan kitoblar, filmlar, musiqa, sayohatlar, taomlar haqidagi taassurotlari bilan o‘rtoqlashdigan, retseptlar, fotosuratlar, video va postlar e’lon qiladigan platformaga aylanishi ko‘zlangan edi. Biroq, ijtimoiy tarmoqlar bilan (ularning keng foydalanuvchilarni qiziqishlari bo‘yicha segmentatsiya qilish imkoniyatlari) darhol ko‘p millionli auditoriyaga ega bo‘ldi va biznes manfaatlari sohasiga kirdi. Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar tobora ko‘payib bormoqda, axborotni, shu jumladan yolg‘onni targ‘ib qilishning tez va nisbatan arzon usuli sifatida ishlatiladigan bo‘ldi. Natijada, ijtimoiy tarmoqlar turli xil siyosiy va reklama xususiyatiga ega bo‘lgan soxta ma’lumotlar manbalariga aylanib bormoqda.

Inson va jamiyat doimiy ravishda ma’lum bir axborot muhitida bo‘ladi. Buni xattoki “axborotning yo‘qligi ham, baribir axborot” degan ibora tasdiqlaydi. Axborotdan mahrum bo‘lish, dezinformatsiya har qanday jarayonni turg‘unlashuvga, shaxs va jamiyatni esa degradatsiya holatiga olib keladi. Sotsiologlarning ta’kidlashicha, axborot qanchalik ko‘p to‘plansa, jamiyat shuncha tez rivojlanar ekan. Albatta, bu fikr to‘g‘ri, ammo u izoh talab etadi. Bu yerda axborot mazmuni aniqlashtirilmaganligi bois, uning “mohiyati” - siyosiy, mafkuraviy, iqtisodiy va h.k. bo‘lishi mumkin. Totalitar tuzum (o‘tmishda militarizmga g‘arq bo‘lgan Yaponiya, fashizm o‘chog‘iga aylangan Italiya va Germaniya, “temir parda” egasi bo‘lgan SSSR va b.)larga “ongni tozalaydigan”, unga saralab olingan qadriyatlarni shafqatsizlarcha singdiradigan axborot xos bo‘lib, buning natijasida insonlar manqurtlik va zombilashtirish qurboniga aylangan.

Demokratiya sari taraqqiyotga yuz tutgan mamlakatlarga esa fuqarolarning turfa manfaatlarini qondirishga yo‘naltirilgan keng miqyosdagi va mazmundagi axborot xosdir. Axborot hokimiyat demakdir. Axborotga egalik holatga egalik qilish demakdir. Shuning uchun ham

qadimdan u qabila yetakchilari va kohinlar, shamanlar va siyosiy elita quroli bo‘lib kelgan. Omma esa hokimiyat vakillari qo‘lida to‘plangan mazkur bilimlarning juda ham oz hajmiga ega bo‘lgan. Faqatgina xalqlarning ma’rifatga va demokratiya sari intilishlari natijasida yuqoridagilar axborotga bo‘lgan monopoliyadan chekinishga majbur bo‘ldi. Ammo hozirgi kungacha ham axborot erkinligi ajralmas qismi bo‘lgan fuqarolik erkinliklari va ularga davlat hokimiyatining munosabati o‘z dolzarbligini yo‘qotganicha yo‘q. Zero, ochiq jamiyatlarda ham fuqaro erkinliklari, ularning fikr va axborot erkinliklarini chegaralash holatlari kuzatilmoqda.

Demak, axborotga u yoki bu tarzda egalik qilish uchun kurash davom etmoqda. Axborot - bu pul, aniqrog‘i, xarid qilinadigan va sotiladigan mahsulot bo‘lib, u orqali ba’zi bir insonlar katta kapitalga ega bo‘ladi. Masalan, AQSHda Ted Terner, Fransiyada Fr.Buig, Italiyada S.Berluskoni va b. [4] Bugungi kunda insoniyat axborot sohasidagi “inqilob”ga tayanib, o‘z evolyutsiyasining yangi bosqichiga ko‘tarildi. Bugungi kunda media, turli axborot va kommunikatsion texnologiyalari turli xil shakllarining tez ommalashishi, ularning shaxsiy, iqtisodiy, siyosiy va ijtimoiy hayotga bo‘lgan ta’siri, insonning yashashi uchun axborot muhitining “elektron kottej” nomini olgan sifat jihatidan yangi ko‘rinishini taqozo etdi. Shu bois insonlarning axborot jamiyati hayotida faol va samarali ishtirok etishi uchun yangi bilim, ko‘nikma va ko‘rsatmalar zarur. Axborot taqdim etayotganlar unga bo‘lgan egalikni rag‘batlantiradi, ba’zi holatlarda esa insonlarga muayyan axborotni saqlab berish imkonini ham ta’minlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. https://www.forbes.com/sites/ryanholiday/2012/07/16/what-is-media-manipulation-a-definition-andexplanation/?sh=352eb8333939
2. Fedorov A. Media manipulation and Media literacy education. Moscow 2022.
3. «Virtual reallikdagi axboriy urushlardan»: maqola. // G.G. Pocheptsov. – «Aykap» jurnali, 2020.
4. «Zamonaviy axboriy makonni yaratishda feyklar va targ‘ibot»: maqola/ G.G. Pocheptsov. – M.: Ukraina Matbuot Akademiyasi, 2020.