ГЛОБАЛЛАШУВ ЖАРАЁНИДА МЕДИАМАДАНИЯТНИНГ АСОСИЙ ФУНКЦИЯЛАРИ

Абдуллаева Насиба Бўроновна
ЎзМУ профессори.в.б. ф.ф.д.

Медиа инсонни ташқи олам билан боғловчи, ахборот ташувчи, ташвиқот,тарғибот қилувчи ҳодиса. “Медиа” – лотинчада восита, ўртада турувчи, деган маъноларни билдиради. У *маънавий* (ахборот, билим) *эҳтиёжларини* қондириш воситаси. «Медиа» сўзи кўпликда medium сўзидан олинган бўлиб, «ўрта, оралиқ, оралиқдаги» маъноларни билдиради. Замонавий қўлланишда мазкур истилоҳ бир неча маънога эга. Биринчидан, “медиа” сўзи ОАВни: газета, телевидение, радио, ахборот агентлиги ва Интернетни англатади. Иккинчидан, ундан медиаконтентни -янгиликлар, реклама эълонлари, электрон ўйинлар ва фильмларни - белгилаш учун фойдаланилади. Учинчидан, у медиаконтентни ишлаб чиқарувчиларни, журналистларни, фотосуратчиларни, медиакомпанияларни ва ҳ.к.ни ҳам билдириши мумкин. У фойдаланувчилар аудитория, технологиялар, контент ҳамда медиа ишлаб чиқарувчилари билан турли интерфаол муносабатда бўлади. Замонавий медиаларнинг асосий жиҳатлари сирасига тадқиқотчилар креативлик (яратувчанлик, ижодкорлик) ва инновацияларни киритмоқда.

Медиа тушунчаси мазмунига ахборотни яратиш, нусхалаштириш, тарқатиш воситаси муаллифлар ва оммавий аудитория ўртасида ахборот алмашинувининг техник воситалари киради. Бугунги кунда медиа атамасидан ОАВ ёки масс-медиа тушунчаларининг синоними сифатида фойдаланилади. Ҳозирги замон жамияти тараққиётига медиаларнинг таъсири йил сайин ошиб бориб, улар воситасида инсонлар атроф-воқеликни ижтимоий ва руҳий жиҳатдан англамоқда баҳоламоқда. «Медиа - оммавий ахборот воситалари, ҳам кенг, ҳам махсус аудиторияга мўлжалланган кўнгилочар таклифларни тавсия этувчи, янгилик, ахборот ва реклама ахборотини тарқатишга йўналтирилган кўп сонли ва серқирра функцияларни амалга оширувчи коммуникация каналларидир». Аксарият ҳолларда мутахассислар медиа атамаси ўзагида айнан ушбу тавсифни кўради. Шунга қарамасдан, мазкур истилоҳнинг тор мазмуни ҳам мавжуд. Айрим тадқиқотчилар мазкур атама мазмунида алоҳида ахборот муҳити сифатида айнан ОАВни, бошқалари эса – аниқ ахборот ташувчини назарда тутади.

Коммуникация канали сифатида медиалар сирасига мутахассислар босма нашрлар, электрон ОАВ,жумладан Интернет, рекламанинг ташқи воситалари ва ҳатто,тарқатмасини, яъни, товар ёки хизматлар сотувчиси ва истеъмолчи ўртасидаги звеноси функциясини бажарувчи барча омилларни киритади. Маълумки, фотография, телеграф, телефон, радио, телевидение XX аср феноменлари ҳисобланади. Шу билан бирга, оммавий саводхонликка асос бўлган бир қанча кутубхоналар, театр, нашриёт, кино ва телестудияларнинг пайдо бўлиши ҳам шулар жумласидандир.

Ҳозирги кунда медиа муҳит жуда мураккаб тузилишдан ташкил топиб, у ижтимоий-иқтисодий ҳаёт, жамият институтлари, ижтимоий онг, маънавий ва моддий маданиятни қамраб олади. Айниқса замонавий медиамаконда экранли маданият етакчилик қилмоқда. У ўз ичига телевидение, кино, видео, электрон манзил, компьютер каналлари ва интернетни олади. Ушбу воситаларнинг барчаси медиамуҳитнинг таркибий қисми ҳисобланиб, биз асоси ахборот ҳисобланган жамиятга айландик. Шахс ижтимоий онги ва унинг ижтимоийлашувини шакллантирувчи, маданий тарихий ривожланишда инсоният томонидан ишлаб чиқилган ахборот воситаларининг йиғиндиси медиамаданият ҳисобланади.

Медиамаданият жамият билан бирга унинг ижтимоий-маданий жиҳатдан замонавийлашишида муҳим динамик ҳолат ҳисобланади. Юқоридаги воситалар орқали инсон онгига фақат ижобий ҳодисалар таъсир этади, дея олмаймиз. Чунки медиа муҳитдаги барча маълумотлар ҳам ижобий самара беравермайди. Бугунги глобаллашув даврида турли мафкуравий таҳдидларнинг кириб келишида муҳитнинг таркибий қисмига кирувчи техник ва электрон воситалар асосий восита бўлиб хизмат қилмоқда. Америкалик жамиятшунос

М.Кастельс ўзининг “Интернет галактикаси” китобида: “Ҳозирги даврда жамиятда бир вақтнинг ўзида бир қанча ўтиш даври ёки жараёнлар содир бўлмоқда. Булардан энг муҳими ахборот жамиятига технологик ташкилий ўтиш давридир. XXI асрда ҳокимият, ижтимоий фаровонлик ва маданий ижод кўпгина ҳолларда ахборот жамияти моделининг ривожланишига боғлиқ” деган фикрлар келтирилган. Шунингдек, Д.Рошкофф “Медиавирус” асарида, бизнинг цивилизациямиз кенгайиши мумкин бўлган ягона муҳит, бу – медиадир”[1]. Ҳокимиятга эгалик қилиш инсонларнинг сонига қараб эмас, балки оммавий ахборот воситаларида неча дақиқа ва ҳажмни қўлга киритилишига асосланади. Чексиз ўсаётган медиа ҳақиқий яшаш муҳитига айланди. Натижада 500 йил илгари дунё шари қандай чексиз бўлган бўлса, худди шундай реал муҳитга айланди. Турли инсонлар ва иқлимларнинг ўзаро боғлиқлиги учун очиқ бўлган янги медиаҳудуд пайдо бўлди. Бугунги кунда унда турли этник ва миллий маданиятлар мавжуд. Шу билан бирга, миллий қадриятлар ва анъанавий санъат ўзининг кейинги ривожланиш ҳолатларини кибермакондан олиши натижасида уларнинг бажарадиган тизими ўзгариб боради, дея таъкидлайди.

Жаҳонда ахборот технологияларининг фавқулодда ривожи ахборот глобаллашувига замин яратди. Бугун инсоният замонавий ахборот технологиялари ёрдамида дунёнинг турли чеккаларида юз бераётган воқеа – ҳодисалардан мунтазам хабардор бўлмоқда. Шунинг учун оммавий ахборот воситаларини ривожлантириш мамлакатимизда ислоҳотларни чуқурлаштириш жараёнининг муҳим таркибий қисми сифатида кўрилмоқда.

Алоқа воситаларининг ривожланиши, уларнинг компьютерлаштирилиши, электрон почта, интернет, космик телерадио алоқа тизимларининг техник-технологик воситалари кучайиб кетиши билан ахборот алмашув, бинобарин, ғоявий таъсир ўтказиш имкониятлари ҳам тобора кенгайиб бормоқда. Ахборотларни аниқ мақсадда йиғиш, сақлаш, тизимларга ажратиш ва улардан оммавий тарзда фойдаланишда техник, дастурий, алгоритмик ишлар ва уларнинг ташкилий воситалари беқиёс аҳамиятга эга. Ахборотлаштирилган жамиятнинг ҳар бир бўғинида ахборотлар банкига мурожаат қилинади ва бу асосда замонавий таълим технологиялари яратилади ва таълим-тарбия жараёнларини оптимал бошқариш имконияти вужудга келади[2].

Ахборот тарқатиш воситалари, коммуникация тармоқлари глобаллашаётган бугунги кунда у янада қудратли куч, қуролга айланмоқда. Жараёнларни бошқариш учун, аввало, тезкор ва мавжуд вазият тўғрисида тўла тасаввур берадиган ахборот зарур.Бугунги кунда иқтисодиёт ва сиёсат баробарида ахборот ҳам глобалл ашмоқда, тўғрироғи, ахборотнинг глобаллашуви иқтисодий ва сиёсий интеграция жараёнларига шароит яратиб бермоқда.

Жаҳон ахборот бозорида бизнинг манфаатларимизга мутлақо зид, миллий хусусиятларимиз, анъана, қадриятларимизни менсимайдиган ахборотлар шиддат билан ҳаётимизга кириб келмоқда. Бу ўз-ўзидан ахборот соҳасидаги хуружлардан ҳимояланиш, бинобарин, миллий хавфсизликни таъминлаш, миллий контентни яратиш муаммосини кун тартибига қўймоқда.

Ахборот хуружларининг қуйидаги турлари мавжуд:

– ёлғон ахборот тарқатиш;

– миллий-маънавий қадриятларни емириб ташлаш;

– етти ёт бегона маънавий қадриятларни сингдириш;

– халқнинг тарихий хотирасини бузиш ва ўзгартириш;

– кибертерроризм.

Кибертерроризм ўз навбатида вирус тарқатиш, интернетда ноқонуний бойлик орттириш (кибержиноят), кибер-манякчилик, турли бўҳтон ва уйдирмалар тарқатиш орқали бирор мамлакат ёки шахсни обрўсизлантириш сингари турларга бўлинади. “Агар менга, - деб ёзади А.Ф.Даллес, - ташқи сиёсатнинг фақатгана битта тамойилини танлаб олиш ҳуқуқи берилганда, мен ахборотнинг эркин оқими принципини танлаган бўлур эдим”.[3] Ғарбда "ахборотнинг эркин оқими” дейилганида чексиз микдордаги ахборотни бир тарафлама узатиш, бунда ахборот мазмунининг ҳеч кандай меъёрлар билан чекланмаслига ва мазкур

ахборот у етказиб бераётган ҳудуддаги давлат томонидан назорат қилинмаслиги тушунилади.

Ахборот турли ижтимоий қатламларга ҳар хил таъсир қилиши баробарида уни истеъмол қилиш амалиёти турли гуруҳларда кескин фарқ қилиши мумкин. Бу, энг аввало, ахборот манбалари миқдори ўртасидаги фарқда намоён бўлади. Масалан, айрим одамларда ахборот манбаи минимал (телевидение, радио), баъзиларда энг кенг (интернет, газета, журнал, китоб, янги коммуникациялар тизими) бўлиши мумкин. Мутахассислар фикрига кўра, ҳозирги давр жамиятида айнан ахборотни олиш, унга йўл топиш соҳасида кескин бўлиниш, табақалашув содир бўлмоқда. Ёшлар ўзининг харакатчанлиги, янгиликларга интилувчанлиги ҳамда бўш вақт ресурсига эгалиги туфайли юқори даражада комуникатив фаоллик кўрсатадилар. Бошқа гуруҳларда эса нисбатан пассивлик кузатилади. Уларга хос бундай бефарқлик, лоқайдлик, дунё бехабарлик хусусиятлари салбий оқибатларни ҳам келтириб чиқариши мумкин. Бу биринчи гуруҳ учун тобора фаоллашаётган агрессив, тажовузкор сиёсий таъсирга берилиб кетиш хавфининг мавжудлигида, иккинчи гуруҳнинг эса, позитив мазмунга эга ахборотлардан ташқарида қолиши билан белгиланади. Шунинг учун ҳам бугун медиамаданиятга зарурият пайдо бўлди.

Медиамаданиятнинг вазифалари шахснинг медиа ёрдамида танкидий фикрлаш кобилиятини ривожлантириш, медиаматнларни қабул қила олиш, баҳолаш, тушуниш ва тахлил кила олиш кобилиятини ривожлантириш; инсонларни демократик ва очик жамиятда яшашга ўргатиш; медиаматнларда намоён бўладиган ижтимоий, маданий, сиёсий ва иктисодий маъноларни тушуниш кобилиятини ривожлантириш; медиа маълумотлардаги турли кўринишлардаги информацияни тушуна олишга ўргатиш; шахснинг коммуникатив қобилиятларини ривожлантириш; медиамаданиятни ўзига хос жиҳатларини тушунтиришдан иборат.

Ҳозирга келиб, таълим муассасаларида дарс машғулотларида айнан телевизион маҳсулотлар, видеолавҳалар, матбуот нашрлари материаллари, интернет саҳифаларида эълон қилинган материаллардан унумли фойдаланиш кенг оммалашаётганини эътиборга олсак, медиатаълим асосида медиамаданият ва медиасаводхонлик ёшлар турмуш тарзининг муҳим қисмларидан бирига айланиб бораётганини кузатиш қийин эмас. Бугунги кунда медиатаълим, медиасаводхонлик, медиамаданиятни ўрганишга бўлган интилишнинг асосий мақсади мафкуравий таҳдидларни ўзида акс эттирган ахборотларнинг яратилиши, унинг тарқалиш сабабларини тушуниб етиш, тижорат, сиёсий, иқтисодий, маънавий ва маданий мақсадларда тарқатилаётган бундай салбий ахборотларнинг асл мақсадини тўғри англаган ҳолда уни баҳолай олишдан иборатдир. Шунингдек, ёшларни ахборот билан ишлаши, ахборот қидириши, зарурларни ажрата билиши, қайта ишлаши, тартибга келтириши, ахборот мазмунини тушуниш мантиқий яқинларини ажратиши муҳим масалалар сирасига киради. Чунки шулар асосида ёшларда ахборот истеъмол маданияти шаклланади. Шунинг баробарида ахборот-коммуникация воситалари ёшлар таълим жараёнининг муҳим қисмига айланар экан, турли оммавий ахборот воситалари материаллари, хусусан, халқаро ҳаёт, бошқа давлатлар аҳолисининг яшаш тарзи ҳақидаги таҳлилий ахборот материаллари, халқаро характердаги рекламаларни узатишда уларнинг давлатимиз ёшлари дунёқарашига қандай таъсир этиши мумкинлигини ҳисобга олиш зарур.

Хулоса қиладиган бўлсак, ёшларнинг интернет тармоғига кўп ташриф буюришини эътиборга олиб, тармоқда миллий ахборот тизими ва манбаларини янада бойитишга ҳаракат қилиш керак. Ёшларнинг интернетдаги ахборот хуружларидан ҳимоялашда шу давргача глобал маконда миллий ахборот манбаларини кучайтириш тажрибаларини ўрганган ҳолда, ўзбек тилидаги фойдали сайтлар мазмунини бойитишга интилиш зарур бўлади. Зеро, замонавий жамиятда ижтимоий модернизация жараёни, фуқаролик жамиятининг шаклланиш жараёнлари, албатта, XXI асрда яшовчи шахснинг медиамаданияти ва медиасаводхонлиги билан узвий боғлиқ.

Фойдаланилган адабиётлар:
1. Д.Рошкофф. Медиавирус. Ультура- Культура. –М: 2003, -С.75.
2. Маънавият асосий тушунчалар июхли луғати. -Т.: Ғ.Ғулом номидаги НМИУ. 2009.-Б.
3. А. Даллес. Искусство разведки. М., «Международные отношения», 1992, С. 127.