MEDIAMAKONDA RAQOBAT MUHITINING TAHLILI

Mansurov Abdulaziz Akbarjonovich
Guliston davlat pedagogika instituti o‘qituvchisi

Annotatsiya: *Ushbu maqola mediamakonda kechayotgan raqobat jarayonida, tarqatilayotgan axborotlarning e’tibor qaratilishi kerak bo‘lgan jihatlari va undagi axborot tarqatuvchilarning milliy manfaatlarning nomoyon etilishiga to‘sqinlik qilishi oid masalalarga to‘xtalib o‘tiladi. Shu bilan birga, global jarayonlardan kelib chiqib milliy kontent masalasining muhimligi haqida ham fikr bildiriladi.*

Kalit so‘zlar: *mediamakon, raqobat muhiti, milliy kontent, axborot maydoni, Yumshoq kuch, OAV, xorijiy nashrlar.*

Samuel Xantington o‘zining “Sivilizatsiyalar to‘qnashuvi” kitobida “biz” va “ular” deb yondashiluvchi tushunchalar orqali doimiy ravishda dunyo o‘zi va qarshi tarafning solishtirilishini keltirib o‘tadi. Bu haqida fikr yuritib, balki inson ana o‘sha o‘zi fikran yaratgan taraf bilan kurashib kelayotgan bo‘lishi mumkin. Yana bir qiziq jihati mavjudki, inson bu hayotda o‘zining abadiy emasligini azaldan tushungan holatida ham doimiy ravishda kurash maydonida o‘zini g‘olib ko‘rishni va ko‘rishlarini xohlaydi, balki shuning uchun insoniyat tarixidagi 292 yillik hayotigina urushlarsiz o‘tganligini aytib o‘tish kerak. Demak, hayotning asosiy ma’nosi albatta, kurashlardan iborat ekanligini tushunib yetish zarurat hisoblanadi. Chunki qadimdan mavjud bo‘lgan deyarli barcha ta’limotlarda ikki yoki ko‘p tomonlama kuchlarning qarama-qarshiligi va kurashidan iborat bo‘lishi haqida fikr yuritiladi.

Bugungi dunyoning manzarasiga qarab ham shuni ko‘rish mumkin-ki, har qanday mamlakat o‘z xavfsizligi uchun avvalo qurolli kuchlar tizimini, shu bilan birga jamiyatni ham so‘nggi, zamonaviy qulollar bilan ta’minlay olishi zarur hisoblanadi. Bu qurollar mudofaa tizimi uchun harbiy qurollar ko‘rinishida bo‘lsa, jamiyat uchun axborot ko‘rinishida bo‘lishi kerak. Bugun xavfsizlik masalasining asosiy qismi bo‘lib borayotgan, axborot xavfsizligi borasida deyarli barcha mamlakatlar o‘zlarida katta muammolar sezayotganligi ham bor gap. Mamlakatlar o‘z xavfsizliklarini faqat chegaradagi mudofaa kuchlari yoki qurollarni ko‘paytirish bilan ta’minlay olmaydigan darajaga chiqib bo‘ldilar. Chunki, ko‘rinmas va potensial xavflar insonlarning vujudini

yoki mamlakatning hududini emas, fuqarolar ongini o‘ziga nishon deb bilmoqda. Shuning uchun har bir mamlakat o‘z xavfsizligi uchun axborot borasidagi qurollanish masalasini kun tartibiga qo‘ymoqda. Sovuq urush davrida orttirilgan tajribalardan kelib chiqib, mediaqurollanish jarayoni ham bugun dolzarb masalaga aylanib borayapti. Dunyodagi asosiy kurash mediamaydonda kechayotgan bir davrda, raqobatning yangi nuqtalari va qirralari ochilib bormoqda. Raqobatning yangi nuqtalari, gegemonlik uchun intilayotgan davlatlar mediadan “Yumshoq kuch” sifatida foydalanayotgan bir davrda, media, xalqaro kuch balansini belgilovchi asosiy omilga ham aylandi. Ushbu raqobatda kim g‘olib bo‘la olishi mumkin? Demak, qaysi axborot tarqatuvchi uzluksiz, tezkor, holis, zamonaviy va yangilanib boruvchi bo‘lsa, qancha ko‘p aholini qamrab olsa, turli tillarda ish olib borsa, voqealar qamrovi keng bo‘lsa, jamiyatning asosiy qiziqish doirasini aniq belgilansa, senzurasiz faoliyat olib yuritsa, texnologiyalashgan va o‘ta salohiyatli mutaxassislarni jalb eta olgan bo‘lsa mediamakonning boshqaruvini ham o‘z qo‘liga kirita oladi. Bunga milliy manfaatlardan kelib chiqib o‘zgacha yondashish kerak. Ya’ni O‘zbekistondagi mediamakonda ikki xil raqobatni kuzatish mumkin bo‘ladi:

birinchidan, xorijiy va mahalliy ommaviy axborot vositalari (OAV);

ikkinchisi, davlat va xususiy OAV o‘rtasida kechadi. Salbiy jihat shundan iboratki, har ikki vaziyatda ham umummilliy manfaatlarning fokusidan qaralganda yutkazishni ko‘rish mumkin bo‘ladi.

Birinchi holatda, mahalliy OAV deyarli jamiyat tomonidan tor manfaatlar yuzasidan murojaat qilinadigan obyektiga aylanib ulgurgan. Bu balki, senzura, lobbizmga tayanganligi uchun ham jamiyatning e’tiborini xorij mediasi va uning maxsulotlari ko‘proq jalb etayotgan bo‘lishi mumkin. Shuning uchun ham Guliston davlat pedagogika institutida tashkil etilgan og‘zaki so‘rovnomada ishtirok etgan talabalar o‘rtasi 90 % dan ortig‘i umuman mahalliy gazeta, jurnal, radio, televideniyani ma’lumot olish manbaasi sifatida foydalanmasliklarini ta’kidlab o‘tishgan.

Davlat va xususiy OAV o‘rtasidagi raqobat muhiti borasida ham yuqoridagi kabi yutkazishni ko‘rish mumkindir balki, sababi, jamiyat ta’kidlab o‘tilganidek, davlat nashrlarini kuzatmas ekan, xususiy va ayniqsa maishiy-ko‘ngilochar manbaalarga ehtiyoj kuchayib boraverishiga guvoh bo‘lamiz. Salbiy jihati aholining ana shunday maishiy-ko‘ngilochar axborotlarga bog‘liqlik jihati oshib borishi bilan, real hayotdan uzilish va hayotning mohiyatiga yetib bora olmaslikni keltirib chiqaradi. Yana bir jihati shundan iboratki, har qanday holatda ham milliy manfaatlarga to‘g‘ri keluvchi axborot tizimining o‘z-o‘zidan yo‘qolib borishiga olib keladi.

Xulosa shuki, mediamakon jamiyatlarning tafakkur shakllantiruvchi asosiy vosita sifatida qaralar ekan, u yerda raqobat ham doimiy kuzatiluvchi jarayon bo‘lib qolaveradi. Ushbu raqobatda kimning axborotni qabul qilish, tahlil etish va tarqatish borasidagi yuksak madaniyati va bilimlari shakllangan bo‘lsa, raqobat muhitida ta’sirlarga tushmaydi. Qisqasi, axborot makonidagi raqobatda jamiyat g‘alabaga erishadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Samuel Fillips Hantington. Sivilizatsiyalar to‘qnashuvi va yangi dunyo tartibi. T.: Yangi asr avlodi. 2023. 26-29b.
2. https://yuz.uz/uz/news/ozbekiston-prezidenti-xavfsizlik-kengashining-kengaytirilgan-yigilishini-otkazdi
3. Jozef Nay. Yumshoq kuch. T.: Tirilish. 2023. 288 b.