



OAV NING AUDITORIYAGA KO'RSATADIGAN MANIPULATIV TA'SIRI VA
ULARNING ZAMONAVIY KO'RINISHLARI

Yarashova Madina Lutfulla qizi
Kafedra: Inson huquqlari va media

ANNOTATSIYA

Mazkur tezisdagi ommaviy axborot vositalarining (OAV) auditoriyaga ko'rsatadigan manipulativ ta'siri va uning zamonaviy raqamli muhitdagi ko'rinishlari kompleks tahlil qilingan. Tadqiqotda manipulyatsiya tushunchasining nazariy asoslari, asosiy uslublari hamda klassik va raqamli OAV o'rtasidagi printsipliy farqlar yoritilgan. Shuningdek, "soxta yangiliklar" (fake news), "filtr pufaklari" (filter bubbles), deepfake texnologiyalari va algoritmik manipulyatsiya kabi zamonaviy hodisalar tizimli ravishda o'rganib chiqilgan. Tezisdagi OAVning manipulativ ta'siriga qarshi turish bo'yicha media-savodxonlikni oshirish, mustaqil tahririyat institutlarini qo'llab-quvvatlash va raqamli muhitda yangi huquqiy normalarni joriy etish bo'yicha takliflar bayon etilgan.

Kalit so'zlar: *OAV, manipulyatsiya, auditoriya, soxta yangiliklar, deepfake, filtr pufaklari, media-savodxonligi, raqamli media, axborot xavfsizligi, inson huquqlari.*

ANNOTATION

This thesis provides a comprehensive analysis of the manipulative influence of mass media on the audience and its modern manifestations in the digital environment. The study examines the theoretical foundations of the concept of manipulation, its main techniques, and the principal differences between classical and digital media. It also systematically explores contemporary phenomena such as "fake news", "filter bubbles", deepfake technologies, and algorithmic manipulation. The thesis presents proposals for countering the manipulative influence of the media through enhancing media literacy, supporting independent editorial institutions, and establishing new legal norms in the digital environment.

Keywords: *mass media, manipulation, audience, fake news, deepfake, filter bubbles, media literacy, digital media, information security, human rights.*

Kirish

Zamonaviy axborot jamiyatida ommaviy axborot vositalari (OAV) jamoatchilik fikrini shakllantirish, ijtimoiy-siyosiy jarayonlarga ta'sir ko'rsatish hamda madaniy qadriyatlarni uzatishning eng muhim institutlaridan biri sifatida namoyon bo'lmoqda. Biroq OAVning auditoriyaga ko'rsatadigan ta'siri ko'p hollarda neytral axborot uzatish bilan cheklanmasdan, manipulyatsiya darajasiga yetib bormoqda. Manipulyatsiya — bu insonning ongi va xulq-atvoriga yashirin, oshkoramas tarzda ta'sir o'tkazish jarayoni bo'lib, u shaxsning erkin tanlov va xolis xulosa chiqarish huquqini cheklaydi.

XXI asrning ikkinchi o'n yilligida raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi, ijtimoiy tarmoqlarning ommalashuvi va sun'iy intellekt asoslari OAVdagi manipulyatsiya uslublarni





sezilarli darajada o'zgartirdi. Bugungi kunda manipulativ ta'sirning sun'iy intellektga asoslangan kontent, deepfake-videolar, algoritmik tavsiyalar tizimi orqali shakllantirilgan “filtr pufaklari”, maqsadli (target) reklama va boshqa yangi ko'rinishlari paydo bo'ldi.

Mavzuning dolzarbligi shundaki, O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi va “Ommaviy axborot vositalari to'g'risida”gi qonun fuqarolarning haqqoniy axborot olish huquqini kafolatlasa-da, raqamli muhitdagi yangi tahdidlar inson huquqlarini himoya qilishning yangi mexanizmlarini va media-savodxonligi darajasini oshirishni talab etadi.

Tadqiqotning maqsadi — OAVning auditoriyaga ko'rsatadigan manipulativ ta'siri uslublarini, ularning klassik va zamonaviy ko'rinishlarini qiyosiy tahlil qilish hamda bu hodisalarga qarshi kurashish bo'yicha amaliy takliflar ishlab chiqishdir.

1. OAVdagi manipulyatsiya tushunchasi va nazariy asoslari

Manipulyatsiya tushunchasi ilmiy adabiyotda turli xil ta'riflarga ega. Rus olimi S.G. Kara-Murza manipulyatsiyani ramziy ta'sir vositalari yordamida insonning ongini boshqarish uchun mo'ljallangan dasturning bir turi sifatida talqin qiladi¹¹⁷. E.L. Dotsenkoning fikricha, manipulyatsiya — boshqa shaxsning erkin tanloviga yashirin tarzda ta'sir o'tkazish bo'lib, uning natijasida shaxs manipulyatorning istagini bajarayotganini sezmaydi¹¹⁸.

Mediadagi manipulyatsiyaning klassik nazariy asoslari N. Chomskiy va E. Germanning “Manufacturing Consent” (1988) nomli asarida tizimli bayon etilgan. Mualliflar OAVning besh “filtr”i orqali jamoatchilik fikrini shakllantirishi haqidagi nazariyani ilgari surishadi: 1) mulkchilik filtri; 2) reklamaga moliyaviy bog'liqlik; 3) rasmiy axborot manbalariga tobelik; 4) tanqid va bosim (flak); 5) ideologik filtr¹¹⁹.

E. Berneys o'zining “Propaganda” (1928) asarida ommaviy fikrni boshqarish texnikalarini birinchi marta tizimga solib, jamoatchilik ongini ataylab boshqarish demokratik jamiyatning markaziy elementi ekanligini ta'kidlaydi¹²⁰. U. Lippmann esa “Public Opinion” (1922) asarida “stereotiplar” va “tashqi olamning bizning boshimizdagi rasmlari” tushunchalarini kiritib, OAV insonning olamni qabul qilishini qanday filtrlashini ko'rsatib bergan¹²¹.

2. Manipulyatsiyaning klassik uslublari

OAVdagi manipulyatsiyaning klassik, ya'ni an'anaviy media (gazeta, radio, televideniye) davridan beri qo'llanib kelinayotgan asosiy uslublari quyidagi jadvalda umumlashtirilgan.

1-jadval. Manipulyatsiyaning klassik uslublari

¹¹⁷ Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. — М.: Алгоритм, 2000. — С. 16.

¹¹⁸ Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. — М.: ЧеРо, 1997. — С. 59.

¹¹⁹ Chomsky N., Herman E.S. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. — New York: Pantheon Books, 1988. — P. 2.

¹²⁰ Bernays E. Propaganda. — New York: Horace Liveright, 1928. — P. 9.

¹²¹ Lippmann W. Public Opinion. — New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. — P. 81.



TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G‘OYALAR



№	Uslub nomi	Qisqacha mazmuni
1	Tanlab e’lon qilish (selektivlik)	Faqat ma’lum nuqtai nazarni qo’llab-quvvatlovchi faktlar tanlab beriladi, qarama-qarshi dalillar ataylab tushirib qoldiriladi
2	Yorliq qo’yish (labelling)	Shaxs yoki guruhga salbiy stereotipik nom yoki ta’rif berish orqali ularga nisbatan oldindan salbiy munosabat shakllantiriladi
3	Umumlashtirish (bandwagon)	“Hamma shunday qilyapti”, “ko’pchilik shu fikrda” degan effekt orqali individga ijtimoiy bosim o’tkaziladi
4	Hissiy yuklama	Mantiqiy dalillar emas, his-tuyg’u (qo’rquv, g’azab, hamdardlik) orqali ta’sir o’tkaziladi
5	Takrorlash	Bir g’oya yoki tezis qayta-qayta takrorlanib, auditoriya ongida “haqiqat”ga aylantiriladi
6	Diqqatni chalg’itish	Asosiy muammoli mavzudan auditoriya e’tibori ikkinchi darajali yangiliklarga qaratiladi
7	Soxta ekspertga murojaat	Manfaatdor yoki kompetensiyasi past “mutaxassis”ning fikriga ilmiy obro‘ libosi kiydiriladi

Ushbu uslublarning aksariyati hozirgi kunda ham faol qo’llanilmoqda, biroq raqamli muhitda ular yangi texnologik vositalar bilan kuchaytirilib, samaradorligi sezilarli darajada oshirilgan.

3. Zamonaviy raqamli manipulyatsiyaning ko‘rinishlari

Raqamli muhit OAVdagi manipulyatsiyani sifat jihatidan o‘zgartirdi. C. Wardle va H. Derakhshan axborot tartibsizligini (information disorder) uch turga ajratadi: 1) misinformation — beg‘araz tarqatilgan xato axborot; 2) disinformation — qasddan tarqatilgan yolg‘on; 3) malinformation — zarar yetkazish maqsadidagi haqiqiy, lekin kontekstdan chiqarilgan axborot¹²².

S. Vosoughi va hamkasblari Massachusetts Texnologiya Institutida (MIT) o‘tkazilgan keng qamrovli tadqiqotda soxta yangiliklarning Twitter ijtimoiy tarmog‘ida haqiqiy yangiliklarga qaraganda olti barobar tezroq tarqalishini empirik tarzda isbotladilar¹²³.

¹²² Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. — Strasbourg: Council of Europe, 2017. — P. 5.

¹²³ Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online // Science. — 2018. — Vol. 359, № 6380. — P. 1146.





TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G‘OYALAR



E. Pariser “The Filter Bubble” (2011) asarida algoritmlar foydalanuvchini faqat o‘z qarashlariga mos kontent bilan o‘rab olishini va bu hodisaning demokratik munozaraga zarar yetkazishini ko‘rsatib bergan¹²⁴. Bu hodisa “echo chamber” — aks-sado xonasi deb ham ataladi va C. Sunsteyn fikricha, jamiyatdagi siyosiy polyarizatsiyaning asosiy sabablaridan biri hisoblanadi¹²⁵.

2-jadval. Klassik va raqamli OAVdagi manipulyatsiyaning qiyosiy tahlili

Mezon	Klassik OAV	Raqamli OAV
Tarqatish tezligi	Sekin (soatlar yoki kunlar)	Bir necha soniya, viral effekt
Auditoriya	Ommaviy, umumiy	Maqsadli (target), individuallashtirilgan
Manba ishonchliligi	Tahririyat orqali tasdiqlanadi	Anonim yoki soxta bo‘lishi mumkin
Faktni tekshirish	Jurnalist va tahririyat	Algoritm yoki umuman mavjud emas
Ta’sir doirasi	Lokal yoki milliy	Global, transchegaraviy
Texnologik vositalar	Matn, foto, video, audio	+ Deepfake, AI-kontent, botlar
Personalizatsiya	Yo‘q	Yuqori darajada, algoritm asosida
Aks ta’sir (feedback)	Cheklangan, kechikkan	Real vaqt rejimida, ko‘p qatlamli

Deepfake texnologiyalari sun’iy intellekt yordamida haqiqiy tasvir va ovozlardan deyarli farqlanmaydigan soxta video va audiokontent yaratish imkonini beradi. Bunday material siyosiy raqibni qoralash, ijtimoiy tarqoqlikni keltirib chiqarish va shaxsiy hayotga tajovuz qilish maqsadlarida ishlatilmoqda.

Algoritmik manipulyatsiya — bu ijtimoiy tarmoqlar va platformalarning tavsiya algoritmlari orqali foydalanuvchi ko‘radigan kontentni shakllantirishdir. H. Allcott va M. Gentzkow 2016-yilgi AQSh prezidentlik saylovlari kontekstida soxta yangiliklarning

¹²⁴ Pariser E. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. — New York: Penguin Press, 2011. — P. 9.

¹²⁵ Sunstein C.R. #Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media. — Princeton: Princeton University Press, 2017. — P. 5.



Facebook orqali tarqalishi saylovchi xulq-atvoriga jiddiy ta’sir ko’rsatishi mumkinligini ko’rsatib berdilar¹²⁶.

4. Manipulyatsiyaning psixologik mexanizmlari

OAVdagi manipulyatsiya samaradorligi insonning kognitiv va psixologik xususiyatlariga asoslanadi. Manipulyatorlar quyidagi jadvalda keltirilgan psixologik mexanizmlarning kuchli yoki zaif tomonlaridan foydalanadilar.

3-jadval. Manipulyatsiyaning asosiy psixologik mexanizmlari

Psixologik mexanizm	Auditoriyaga ta’siri
Kognitiv tejamkorlik (heuristics)	Inson kompleks tahlilni o’tkazib, soddalashtirilgan stereotiplar asosida qaror qabul qiladi
Tasdiqlash xolisligi (confirmation bias)	Faqat o’zining oldindan mavjud fikrlarini tasdiqlovchi axborotni qabul qilish, qarama-qarshi dalillarni rad etish
Hissiy reaktivlik	Mantiq emas, his-tuyg’u (qo’rquv, g’azab, hayrat) asosida tezkor xulosa chiqarish
Ijtimoiy moslashuv (social proof)	“Like”lar, ko’rishlar va izohlar soniga qarab kontentning ishonchliligini baholash
Avtoritetlikka bo’ysunish	“Ekspert”, “rasmiy”, “olim” degan yorliqqa tanqidsiz ishonish
Cheklanganlik effekti	“Faqat hozir”, “tezlikda” kabi shoshma-shosharlikka chorlovchi xabarlarga uchish
Aks-sado xonasi (echo chamber)	Faqat o’ziga o’xshash fikrli odamlar bilan muloqot natijasida fikrlar radikallasuvi

Bu mexanizmlarni anglash auditoriyaning manipulyatsiyaga qarshilik ko’rsatish qobiliyatini sezilarli darajada oshiradi. Aynan shu sababli media-savodxonligi zamonaviy ta’limning muhim tarkibiy qismiga aylanmoqda.

5. Huquqiy himoya va media-savodxonligi

O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining 33-moddasi har kimga axborot izlash, olish va tarqatish huquqini kafolatlaydi. “Axborotlashtirish to’g’risida”gi (2003) hamda “Ommaviy axborot vositalari to’g’risida”gi (1997-y., yangi tahriri 2007-y.) qonunlar OAV faoliyatining huquqiy asoslarini belgilaydi¹²⁷.

¹²⁶ Allcott H., Gentzkow M. Social Media and Fake News in the 2016 Election // Journal of Economic Perspectives. — 2017. — Vol. 31, № 2. — P. 211.

¹²⁷ O‘zbekiston Respublikasining “Ommaviy axborot vositalari to’g’risida”gi Qonuni (yangi tahriri) // O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining Axborotnomasi. — Toshkent, 2007. — № 3.





TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G‘OYALAR



Biroq raqamli muhitdagi yangi tahdidlar — deepfake, sun’iy intellekt tomonidan yaratilgan kontent, transchegaraviy dezinformatsiya kampaniyalari va algoritmik manipulyatsiya — milliy qonunchilikda yetarli darajada qamrab olinmagan. Yevropa Ittifoqining 2022-yildagi “Digital Services Act” (DSA) hujjati va 2024-yildagi “AI Act” qonuni bunday hodisalarga qarshi kurashning xalqaro yondashuvi sifatida e’tirof etilishi mumkin.

Media-savodxonligi (media literacy) — fuqarolarning OAV xabarlarini tanqidiy idrok etish, manbalarni tekshirish va manipulyatsiya alomatlarini ajrata olish ko‘nikmasidir. Bu ko‘nikma bugungi kunda demokratik jamiyatning asosiy ustunlaridan biriga aylanib bormoqda. Sh. Qudratxo‘jayev ta’kidlaganidek, raqamli muhitda manipulyatsiyaga qarshi himoyaning muhim sharti foydalanuvchilarning Internet xavfsizligi asoslarini bilishidir¹²⁸.

Xulosa

1. OAVdagi manipulyatsiya — auditoriyaning ongi va xulq-atvoriga yashirin ta’sir o‘tkazishning kompleks ijtimoiy-psixologik hodisasi bo‘lib, klassik media davridan boshlangan, biroq raqamli davrda sifat jihatidan yangi shakllarga ega bo‘lgan.

2. Zamonaviy manipulyatsiyaning asosiy ko‘rinishlari soxta yangiliklar (fake news), deepfake-kontent, filtr pufaklari, algoritmik tavsiyalar, maqsadli reklama va botlar yordamida shakllantiriladigan sun’iy “jamoatchilik fikri”dir.

3. Manipulyatsiyaga qarshi kurashning eng samarali yo‘li — fuqarolarning media-savodxonligini oshirish, mustaqil tahririyat institutlarini qo‘llab-quvvatlash, fakt-cheking xizmatlarini rivojlantirish va raqamli muhitda yangi huquqiy normalarni joriy etishdir.

4. O‘zbekistonda OAV qonunchiligini raqamli muhitdagi yangi tahdidlarga moslashtirish, media-savodxonligini umumta’lim va oliy ta’lim dasturlariga kiritish hamda inson huquqlari va media kafedralari faoliyatini bu yo‘nalishda kuchaytirish maqsadga muvofiqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Chomsky N., Herman E.S. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. — New York: Pantheon Books, 1988. — 412 p.

2. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. — М.: Алгоритм, 2000. — 736 с.

3. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. — М.: ЧеРо, 1997. — 344 с.

4. Bernays E. Propaganda. — New York: Horace Liveright, 1928. — 168 p.

5. Pariser E. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. — New York: Penguin Press, 2011. — 304 p.

6. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. — Strasbourg: Council of Europe, 2017. — 109 p.

¹²⁸ Кудратхўжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. — Тошкент: Ўзбекистон, 2011.



TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'UYALAR



7. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online // Science. — 2018. — Vol. 359, № 6380. — P. 1146–1151.
8. Allcott H., Gentzkow M. Social Media and Fake News in the 2016 Election // Journal of Economic Perspectives. — 2017. — Vol. 31, № 2. — P. 211–236.
9. O‘zbekiston Respublikasining “Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida”gi Qonuni (yangi tahriri) // O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining Axborotnomasi. — Toshkent, 2007. — № 3.
10. Кудратхўжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. — Тошкент: Ўзбекистон, 2011.
11. Lippmann W. Public Opinion. — New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. — 427 p.
12. Sunstein C.R. #Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media. — Princeton: Princeton University Press, 2017. — 328 p.

