

AXBOROT OQIMIDA TANQIDIY JURNALISTIKANING ROLI: FAKT, FIKR VA MANIPULYATSIYA

Qayimova Sevara Dilshod qizi

O‘zDJTU Xalqaro jurnalistika fakulteti talabasi

Annotatsiya. Ushbu maqolada XXI asr global axborot oqimi tushunchasi, tanqidiy jurnalistika haqida ma’lumotlar, shuningdek, fakt, fikr va manipulyatsiya tushunchalari tavsifi, turlari va ularning bog‘liqlik jihatlari o‘rganilgan va tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar: axborot oqimi, media, manipulyativ axborot, tanqidiy yondashuv, ijtimoiy tarmoq, internet gigiyenasi, fakt, fikr, manipulyativ ta’sir, axborot muhitining ifloslanishi, “7W” qoidasi.

Абстрактный. В статье изучается и анализируется концепция глобального информационного потока в XXI веке, информация о критической журналистике, а также описание, типы и взаимосвязи понятий факт, мнение и манипуляция.

Ключевые слова: информационный поток, СМИ, манипулятивная информация, критический подход, социальные сети, интернет-гигиена, мысль, мнение, манипулятивное влияние, загрязнение информационной среды, правило “7W”.

Abstract. The article studies and analyzes the concept of global information flow in the 21st century, information about critical journalism, as well as the description, types and relationships of the concepts of fact, opinion and manipulation.

Key words: information flow, media, manipulative information, critical approach, social media, internet hygiene, thought, opinion, manipulative influence, information environment pollution, “7W” rule.

KIRISH

Inson hayotida ijtimoiy tarmoqlar va medianing o‘rni tobora kengayib bormoqda. Foydalanuvchilar soni ham anchagina oshgani bois, internet sifati va tezligi ko‘tarildi, axborot sig‘imi kengaytirildi va sun‘iy intellektlar rivojlantirildi. Axborot oqimi – bu insonlar, tashkilotlar yoki texnologik vositalar orqali doimiy tarzda uzatilayotgan, tarqatilayotgan va qabul qilinayotgan axborotlarning uzluksiz harakatini anglatadi. Bu oqim bugungi kunda jamiyat hayotida muhim rol o‘ynaydi. Chunki, jamiyatda fikrlar shakllanishiga ta’sir qiladi va tahlil qilishda yordam beradi, auditoriyani ajratadi, ijtimoiy rivojlanishga yordam beradi.

Bugun insoniyat oldida turgan eng muhim vazifalardan biri — haqiqatni yolg‘ondan, fakti shaxsiy fikrdan, manipulyativ axborotni real voqealardan farqlay olishdir. Ijtimoiy

tarmoqlar, onlayn nashrlar va mobil ilovalar orqali tarqatilayotgan ma'lumotlar son jihatidan ko'p, ammo mazmun jihatidan har doim ham ishonchli emas. Bularni bir biridan ajratish nafaqat har bir fuqaroga, balki, jurnalistlarga zarur bo'lgan tanqidiy yondashuv madaniyatini shakllantirishni taqozo etadi. Mutaxassis jurnalistlar esa jamoatchilikni bu borada ogohlikka chaqirib, to'g'ri yo'nalish berishadi. Tanqidiy jurnalistika — bu oddiy axborot uzatish emas, balki mavjud ma'lumotlarni tahlil qilish, manbalarni solishtirish, xabarlarining ichki mohiyatini ochib berish san'ati desak mubolag'a bo'lmaydi. Shuningdek, tanqidiy jurnalistikaning jamoatchilik orasida ijtimoiy ongini shakllantirishdagi o'rni ham muhim hisoblanadi. Ular ijtimoiy "kasalliklar"ni ilg'ashi, adolatsizlikka befarq bo'lmasligi kerak. Atrofdagi kamchilik va xatolarga boshqalarning e'tiborini torta bilishi uning kasbiy vazifasi. Buning uchun har bir ijodkor islohotlarni o'zidan boshlashi lozim.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR

Shu o'rinda internet gigiyenasi mavzusiga to'xtaladigan bo'lsak, kompyuter foydalanuvchilari tizimlarining uzluksiz ishlashini ta'minlaydigan va ularning xavfsizligini oshiradigan xatti-harakatlar qoidalari va texnikasi. Bu eng keng tarqaladigan xavflarni oldini oladi. Fakt keng ma'noda haqiqat tushunchasiga sinonim sifatida ishlatiladi. Shunda faktlar biror narsa sodir bo'lganini yoki biror natija yuz berganini bildiradi. Faktlarning statistik, tarixiy, ilmiy va visual kabi turlari mavjud. Ma'lumotlar qayerdan olinganligi, holat qachon va qayerda yuz bergani, asosiy manbalarda e'lon qilinganligini tekshirish orqali uni real yoki soxta ekanligi ajratiladi. Agar ma'lumot yoki voqea-hodisa haqida ikki va undan ortiq ijtimoiy tarmoq saytlarida e'lon qilinsa, demak, u haqiqiy fakt hisoblanadi.

Fikr (arabcha g'oya, aql, o'y, mulohaza) — jonli til va matnda o'ziga xos turli ma'nolarni ifodalaydigan biror narsa, kishi haqidagi o'y yoki xayol. U biror ish yuzasidan qilinadigan taklif yoki maslahat ma'nolarida ham qo'llanadi. Shuningdek, fikrda xayoliy, tabiiy jarayonlarni inson miyasida aks etishi deb qaraladi. Fikr orqali jamoatchilikning bo'layotgan jarayonlarga munosabatlari monitoring qilinadi, turli marketing va boshqa amaliy tadqiqotlar o'tkaziladi. Bundan tashqati, munozara, tok-shou, davra suhbatlari, anjumanlar o'tkazishda ham fikrning o'rni alohida ajralib turadi.

Fikr va fakt tushunchalarida o'zaro bog'liqlik

- Avvalo, fikrning poydevori bu fakt tushunchasini anglab olish zarur. Chunki, fikr ko'p hollarda faktga asoslangan bo'lishi kerak. Shunda, har qanday fikr aytilganda o'z o'rniga ega bo'ladi va ishonchli bo'ladi;
- Tanqidiy yondashuvda fikrlar solishtiriladi, umumiyashtiriladi va natijada yechim kelib chiqadi. Chunki, tanqidiy tafakkurda muammo, voqea-hodisaga bir nechta fikrlar jamlanmasidan kelib chiqib qaror chiqariladi;

– Shuni yodda tutish kerakki, agar fikrlarda faktlar, isbotlar keltirilmasa u sub’ektib bo‘ladi. Ya’ni shaxsiylikcha qoladi. Bu holatda u manipulyatsiya yoki fake informatsiya bo‘lishi ham mumkin.

– Fakt – xolis axborot, ilmiy asos bo‘lsa, fikr – tahlil vositasi hisoblanadi. Ularning bog‘liqligi yana bir asos shundaki, tahlil qilingan fikr ilmiy isbotga aylantiriladi va natijada faktni tashkil etadi.

Inson psixologiyasi nihoyatda murakkab bo‘lib, uning muhim qismini xayolot olami tashkil qiladi. Shunday ekan, odam bir vaqting o‘zida ikki parallel olamda yashaydi: real hayotda va tasavvurlar dunyosida. Shunisi qiziqki, insonning aynan xayoliy dunyosiga tashqaridan osonlikcha ta’sir ko‘rsatish mumkin. Muhimi shundaki, bu ta’sir doim yashirin xarakterga ega bo‘lib, insonning o‘zi buni ko‘pincha payqamaydi. Bu jarayonni manipulyatsiya mexanizmi boshqaradi.

Axborot muhitining ifloslanish omillari qatorida noto‘g‘ri va yolg‘on axborot tarqalishi, dezinformatsiya, propaganda qatorida manipulyatsiya ham kiradi. Manipulyatsiya – odamlarning ongi va hissiyotlariga maxsus axborot orqali ta’sir o‘tkazish, fikr va xatti-harakatlarni boshqaradigan jarayondir. Manipulyativ ta’sirning xavfliligi shundaki, ta’sir doirasiga tushib qolgan odam nafaqat o‘ziga uqtirilgan harakatni amalga oshiradi, balki ichidan bu harakatni o‘z xohishiga ko‘ra amalga oshirayotganiga ishonib qoladi. Manipulyatsiyaning obekti esa individ yoki omma ongi bo‘ladi. Axborot muhitining ifloslanish omillari qatorida noto‘g‘ri va yolg‘on axborot tarqalishi, dezinformatsiya, propaganda qatorida manipulyatsiya ham kiradi. Fan nazariyalarida manipulyatsiyaning bir qancha turlari mavjud:

1. Axborot manipulyatsiyasi – soxta yoki noto‘g‘ri ma’lumotlar tarqatish, qisman noto‘g‘ri bo‘lgan ma’lumotlarni tarqatish yoki ularni noto‘g‘ri talqin etish orqali amalga oshiriladi. Masalan, jamoatchilik orasiga yolg‘on ma’lumotlar tarqatib, ularni bunga undashdir.

2. Psixologik manipulyatsiya – auditoriyaning hissiyotlariga ta’sir o‘tkazish orqali ularni manipulyatsiya qilish, hissiy bosim yoki emotsional qo‘zg‘alish qilish.

3. Ijtimoiy manipulyatsiya – ijtimoiy guruhlar an’analar yoki madaniy qadriyatlar orqali amalga oshiriladi. Bu dunyo miqyosida ham keng tarqalgan bo‘lib, jarayon ijtimoiy tarmoqlarda qizg‘in mavzularda munozara va janjallarni kuchaytirish orqali ma’lum bir guruh yoki shaxsni yomon ko‘rsatishga urinish kabi bo‘ladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Jurnalistlar doimo “7W” qoidasi orqali axborotlarni samarali tahlil qilishlari lozim. Ular: **What?** (nima?), **Where?** (qayerda?), **When?** (qachon?), **Who?** (kim tominidan?),

Why? (nima sababdan), **Whom?** (kimga ta’sir qildi?), **How?** (qanday?). Bu metod orqali fake informatsiyalar ajratiladi, jamiyatda axborotlarning salbiy ta’siri oldi olinadi. Shuningdek, davlat boshqaruvidagi muhim qadamlarni chuqurroq tushunishga yordam beradi.

Navbatdagi tahlil qilinadigan atama bu “Fakenews” tushunchasi. Odamlarni chalg’itish, noto’g’ri yo’lga boshlash, moliyaviy yoki siyosiy foyda ko’rish maqsadlarida ma’lum bir axborotning soxtalashtirilishi yoki ijtimoiy tarmoqlar va an’anaviy OAV orqali yolg’on xabarlarining tarqatilishi “fakenews” deyiladi. Gap shundaki, feyklarning asosiy qismi internet orqali tarqaladi, u yerda esa manbani topishga iloj har doim ham bo’lavermaydi. Yolg’on axborotni tekshirish usuli –faktchekingdir. Global tekshirishni maxsus kompaniyalar amalga oshirsa-da, bu jarayonga ishonchli manba sifatida tekshiruvdan o’tgan har bir ommaviy axborot vositasi qo’shilishi mumkin. Keying inqilobiy davr sifatida internet, ijtimoiy tarmoqlar so’ng sun’iy intellekt kirib keldi. Bu hozirda insoniyatning o’zaro aloqalarini global rivojlantirishning navbatdagi bosqichi bo’lib, u butun hayotimizga va jamiyatimizga ta’sir ko’rsatadigan ulkan o’zgarishlarni keltirib chiqaradi.

Ushbu nazariyalardan kelib chiqib yangi manipulyatsion texnologiyalarni tahlil qiladigan bo’lsak, birinchisi, mikro-nishonli marketing (Micro-targeting) – Foydalanuvchilar haqida katta hajmdagi ma’lumotlarni yig’ish orqali ular uchun shaxsiylashtirilgan reklama yoki axborot yuboriladi. Bun ijtimoiy tarmoqlar va online platformalarda foydalanuvchilarning xatti-harakatlari va qiziqishlarini tahlil qilish orqali amalga oshiriladi. Ikkinchisi, Neuro-marketing – odamlarning miya faoliyatini o’rganish orqali ularning reaksiyalarini tushunish va ularga samaraliroq ta’sir ko’rsatish. Bu texnologiya mahsulotlar dizayni reklama va boshqa marketing usullari orqali ishlatiladi. Neuro-marketingning asosiy maqsadi odamlarning ong osti reaksiyalarini tushunish orqali ularning sotib olish qarorlarini yaxshiroq aniqlash va ular uchun samaraliroq yaratishdir.

XULOSA

Jurnalistika doirasida jamoatchilik axborot manbalaridan foydalanadi. Shuningdek, axborotlarni izlash, yaratish, baholash, ulashish kabi jarayonlar amalga oshiriladi. Media olamida axborotlarni manipulyativ yoki fake ekanligini ajratish bo’yicha kompetensiyalarni bilish lozim. Ularni tahlil qiladigan bo’lsak, bunda avvalo ishonchli axborot manbalarini to’g’ri tanlay bilishi, izlash malakalariga ega bo’lishi kerak. Keyingi o’rinda media vositalarida axborot yaratish va ulashish jarayoni turadi. Mazkur yo’nalishda raqamli informatsiyalardan yoki audiovizual vositalardan foydalanishlari mumkin. Taqdim etilgan ma’lumotlarni auditoriya tahlil qilishni boshlaydi. Bu yondashuvda ular haqqoniylik, ishonchlilik darajalarini baholaydilar. Yuqorida ta’kidlaganimizdek, bu tanqidiy tafakkur va

yondashuv orqali amalga oshadi. Shuningdek, manipulyatsiyadan himoyalaniş uchun inson avvalo o‘z fikriga ega bo‘lishi, fikrlash doirasini kengaytishi, noqulaylik tug‘diradigan vaziyatlarni tark etishi, har doim ham e‘tiborni tortuvchi holatlarga munosabat bildirmasligi kerak. Aksariyat hollarda ishonchli manbalardagi xabarlarni kuzatishi kerak. Manipulyatsion xabarlar ko‘pincha qo‘rquv, g‘azab, achinish yoki e‘tiqodga tayanadi. Bunday his-tuyg‘ular sizni mantiqiy tahlildan uzoqlashtirishi mumkin. Raqamli dunyoda axborotdan foydalanish qonun-qoidalarini o‘rganish, reklama va propaganda uslublarini farqlay olish ko‘nikmalarini bilish hamisha qo‘l keladi. Axborot xurujlariga qarshi kurashda eng kuchli vosita bu ongli, bilimli va tanqidiy fikrlaydigan insondir. Har bir shaxs axborotni tahlil qilish ko‘nikmalarini oshirsa, jamiyatning umumiy axborot xavfsizligi ham mustahkamlanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Manipulyatsiya yoxud ijtimoiy fikr qanday boshqariladi? Kun.uz
<https://kun.uz/14346587>
2. Fikr.Oyina.uzsayti
[https://oyina.uz/uz/teahause/2453#:~:text=Fikr%20\(arabcha%20g%CA%BBoya%2C%20aql%2C,uning%20xayolini%20nazarda%20tutgan%20bo%CA%BBlamiz](https://oyina.uz/uz/teahause/2453#:~:text=Fikr%20(arabcha%20g%CA%BBoya%2C%20aql%2C,uning%20xayolini%20nazarda%20tutgan%20bo%CA%BBlamiz)
3. The Reality of the Mass Media. Luhmann, Niklas.
4. Mjusa Sever va Nargis Qosimova “Feyk xabar va uning jamiyatga ta’siri” mavzusida ekspertlar davra suhbatı. Toshkent, O‘zbekiston. 2020-yil sentabr.