

ZAMONAVIY MEDIA MUHITDA AXBOROT MANIPULYATSIYASIDAN HIMOYALANISH.

Qalandarova Donoxon Sabirovna

- “University of economics and pedagogy” NOTM, “Iqtisodiyot” kafedrasi assistenti
donokalandarova71@gmail.com +998978008043

Annotatsiya: Ushbu ish zamonaviy media makonida keng tarqalgan axborot manipulyatsiyasi turlari, ularning jamiyat va shaxs ongiga ta'siri hamda ulardan himoyalaniş mexanizmlarini o'rganishga bag'ishlangan. Ishda media savodxonlik, faktcheking, axborot xavfsizligi tamoyillari hamda manipulyativ texnikalarga qarshi kurashishning samarali usullari tahlil qilinadi.

KIRISH

Raqamli texnologiyalar rivojlanishi natijasida axborot oqimi keskin ortdi. Ijtimoiy tarmoqlar, onlayn nashrlar va sun'iy intellektga asoslangan vositalar orqali tarqatilayotgan ma'lumotlarning ishonchliligini aniqlash tobora murakkablashmoqda. Bu jarayonda axborot manipulyatsiyasi — ya'ni odamlarning fikri, qarori va xulq-atvoriga ongli ravishda ta'sir ko'rsatish amaliyoti keng tarqalmoqda. Mazkur mavzuning dolzarbligi shundaki, axborot manipulyatsiyasi nafaqat alohida shaxsga, balki butun jamiyat barqarorligiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Shuning uchun har bir insonning media savodxon bo'lishi, axborotni tahlil qilish ko'nikmalariga ega bo'lishi bugungi kun talabidir.

ASOSIY QISM

Manipulyatsiya — bu o'z manfaati yo'lida boshqalardan foydalanish, ularni boshqarish orqali ularga ta'sir ko'rsatish. Haddan oshiq manipulyatsiya — bu axloqiy tamoyillarni hurmat qilmaydigan, aldaydigan va boshqalarning zaifligi va ishonuvchanligidan foydalanadigan nayrangchilar, firibgarlar va yolg'onchilarning hiylasidir. Eng kamida manipulyatsiya boshqalarning hisobidan nazorat o'rnatish, foyda olish yoki imtiyozlarni qo'lga kiritish uchun o'tkaziladigan ta'sirdir.

Manipulyatsiya oddiy ta'sir o'tkazish va ishontirishdan farq qiladi. Ta'sir o'tkazish odatda zararsiz deb hisoblanadi, chunki u ta'sir o'tkazilayotgan shaxsni ta'sirni qabul qilish yoki qilmaslik huquqini hurmat qiladi va ortiqcha majburlamaydi. Ishontirish — bu boshqalarni odatda ma'lum bir maqsad zahirida istalgan hatti-harakat tomon yo'naltira olishlik qobiliyatidir. Ta'sir o'tkazish va ishontirish na salbiy va na ijobiydir.

Manipulyatorlarning belgi-xususiyatlari

Manipulyatsiya uchun motivatsiya o'z-o'ziga xizmat qilish yoki boshqalarga yordam berish yoki foyda keltirish bo'lishi mumkin. Anti-ijtimoiy manipulyatsiya — bu „boshqalarning hisobidan o'zining shaxsiy maqsadlari yoki manfaatlariga yetishish uchun foydalanish ko'nikmalarini ishlatishdir“, ijtimoiy xulq-atvor esa „boshqa shaxs yoki shaxslar guruhiga yordam berish yoki foyda keltirish uchun mo'ljallangan ixtiyoriy harakat“.

Hissiy manipulyatsiyani oldindan aytib beruvchi omillarni tadqiq etish shuni ko'rsatadiki, hissiy manipulyatsiya ortidagi mexanizmlari jinsga qarab farqlanadi:

„Erkaklar uchun yuqori darajadagi hissiy intellekt, ijtimoiy ma'lumotlarni qayta ishlash, bilvosita tajovuzkorlik va o'z manfaati yo'lidagi kognitiv buzilishlar hissiy manipulyatsiyani sezilarli darajada bashorat qilgan“.

„Ayollar uchun esa yoshroq bo'lish, hissiy intellektning yuqori darajasi, bilvosita tajovuzkorlik, birlamchi psixopatik belgilar va past darajadagi ijtimoiy ogohlik hissiy manipulyatsiyani sezilarli darajada bashorat qilgan. Biroq, ayollar uchun hissiy intellekt bostiruvchi sifatida hizmat qilgan“.

Manipulyatsiya va ruhiy kasalliklar

Shaxsiyat chegarasi buzilishi o'ziga xos guruhlashga ega masalan, „chegara“ manipulyatsiyasi qasddan bo'lmagan va disfunktdional manipulyatsiya sifatida tavsiflanadi. Marsha M. Linehanning ta'kidlashicha, shaxsiyat chegarasi buzilishi bo'lgan odamlar ko'pincha manipulyatsiya qilishda asli manipulyativ bo'lmagan xatti-harakatlarni namoyon qiladilar. Linehanga ko'ra, bular ko'pincha kuchli og'riqning o'ylanmay qilingan xatti-harakatidir va ko'pincha atayin qilinmagani uchun haqiqiy manipulyativ hisoblanmaydi.

DSM-V da manipulyatsiya shaxsiyat chegarasi buzilishining belgilovchi xususiyat sifatida olib tashlandi. Mashhur „Forbes“ nashrining yozishicha, media manipulyatsiyasi idrok vahaqiqat 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-shuv 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 qobiliyati 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 bo'lib qoldik.

Media manipulyator sifatida mazkur holatni anglash, uni o'z foydasiga hal etish murakkab emas. Chunki uning ishi ommaviy axborot vositalaridan manipulyatsiya instrumenti 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 Deniel Borstin o'zining „Tasvir:

Amerikadagi psevdohodisalar 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 bugun 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. An'anaviy ommaviy axborot vositalari (matbuot, televideniya, radio) yildan-yilga o'z ta'sirini yo'qotib, yangi OAV, aksincha, zamonaviy media makonda o'z o'rnini 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.

Ijtimoiy tarmoqlarda manipulyatsiya - ataylab buzib ko'rsatilgan kontentni tarqatish va odamlarning fikri va xatti-harakatlarini kerakli yo'nalishga yo'naltirish yoki o'zgartirish jarayonidir. manipulyatsiya jarayonida biz soxta yangiliklar, xayoliy tasvirlar va hissiy manipulyatsiya usullari kabi amaliyotlarga duch kelamiz. Shu tariqa ular foydalanuvchilarning fikr va xatti-harakatlariga ta'sir o'tkazib, kerakli natijaga erishmoqchi bo'lishadi. Soxta yangiliklar, videolar, bot hisoblari va ijtimoiy muhandislik kabi usullar qo'llaniladi. Umuman olganda, manipulyatsiya siyosiy, iqtisodiy maqsadlarda qo'llaniladi. Agar ba'zi noreal ma'lumotlar ijtimoiy tarmoqlarda tez tarqalsa, u ijtimoiy voqealarga ta'sir qilish imkoniyati yuqori bo'ladi.

Bu manipulyatsiya bo'lib, odamlarning qarashlarini qayta yo'naltirish, guruhlariga bo'linish yoki muayyan qarashni qo'llab-quvvatlash kabi turli oqibatlariga olib keladi. Bu holat jamiyatdagi umumiy idrokni farqlash orqali axborot ekotizimiga ta'sir qiladi. Agar siz ijtimoiy tarmoqlardan foydalansangiz, xavfsiz va xavfli manbalarni farqlashni o'rganishingiz kerak. Buni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun raqamli savodxonlikni o'rganish katta foyda keltiradi. Shunday qilib, sizga taqdim etilgan ma'lumotlarga ko'proq tanqidiy nuqtai nazardan yondashasiz. Raqamli savodxonlik ijtimoiy tarmoqlarda manipulyatsiyaning oldini olishda juda samarali.

Chunki, foydalanuvchilar duch kelgan tarkibni ko'proq ongli o'laroq tanqidiy baholaydilar. Ijtimoiy tarmoqlarda uchraydigan soxta akkauntlar va shubhali xabarlardan ehtiyot bo'lishingiz kerak. Ishonchli axborot manbalari orasida eng obro'lilari akademik muassasalar va ekspert xulosalaridir. Aslida, qonunga mos keladigan, ishonchli manbalardan olingan va platforma siyosatiga mos keladigan postlarni almashish muammoni avtomatik ravishda hal qiladi. Ijtimoiy media platformalari o'z mas'uliyati doirasida foydalanuvchilariga shaffof kontentni taqdim qilishi kerak. Shuningdek, u foydalanuvchilar qanday qilib filtrlashi va algoritmlari haqida ma'lumot berishi mumkinligini tushuntirishi kerak.

Agar u almashish ishonchli manbalardan olingan ma'lumotlarni o'z ichiga olsa, manipulyatsiya ehtimoli kamroq bo'ladi. Hissiy reaksiyadagi ong - bu odamlarning hissiy zaifliklaridan foydalanib, kerakli nuqtai nazarga yo'naltirishni maqsad qilganlarning ongli holatidir. Foydalanuvchilar emotsional harakat qilishdan oldin ijtimoiy tarmoqlarda duch kelgan xabarlarning haqiqiylikiga shubha qilishni o'rganishlari kerak. Boshqacha qilib

aytganda, hissiy ong darajasini rivojlantirmasdan, to'g'ri reaksiya berish qiyin. Jamiyat manipulyatsiya xavfi haqida o'z bilimlarini oshirishi kerak. Bunga erishish uchun ommaviy axborot vositalarida turli treninglar, seminarlar, targ'ibot tadbirlarini o'tkazish mumkin. Manipulyatsion postlarga qarshi kurashish uchun platformalar tomonidan taqdim etilgan shikoyat vositalaridan foydalanish muhimdir. Foydalanuvchilarni haqiqiy, izchil va xolis nuqtai nazardan tarkib ishlab chiqarishga undash kerak.

ZAMONAVIY MYEDIA MUHITDA AXBOROT MANIPULYATSIYASIDAN HIMOYALANISH

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 etarlicha 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 himoyalanişda hushyorlik qolibiliyati aniq va oddiy himoya sifatida ishlardi. Ammo bugungi globallashuv va raqamlashuv davrida, bloglarga tobeligimiz va internetga asoslangan media siqlimiz bilan hech narsa bo'rttirish, buzish, uydirma va soddalashtirishlardan qochib qutula olmaydigan bolib qoldik. 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 1980-yillarda gazetalar (ayrimlari yuzlab xodimlardan iborat) tirajlari 2-3 millionga etganidan faxrlanardi, ammo bugungi kunda mashhur bloggerning o'n million auditoriyasi borligi endi ajablanarli emas. Malumki, 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 elon 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. Quyidagi vizualizatsiyada manipulyatsiya tushunchasi ostida yashiringan maqsadlarni anglab olish mumkin. 1-rasm Chindan ham manipulyatsiya orqali auditoriyani o'z manfaatlari doirasida axborotlarga ishontirish orqali ularning ong ostiga ta'sir qilish, ...

XULOSA

Zamonaviy media makonida axborot manipulyatsiyasi global muammoga aylandi. Shaxsning axborot oqimi ichida to'g'ri qaror qabul qilishi, haqiqiy va yolg'on ma'lumotni farqlay olishi bevosita uning media savodxonligiga bog'liq. Axborotdan ongli foydalanish, tanqidiy fikrlash ko'nikmalarini rivojlantirish, faktcheking amaliyotini yo'lga qo'yish — manipulyatsiyaga qarshi kurashning eng samarali vositalaridan biridir. Jamiyatning axborot madaniyati qanchalik yuqori bo'lsa, manipulyativ ta'sir shunchalik kam bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. "Axborotlashtirish to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Qonuni.
2. To'liqinov A. Media savodxonlik asoslari. – Toshkent, 2022.
3. Kovaleva S. Axborot xavfsizligi va media manipulyatsiya. – Moskva, 2021.
4. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework. – Council of Europe Report, 2017.
5. UNESCO. Media and Information Literacy Curriculum, 2021.