

АХБОРОТ САВОДХОНЛИГИДА ЮЗАГА КЕЛАЁТГАН ЯНГИ МУАММОЛАР ТАДҚИҚИ

Меҳриноз Уткир кизи УЗОКОВА

магистр

Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети
Тошкент, Ўзбекистон

Аннотация

Мазкур мақолада ахборот саводхонлигида юз бераётган янги муаммолар тадқиқ этилган. Хусусан, fake news ва ёлғон ахборотлар орқали инсонларга таъсир ўтказилаётгани тадқиқ этилган.

Таянч сўзлар: ахборот саводхонлиги, ёлғон ахборот, fake news, фирибгарлик, таъсир ўтказиш, чалғитиш.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗНИКАЮЩИХ НОВЫХ ПРОБЛЕМ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ

Меҳриноз Уткир кизи УЗОКОВА

магистр

Узбекский государственный университет мировых языков
Ташкент, Узбекистан

Аннотация

В настоящей статье исследуются новые проблемы, возникающие в сфере информационной грамотности. В частности, рассматривается воздействие на людей через fake news и ложной информации.

Ключевые слова: информационная грамотность, ложная информация, fake news, оказание воздействия, введение в заблуждение.

Сўнги йилларда амалга оширилаётган ислохотлар замирида эркин ахборот олиш ва уни тарқатиш жараёнида инсонларнинг ҳуқуқий, маънавий, маданий, ақлий салоҳиятларини шакллантириш ётибди. Ёлғон маълумотлар тарқалишининг олдини олиш ва сохта хабарларнинг тарқалишига қарши тизимли ишлар олиб борилмоқда. Буни юртобошимиз томонидан илгари сурилган “Тараққиёт стратегияси”да белгиланган ушбу вазифа орқали яққол англашимиз мумкин. “...Оммавий ахборот воситаларида, ижтимоий тармоқларда холис ахборотларни ўз вақтида бериб бориш орқали ёлғон маълумотлар тарқалишининг олдини олиш...” [1], белгилаб қўйилган.

Юртдошларимиз ОАВ, интернет ва ижтимоий тармоқлар орқали тарқатилаётган ахборотлардан фойдаланиши учун ахборот олиш имунитети шаклланиши зарур. Бунда асосан fake news хабарларга ишониб қолмаслик ва

уларни асосли хабарлардан фарқлай олиш қобилиятини шакллантириш назарда тутилади. Шу кунга қадар юртимизда ушбу ҳолат бўйича тизимли изланишлар амалга оширилмаган.

Фан-техника тараққиётининг ҳозирги даражаси қўл меҳнатини камайтириш билан бирга, инсонларда ақлий ва руҳий зўриқишни кучайтирмоқда. Бу эса автоматлашув билан ижодиёт ўртасидаги зиддиятни бартараф этиш, инсонга технократик ёндашишнинг салбий оқибатларининг олдини олишни талаб қилади, айниқса, техник тараққиёт информатика, генетика каби янги тармоқларнинг ривожини билан бир қаторда, мураккаб фалсафий, ахлоқий муаммоларни ҳам келтириб чиқарди. Бу ўз навбатида, тадқиқотчилар олдига инсон интеллекти ва «фикрловчи машиналар»нинг келажаги қандай бўлади? деган саволни кўндаланг қўяди. Ҳеч кимга сир эмаски — жамиятда «Интернетга тобелик ёки мафтунлик» орқали ёшлар орасида электрон технологияларга нисбатан виртуал ёки нигоҳий қарамлик кескин авж олиб бормоқда. Бундай ҳолатда тадқиқотчи муаммонинг ечимини топиши учун ўзига қандай савол бериши керак. Бизнинг назаримизда, масаланинг ечими жадал суръатлар билан ихтисослик соҳаларидан унумли фойдаланишда бўлиши мумкин.

Объектив ва ишонарли маълумотларни қўлга киритиш ёки уларнинг ҳақиқатдан ҳам асосли эканлигини изоҳлаш, табиийки, назарий-методологик ва эмпирик билимлар воситасида қўлга киритилган. Бунинг учун тадқиқотчилар ахборот-ресурс марказларига мурожаат этадиган бўлдилар. Шунингдек, Интернет маконининг ўрни ҳам беқиёслигича қолмоқда, аммо унда турли-туман шаклдаги ахборотларнинг мавжудлиги, тадқиқотчида муаммога нисбатан шубҳа уйғотиши ҳам табиий ҳолат. Бунинг учун социологлар ахборотлар кўламини назорат қилиш учун ижтимоий меъёрлардан мунтазам фойдаланишни тавсия этадилар.

Таниқли социолог П.Сорокиннинг фикрича, инсон туғилибоқ албатта ҳали шахс бўлмайдиган ёки тирик органик ҳаётнинг субъекти сифатида намоён бўлолмайдиган. Ундаги «Мен»лик ва исми, илмий ғоялари, эстетик диди, ахлоқий

ишончлари, ўзини тутиши ва муносабат, машғулотлари, иқтисодий ўрни ва мақоми, тақдири ва ҳаёт йўли кўпинча ахборотлар етишмаслиги туфайли мавжуд стереотипларга бўйсундирилиб, истиқболни белгилаб олиш ҳали аниқланмаган бўлади [3].

Кузатишларимиз шуни кўрсатмоқдаки, юртдошларимиз техник ва маълумотнома адабиётлардан кўпроқ электрон шаклда фойдаланади. Бадиий асарларни эса босма шаклда ўқийди. Рус психологи С.Рубинштейн фикрича, инсон ташқи оламни акс эттириш жараёнида ўзи учун аҳамиятли томонларни белгилайди ва уларга нисбатан муносабатларни шакллантиради. Бизнинг мақсадимиз ахборотлар дунёсига муттасил кириб бораётган ёшларимизнинг турмуш тарзида ўзларидаги руҳий ҳолатдан келиб чиқиб, ижтимоий меъёр қонунлари асосида вазиятни назорат қилишга ўргатишдир.

Медиасаводхонлик тушунчаси борасида турли хил фикрлар мавжуд бўлиб, АҚШнинг Жамият хусусидаги халқаро энциклопедиясида қайд этилишича, «Медиасаводхонлик» (медиа литерасй) инсон жамиятдаги фуқаро сифатидаги масъулиятини ҳис қилган ҳолда фаол ва саводли бўлиши, медиаматнларни қабул қила олиши, яратиши, таҳлил эта олиши ва баҳолаши, замонавий медиани ижтимоий-маданий ва сиёсий мазмунини тушуна олиши демакдир.

Лондоннинг Қироллик университети профессори С.Файрстоуннинг фикрига кўра эса, медиасаводхонлик ҳаракат бўлиб, унинг асосий вазифаси инсонларни аудиовизуал ва босма матнларнинг маданий аҳамиятини тушуниш, яратиш ва баҳолашга ундашдан иборат.

Инглиз сиёсатшуноси Р.Кибей эса медиасаводхонликни турли хил шаклларда маълумотларни узатиш, уларни таҳлил этиш ва баҳолаш деб тушунади. М.Гуэттерз эса мультимедиасаводхонлиги ўз ичига мультимедиа ҳужжатларини шакллантиришга қаратилган тилларни билиш, ахборотни қайта ишлашга қаратилган қурилма ва усуллардан фойдалана олиш, янги мультимедиа технологияларини билиш ва уларни баҳолай олиш, медиаматнларни танқидий қабул қилишни олади, дейди.

Фикримизча, медиасаводхонлик юқорида билдирилган фикрлар билан биргаликда оммавий ахборот воситалари орқали узатиладиган барча ахборотга танқидий қараш ва ҳар бир узатилаётган ахборотни саралашда онгли равишда холис ёндашиш ҳамдир.

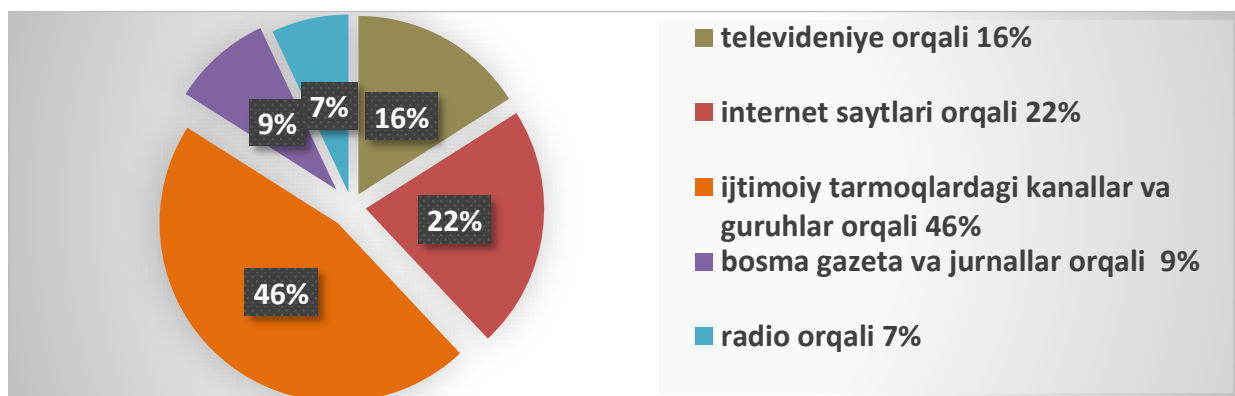
Таниқли ҳинд фотожурналисти Пабак Саркарнинг фикрига кўра, медиасаводхонлик сари ташланган илк қадам, бу тўғри савол бера олишдир. Бугунги кунда Интернет орқали амалга оширилаётган ахборий хуружлар дунёдаги ҳар бир мамлакат миллий хавфсизлиги стратегиясининг бир қисмига айланди ва у киберхавфсизлик номини олди. Зеро, виртуал ва ҳақиқий дунёнинг қўшилиши, айнан виртуал дунё орқали ёшлар томонидан ҳақиқий дунёни нотўғри тушунилиши, турли хил салбий кучлар ва оқимлар томонидан бир қарашда ижобий кўринган, аммо моҳиятан инсон онгига салбий таъсир қилувчи ахборотнинг тарқатилиши кўпайиб бораётганлиги ҳеч кимга сир эмас. Айнан жамият ҳаётига таъсир этувчи мазкур салбий жиҳатларнинг олдини олишда аҳолини медиасаводли қилиш зарур, деган фикрлар кўпаймоқда. Бугунги кунда медиасаводхонлик Буюк Британия ва Австралияда гуманитар фанлар мажмуасида алоҳида фан сифатида ўтилса, Финляндияда 1970 йилдан ўрта мактабларнинг, 1977 йилдан эса олий ўқув юртларининг ўқув дастурларига киритилган эди. 1990 йилларда эса мамлакатда медиасаводхонлик медиатаълим тушунчаси билан алмаштирилди. Швецияда у 1980 йилдан бошлаб таълим муассасаларида алоҳида фан сифатида ўқитила бошланган. 1990 йилларда Россияда медиатаълимни илмий тадқиқ этишга уринишлар бўлиб, О.Баранов, С.Пензин, А.Фёдоров, А.Шарикова ва бошқаларнинг тадқиқотлари бунга мисол бўла олади. 2002 йили педагогика олий таълим юртлари учун медиатаълим ихтисослиги бўйича йўналиш очилди. 2005 йили эса ЮНЕСКО ҳомийлигида “Медиатаълим” дарслиги яратилди ва Россияда кинотаълим ва медиапедагогика сайти ишга туширилди.

Ҳақиқат шундаки, сифатсиз ва ёлғон ахборотлар инсонлар онгини манипуляция қилиш, таъсир ўтказиш хусусиятига эга эканлигини инкор этиб бўлмайди. Фуқароларни ОАВдаги зарарли хабарлардан ҳимоя қилишнинг энг

самарали ва барқарор усули — барча манфаатдор томонлар, шу жумладан, мамлакатимиз фуқароларнинг ахборот саводхонлигини ривожлантириш орқали ўзларини ҳимоя қилишларига имкон беришдир. Шу нуқтаи назардан бугунги кунда фуқароларнинг ахборот олиш имунитетини шакллантириш энг долзарб вазифадир. Буни амалга ошириш учун дастлаб ушбу ҳолатдаги муаммо ва камчиликларни аниқлаб олишимиз зарур. Муаммоларни аниқлаш мақсадида соҳа мутахассислари ва психологлардан анкета сўровномаси олдик. Муаммони чуқурроқ тадқиқ этиш учун оддий фуқаролар ўртасида ҳам анкета сўровномаси ўтказдик. Дастлаб, фуқаролар ўртасида ўтказилган сўровноманинг диққатга сазовор жойларига эътибор қаратсак.

Маълумот ва ахборотларнинг асосий қисмини нима орқали қабул қиласиз?

– деб берилган саволга фуқаролар қуйидагича жавоб беришди:

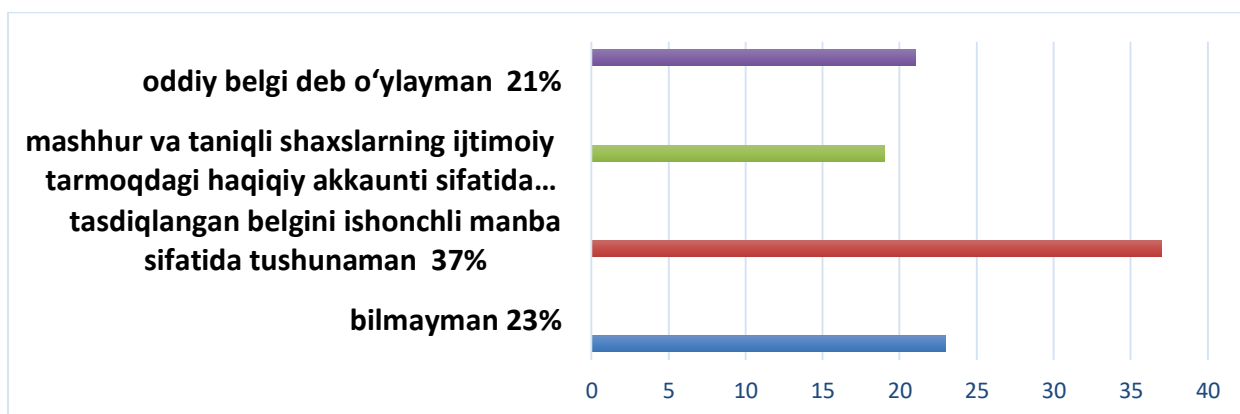


Кўриб турганимиздек: юртдошларимизнинг асосий ахборот олувчи манбаси бу ижтимоий тармоқдаги каналлар ва гуруҳлар экан (46%) бу ҳолат барчамизни ажаблантиради. Мамлакатимизда жадал тараққий этаётган оммавий ахборот воситалари инсонларга ахборотни етказа олмаётганлиги масаласи танқидий ёндашишга арзийди. Соҳа мутахассислари ва психологлар билан олиб борган суҳбатларимиз натижасида ушбу ҳолатга қуйидагича фикр билдирдик. Аввало, *ижтимоий тармоқлар инсонлар ҳаётининг бир қисмига айланиб қолганлиги, бундан ташқари оммавий ахборот воситаларига нисбатан инсонларда ишонч камлиги, босма нашрлар, телевидение ва радио воситаларига нисбатан қизиқиш камайгани ҳамда ижтимоий тармоқлар орқали ахборотни узатиш тезлиги ва ундан фойдаланиш қулайлиги* билан изоҳладик. Бу ерда яна бир жиҳатга эътибор қаратиб ўтмоғимиз зарур. Расмий

рўйхатдан ўтган оммавий ахборот воситаларининг расмий каналлари ва гуруҳлари орқали ҳам кўплаб ахборот етказилмоқда. Буни ҳам инобатга олишимиз зарур. Иккинчи ўринни интернет сайтлари эгаллагани ҳам табиий ҳол (22%). Юқоридаги изоҳни бунга ҳам келтирсак, қисман тўғри келади. Респондентларнинг 16% ахборот ва маълумотларни телевидение орқали олишини билдирди. Ушбу ҳолат ижобий кўрсаткич эмас. Ҳозирги кун нуқтаи назаридан телевидение орқали узатилаётган ахборот ва маълумотлар инсонларга таъсир этиш қамрови кенг бўлиши керак. Аммо, айнан ахборотлар ва маълумотларни етказиб беришда телеканалларимиз жуда самарасиз ҳаракат қилишмоқда. Замонавий тенденцияларга мос келадиган санокли ахборот узатувчи кўрсатувларни айтиб ўтишимиз мумкин (“Замон” (“Севимли” телеканаллари орқали), “Марказий студия” (“Менинг юртим” телеканаллари орқали). Ушбу ҳолатни сабаб сифатида келтиришимиз мумкин. Босма газета ва журналлар (9%) ҳамда радио (7%) орқали қабул қилинаётган ахборотлар улуши жуда ёмон кўрсаткични кўрсатиб турибди. fake news ва пост трутх хабарларининг кенг ёйилишига ва одамларнинг ушбу хабарларга ишониб қолишига телевидение, радио ҳамда босма газета-журналларнинг ахборот ва маълумотларни аҳолига етказиб бериш жараёнининг самарасизлиги маълум миқдорда сабаб бўлмоқда.

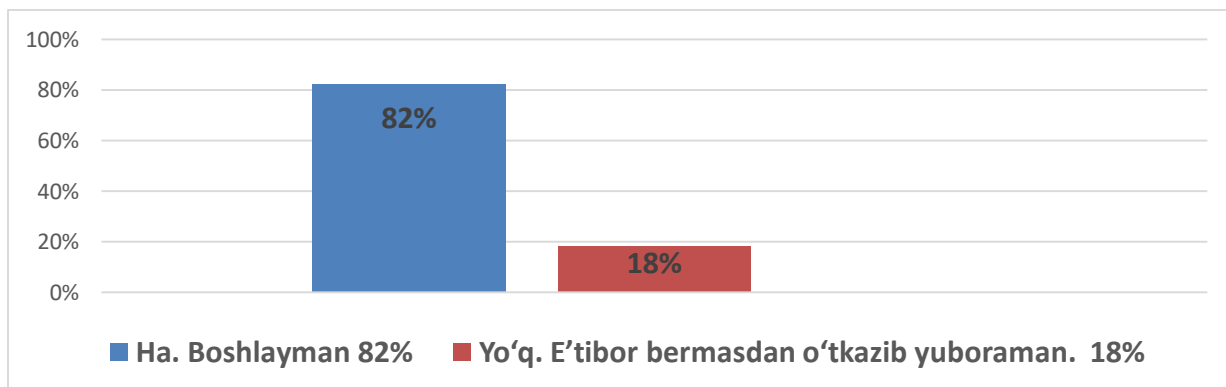


“Тасдиқланган” белгиси (галочка) нимани аниқлашини биласизми? – деб берилган саволга респондентларнинг жавоби куйидагича бўлди:



Ушбу ҳолатда тасдиқланган белгини ишончли манба сифатида қабул қилувчилар энг кўп, яъни 37% респондент томонидан белгиланди. Ушбу ҳолат нисбатан яхши кўрсаткич. Бундан хулоса чиқарадиган бўлсак, 37% фоиз респондент ёлғон ахборотлар тарқатилаётган манбаларни дастлабки ҳолатдан аниқлай олади. 19% респондент эса ушбу белгини машҳур ва таниқли инсонларнинг ижтимоий тармоқлардаги расмий akkaунти сифатида тушунар экан. Ушбу ҳолат “Тасдиқланган” белгиси ҳақида етарлича маълумотга эга эмаслигидан дарак беради. Лекин баъзи ҳолларда таниқли шахс номидан тарқатилаётган хабарларни аниқлашда муҳим аҳамият касб этади. Билмайман деган жавобни 23% фоиз қатнашувчи белгилади. 21% қатнашувчи эса оддий белги сифатида қабул қилишини тасдиқлади. Юқорида айтиб ўтган икки ҳолатни биргаликда ҳисобласак 44% қатнашувчи ушбу белгидан беҳабар экани ойдинлашади. Ким учундир ушбу ҳолат оддий бўлиши мумкин, лекин бу ҳолат юртдошларимизнинг ахборот олиш имунитети етарли миқдорда шаклланмаганига исбот бўлади. Бундай натижалар инсонларнинг ишончли маълумотларни аниқлай ва фарқлай олиш қобилияти шаклланмаганидан дарак беради. Бу эса ўз навбатида fake news ва пост трутх хабарларининг кенг тарқалиб кетишига сабаб бўлади.

Ана энди Сизда Спарк автомобилни ютиб олиш имконияти мавжуд. Бунинг учун қуйидаги шартларни бажаришингиз зарур! Ушбу хабар ижтимоий тармоқ орқали сизга жўнатилса, шартларни бажариш учун ҳаракатни бошлайсизми? деб берилган саволни натижалари қуйидаги диаграммада кўрсатилган.



Ушбу ҳолатда респондентларнинг атиги 18 фоизи эътибор бермасдан ўтказиб юбораман деб жавоб бериши яхши кўрсаткич эмас. 82 фоиз респондентлар ушбу шартларни бажариш учун ҳаракатни бошлайман деб жавоб беришган. Сўровномамиз Тошкент шаҳрида ўтказилганини инобатга олсак чекка туманларда бу натижа янада кўтарилиши мумкин. Ушбу ҳолат юзасидан психологлар билан олиб борган суҳбатимизда улар қуйидаги хулосани беришди. Юртимиз аҳолиси ғойибдан келувчи ютуқлар ёки совринларга жуда ишонувчан. Бу тарихий жараён эканлиги, ҳаттоки, йирик халқ дostonлари ва халқ оғзаки ижодининг кичик жанрларида ҳам бу ҳолат кузатилиши (Бахт қуши келиб қўнгандан кейин фақирни ҳуқумдор этиб сайлаши)ни айтиб ўтди. Бундан ташқари инсонларда илмий салоҳият етарлича шаклланмаса, шундай ҳолатларга ишонувчанлик ошиши мумкинлиги айтиб ўтилди. Бир сўз билан хулоса қиладиган бўлсак, ушбу ҳолат ёлғон ва сохта хабарларининг кенг тарқалишига асосий сабабчи бўлмоқда.

Сизнинг фикрингизча, ёлғон хабарларнинг кенг тарқалиб кетишига нима сабаб бўлмоқда? – деб савол билан юзланганимизда қуйидаги жавобларни олдик.

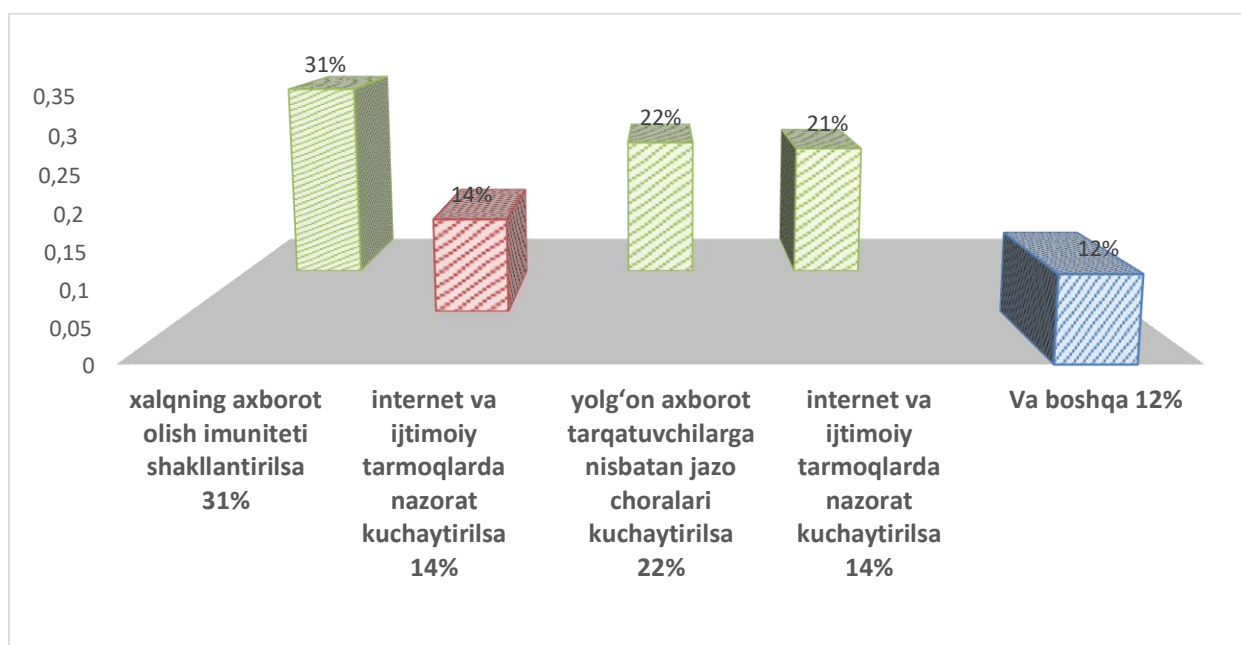
<i>интернет ва ижтимоий тармоқларнинг кенг ривожланиши 27%</i>
<i>инсонларнинг сохта ва ҳақиқий хабарларни фарқлай ололмалиги 18%</i>
<i>оммавий ахборот воситалари ва давлат идораларининг тўғри хабарни вақтида етказиб бера олмалиги 16%</i>
<i>ёлғон хабарларни тарқатувчи шахслар ва ташилотларнинг уддабуронлиги 11%</i>
<i>юртдошларимизнинг ахборот тарқатишда қандай ҳуқуқларга эга эканлигини билмаслиги ёки эътиборга олмалиги 5%</i>
<i>ёлғон ахборот тарқатувчи манбаларни аниқлашда ва уларга жазо чораларини кўришда ҳуқуқни муҳофаза қилувчи ходимларнинг сусткашлиги 19%</i>
<i>ва бошқа 4%</i>

Бу ерда эътиборли жиҳати респондентларнинг энг кўп, яъни 27 фоизи ёлғон хабарларнинг кенг ёйилиб кетишига интернет ва ижтимоий тармоқларни сабабчи сифатида кўрсатишмоқда. Ушбу фикрга қўшилган ҳолда шуни қўшимча қилмоқчимизки, интернет ва ижтимоий тармоқларнинг

ривожланиш, айниқса аноним сифатида маълумот тарқатишнинг имконияти ривожланганлиги, ахборот тарқатувчи манбанинг ким эканлигини аниқлаш имконияти пастлиги ҳам сабаб бўлмоқда. Энг кўп овоз берилганлардан иккинчи жавоб бу – ёлгон ахборот тарқатувчи манбаларни аниқлашда ва уларга жазо чораларини кўришда ҳуқуқни муҳофаза қилувчи ходимларнинг сусткашлиги (19%). Биз ушбу фикрга қўшилмаган бўлар эдик. Сабаби юқорида такидлаганимиздек, ахборот тарқатувчи манбани аниқлаш кўп вақт талаб этади. Аниқлаган тақдирда ҳам бошқа мамлакатдан туриб ахборот тарқатаётган бўлиши мумкин. Шунинг учун энг мақбул йўл халқимизнинг билим савиясини ошириш ҳамда ахборот олиш имунитетини шакллантириш. Шунини ҳам назардан четда қолдирмаслик керакки, биз ҳам тарқатилаётган ахборот мамлакатимиз бирлигига, суверенитетига таҳдид туғдирадиган бўлса, ушбу ахборот тарқатувчига нисбатан қонуний чора кўриш тарофдоримиз.

Сизнинг фикрингизча, нима қилса ёлгон хабарлар тарқалиши камаяди?

– деб берилган саволнинг натижалари қуйида.

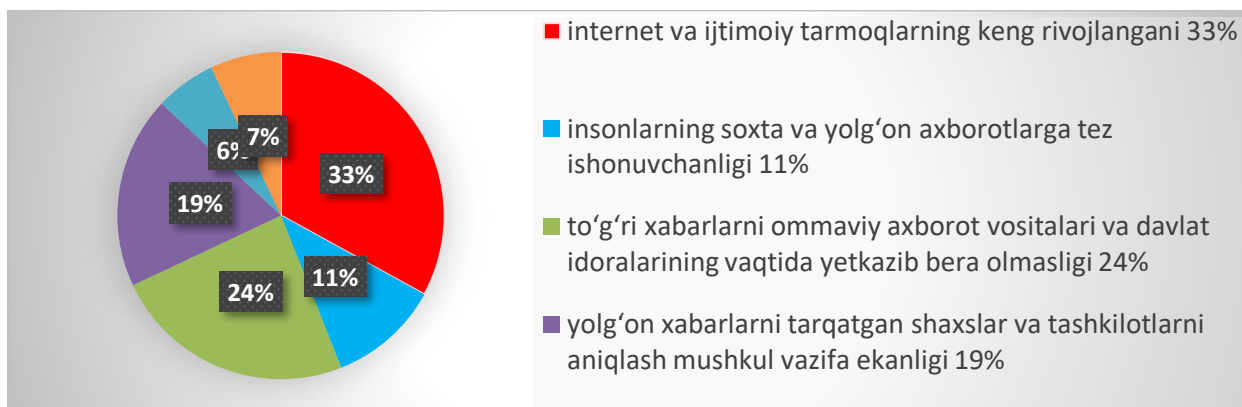


31% респондент *халқнинг ахборот олиш имунитети шакллантирилса*, ёлгон хабарлар тарқалиши камаяди деб белгиланган. 21% респондент *оммавий ахборот воситалари ва давлат идораларининг тўғри ахборотни халққа етказишнинг тезкор ва самарали усули яратилса*, дейилган жавобни белгиланган. Биз ҳам юқоридаги иккала фикрга тўлиқ қўшиламыз. Ушбу

ҳолатлар амалга оширилса ёлгон ахборот тарқалиши сезиларли даражада камаяди ҳамда инсонларнинг ушбу ахборот оқимларига тушиб қолиш эҳтимоли ҳам камаяди. 22% респондент *ёлгон ахборот тарқатувчиларга нисбатан жазо чоралари кучайтирилса*, деган бўлса, 14% респондент эса *интернет ва ижтимоий тармоқларда назорат кучайтирилса*, деган жавоб белгилашган. Биз ушбу фикрларга қисман қўшилаемиз, умуман олганда эса ушбу фикрларни нотўғри деб қабул қилаемиз. Сабаби мамлакатимиз аҳолисининг катта қисми ахборот тарқатиш бўйича ҳуқуқий саводхонлиги юқори эмас, етмагандай юртдошларимиз табиатан қизиқувчан, янгиликларни яқинларига тезроқ етказишга уринади. Бундай ҳолатда билмасдан қилган иши учун жазо жоралари кескин қўлланилса, фуқаролар ва давлат идоралари ходимлари ўртасида тушунмовчиликлар келиб чиқиши мумкин. Шунинг учун аҳолининг ахборотдан фойдаланишдаги ҳуқуқий онгни шакллантириш ва ривожлантириш энг мақбул усул. Юқорида таъкидлаб ўтганимиздек, ижтимоий тармоқлар ва интернет оламини назорат қилиш имконсиз. Бу давлат бюджетига ҳам ортиқча юклама келтириши мумкин. Ва бошқа ҳолатлар деб 12% респондент жаваб беришган.

Анкета сўровномаси натижалари орқали бир қанча муаммолар аниқланди. Ушбу ҳолатни мутахассислар орқали чуқорроқ тадқиқ этмоқлик учун соҳа мутахассислари ва психологлар ўртасида сўровнома ўтказдик. Ушбу сўровноманинг диққатга сазовор жойларига эътибор қаратсак.

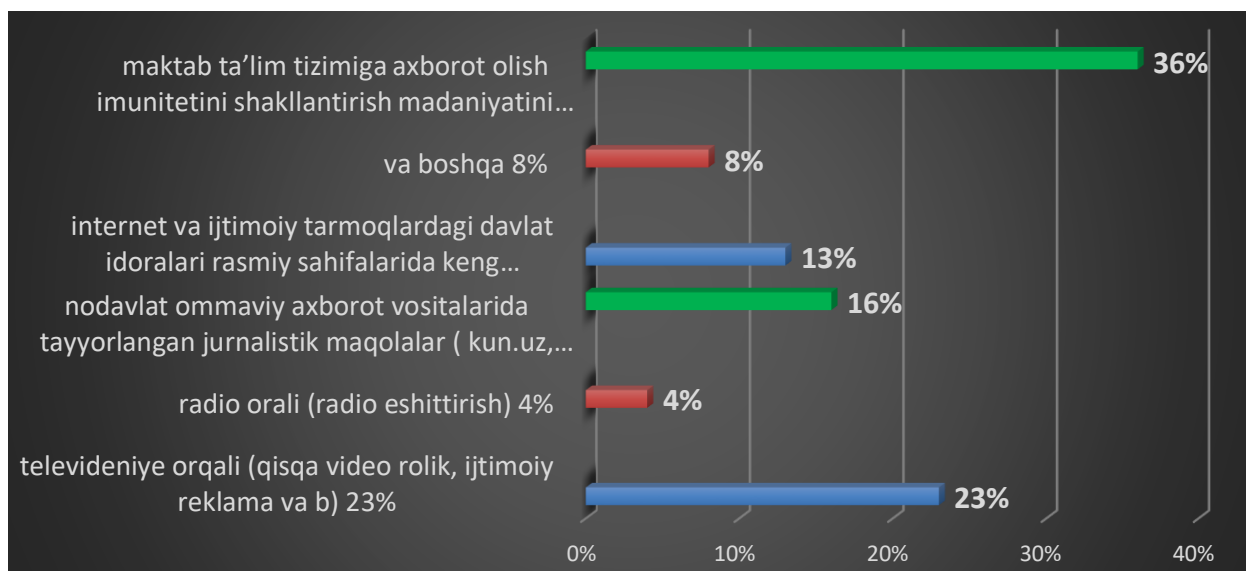
Сизнинг фикрингизча, ёлгон хабарларнинг пайдо бўлишига нима сабаб бўлмоқда? – деб ушбу савол билан мутахассисларга юзланганимизда куйидагича жавобларни олдик.



Ёлгон ва сохта ахборотларнинг пайдо бўлишига интернет ва ижтимоий тармоқларнинг кенг ривожланиши деган фикр асосий жавоб сифатида белгиланди: мутахассислар 33%, оддий аҳоли 27%. Қолган жавобларда эса фикр ва қарашлар турлича талқин этилди. Иккинчи ҳолатни *тўғри хабарларни оммавий ахборот воситалари ва давлат идораларининг вақтида етказиб бера олмаслиги 24%* билан банд этди. Ушбу ҳолат юзасидан асосан соҳа мутахассислари қуйидагича фикрни билдиришди: “Замонавий дунёда ахборотни биринчи бўлиб етказиш энг муҳими, агар ахборот вақтида етказилмаса, ушбу ҳолат юзасидан бир қанча ахборотлар пайдо бўлади ва ушбу ахборотларни тўғри сифатида қабул қилинишга имконият ҳосил бўлади. Шунинг учун маълум бир ҳодисага оид ахборотларни давлат идоралари ёки миллий оммавий ахборот воситаларимиз тезкорлик билан етказиши зарур” [4]. Ян шуни ҳам қўшимча сифатида келтиришдики, сўнгги йилларда амалга оширилган ислоҳотлар натижасида ушбу ҳолат юзасидан катта ишлар амалга оширилганлигига қарамай, ҳали камчиликлар бисёр эканлиги айтилди. Биз ҳам юқоридаги фикрларга қўшилаемиз, хусусан ҳарбий муносабатларни, қуролли можароларни ёритиб берувчи миллий оммавий ахборот воситалари, айниқса телеканал ва радиоканал ўз фаолиятини йўлга қўйилишига тилакдошмиз. Кейинг ҳолатни эса 19% овоз билан *ёлгон хабарларни тарқатган шахслар ва ташкилотларни аниқлаш мушкул вазифа эканлиги* жавоби эгаллади. Юқорида такидлаганимиздек, ахборотни тарқатувчини аниқлаш қийинлашиб бориши билан ёлгон ахборотлар ҳам шунчалик кўпайиб боради. Ушбу фикрни психологлар ҳам тасдиқлашди. *Инсонларнинг сохта ва ёлгон ахборотларга тез ишонувчанлиги 11%* лик натижа билан кейинги

ўринни эгаллади. Тан олиш керакки, юртимиз аҳолисининг ахборотдан фойдаланш иммунитетни тўлиқ шаклланмаган. Хуқуқни муҳофаза қилувчи ходимларнинг сустваклиги 6%лик натижани ташкил этди. Ва бошқа ҳолатлар дегувчилар 7% ни ташкил этди.

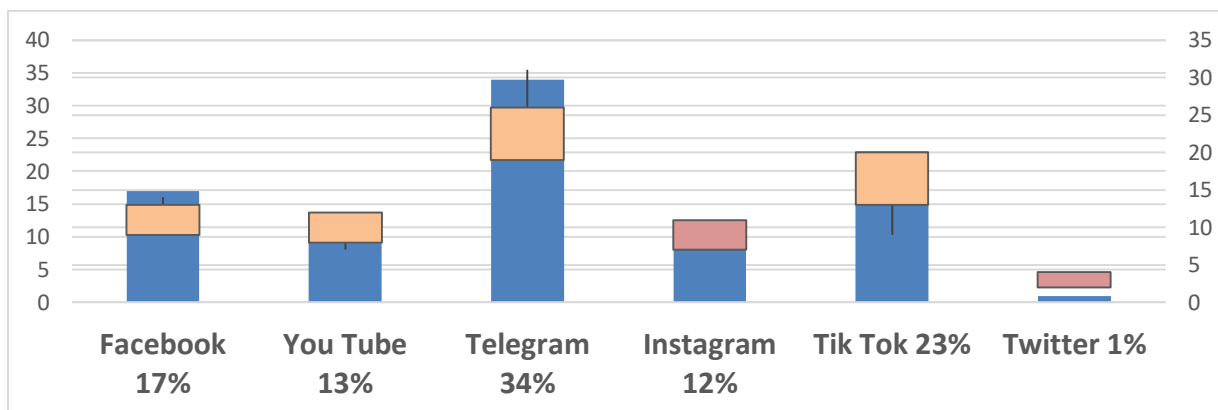
Аҳолининг ахборот саводхонлигини шакллантириш ҳозирги замон нуқтаи назаридан ҳар қачонгидан муҳим эканлиги барчамизга аён. Лекин буни қандай амалга ошириш кераклиги, қайси усулдан фойдаланиш кўпроқ самара келтиришини аниқлаш аниқ муҳим вазифадир. Шунинг учун мутахассисларга қуйидаги савол билан юзландик: *Сизнингча, аҳолининг ахборот олиш иммунитетини шакллантиришда қайси усул кўпроқ фойда келтиради? Ушбу саволнинг жавоби.*



Сўровнома иштирокчиларининг 36% мактаб таълим тизимига ахборот олиш иммунитетини шакллантириш маданиятини маълум фанлар таркибига бирлаштириш кўпроқ самарали дея таъкидлашди. Ушбу фикрни тўлдирган ҳолда шунини айтиб ўтмоқчимизки, ҳозирги кунда ахборот оқимидан энг кўп фойдаланувчи қатлам ёшлар. Шу сабабли, нафақат мактаб таълими, балки олий таълимдаги фанлар таркибига ҳам ахборот олиш иммунитетини бирлаштириш зарур. Масалан: мактаб таълимида информатика ёки она тили фанлари таркибига бирлаштириш мумкин. Шу орқали тез ва самарали натижага эришишимиз мумкин. Ушбу ҳолат давомий эмас маълум муддатга мўлжалланиши керак (масалан: беш йил). Ушбу жараён ўз самарасини

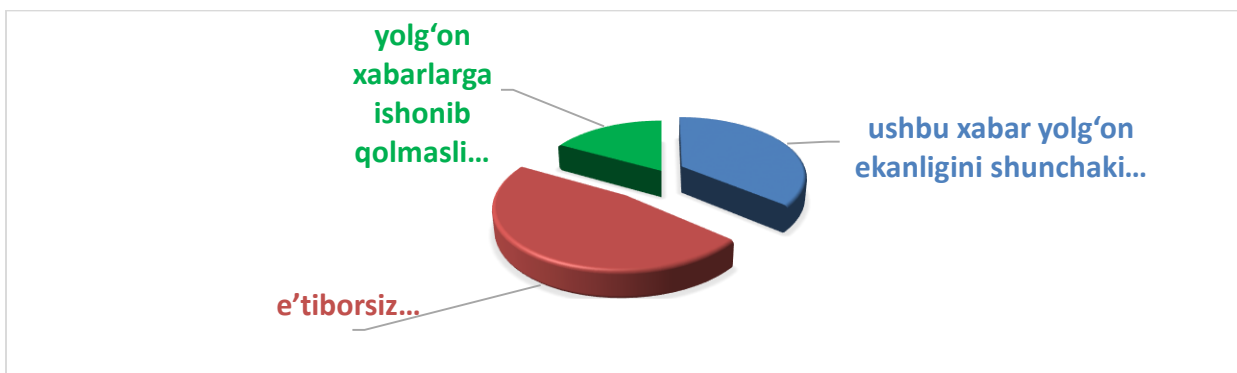
бергандан кейин, босқичма-босқич фанлар таркибидан чиқарилади. Кейинги натижани *телевидение орқали (қисқа видео ролик, ижтимоий реклама ва б.)* 23% овоз билан эгаллашди. Бунда юртдошларимизнинг асосий қисми кўп вақтини телевизор томоша қилиш билан ўтказиши асос сифатида олинди. Ушбу ҳолатда юртимизнинг чекка ҳудудларидаги аҳолининг ёши катта катламларига ҳам таъсир ўтказиш осонлашади. Кейингиси эса кун.уз, дарё.уз ва б. 16% қатнашувчи томонидан мақбул сифатида кўрилди. *Интернет ва ижтимоий тармоқлардаги давлат идоралари расмий саҳифаларида кенг тушунтиб ўтиш 13%*, радио орали 4% ва бошқа 8% қатнашувчилар томонидан фойдали усул дея белгиланди.

Ижтимоий тармоқларнинг қайси бири ёлгон ва сохта хабарларни тарқатиши учун қулай воситага айланган? – деб берилган саволга жавоблар кўйидагича бўлди.



34% қатнашувчи Телеграм ижтимоий тармоғини ёлгон ва сохта ахборотларнинг тарқалишда қулай воситага айланиб қолган дея белгилашди. Шахсий кузатувларимиз ҳам Телеграм ижтимоий тармоғи орқали ёлгон ахборотлар кенг тарқатилаётганига гувоҳ бўлмоқдамиз. Бунинг олдини олиш мақсадида ижтимоий тармоқлар, айниқса телеграм тармоғида ахборотлар манбасини аниқлаш ва ёлгон ахборотларни фарқлай олиш кўникмасини шакллантириш учун тизимли ишлар амалга оширишни тавсия этамиз.

Яқинларингиз, танишларингиз сизга ёлгон хабар жўнатганда нима қиласиз? Саволнинг жавоблари қайидаги диаграммада берилган.



Ушбу ҳолатдан шуни хулоса қилсак бўладики, жамиятда ёлғон ахборотларни билмасдан тарқатганда у инсонга ушбу хабарнинг ёлғон эканлиги, ёлғон хабарларни фарқлай олиш мумкин эканлигидан асосан ҳеч ким хабардор қилмас экан. Бу эса бундай жараён такрорланишига имкон беради. Бир сўз билан айтган жамиятнинг ахборот олиш имунитетини шакллантиришда барча бирдай ҳаракат қилмоғи зарур.

Дарҳақиқат, XXI аср том маънода юксалиш, ривожланиш даврига айлангани билан, афсуски, сиёсий низолар, қуроли тўқнашувлар, давлатлар ўртасидаги урушлар, террористик ва экстремистик ҳаракатлар тўхтагани йўқ. Инсонлар онгини заҳарлаш орқали улардан қурол сифатида фойдаланиш ҳар қачонгидан ҳам кўпайиб бормоқда. Бунда асосий вазифани интернет ва ижтимоий тармоқлар ҳамда ОАВ орқали узатилаётган ёлғон ахборотлар бажармоқда. Мамакатимизда ушбу ҳолатнинг олдини олиш учун амалга оширилаётган ишлар таҳсинга лойиқ. Аммо юртдошларимиз ушбу ахборот оқимларидан тўлиқ ҳимоялангани йўқ. Бундан ташқари бугунги кунда ижтимоий тармоқларда ёлғон ахборотларга учиб, фирибгарлик ва таъмагирлик ҳолларига тушиб қолган шахслар жуда кўп учрамоқда.

Таъкидлаш жоизки, бугунги кунда ёлғон хабарлар қуйидаги турларига ажратилмоқда:

- 1) *тўлиқ ёлғон* (absolyut) – англаган ҳолда буткул ёлғон ахборот бериш;
- 2) *қисман ёлғон* – бошқа тўғри манбалар қаторида реал воқеликка тўғри келмайдиган битта ёлғон билан асосланмаган ахборот тайёрлаш;

3) *сукут сақлаш* орқали бериладиган ёлғон – муаллиф содир бўлган реал воқеликга мос фактларни билади, аммо аудиторияга муайян образ билан таъсир кўрсатмасликка ҳаракат қилади.

Шуни айтиб ўтиш керакки, бизнинг давримизда “feyk” хабарларни яратиш бўйича кучли техник воситаларнинг жуда ривожланганлиги туфайли нияти бузуқ “сторителлер”лар ҳамиша замонавий технологиялардан фойдаланиб, реал воқеликка мос келадиган ва ҳақиқатга ўхшайдиган ёлғон материалларни яратадилар. Бундай мақсадни амалга оширишга *Photoshop, Adobe Illustrator, AdobeAfterEffect, AdobeInDesign* видеомонтаж ёки график дастурларни мисол қилиб келтириш мумкин. Уларнинг ёрдамида дунёнинг ёлғон манзарасини яққол кўрса бўлади. Айниқса, турли хил овоз ва тасвир воситалари қўшилганда улар яна ҳам ҳақиқий ва ишончли ахборотга айланади.

Ташвиқот, фейк ахбороти, пранкинг, рақамли тажовуз, троллинг ва ҳ.к. ходисалар оқибатида медиамакондаги бузилишлар туфайли журналистика соҳасида ҳозирги пайтда инқироз кучайиб бормоқда. “Ортиқча ахборот” “ахборот мавҳумлиги”ни келтириб чиқармоқда. Ушбу воситалар ёрдамида онг билан манипуляция қилиш шунга олиб келадикки, аудиториянинг “танқидий автономияси” мавжуд эмаслиги туфайли дунёда ҳар қандай маълумотларни “ютиб юбориш” кучаймоқда.

Хулоса қиладиган бўлсак, ёлғон ва сохта ахборотларнинг тарқалишида қуйидаги муаммолар мавжуд:

- юртдошларимизнинг ахборот олиш имунитети тўлиқ шаклланмагани;
- оммавий ахборот воситаларининг ахборотни биринчи бўлиб барчага етказиб беролмаётгани;
- давлат идораларининг расмий матбуоти аҳолига маълумотларни вақтида етказиб беролмаётгани;
- юртдошларимизнинг ахборот олиш имунитетини шакллантириш учун тизимли ишлар амалга оширилмаётгани.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. 2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг Тараққиёт стратегияси тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январь ПФ-60-сон Фармони. Lex.uz
2. Сорокин П.А. Система социологии. – Москва: Астрель, 2008. – 1003 с.
3. Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. – Москва: Наука, 1957. – 244 с.
4. https://www.gazeta.uz/oz/2019/12/08/media-freedom/?utm_source=push&utm_medium=facebook#