

АХБОРОТ АГЕНТЛИКЛАРИ ФАОЛИЯТИДА МАНИПУЛЯЦИОН СТРАТЕГИЯЛАР АҲАМИЯТИ

Нодира Азизовна МУСАЕВА

таянч докторант
Ўзбекистон Журналистика ва
оммавий коммуникациялар университети
Тошкент, Ўзбекистон
an_nodira@mail.ru

Аннотация

Ушбу мақолада манипуляциянинг нима эканлиги ва аудитория онгига таъсири даражаси, бунда ахборот агентликларининг тутган роли ва аҳамияти ўрганилади.

Таянч сўзлар: ахборот агентликлари, манипуляция, оммавий коммуникация, “Ассошиэтед Пресс”, аудитория фикри.

ВАЖНОСТЬ МАНИПУЛЯЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ

Нодира Азизовна МУСАЕВА

Базовый докторант
Университет журналистики и
массовых коммуникаций Узбекистана
Ташкент, Узбекистан
an_nodira@mail.ru

Аннотация

В этой статье рассматривается что такое манипуляция и степень ее влияния на сознание аудитории, роль и значение информационных агентств.

Ключевые слова: информационные агентства, манипуляции, массовая коммуникация, Assoshieted Press, мнение аудитории.

Инсоният тараққиётининг дастлабки босқичлариданок, одамларда бир-бирига таъсир кўрсатиш, ўз фикрини атрофдагиларга сингдириш эҳтиёжи вужудга келганини кузатамиз. Жамиятдаги ҳеч бир шахс ёки инсон ўз-ўзича, бошқалар босиб ўтган йўллардан юрмай туриб яшаши мумкин эмас. Мазкур табиий жараёнда кимдир бошқарувчи, кимдир бошқарилувчи вазифасини бажаради.

Немис файласуфи, неофрейдизм намоёндаларидан бири Эрих Фромм жамият вакилларининг ўзаро муносабатларини, одамлар устидан ҳукмронлик қилиш ёки аксинча, бировлар измига бўйсунуш иштиёқини қуйидагича

таърифлаган: “...улар бошқаларнинг буйруқларига осонгина итоат қиладилар, гарчи бу ўзларига зарар келтирса-да. Қатъият билан айтилган ҳар қандай аҳмоқона фикрга эргашадилар, саркарда айтдими, бас, вайронкорликдан бошқа нарса бўлмаган урушга ҳам отланаверадиладар... Ўз фикрларида собит турувчи, оломон иродасига қарши бора оладиган инсон, қоида эмас, кўпроқ истисно тарзида учраши мумкин”[6,56].

Шахс тафаккури, эътиқоди ҳамда кадриятларига ошкора ёки яширин босим ўтказиш, баландпарвоз сўзлар билан уни муайян ғояга оғдириш турли мақсадларни амалга ошириш учун кенг имконият эшикларини очади. Бунда оммавий ахборот воситалари билмай (кўпроқ тажрибага эга бўлмаган журналистлар) ёки билган ҳолда кенг кўламли ёрдамчи-воситачи вазифасини бажаради. Зеро, омма онгини бошқаришда медиа ва медиа технологиялари энг қулай ва тезкор воситадир.

Манипуляция сиёсий ҳамда коммуникацион технология сифатида ўз мавқеи ва ўрнига эга. Айни вақтда кимнингдир манфаатини ҳимоя қилмайдиган, аудиторияни у ёки бу фаолиятга (ёки фаолиятсизликка) ундамайдиган журналистни топиш жуда қийин. Ахборот олиш ва тарқатиш имкониятлари кенгайган, рақобат кучайган бир шароитда буни табиий ҳол деб қабул қилиш керак. Ахборот сиёсий ҳаётнинг ажралмас бўлагига айланиб бўлди ва у “давлат фаолиятида бошқарувчилик кучини сезиларли даражада намоён қилади. Бунда ахборот ҳам демократик ҳокимият манбаи, ҳам сиёсий тизим ва жараёнларни бошқариш омили бўлиб майдонга чиқади”[4,71]. Халқаро ахборот агентликларини кузатиш жараёнида юқоридаги жараёнлар авж олганини кўриш мумкин. “Ассошиэтед Пресс”, “Рейтерс”, “Итар Тасс” каби йирик ахборот агентликлари фаолиятида ахборот жамиятни бошқарувчи куч эканини ва ҳатто давлатлар ўртасидаги сиёсий жараёнларда ҳам роли мавжуд эканини кўриш мумкин.

Бевосита манипуляция сўзининг луғавий маъноси ҳам қандай бўлмасин эътиборни жалб қилиш эканини изоҳлайди. “Хорижий сўзлар луғати”да берилган маълумотга кўра, манипуляция (*фр. Manipulation — лот. Manipulatio*

— manipulus, яъни “*ҳовуч, сиқим*”) — 1) қўл ҳаракати, у орқали кўзланган мақсадни амалга ошироқ; 2) кўзбойламачилик (*фокус кўрсатмоқ*), қўлнинг фавқулдда эпчиллиги эвазига томошабинлар нигоҳини шамғалат қилоқ, бир лаҳза фикрлашдан тўхтатиб қўймоқ; 3) яширинча фирибгарлик, найранг сингари маъноларни англатади. Оммавий ахборот воситалари фаолиятида қўлланилиши нуқтаи назаридан, манипуляцияни “одамлар ақлини чалғитувчи”, “фикрни беқарор ҳолатда ушлаб турувчи куч таъсирига тушириш”, дея баҳолаш мумкин.

Ахборот агентликларида манипуляция жараёнлари ўзини қуйидагича намоён қилиши мумкин:

1. Агентлик тахририятининг мафкуравий кўрсатмалари призмасидан ўтиш мумкин бўлган фақат маълум турдаги маълумотларни танлаш ва тақдим этиш.

2. Муайян тасвир ёки муҳитни яратиш учун мўлжалланган муайян мавзу ва ҳодисаларга кучли урғу (таъкид) бериш.

3. Ахборотни томошабинлар учун жозибадор бўлиши мумкин бўлган, лекин воқеалар моҳиятини тўлиқ акс эттирмайдиган шов-шувли ёки ҳайратланарли сарлавҳалар форматида тақдим этиш.

4. Маълум бир нуқтаи назарни қўллаб-қувватлаш учун маълумотни фақат шундай нуқтаи назарни тасдиқловчи манбалардан фойдаланган ҳолда танлаш.

5. Мифларни яратиш ва ҳақиқатда унчалик аҳамиятли бўлмаслиги мумкин бўлган воқеаларнинг аҳамиятини ошириш. Бу томошабинлар эътиборини жалб қилиш ва кўришлар “лайк” босишлар сонини ошириш учун амалга оширилиши мумкин.

6. Ҳиссий қўзғатиш ва ёлғон дилеммалар яратиш каби манипуляция усулларида фойдаланиш. Мисол учун, маълум бир нуқтаи назарни қўллаб-қувватламаганларга “бефарқ”, деган айбловни қўйиш. Бу тактика кўпинча гуруҳларнинг сафарбарлигини таъминлаш ва одамларни маълум бир фикр ёки мафкурага обуна бўлишга ишонтириш учун ишлатилади.

7. Ноқулай фактларни ёки нуқтаи назарларни яшириш учун маълумотни бир томонлама тақдим этишдан фойдаланиш. Бу, шунингдек, маълум бир мафқурани қўллаб-қувватлаш ёки обрўсини ошириш учун ёлғон маълумотларни нашр этиш ёки сохталаштирувчи фактларни ўз ичига олиши мумкин.

8. Оммани манипуляция қилиш учун унинг ҳис-туйғулари ва стереотипларидан фойдаланиш. Бу, шунингдек, жамоатчилик фикрини манипуляция қилиш ва рационал таҳлилга эмас, балки ҳиссий таассуротга асосланган реакцияга сабаб бўлиш учун стереотиплар ва нотўғри қарашлардан фойдаланишни ўз ичига олиши мумкин.

9. Тарғибот орқали ҳақиқатга зид бўлган нотўғри қарашларни шакллантириш. У эркин фикрни бостириши ва ахборотга киришни чеклаши мумкин, бу эса эркинлик ва демократиянинг чекланишига олиб келади. Бундан ташқари, ташвиқот жамоатчилик фикрини манипуляция қилишга ва унинг йўналишини назорат қилишга уринаётган турли гуруҳлар ва ташкилотлар учун муҳим бўлиши мумкин.

Ахборот агентликларида кўриладиган манипуляция жараёнларига мисоллар:

1. Ахборотни танлаш. Ахборот агентликлари аудиторияга қандай маълумотларни тақдим этишни танлаш имкониятига эга. Улар тингловчиларда қўрқув ва хавотир ҳиссини уйғотиш учун энг салбий янгиликларни танлашлари ёки аксинча, иллюзия яратиш учун фақат ижобий маълумотларни тақдим этишлари мумкин. Маълумотларнинг бундай узатилиши истеъмолчиларда ҳақиқатга фақат бир томонлама қарашга олиб келиши мумкин.

2. Фрейминг. Бу ахборотни манипуляция қилиш усулларида бири, унинг талқин қилиш доирасини ўзгартиришдир. Ахборот агентликлари аудиторияни маълум эътиқод ва фикрларга ишонтириш учун маълум иборалар ва атамалардан фойдаланиши мумкин. Масалан, “хужжати йўқ муҳожирлар”

ўрнига “ноқонуний муҳожирлар” атамасини қўллаш томошабинларнинг ушбу гуруҳдаги одамларни салбийроқ қабул қилишига сабаб бўлиши мумкин.

3. Манбаларни танлаш. Бу ахборотни манипуляция қилишнинг яна бир усули бўлиб, маълум бир нуқтаи назарни қўллаб-қувватлайдиган манбаларни танлашдир. Бунда ахборот агентликлари объективроқ маълумот бериши мумкин бўлган бошқа манбаларни ҳисобга олмайди. Бу талаб қилинадиган маълумотларнинг бузилишига ва ҳодисалар ёки фактларнинг нотўғри тақдим этилишига олиб келиши мумкин.

4. Туйғулардан фойдаланиш. Бунда маълумотни манипуляция қилиш ҳиссиётлардан фойдаланиш орқали содир бўлиши мумкин. Масалан, қўрқув ёки ғазабни уйғотадиган сўзларни ишлатиш.

5. Контекстга эътибор бермаслик. Бунда ахборот манипуляцияси маълумот тегишли контекстсиз тақдим этилганда содир бўлиши, бу эса унинг маъносини бузиши мумкин. Масалан, сиёсатчининг нутқидан керакли парчанинг ўзи кесиб олинishi натижасида бутун нутқнинг маъноси ўзгариши ва унинг позициясини нотўғри ёки бузилган қилиб кўрсатиши мумкин.

6. Фактларни рад этиш, Бунда ахборот манипуляцияси тасдиқланган фактларни инкор этиш ёки эътиборсиз қолдиришни ўз ичига олиши мумкин, бу эса обуначиларда нотўғри таассурот қолдириши ва вазиятни нотўғри баҳолашга олиб келиши мумкин.

Юқорида келтириб ўтилганларнинг барчаси ҳам ахборот агентликлари фаолиятида мунтазам учраб турмаса-да, бироқ глобал ахборот жамиятида омон қолиш учун ўз манфаати йўлида ноҳолисликка йўл қўйилаётганини, ахборотни бузиб кўрсатиш, ёки нотўғри маълумот узатиш каби ҳолатларни ҳам учратиш мумкин Шунингдек, тадқиқот давомида яна бир ҳолат аниқланди. Яъни, ахборот агентликлари номидан ёлғон (фейк) ёки текширилмаган ахборотни тарқатиш ҳолатига ҳам дуч келинди. Ахборот агентликлари тарқатган маълумотларни чоп этаётганда, агентлик номи келтириб ўтилиши кераклиги маълум. Бироқ агентлик номидан дезирформацияга йўл қўйиш жиноят ҳисобланади. www.malaysianow.com

сайтига жойланган мақолада[12]“Франс Пресс” ахборот агентлиги номидан коронавирус оқибатида ҳалок бўлганлар, фаолияти тўхтатилган ташкилотлар ҳақида хабар берилади. Биз бу маълумотларни излаб, агентлик сайтини кўздан кечирдик. Афсуски, айнан шундай маълумотни топмадик. Бироқ, агентликда пандемияга оид миллионлаб хабарларни учратиш мумкин. Агар ҳар бир хабар ва маълумотни текширадиган бўлсак, бизда вақт ҳам, имкон ҳам мавжуд эмас. Аммо, пандемия туфайли ҳалок бўлганларнинг сони беркитилгани ёки сир тутилгани ёхуд аксинча, кўрилаётган талафотлар ва инқирозлар бўрттириб кўрсатилган ҳолатлар ҳам мавжуд. Бу вазиятда миллий ахборот агентлигимиз холисликни афзал кўрди. Халқаро агентлик веб-сайтларида пандемия тўғрисида кунига юзлаб ахборотлар, хабарлар жойланаётган бир пайтда миллий агентликларимиз сайтида жамият ижтимоий ҳаёти акс этган материаллар орасида бу огоҳликка чақирувчи хабар сифатида ёритилди.

Аксарият рус олимлари, С.Кара-Мурзанинг манипуляция ҳақидаги қарашларини қўллаб-қувватлаган ҳолда Ғарб, хусусан, Америка ОАВни “онгни заҳарловчи машина”, “руҳий террор воситаси” каби таърифлар билан ёнма-ён кўяди, аудиторияни эса ахборотни пасив қабул қилувчи кишилар уюшмасидан иборат, деб ҳисоблайди: “Муваффақиятли манипуляциянинг биринчи (эҳтимол асосий) шarti шундаки, кўп ҳолларда фуқароларнинг аксарияти хабарларнинг тўғрилигидан шунчаки шубҳаланиш учун на руҳий ва ақлий қуввати, на вақтини сарфлагиси келади. Чунки, пасив равишда ахборот “оқими” билан бирга “сузиш”, ҳар бир сигнални танқидий нуқтаи назардан қабул қилишга қараганда анча осон”[5,20].

Ахборот хуружлари уюштириш айбини океан орти мамлакатига юклаб кўйиш “амалиёти” миллий журналистикамизда, айниқса, интернет сайтларида ҳам яққол кўзга ташланади. “... кўп кутбли дунё тобора реаллашиб бормоқда. Лекин Ғарб ўша кўп кутбли дунёни ҳам ўз таъсир доирасидан чиқариб юбормасликни истайди ва манфаатларини ўз чегарасидан минглаб чақирим нарида ҳимоя қилиш учун жуғрофий сиёсат юргизади”[7].

“Маълумки, аксарият Ғарб журналистлари бирёқлама танқидга ҳийла ўч бўлади. Шов-шув, сенсация ҳукмрон бўлган муҳитда кимнидир бадном этиш, шаънини ерга уриш, одатий ҳол ўлароқ қабул қилинади. Баъзида эса бунга холислик ва жонкуярликдан кўра ғаразгўйлик майллари кўпроқ аралашади”[3]. Шов-шувли ҳамда сенсация хабарларига ўчлик ҳиссини Россия ахборот агентликларида кўпроқ кузатиш мумкин. Шунингдек, Россия оммавий ахборот воситалари мамлакатлар борасида, айрим ҳолларда жуда кескин ва бир томонлама фикрлайди ва баъзан бу тескари натижага олиб келиши ҳам мумкин. Масалан, лавозимидан туширилган Қирғизистон Президенти Курманбек Бакиевни “сиёсий мурда”га киёслаш, Қирғизистонни эса “қашшоқ Осиё мамлакати”[9] деб аташ – ахлоқ нормалари жиҳатидан тўғри эмас.

Манипулятив технологияларнинг асосий ютуғи шундаки, улар инсон ҳуқуқлари ёки журналистлик фаолияти билан боғлиқ қонунларнинг ҳеч бирига зид эмас. Фуқароларнинг ахборот олиш, сўз ҳамда фикр эркинлиги барча демократик давлатлар конституциясида, хусусан, Инсон ҳуқуқлари декларациясида ҳам аниқ белгилаб қўйилган. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот олиш кафолатлари ва эркинликлари тўғрисида”ги қонунида ҳар кимнинг ахборотни излаш, олиш, тадқиқ этиш, узатиш ва тарқатиш ҳуқуқи давлат ҳимоясида эканлиги таъкидланган. Шунингдек, худди шу Қонуннинг 9-моддасида “Давлат органлари, фуқароларнинг ўзини ўзи бошқариш органлари, жамоат бирлашмалари, корхоналар, муассасалар, ташкилотлар ва мансабдор шахслар давлат сирини ёки қонун билан қўриқланадиган бошқа сирдан иборат ахборотни беришлари мумкин эмас”[1], дея қайд этилган. Бироқ, ахборотни узатиш жараёнида қайсидир фактга урғу бериб, бошқасини эътиборсиз қолдириш, мазмунан бир-бирига яқин сўзлардан фойдаланиш, оммани у ёки бу ғоянинг тўғрилигига ишонтириш ҳеч бир ҳуқуқий ҳужжат ёки қонунда тақиқлаб қўйилмаган. Айнан шу ҳолат орқали халқни эргаштира олишни ўзбек миллий ахборот агентлигида кузатиш қийин бўлсада, бироқ жаҳон ахборот агентликлари бу жараёнда етакчилик қилмоқда. Кўпгина

мутахассислар ушбу масаланинг ечими миллий ОАВ фаолиятига боғлиқ деб ҳисоблайди: “глобал ахборот маконидаги ахборотнинг аксарият қисми ижтимоий онгга, шахс, жамият ва давлатга салбий таъсир этувчи – “манфаат ташувчи”, манипулятив ахборот эканлиги билан тавсифланади. Демократия шароитида глобал инфомакон жуғрофий-сиёсий қарама-қаршилик майдонига айланади ва бу вақтда миллий ахборот тизимининг бош вазифаси – шахс, жамият ва давлатни мазкур майдоннинг салбий таъсиридан сақлаш бўлади”[4,71].

Албатта, турли жамоаларда индивиднинг руҳий ҳолати ҳам турлича ўзгаришини ҳисобга олиш керак. С.Московичи бу борада қуйидаги хулосаларга келади:

- 1) аудитория - ижтимоий воқелиқдир;
- 2) индивидлар омманинг таъсири остида у билан қоришиб, яхлит бирликка айланади;
- 3) онгга сингдириш(гипноз) — омма етакчисининг асосий қуролидир [10].

“Омманинг тафаккури, гарчи теран бўлмаса-да, ўзи яшаётган тузумга хос хусусиятларни акс эттириб боради. Оддий халқ ҳар қандай барқарор тузумнинг ҳукмрон мафқурасига хос плюрализмга мойил бўлади. Шу боис, мавжуд тузумга нисбатан оммавий норозиликлар тарихда жуда кам учрайди. Кўпинча бундай норозиликлар ижтимоий мафкура (тафаккур) даражасида эмас, балки ижтимоий психология (кайфият, ҳис-ҳаяжон) кўринишида юзага чиқади ва баъзан вазиятга қараб амалда стихияли ғалаёнлар, кўзғолонлар, инқилобий ҳаракатларни қўллаб-қувватлашга айланиб кетиши мумкин. Бирок бу ҳолатлар тафаккур эркинлигини эмас, аксинча, қарамлигини кўрсатади”[8,69].

“Синхуа”, “Ассошиэтед Пресс” каби йирик ахборот агентликлари айнан муваффақиятли манипуляциядан фойдаланган ҳолда ўз халқини ўз ахборотиغا ишонишга мажбур қилади. Ҳар қандай ахборотни ўзи учун фойдага ишлатишни кўзлайди ҳамда бунга эришади. “Муваффақиятли манипуляцияга

эришиш учун аудиториядаги диққат интенсивлиги ва мувозанати каби омилларни инобатга олмоқ зарур. Улар инсонларнинг ёши, касби, малакаси ҳамда ақлий тайёргарлигига боғлиқ. Шунингдек, манипуляторнинг техник базаси ҳам ўта муҳим. Масалан, бир вақтнинг ўзида мусиқа, матн ва ҳаракатдаги визуал тасвирларни узатиш орқали телевидение юқори даражадаги таъсир кучига эга бўлади. Унда томошабин диққатини жамлаш, тарқатиб юбориш ва бир объектдан бошқасига олиб ўтиш имконияти мавжуд”[2,56].

Оммавий коммуникация воситалари, шунингдек, ахборот агентликларининг кенг қамровли фаолияти онга таъсир этиш орқали амалга оширилади. Бироқ, бу билан ОАВ – манипуляцион ускуна деган хулосага келиш нотўғри. Ҳар қандай ахборот инсон онгига етиб боргач, унга озми-кўпми таъсир кўрсатади. Гоҳида ҳатто қуруқ фактларнинг ўзи ҳам кишилар тасаввурини ўзгартиришга хизмат қилади. Ёлфон ахборотларни ижтимоий тармоқларда тез тарқалиб кетишининг олдини олиш учун ҳам ахборот агентликларидан олинган ахборот ишончли ҳисобланади. Шу нуқтаи назардан ахборот агентликлари ахборотнинг ишончли манбаидир.

Мақсадлари нуқтаи назардан, манипуляцияни қуйидаги йўналишларга ажратиш мумкин:

1. Тижорий мақсадларни кўзда тутган манипуляция.
2. Давлатнинг ички сиёсати (уни қўллаб-қувватлаш ёки қоралаш) билан боғлиқ манипуляция.
3. Бошқа давлатлар устидан сиёсий ҳукмронлик ўрнатиш йўлидаги манипуляция.

ОАВнинг айни пайтдаги фаолияти асосан шу уч турдаги манфаатлар ҳимоясидан иборат, десак, хато бўлмас. Албатта, булар орасида энг кўп тарқалгани – тижорий манипуляция ҳисобланади. “Тижорий ва сиёсий характердаги ахборот истеъмолчига аксарият ҳолларда “бепул” тақдим этилади, чунки уни тайёрлаш ва аудиторияга етказиб бериш жараёни “буюртмачи”лар ҳисобидан амалга оширилади. Истеъмолчи эса бироз

кейинроқ, реклама қилинаётган товарни харид қилиш ёки таклиф этилаётган ғояларни ҳаётда қўллаш орқали “товон” тўлайди”[11].

Ахборот, у қанчалик объектив бўлмасин, барибир инсон онгига, қарашларига таъсир этади. Демак, манипуляция табиий жараён, кўп ҳолларда у табиий равишда, ўз-ўзидан вужудга келиши ҳам мумкин. Бунинг учун махсус технологияларни ишлаб чиқишга, минглаб илмий асарлар яратишга ҳожат ҳам йўқдек кўринади, аслида.

Ғарб мутахассислари ва тадқиқотчилари манипуляция қилишда шаклланган тенденцияларни таҳлил қилиш, уларнинг оқибатларини олдиндан кўриш катта аҳамият касб этишини таъкидлайди. Улар манипуляцияни моҳиятан теран тушунган ҳолда унинг технологиялари давлатларнинг ички ва ташқи сиёсатида кенг қўлланилаётганини инкор этмайди. Шу сабабли, мазкур феноменни ўрганишга ва уларни чуқур таҳлил қилишга эътибор қаратадилар. Зеро, сўз ва ахборот ёрдамида манипуляция қилиш одамларни бошқаришнинг энг осон ва самарали йўлларида бири ҳисобланади.

Хулоса қилиб айтганда, ахборот агентликлари турли усуллар билан жамоавий онгни назоратда ушлаб туришга хизмат қилади ва унинг бу вазифаси бугун пайдо бўлгани йўқ. ОАВ аввалданок онгга йўналтирилган мақсадли таъсир этиш воситаси эди. Бугунга келиб, таъсир этишнинг янгича технологиялари, усуллари пайдо бўляпти холос. ОАВ мажбурлаш, босим ўтказиш эмас, айнан оғдириш, эътиборни жалб қилиш, руҳий-эмоционал таъсир ўтказиш усулларида фойдаланмоқда. Омmani руҳий босим остида ушлаб туриш, даҳшатга солиш, ишонтириш, фактларни бир томонлама ёритиш, “бузиб” кўрсатиш, фикрни бир ахборотдан бошқасига чалғитиш, кераксиз маълумотларни бериш, кўнгилочар, эмоционал таъсири жуда юқори бўлган дастурларни узатиш ва бошқалар шулар жумласидан.

Бугунги глобаллашув даврида оммавий ахборот воситаларининг манипулятор сифатидаги имкониятлари янада кенгайди. Манипулятив механизмлар ахборот урушларининг ажралмас қисмига айланиб улгургани ҳар

бир ривожланган мамлакатда бу мавзуга оид илмий-тадқиқот ишларининг олиб борилишини тақозо этмоқда.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Ахборот олиш кафолатлари ва эркинликлари тўғрисида: Ўзбекистон Республикасининг 1997 йил 24 апрель Қонуни. WWW.Lex.uz
2. Доценко Е. Л. Психология манипуляции. Феномены, механизмы, защита. – Москва, 1996.
3. Ёқубов С. Ахборот жамияти: ҳаёлот эмас, ҳақиқат // Tafakkur, 2007. – № 4.
4. Каримов Ф. Демократия ва миллий ахборот тизими // Tafakkur, 2010, – № 2. – Б. 71.
5. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.осква: Эксмо, 2003.
6. Фромм Э. Духовная сущность человека. Способность к добру и злу. – Москва, 1988.
7. Низомов Ф. Манфаат ва холислик // Tafakkur, 2009. – № 3.
8. Эркаев А. Тафаккур эркинлиги // “Tafakkur, 2005. – № 2. – Б. 69.
9. Юрьев В. Киргизии помогут наши военные? // АиФ, 2010. – №25.
10. www.coob.ru/moskovichi_s/
11. <http://www.33333.ru/public/manipula.php?st=2>
12. “Global Covid-19 death toll passes 2 million”, January 16, 2021 7:22 AM//<https://www.malaysianow.com/out-there-ow/2021/01/16/global-covid-19-death-toll-passes-2-million>