

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING SIYOSATDA TUTGAN O'RNI**Sulaymonov Jasurbek Ilhomjon o'g'li**

O'zbekiston Milliy Universiteti, Xorijiy filologiya fakulteti,

Filologiya tillarni o'qitish ingliz tili yo'nalishi talabasi.

Gmail: sulaymonovjasurbek98@gmail.com

***Annotatsiya:** Yangi globallashuv davrida OAV muhiti dinamik va demokratik boshqaruv va siyosat uchun jiddiy oqibatlarga olib keladigan yangi, ba'zan kutilmagan usullarda rivojlanishda davom etmoqda. Ommaviy axborot vositalari hukumat institutlarining faoliyat yuritish usullarini, siyosiy yetakchilarning muloqot qilish usullarini, saylovlarga qarshi kurash usullarini va fuqarolarning ishtirokini tubdan o'zgartirdi. Ushbu maqolada ommaviy axborot vositalarining siyosiy hayotdagi roli va oqibatlari batafsil ko'rib chiqiladi.*

***Kalit so'zlar:** demokratiya, dezinformatsiya, globallashuv, axborot, siyosat, jamiyat, davlat, plyuralizm.*

Kirish.

Ommaviy axborot vositalari har bir davlat va jamiyatda ma'lum darajada rivojlanib bormoqda. Ayniqsa so'ngi o'ttiz yilda demokratik va so'z erkinligi ta'minlangan davlatlarda siyosiy elita bilan bir qatorda OAV yangi bosqichga ko'tarilmoqda. Ommaviy axborot vositalari evolutsiyasidan keyin u to'g'risidagi qonunlar tahrir qilinmoqda. Davlatlar yuritayotgan siyosatni jamiyatga tadbiiq qilish va jamiyatning davlat yuritayotgan siyosatga munosabatlarini bildirishda OAV o'zni tobora ortib bormoqda. Zero, mamlakatning OAVlarining holisligini va so'z erkinligini ta'minlashi va yaxshilashi nafaqat ijtimoiy va siyosiy farovonlik kaliti, balki uning xalqaro maydondagi mavqeiga ham ta'sir qiluvchi omil ham bo'lmoqda.

Tadqiqot metodologiyasi.

Maqolada ommaviy axborot vositalarining siyosatda turgan o'rnini va vazifalari muhokama qilindi. Uning asosiy tarkibiy omillari va qismlari tasniflandi. Dunyodagi demokratik mamlakatlarda ommaviy axborot vositalari faoliyati tahlil qilindi. Ommaviy axborot vositalarining siyosiy saylovlarga ijobiy va salbiy ta'siri o'rganildi.

Tahlillar va natijalar

Ommaviy axborot vositalari evolutsiyasi: Ommaviy axborot vositalarining ilk rivojlanishlaridayoq uning davlat va siyosatga ta'siri ortib bordi. O'tgan asrda 60-yillarida olimlar bir qancha izlanishlar olib borishgan. Jumladan, Kanadalik faylasuf Marshall McLuhan ommaviy axborot vositalarining ikki turini aniqladi. Bular "issiq" va "sovuq" media deb atalgan. Issiq va sovuq muhit o'rtasidagi farqlarini va bir vosita boshqa vositaning mazmunini tarjima qilish usullarini muhokama qiladi. Qisqacha aytganda, "vosita mazmuni har doim boshqa vositadir" deb ta'kidlaydi. (Marshall McLuhan Understanding Media: The Extensions of Man)

Ommaviy axborot vositalari o'tgan asrning boshlarida yangi bosqichga ko'tarildi. Bunda radioni kashf etilishi turtki bo'ldi. O'sha davrda ommaviy axborot vositalarining ikki turi mavjud edi:

1. Broadcasting media
2. Print media^(2sparknotes.com)

Bu rivojlanishda gazeta va jurnallarning ham ta'siri katta bo'lgan. O'sha davr siyosiy voqealari, saylov kompaniyalari va urushlar tafsilotlarini jamoatchilikka yetkazishda muhim o'rin tutgan. Keyinchalik, o'tgan asrning o'rtalariga kelib televideniyaning rivojlanishi axborot oqimini ma'lum darajada televideniya ko'chirdi.

1980-yillar oxirida yangi bir ommaviy axborot vositasi turi paydo bo'la boshladi. Bu ommaviy axborot vositalarining uchinchi guruhini shakllantirdi va bu ommaviy axborot vositalarining yangi guruhi "Social Media" deb atala boshlandi. Bu davrga kelib siyosatchilar va jamoatchilik hukumat nazorati ostidagi mediadan internet tarmoqlarida erkin va istalgan ma'lumotlarini olish imkonini berdi. Saylov oldi

tashviqotlarida A.Q.Sh.ning 44-prezidenti Barak Obama ilk marotaba o'zining web-portalini yaratadi. U yerda jamoatchilik o'z fikr va mulohazalarini qoldirish imkoni ham bor edi.

Yangi ommaviy axborot vositalarining paydo bo'lishidan oldin kuzatuvchi rolini, asosan, jiddiy, siyosiy qonunbuzarliklar bilan bog'liq faktlarni ochishga qaratilgan, o'qitilgan jurnalistlar bajargan. Hozirga davrga kelib esa istalgan shaxs ijtimoiy tarmoqlarda siyosiy va ijtimoiy hodisalarni kuzatib borishi mumkin. Shuning bilan birga bu hodisalarga o'z mulohaza va noroziligini bildirish imkonini berdi.

Qadimda imkoniyati yuqori bo'lgan shaxslar 6 kilometr radiusda bevosita axborot olish yoki unga ta'sir qilishi mumkin edi. Unday shaxslar yuqori martabali insonlar, qirollar yoki shahardan shaharga borib savdo qiladigan savdogarlar bo'lgan. Yangi ommaviy axborot vositalari, ijtimoiy tarmoqlar paydo bo'lgandan so'ng dunyoning u chetidan bu chetiga axborot yetib kelishi o'rtacha olti sekund vaqt oladi.

Siyosiy axborot bilan ta'minlash

Aqlli siyosatchilar siyosatga ta'sir uchun yangi ommaviy axborot vositalaridan foydalanishga harakat qilishgan. Franklin D.Ruzveltning radiodagi nutqi jamoatchilikning katta qismini tinglangan. Jon F.Kennedining televideniya dan foydalanishi hukumat va jamiyatning o'rtasidagi tafovutni yo'qqa chiqarishga katta qadam bo'lgan. Va bu katta siyosiy muvaffaqiyat sari ilk qadamlardan biri bo'lgan.⁽³⁾The New York Times)

Ommaviy axborot vositalarining tizimining murakkabligi ma'lumotlar xilma-xilligini vujudga keltiradi. Yangi davrda bu xilma-xil axborotlarni ajratib turuvchi chegaralar tobora chigallashib bormoqda. Siyosiy axborotning sifati va miqdorining o'zgarishiga bir qancha sabablarni keltirish mumkin. Ommaviy axborot vositalarining texnologik imkoniyatlari kontentni cheksiz ko'rinishda targ'ib qilish imkonini beradi. Ijtimoiy tarmoqlar avvalgi media platformalardan keskin farq qiladigan tuzilishga ega.Ma'lumotlar uchinchi tomonning muhim filtrlashi, faktlarni tekshirish yoki tahririyat xulosasisiz uzatilishi mumkin. Bundan tashqari Google, Facebook va Twitter kabi media-kompaniyalar reklamadan daromad qilishga mo'ljallangan katta

auditoriyani o'ziga jalb qilishga qaratilgan. Siyosiy ma'lumotlar bilan insonlarni xabardor qilish bo'yicha davlat xizmatidan ko'ra, iste'molchilarni ijtimoiy media mahsulotlariga jalb qilish uchun ishlatiladi.

Misol uchun Amerika ommaviy axborot vositalari siyosiy muhitning tabiatiga qaratilgan bo'lib, bu yolg'on siyosatni targ'ib qiluvchi siyosiy kun tartibining paydo bo'lishiga turtki bo'ladi. Pew Research tadqiqot markazining 2017-yilgi tadqiqoti shuni ko'rsatdiki, demokratlar va respublikachilar o'rtasidagi asosiy siyosiy qadriyatlar, jumladan, hukumat roli, irq, immigratsiya, ijtimoiy xavfsizlik tarmog'i, milliy xavfsizlik, soliqlar va atrof-muhitni muhofaza qilish bo'yicha tafovut epik nisbatlarga ko'tarildi. Amerikaliklarning uchdan ikki qismi liberal yoki konservativ lagerlarga bevosita tushib qoladi, aholining bir qismi mafkuraviy pozitsiyalarni aralashtirib yuboradi.⁽⁴⁾Pew Research Center, 2017; Kiley, 2017).

Jamoatchilikning muhim qismi jurnalistlarni o'zlarining konservativ qadriyatlarini baham ko'rmaydigan elita sifatida qabul qiladi. Siyosiy tahlilchi Neyt Silver ta'kidlashicha, milliy matbuot siyosiy jihatdan bir xil, liberalizmga asoslangan holatda faoliyat yuritib, "Ta'sir o'tkazuvchilar" bilan bog'lanib qolgan. Uning ta'kidlashicha, asosiy ommaviy axborot vositalari ommaning keng doirasi bilan aloqada emas. 2016-yilda A.Q.SHda bo'lib o'tgan saylovlarda bu aniq bo'ldi, chunki meros bo'lib qolgan ommaviy axborot vositalari oliy ma'lumotli va daromadli doiralardan tashqaridagi odamlarning umidsizliklari va noroziliklari bilan samarali bog'lana olmaydi.⁽⁵⁾Camusy, 2016).

Yangi ommaviy axborot vositalarining saylovlarga ta'siri. Bugungi globallashuv davrida saylov jarayonlarini yoritib berishda va shaffoflikni ta'minlashda ommaviy axborot vositalari katta o'ringa egadir. Biroq avtokratik yoki diktatura shakldagi mamlakatda davlat nazorati ostidagi ommaviy axborot vositalari muxolifatning shakllanishiga yo'l qo'ymaydi va bunday ommaviy axborot vositalari ana shu mamlakatdagi diktator yoki avtokratlarni bir yoqlama ma'qullaydigan axborot tarqatadilar. Bunday axborot oqimlari siyosiy plyuralizmga qarshi yo'naltriladi.

Ijtimoiy tarmoqlarning siyosatga ta'sir o'tkazishi bugungi kunda nomzodlarning ijtimoiy tarmoqlarda qanchalar o'zining saylov kompaniyasini olib borishiga ham bog'liq. Agar saylov tashviqotlari noto'g'ri va jamoatchilik noroziligiga sabab bo'ladigan bo'lsa ijtimoiy tarmoqlar nomzodning ovozlar yig'ishiga salbiy ta'sir qilishi ham mumkin. Saylov tamoyillari to'liq demokratik institutlarga mos ravishda o'tadigan Qo'shma Shtatlarda Barak Obama o'zining birinchi siyosiy kompaniyasida ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish orqali Qo'shma Shtatlar prezidentligiga 2008-yilda saylandi. Pew Research Center ma'lumotlariga ko'ra, internet foydalanuvchilarning 74 foizi Obama saylov tashviqotlari vaqtida saylov yangiliklarini onlayn qidirgan. Bu o'sha paytda saylovchilarning 55 foizini tashkil qilardi

Shuni ta'kidlash lozimki, 2023-yilgi Turkiya prezindlik saylovlaridagi nomzod Muharram Inje o'zi to'g'risida soxta shahvoniy videolar internet tarmoqlariga sizdirilganligi va uni obro'sizlantirganligi uchun saylov kompaniyasini to'xtatdi va prezidentlikka nomzodini qaytarib oldi. Bu esa yangi ommaviy axborot vositalarining saylov jarayonlariga o'zining salbiy ta'siriga misol bo'la oladi.

Yolg'on axborot oqimi. Ilk ommaviy axborot vositalari ma'lumotlari maxsus tahrirlangandan so'ng ma'lumot jamiyatga uzatilgan. Bugungi internet tarmoqlari ma'lumotlarni tekshirish va ularning haqiqatga mos kelishida juda ham chigal vaziyatlarni keltirib chiqaradi. Amerikalik yozuvchi Ralf Keyes jamiyat haqiqatdan keyingi davrga kirganini kuzatadi. Yolg'onlik zamonaviy hayotning o'ziga xos xususiyatiga aylandi va shu qadar keng tarqalganki, odamlar uning oqibatlariga befarq qoldilar. U haqiqat yadrosini o'z ichiga olgan, ammo haqiqatga to'g'ri kelmaydigan noaniq bayonotlar siyosatchilar, muxbirlar, korporativ rahbarlar va boshqa kuch vositachilarining valyutasiga aylanganidan afsusdagini bildirib o'tgan.

Yolg'on axborot tarqatganlik uchun dunyo davlatlarida turlicha qonunlar qabul qilingan. Bu o'sha davlatning so'z erkinligi darajasidan kelib chiqib belgilangan. Xususan, O'zbekistonda Ma'muriy javobgarlik to'g'risidagi kodeksning 202-2-moddasi va Jinoyat kodeksining 244-6 moddasida yolg'on axborot tarqatishga doir qonunlar qabul qilingan.

Birlashgan Qirollikdagi ijtimoiy tarmoqlarda yangiliklar almashinuvini o'rganishar ekan, tadqiqotchilar Endryu Chadvik va Kristian Vakkari "hozirgi media tizimlarida odamlar har kuni yolg'on va chalg'ituvchi ma'lumotlarga ko'proq duch kelishlari mumkinligini" aytib o'tishgan. Ommaviy forumlardagi ishonchli va ishonchsiz yangiliklar o'rtasidagi farq so'nggi bir necha yil ichida tez-tez muhokama qilinadigan va vaqti-vaqti bilan o'zgaruvchan mavzuga aylandi. Ijtimoiy tarmoqlar hozirgi kunda jamiyatimizning deyarli juda katta qismidir - u ishonchli axborot manbai bo'la oladimi? Har doim emas. Ijtimoiy tarmoqlardagi dezinformatsiya va dezinformatsiyani farqlash, "yolg'on yangiliklar"ni aniqlash va to'g'ri xabardor bo'lish usullarini bilishlari kerak.

Fitna nazariyasi. Bu- hodisa yoki vaziyatni kuchli va yomon niyatli guruhlar tomonidan fitnaga chaqirish orqali tushuntirish, ko'pincha turli xil siyosiy motivlar, boshqa tushuntirishlar jamlanmasi. Siyosatchilar yoki siyosiy guruhlar o'z raqiblariga qarshi qurashishda fitna nazariyasidan foydalanishlari mumkin. Bunda ma'lum bir guruhlar tomonidan o'z raqiblariga qarshi dalilga ega bo'lmagan ma'lumotlarni ommaviy axborot vositalari orqali matbuotda tarqatishadi. Bu orqali raqiblarining siyosiy nufuzini tushurishga harakat qiladilar. Va bu jamoatchilik orasida jiddiy oqibatlariga olib kelishi mumkin.

Qo'shma Shtatlarda 2016-yil prezidentlik saylovlarida "PizzaGate" deb nomlangan fitna nazariyasini misol qilib ko'rsatish mumkin. Demokratik partiyadan nomzod Hillari Klinton va uning saylov oldi kompaniyasi rahbari Jon Podesta vahshiy va jirkanch holatlarda ishtirok etganlikda ayblangan. Bu ayblov bolalarga nisbatan jismoniy va jinsiy zo'ravonlik. Xabarda Jon Podestlar pitsaxonada bolalarga zo'ravonlik qilgani aytiladi. Va shundan keyin twitter tarmoqlarida #pizzagate xeshtegi ommalasha boshlaydi. Pitsaxona rahbari bu ishlarda bevosita ishtirok etgan xabar ham tarqaladi. Bu xabarlar rostligiga ishongan va undan ta'sirlangan Shimoliy Karolinada istiqomat qiluvchi shaxs pitsaxonaga borib u yerdagi ishchilar va mehmonlarga qarata quroldan o'q uzgan.

Xulosa

Ommaviy axborot vositalari bugungi kunga qadar bir qancha bosqichlardan o'tib keldi. Va hozirgi matbuotning asosiga aylanayotgan ommaviy axborot vositalari, ijtimoiy tarmoqlar, veb-sahifalar va boshqalar muhim o'rin tutmoqda. O'z navbatida bu yolg'on axborot tarqalishi juda osonligi va yolg'on axborotlar ko'tarilishiga qarshi harakatlar kam ekanligini ko'rish mumkin. Jiddiy jurnalistik tadqiqotlar o'rmini turli xil janjallar aks etadigan materiallar egallay boshlagan. Bunday demokratik davlatlarda vujudga kelayapti. Kuchli avtokratik yoki diktatura mamlakatlarda matbuot erkinligi kuchli ta'qib ostida bo'lganligi sababli ma'lumotlarni jamoatchilikka sizdirish qiyin hisoblanadi. Bunday jamiyat siyosiy plyuralizm va siyosiy axborotlardan chetda tutib turiladi.

Ommaviy axborot vositalaring ijobiy tomoni shundaki, hukumat va jamoatchilik orasida tafovutni qisqartirishga olib keldi. Ayniqsa yangi ommaviy axborot vositalarining rivojlanishi har bir shaxs o'z fikr va mulohazalarini erkin ifoda etish va almashish imkonini berdi. Siyosiy ma'lumotlar va jarayonlar chetda befarq bo'lgan shaxslarni ham befarq qolmaslikka chorladi. Jamoatchilik ijtimoiy tarmoqlar orqali hukumat siyosati va islohotlarini qo'llab-quvvatlashi yoki unga noroziligini bildiradi boshladi. Bu esa o'z navbatida mamlakatlar va jamiyatning rivojlanishi uchun ijobiy ta'sirini o'tkazmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Marshall McLuhan "Understanding Media: The Extensions of Man"
2. sparknotes.com
3. The New York Times
4. Pew Research Center, 2017; Kiley, 2017
5. Camosy, 2016
6. Ashley Rindsberg "The Grey Lady Winked"
7. <https://www.sparknotes.com/us-government-and-politics/american-government/the-media/section1/>
8. <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2018/03/BBVA-OpenMind-Diana-Owen-The-New-Medias-Role-in-Politics.pdf>
9. <https://lex.uz/docs/-97664>