

AXBOROT QARAMA-QARSHILIGIDA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING ROLI

Jo‘rayev Abrorjon Abduvovich

O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikasiyalar universiteti Oliy
jurnalistika kurslari 2-bosqich magistranti

Annotatsiya: Maqolada axborot qarama-qarshiligi, davlat va jamiyat hayotida muhimligi, jamiyatda kompyuter texnologiyalari va axborotni qayta ishlash, axborot jamiyatining asosiy xususiyatlari, axborot almashinuvi yangi demokratik imkoniyatlar haqida fikr mulohaza yuritimiz.

Kalit so‘zlar: axborot, davlat, jamiyat, ommaviy axborot vositalarining hayotimizdagi o‘rni, axborotlashtirish xususiyatlari, axborotlashtirish, axborot jamiyatning asosiy xususiyatlari.

Annotation: in the article we will discuss information dependence, autonomy in the life of the state and society, Computer Technology and information processing in the society, the main features of Information Society, information exchange in the direction of new democratic opportunities.

Keywords: information, the role of the state, society, the mass media in our life, the features of informatization, informatization, information are the main features of society.

Аннотация: В статье мы подробно рассмотрим информационное противостояние, его значение в жизни государства и общества, компьютерные технологии и обработку информации в обществе, основные особенности информационного общества, обмен информацией, новые демократические возможности.

Ключевые слова: информация, государство, общество, роль средств массовой информации в нашей жизни, особенности информатизации, информатизация, основные характеристики информационного общества.

Hamma islohotlarni, hamma harakatlarni jamiyat bilan birga qilamiz. Hammamiz bir kuch, bir qudrat bo‘lib xalqimizga xizmat qilishimiz kerak, – dedi Prezidentimiz Sh.Mirziyoyev.

Axborot qarama-qarshiligida ommaviy axborot vositalarining roli davlat organlaridan olingan ma'lumotlarni alohida fuqarolarga to‘g‘ridan-to‘g‘ri etkazish bilan cheklanishi kerak, bu esa ushbu ma'lumotlarni ataylab buzib ko‘rsatish, tahrir qilish (senzura) to‘liq istisno qilishni nazarda tutadi. Uning xolis yoritilishi va faktlarni o‘ynashi. Nazariy jihatdan, bu, albatta, mumkin, ammo amalda butunlay boshqacha rasm kuzatiladi. Axborotning shaxs, davlat va umuman jamiyat hayotidagi o‘rni juda muhim. Axborot insonni atrof-muhitga moslashtirishga qaratilgan aloqa jarayonining natijasidir. [1.Уэбстер Ф. Теории информационного общества.-М.: Аспект-пресс, 2004. -400 с.] Ommaviy axborot vositalari o‘z mohiyatiga ko‘ra, axborotni davlat hokimiyati organlaridan fuqarolarga va aksincha, o‘tkazishning o‘ziga xos oraliq bo‘g‘inidir.

OAV ta'siri bo‘yicha ilmiy tadqiqotlar tarixi ommaviy axborot vositalarining auditoriyaga nisbiy ta'siri nazariyalarining chiziqli modelidan boshlanadi. Birinchi jahon urushidan keyin ommaviy axborot vositalari tomoshabinlar va jamoatchilikning e'tiqodlari, qarashlari va harakatlariga kuchli ta'sir ko‘rsatadi, deb ishonilgan. Ommaviy axborot vositalari ta'sirining bu kontsepsiyasi “shpris” yoki “o‘q” nazariyasi deb ataladi. Bu namuna AQShda Buyuk Depressiya davrida va undan keyin ham eng muhim bo‘lib qoldi. Pol Lazarsfeld va Karl Xovland tomonidan olib borilgan tadqiqotlar shuni ko‘rsatdiki, ommaviy axborot vositalari faqat auditoriyaning alohida a‘zolariga cheklangan ta’sir ko‘rsatadi. [2. <http://www.google.com>]

Ilmiy tadqiqotlarning keyingi natijalari shuni ko‘rsatdiki, ommaviy axborot vositalarining ta'siri kognitiv (fikrlash yoki o‘rganishga ta'sir qiladi) yoki xulq-atvor

yoki hissiy bo‘lishi mumkin, ommaviy axborot vositalarining ta'siri bevosita, bilvosita, qisqa muddatli, uzoq muddatli, vaqti-vaqti bilan bo‘lishi mumkin. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, individual farqlar, psixologik omillar, atrof-muhit omillari va ijtimoiy guruhlarning xususiyatlari auditoriyaning ommaviy axborot vositalarini idrok etishi va munosabatiga ta'sir qiladi. Axborot qarama-qarshiligiga kelsak, ommaviy axborot vositalarining siyosiy tarkibiy qismini va xususan, jurnalistikani ko‘rib chiqaylik. Ko‘rinib turibdiki, siyosat ommaviy kommunikatsiyalardan tashqarida qurilmagan. Ishontirish kuchi, ehtimol, kengroq kuch sohasining o‘ziga xos jihati. Hokimiyat kontsepsiyasini tahlil qilishdan oldin aloqa nazariyasi yoki "kommunikativ harakatlar" ishlab chiqiladi.

G‘arbda keng tarqalgan formuladan foydalanib, "to‘rtinchi hokimiyat" deb nomlangan model paydo bo‘ldi: jurnalistika yuqoridan bosimga qarshilik ko‘rsatdi, hukmron doiralarga qarshilik ko‘rsatdi va jamiyatni rivojlantirishga hissa qo‘shdi. demokratik institutlarni rivojlantirish. Keyinchalik matbuot, asosan, saylovlarda turli kuchlarning kurashi bilan bog‘liq holda vosita roliga qaytdi va yana axborot vositasidan tashviqot vositasiga aylandi. Ya'ni, bu bosqichda rus matbuoti ko‘proq siyosiy va tashviqot funksiyasiga xosdir. Hozirgi vaqtda axborot qarama-qarshiligi mustaqil faoliyat sohasi sifatida rivojlanmoqda. Uni amalga oshirish jarayonida jahon hamjamiyatining subyektlari turli sohalarda bir-biriga axborot ta'sirini amalga oshiradilar. Yuqorida ta'kidlab o‘tilganidek, bunday ta'sir qilish uchun foydali vosita ommaviy axborot vositalaridir, chunki ular ma'lumotni ommaga yetkazadilar va jamoatchilik fikrini shakllantiradilar.

Ma'lumki, ommaviy axborot vositalari orasida televidenie eng katta manipulyatsiya imkoniyatlariga ega. Axborot qarama-qarshiligida axborotning raqiblarga bevosita ta'siri kabi muhim tarkibiy qism ham mavjud. Ommaviy axborot vositalari sohasida ongni juda samarali shakllantirish imkonini beruvchi tobora ko‘proq yangi texnologiyalar ishlab chiqilmoqda. Ammo bu, ayniqsa, agar jangchi o‘z mamlakatining g‘alaba qozonishini istamaydigan dushman lageridagi beshinchi kolonnaga umid bog‘lagan bo‘lsa, ayniqsa muvaffaqiyatli bo‘ladi.

E.Fromm fikricha, jamoatchilik fikrini manipulyatsiya qilish zamonaviy siyosiy hayotning eng jiddiy muammolaridan biridir. “Reklama va siyosiy tashviqotda qo‘llaniladigan gipnoz usullari ruhiy salomatlik, ayniqsa, aniq va tanqidiy fikrlash hamda hissiy mustaqillikka jiddiy tahdid soladi. Siyosiy qarorlarni tarqatishning asosiy vositasi ommaviy axborot vositalari, birinchi navbatda, televideniya, chunki axborotning ifodaliligi va hajmi bo‘yicha unga teng keladigani yo‘q. Voqea joyidan olingan telereportajlar tomoshabinlar uchun ekranda ko‘rsatilgan voqealarda ishtirok etish illyuziyasini yaratadi. Darhaqiqat, tomoshabinlar ko‘pincha "ikkinchi qo‘ldan" aytganidek, real voqealar haqida allaqachon talqin qilingan, tegishli tarzda qayta ishlangan ma'lumotlarni olishadi. Bunday “ma'lumot”ni idrok etishning ta'siri ko‘p jihatdan sharhlarning mazmuni va ohangiga, dastur boshlovchisining targ‘ibot mahoratiga va faktlarning tegishli tarzda aniqlanishiga bog‘liq.

Jamoatchilik fikriga maqsadli ta'sir ko‘rsatish siyosati keng xalq ommasining kayfiyatini bilishni, ishlarning haqiqiy holatini bilishni nazarda tutadi. Demak, ikki tomonlama vazifani hal qilish kerak: bir tomondan, barcha mumkin bo‘lgan kanallar orqali axborot va psixologik ta'sir o‘tkazish, ikkinchidan, jamoatchilik fikrini chuqur o‘rganish. Axborot ta'siri tushunchasi axborot qarama-qarshiligi tushunchasi bilan chambarchas bog‘liq. Mashhur amerikalik olim Gerbert Shillerning fikricha, manipulyatsiya qilinayotgan odam sodir bo‘layotgan hamma narsa tabiiy va muqarrar deb hisoblasa, manipulyatsiya muvaffaqiyati kafolatlanadi. Agar siz buni bilmasangiz, unda bunday manipulyatsiya yo‘q deya takidlaydi olim [2.www.ziyonet.uz]

Ommaviy axborot vositalari yordamida amalga oshiriladigan axborot ta'sirining asosiy elementlari dezinformatsiya, manipulyatsiya va tashviqotdir. Ommaviy axborot vositalari jamoatchilik e'tiborini jalb qilish uchun quyidagi tamoyillarga amal qiladi: mavzuning ustuvorligi va xalq uchun jozibadorligi; faktlarning eksentrikligi (ommaviy axborot vositalarining salbiy va shov-shuvli ma'lumotlarga moyilligi); yangilik faktlari. Xorijiy va mahalliy manbalar tahlili shuni ko‘rsatadiki, ommaviy axborot vositalari orqali jamoatchilik fikrini qayta ishlash usullari turli mamlakatlarda

asosan bir xil. Umuman olganda, manipulyatsiya yolg'on va yolg'onga asoslangan. Manipulyatsiya uchun asos afsonalardir (aslida dezinformatsiya).

Radio va televidenie eshittirishlarida axborotning ahamiyatini pasaytirishga xabarlarini uzatish oxirida joylashtirish orqali erishiladi. Bu shuni hisobga oladiki, odamlar ma'lumotlarning ahamiyatini uni taqdim etish tartibi bilan bog'lashga moyildirlar. Axborot jarayonlarining globallasuvi nafaqat texnologik taraqqiyotning, balki o'zaro kelishuv yoki kuch bilan - bir vaqtlar kar bo'lgan davlat chegaralarini aniqlagan tegishli siyosatning natijasidir. Televizion dasturlardan qayta foydalanish va asosan his-tuyg'ularga murojaat qilish orqali ta'sir ob'ektiga deyarli har qanday nuqtai nazarni yuklash mumkin. Ommaviy axborot vositalari - to'rtinchi hokimiyat degan mashhur tezis alohida qiziqish uyg'otadi, bu ba'zi bir ommaviy axborot vositalarining (aniqrog'i, bugungi jurnalistika elitasining bir qismi) bir qatorga kirish istagini aks ettiradi.

Axborotni qayta ishlovchi kampaniyalar turli shakllarda bo'lishi mumkin: saylov kampaniyalari, turli reklama kampaniyalari va boshqalar. Kampaniya tashkilotchilari - islohotga qiziqishlari sababli kampaniyani boshlagan shaxslar, guruhlar, uyushmalar yoki tashkilotlar. Ularga quyidagilar kiradi: 1) jismoniy shaxslar va ularning birlashmalari; 2) ommaviy axborot vositalari; 3) davlat tuzilmalari; 4) ijtimoiy fanlar sohasidagi mutaxassislar. Siyosiy-psixologik ta'sir jamiyat va davlat hayotining barcha jabhalarida ma'lum texnologik vositalardan foydalangan holda amalga oshiriladi. Xulosamizni quydagi so'zlar bilan yakunlaymiz "Ulug' mutafakkir Alisher Navoiy bobomiz aytganidek, odamlarning dardiga darmon bo'lish – insoniylikning oliy namunasi ekanini unutmashimiz, bunday ezgu ish uslubi bizning nafaqat xizmat vazifamiz, vijdoniy burchimizga aylanishi kerak,-deya ta'kidladi davlatimiz rahbari Sh.Mirziyoyev". [2. www.president.uz]

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Уэбстер Ф. Теории информационного общества.-М.: Аспект-пресс, 2004. - 400 с.

2. Килимова Л.В. Роль информационных технологий в саморазвитии личности: научное издание. – Курск, – 63 с.
3. www.prezident.uz
4. <http://www.google.com>.
5. <http://wikipediya.com>
6. <http://ziyo.uz>
7. <http://bilirn;.com>
8. <http://referat.ru>

