

OAV JAMIYAT HAYOTIDAGI O‘RNI VA AXBOROT QARAMA– QARSHILIGI

Muxtorova T.S.

Toshkent davlat texnika universiteti, “Falsafa” kafedrası, dotsenti

Annotatsiya:

Maqolada ommaviy axborot vositalarining turli yo‘nalish va mazmundagi ijtimoiy munosabatlar jarayonida faol ishtirok etishidagi qarama-qarshilikning o‘ziga xos xususiyatlarining ayrim jihatlari yoritib berilgan. Hozirgi kundagi OAV yordamida O‘zbekistonda islohatlarning chuqurlashishi va yangilanayotgan jamiyat qurilishi jarayonida axborotdan foydalanish madaniyati bo‘yicha ma‘lumotlar berilgan

Kalit so‘zlar: dunyo, axborot, axborot kommunikatsiyasi, matbuot, internet, axborot quroli, Samyuel Xantington, “demokratik fundamentalizm”.

Аннотация

В статье раскрываются некоторые аспекты противоречия активного участия средств массовой информации в процессе общественных отношений разной направленности и содержания. С помощью современных средств массовой информации дается информация о культуре использования информации в процессе углубления реформ и построения модернизированного общества в Узбекистане.

Ключевые слова: мир, информация, информационная коммуникация, пресса, Интернет, информационный инструмент, Сэмюэл Хантингтон, «демократический фундаментализм».

Annotation:

The article reveals some aspects of the contradiction between the active participation of the media in the process of social relations of different orientations and content. With the help of modern media, information is provided about the culture of using information in the process of deepening reforms and building a renewed society in Uzbekistan.

Key words: peace, information, information communication, press, Internet, information weapons, Samuel Huntington, “democratic fundamentalism”.



“Jonajon O‘zbekistonimiz o‘z taraqqiyotining yangi va muhim bosqichiga qadam qo‘yayotgan hozirgi davrda media sohasi vakillari – jurnalist va muharrirlar, rejissyor va operatorlar, blogerlar, tele-radio kanallar, gazeta va jurnallar, nashriyot va bosmaxona xodimlari Vatanimizning demokratik qiyofasini shakllantirish, uni dunyoga tarannum etishga beqiyos hissa qo‘shib kelayotganini el-yurtimiz yaxshi biladi va yuksak qadrlaydi” [1].

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenta Sh.M.Mirziyoev ta’kidlaganlaridek, “Bugun biz dunyodagi uzoq yaqin davlatlar bilan hamkorlikni mustahkamlab, yurtimizdagi demokratik o‘zgarishlarni yanada chuqurlashtirishga intilar ekanmiz, boshqa sohalar qatori ommaviy axborot vositalari faoliyati bo‘yicha ham hali ko‘p ish qilishimiz kerakligini yaxshi tushunamiz. Ommaviy axborot vositalari so‘zda emas, amalda “to‘rtinchi hokimiyat” darajasiga ko‘tarilishi zarur. Bu - zamon talabi, islohotlarimiz talabi”[2]. Darhaqiqat, radio, televidenie, matbuot va boshqa ommaviy axborot vositalari hozirgi kunda shaxs ijtimoiylashuvining muhim omilidir. Ular kishilarni bolaligidan boshlab muayyan g‘oyalar ta’sir doirasiga oladi va tarbiyalaydi. Kishilarni o‘zi o‘rab turgan ijtimoiy bilan muhit bog‘laydi, jahon jamiyatiga olib kiradi. Kishilik jamiyat tarixida yaratilgan qadriyatlar bilan tanishtiradi, dunyoni, unda kechayotgan hodisalarni tushunib olish uchun muhim manba hisoblanadi.

Jamiyatda turli OAV (televidenie, radio, davriy matbuot) mavjud bo‘lib doimo o‘z o‘rniga ega bo‘lib kelgan. Har bir OAV auditoriyaga o‘ziga xos ta’sir etish kuchiga ega. Internetgacha ularning ichida eng samaralisi televidenie bo‘lgan edi, chunki u tomoshabinga uch yo‘l bilan axborot yetkazagan: tasvir, ovoz va mantiq. Shuning uchun televidenie ommaviy ravishda tarqalganidan keyin besh-o‘n yil ichida besh yuz yillik tarixga ega bo‘lgan matbuotdan uzib ketgan. Radioga ham katta kuchga ega, chunki u ikki kanal orqali ta’sir ko‘rsatadi, ovoz va mantiq. Uning afzalligi – jonli ovoz yordamida auditoriya bilan muloqot qilish, bunday usul axborot manbai bilan tinglovchi o‘rtasidagi masofani yo‘qotadi. Inson ovozi, uni



yurakdan chiqishi, undagi hayajon va samimiylilik radioning imkoniyatini keskin oshiradi.

Matbuotning o‘quvchi bilan muloqot yo‘li esa asosan mantiqiy isbotdan iborat, bunday ta’sirga ma’lum miqdorda tasvir ham qo‘shiladi: gazetadagi rasmlar, rang, sarlavhalar ko‘rinishlari.

Internet ommaviy kommunikatsiya ta’sirini eng baland pog‘onaga ko‘tardi. Saytga joylashtirilgan ma’lumot birdan butun dunyo bo‘yicha tarqalib ketadi. Uning adadi (tiraji) esa cheksiz. OAVning roli internetgacha ham kuchli bo‘lgan, endi esa ularning ta’siri tasavvur qilib bo‘lmaydigan darajaga yetdi. OAVdan tashqari internet reklama, ma’lumotlar yetkazish, elektron pochta xizmatlarini ham bajaradi. Eng qulayi shundaki, internetdagi ma’lumot juda ko‘p, u arzon va o‘ta tezkor.

Internetning paydo bo‘lishi tarixi va internet jurnalistikasining takomili haqida ham to‘xtalib o‘tish o‘rinli. Internetni ko‘p mutaxassislar harbiylarning ixtirosi deb aytadi. Aslida esa dastlabki bosqichda uni AQSHdagi to‘rtta universitet kashf etdi. Mazkur universitetlar kompyuterlarini bir tizimga birlashtirib, o‘zaro kutubxonalaridan foydalana boshladilar. Pentagon esa bundan tez xabar topdi. Ushbu ixtironing imkoniyatlarini o‘rganib, undan harbiy qo‘mondonlikni takomillashtirish maqsadida olimlarni jalb etib, ularga barcha sharoitlarni yaratib, arpanetni (internetning birinchi nomi) o‘z maqsadlariga yo‘naltirdi. Uzoqqa bormay undan jurnalistlar ham foydalana boshladi. Natijada internet jurnalistikasi paydo bo‘ldi.

Xo‘p internet jurnalistikasi nima?

Internet jurnalistikasi – katta va muhim mavzu, uni ma’ruzaning bir qismida ochib berishning iloji yo‘q [2]. Shuning uchun biz faqat uning ijobiy va salbiy tomonlarini aytib o‘tamiz. Internetning qulayliklari: arzon, tezkor, texnik jihatdan materiallarni joylashtirish qiyin emas, ma’lumotlarni katta hajmda o‘rnatish mumkin, ularni turli tillarga ugirish oson, axborot chegara va masofani bilmaydi va h.k. Salbiy oqibatlar: xohlagan odam istagan axboroti bilan virtual maydonga to‘siqsiz kirib kelishi, nazorat yo‘qligi va shu tufayli terroristik hamda pornografik ma’lumotlar o‘ta ko‘pligi, kosmopolitik g‘oyalar hamda “universal madaniyat” keng tarqalishi, davlat roli pasayishi, tarmoq yordamida demokratik fundamentalizm rivojlanishi va boshq.

Agar radio, televidenie va matbuotda ayrim davlat, guruh yoki shaxs haqida qayta-qayta biror-bir noto‘g‘ri baho takrorlanaversa, turli mamlakatlardagi halqlar,



har xil millatlar unga ishonadilar. Neyrolingvistik dasturlash uchun eng qulay OAV televideniidir, chunki u auditoriyaga bir paytni o‘zida uchta kanal orqali o‘z ta’sirini o‘tkazadi. AQSH kommunikativistlari televideniini xatto trankvilizatorga ham o‘xshatadilar.

Katta muhokamalarga sababchi bo‘lgan Samyuel Xantingtonning “Madaniyatlar to‘qnashuvi” deb nomlangan maqolasida shunday deyiladi: “Turli jamiyatlarning madaniy qadriyatlarini o‘rganishga bag‘ishlangan yuzta asarni qiyosiy usulda o‘rganib chiqqan bir muallif (Harry C. Triandis nazarda tutilmoqda – X.M.) o‘z obzorida shunday xulosaga kelganki, “g‘arb jamiyatida eng e‘zozlanayotgan qadriyatlar dunyoning qolgan qismida eng past ahamiyatga ega ekan” [3]. Siyosiy jihatdan ushbu qarama-qarshilik AQSH va boshqa g‘arbiy davlatlar tomonidan boshqa xalqlarni demokratiya va inson huquqlariga tegishli g‘arbona g‘oyalarni qabul qilishga majburlash samarasiz ekanligini ko‘rsatmoqda. Zamonaviy demokratik tuzum g‘arbda paydo bo‘ldi. Nog‘arbiy davlatlar tomonidan esa bunday tuzum g‘arbona kolonializm yoki majburlash xosili deb qabul qilinadi” [4]. Xerri Triandis obzoridagi g‘oyalar “Nyu-York Tayms” gazetasida 1990 yil 25 dekabr kuni 41 betda ham chop etildi. Zamonaviy ilmda bunday harakatlar “demokratik fundamentalizm” deb nom oldi[5].

Axborot qurolining keng va tor ma’nolari bor. Keng ma’noda axborot quroli deb raqibni kerakli yo‘nalishda fikrlashga undaydigan, uning nuqtai nazarini o‘zgartirishga qodir bo‘lgan va kerakli axborot yordamida amalga oshiriladigan harakatlarga aytiladi. Tor ma’noda axborot quroli deb rakibning axborot zaxiralari ustidan nazoratni ta’minlaydigan va uning telekommunikatsiyalari tizimlariga zarar yetkaza oladigan texnikaviy usullar va texnologiyalarga aytiladi. Demak, axborot quroli – bu raqibning axborot va boshqaruv tizimlariga ta’sir etuvchi maxsus moslama va vositalar. Tabiiyki, axborot texnologiyalari rivojlangan mamlakatlar tomonidan bunday quroldan foydalanish imkoniyatlari juda keng.

OAV sohasida bevosita xalqaro korporatsiyalar kam va ular dunyo bo‘yicha axborot tarqatish jarayoniga katta ta’sir ko‘rsatolmaydilar. Bunday OAV sifatida biz Si-en-en va Bi-bi-si, Yevronyus va TV–5, Assoshieyted Press va Frans Press, Reyter va ITAR-TASS, Amerika ovozi va Doyche Vellelarni tilga olishimiz o‘rinliroq bo‘lardir. Ushbu axborot manbalari AQSH, Buyuk Britaniya, Frantsiya, Germaniya va Rossiyalarga tegishli bo‘lib, ular nafaqat yuqori tezlik va katta xajmda, shu bilan bir qatorda turli tillarda ma’lumotlarni tarqatadilar. Masalan, Bi-bi-si

teleradiokorporatsiyasining o‘zbek tilidagi sayti, Amerika ovozi radiostantsiyasining esa o‘zbek tilidagi bo‘limi bor. Biz ular O‘zbekiston haqida tarqatadigan materiallarga befarq bo‘la olmaymiz[6].

Tabiiyki, bunday axborot manbalari, eng avvalo, iqtisodiy jihatlardan baquvvat davlatlar tomonidan ularga xos va mos bo‘lgan qadriyatlarni, jumladan, g‘arbiy ko‘rinishdagi “demokratiya standartlari”ni tarqatadi. Bu haqda biz qisman yuqorida aytib o‘tdik. Buning sababi nimada, deb o‘zimizga savol bersak, javob quyidagicha bo‘lishi mumkin. Gap shundaki, har bir halq yoki millat tarixiy rivojlanib va shakllanib kelgan va ushbu ko‘p asrlik jarayonning o‘zi qaysi bir yashash usuli to‘g‘ri yoki noto‘g‘ri ekanligini isbotlab bergan. Agar ustiga ustak u yoki bu xalqqa mana bunday yashanglar, bu to‘g‘ri bo‘ladi deb, uni shunga majburlasa, albatta, bunday zo‘ravonlik, jumladan, “demokratik fundamentalizm” ko‘pchilik tomonidan qabul qilinmaydi. Agar xorijiy OAV yoki tashkilotlar o‘zbekiston xududida umuminsoniy qadriyatlarni tarqatishga yordamlashsa, ular o‘zbekistonliklar tomonidan yaxshi qabul qilinadi. Bunga misol sifatida mamlakatimizda ko‘p yildan beri faoliyat ko‘rsatadigan Konrad Adenauer yoki Fridrix Ebert jamg‘armalarini aytish mumkin.

Axborotdan foydalanish madaniyati hech qachon o‘zidan o‘zi kelmaydi, bunday madaniyat bir qator omillarga bog‘liq. Birinchidan, axborot iste‘molchilari yuksak shaxsiy madaniyatga ega bo‘lishlari lozim. Ikkinchidan, OAV va boshqa manbalardan kelayotgan ma‘lumotni mag‘zini chaqib, uning mualliflarini maqsadlarini anglab olish kerak. Uchinchidan, kasbiy o‘shish va shaxsiy dunyoqarashni rivojlatiradigan ma‘lumotlarni olib, keraksiz axborotni tez esdan chiqarish zarur va h.k.

Research Science and Innovation House

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning 2022 yil 27 iyundagi ommaviy axborot vositalari xodimlariga yo‘llagan tabrigi “Xalq so‘zi” gazetasi 2022 yil 27 iyun.
2. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. М.: ЮНИТИ–ДАНА, 200
3. Muratova N. Fake news: mediada dezinformatsiya [Matn]: qo‘llanma / N. Muratova, N. Toshpulatova, G. Alimova. – Tashkent: “Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi”, 2020. –104 b
4. Шарипов Д. Янги дунё тартиботида тинчлик ва тамаддуний (цивилизацион) ёндашув таҳлили (С.П.Хантингтоннинг “Тамаддунлар тўқнашуви” концепциясининг таҳлили асосида)// “Маънавий мерос ва iii ренессанс асосини яратиш масалалари: изланишлар, тадқиқотлар, истиқболлар” Халқаро илмий конференция тўплами “Имом Бухорий халқаро илмий-тадқиқот маркази нашриёти – 2023. 441-444 бет
5. Экономическое обозрение/ январь. 1998. – С.69-74.
6. <http://m.xabar.uz/>

Research Science and Innovation House