

INTERNET SAYTLARIDA FEYK XABARLARNING TARQALISHI

Jaqsımuratova Gúljahan Jeńisbay qızı

Berdaq nomidagi Qoraqolpoq davlat universiteti

Qoraqolpoq filologiyasi va jurnalistikasi fakulteti 4-kurs talabasi

Annotatsiya:

Ushbu maqolada axborotning noto‘g‘ri ya‘ni feyk ekanligini o‘rganish usullari tadqiq etilgan. Axborot asrida feyk yangiliklarning tarqalishi odatiy holga aylandi. Ular asosan siyosiy, iqtisodiy, shou-biznesga aloqador mavzularni qamrab olmoqda. Aynan shu sohaga aloqador feyk yangiliklar boshqalaridan salbiy his-tuyg‘ularni keltirib chiqarishi, g‘azab, tashvish, qo‘rquv, nafrat uyg‘onishiga sabab bo‘lishi bilan farq qiladi.

Kalit so‘zlar: feyk, faktcheking, belling-cat, jurnalist surishtiruvlari, javobgarlik Auditoriyaning yangi axborotga bo‘lgan ehtiyojini qondirish verifikatsiya – tarqatilgan axborotning ishonchliligini tasdiqlash yoki unga raddiya berish orqali uni tekshirish jarayonining rivojlanishiga sabab bo‘lmoqda. Bu sohaga ixtisoslashgan jurnalist va ekspertlar faktchekerlar deb ataladi. Qoidaga ko‘ra, faktchekerlar turli tashkilot va jamoatchilikning ko‘p sonli tasdig‘i orqali tekshirish o‘tkazadi. Soha mutaxassislari o‘rtasida tajriba almashish maqsadida 2015 yilda Xalqaro faktcheking tarmog‘i (International factchecking network — IFCN) tashkil etilgan. Hozirgi kunda bu tarmoq 49 mamlakatdagi faktcheking bo‘yicha faoliyat yuritadigan 126 tashkilotni o‘zida jamlagan. Uning maqsadi faktcheking bo‘yicha eng so‘nggi trendlarni monitoring qilish va OAVdagi eng yaxshi amaliyot hamda IFCNning prinsiplar kodeksidagi loyihalarni qo‘llab-quvvatlashdan iborat. Feyk yoki yolg‘on yangiliklar, afsuski, zamonaviy hayotning bir qismiga aylanib ulgurdi. Ularning tan olinishi esa bu kabi xabarlarining nafaqat yuqori samaradorligi, balki olamshumul yangiliklar, “dunyoviy fitnalar”, turli sensatsiyalar ehtiyoji uchun jamiyatda talab borligi bilan ham xarakterlanadi. Feyk yangiliklar uzoq vaqtdan beri davom etayotgan stereotiplarni yanada jonlantiradi va millionlab odamlarning jamoatchilik fikrini shakllantirishga ta’sir qilmoqda. Fikr erkinligi —insonning asosiy huquqlaridan biri. Jamiyatning rivojlanishi va olg‘a intilishiga imkon beradigan barcha boshqa inson huquqlarini mustahkamlaydi. O‘z nuqtai nazarini ifoda etish va erkin gapirish qobiliyati jamiyatdagi o‘zgarishlar uchun muhimdir.



So'z erkinligisiz hech qanday huquqlarga erishish mumkin emas. Shuning uchun so'z erkinligi juda muhimdir – bu avtoritar elita yoki yopiq jamiyatning feodal tizimidan demokratik va ijtimoiy jihatdan adolatli tizimga o'tishning dastlabki bosqichlarida jamiyat uchun juda muhimdir.

Hozirgi kunda o'z o'rnini yo'qotayotgan an'anaviy ommaviy axborot vositalarining xolis, adolatli, tezkor va aniq bo'lishi uchun qat'iy qoidalar mavjud. *So'z erkinligi borasida qanday cheklovlar mavjud?* Hozirgi kunda insonning asosiy huquqlari va har qanday mavjudotning yashash huquqi va xavfsizligini himoya qilishga asoslangan ko'plab sud tizimlari turlicha talqin qilinmoqda. AQSh Konstitutsiyasining 1-sonli tuzatishlari Yevropadagi yuridik amaliyoti kabi so'z erkinligiga bo'lgan huquqni quyidagi hollarda istisno qiladi: *odobsizlik, ustidan kulish (bulling), tuhmat (uydirma, bo'xton), bolalar pornografiyasi, yolg'on guvohlik berish, shantaj, noqonuniy harakatlarga da'vat qilish, haqiqiy tahdid va jinoyatlarga da'vat qilish.*

Texnologik rivojlanish, globallashtirilgan dunyoda taraqqiyotni kengaytirishga qaratilgan ambitsiyalar aloqalarni kengaytirishning turli bosqichlariga olib keldi – mahalliydan (pochta, teleks yoki telefonlar, bosma nashrlar) elektron ommaviy axborot vositalarigacha (radio, televizor). Jahon miqyosidagi ta'sirga ega bo'lgan ma'lumotlarni yetkazib berishdagi birinchi muhim qadam 24/7 yangiliklar dasturidan boshlandi (Ted Turnering CNN tomonidan 1980-yilda taqdim etilgan). Bu narsa aksariyat siyosatchilarni, ayniqsa, an'anaviy yopiq jamiyatlardagi siyosatchilarni esankiratib qo'ydi. Odamlarni zulmatda ushlab turish va aloqani uzish yoki faqat ularning rahbarlariga ishonishlariga imkon beradigan haqiqat bilan bog'lab turish uchun axborot oqimini boshqarishning odatiy yondashuvi – tezkor yangiliklar va televideniyaning kirib kelishi bilan butkul o'zgardi. Bunday holat jamiyatda va global miqyosda yangi tushunchalarni olib kirdi. Ma'lum bir vaqt mobaynida u jiddiy o'zgarishlarni, taraqqiyotni yuzaga keltirdi, ammo tartibsizlik va yangi to'qnashuvlar ham yuz berdi. Bir tomondan, bu jamiyatlarga fuqarolar va ularning rahbarlari, hukumatlar o'rtasidagi bo'shliqni bartaraf etishni boshlashga imkon berdi. Boshqa tomondan, u siyosatchilar va hukumat rahbarlaridan odamlarga, o'z fuqarolariga va soliq to'lovchilarga bo'lgan munosabatlari va muloqotlarini o'zgartirish ehtiyojini keltirib chiqardi. Ammo bunday ommaviy axborot vositalarining narxi juda yuqori edi va bu hali ham asosiy kuch guruhlariga ommaviy axborot vositalarining asosiy boshqaruvini qo'lga kiritishga imkon berib,



umumiy yoki global ma'lumotlar oqimini boshqarishga imkon berdi. Agar biz ilgari rasmlarning aldamligiga ishongan bo'lsak, hozir soha mutaxassislari sizga hatto video, audio ma'lumotlarini ham osonlik bilan o'zgartirib, qayta ishlab, u orqali manipulyatsiya qilishning qanchalik osonligi haqida aytib berishlari mumkin.

Keyingi inqilobiy qadam sifatida Internet va ijtimoiy tarmoqlari, so'ngra esa sun'iy intellect kirib keldi. Bu hozirda insoniyatning o'zaro aloqalarini global rivojlantirishning navbatdagi bosqichi bo'lib, u butun hayotimizga va jamiyatimizga ta'sir ko'rsatadigan ulkan o'zgarishlarni keltirib chiqaradi (keyingi davrlarda buni yanada kuchliroq sezish mumkin). Ushbu yangi o'zgarishlar har bir insonga, shuningdek, hokimiyatning barcha uchta tarmog'iga, biz qanday aloqa qilishimizga, biznesni qanday yo'lga qo'yishimizga, qanday boshqarish va boshqarilishimizga ta'sir qiladi. Globallashuv davri ijtimoiy tarmoqlarning ko'plab versiyalarida Internet aloqasi orqali global ulanish imkoniyatining global inqilobga aylanishiga olib keldi. Ammo har bir yaxshi ixtiro kabi bunday inqilob ham yangi tahdidlarni keltirib chiqaradi. Masalan, AQShda bir necha yil oldin o'tkazilgan tadqiqot natijasida amerikaliklarning 62 foizi o'z yangiliklarini ijtimoiy tarmoqlardan olishi aniqlangan. O'ylaymanki, ko'plab jamiyatlarda bu ehtimol o'xshashdir. Nima uchun ekanligi haqidagi munozara, ehtimol boshqa maqola uchun mavzu bo'lishi mumkin. Ammo haqiqat shundaki, butun dunyo bo'ylab siyosatchilar va hukumatlar va mashxur ommaviy axborot vositalari o'z fuqarolarining to'liq ishonchidan bahramand bo'lmaydilar va fuqarolar o'zlarining fikrlarini bildirish uchun ushbu yangi texnologik vositalardan sovg'a sifatida foydalanib, ovozlarni ko'tarishni boshladilar. Agar jamiyat va uning fuqarolari o'zlarining barcha ijobiy xususiyatlari bilan ushbu ilg'or aloqa usullaridan, global dialogdan qarorlarni qabul qilishda va tovarlarni ishlab chiqarishda foydalansalar va bu narsa global miqyosda umumiy iqtisodiy ta'sirga ega bo'lsa, bu ijobiy ko'rsatkichdir, albatta. Faktchekerlar muammosi haqida gapirganda, shuni ta'kidlash kerakki, ular allaqachon "zararlangan" axborot oqimi izlari bo'ylab ishlaydi, feyklarning oshkor qilinishi dezinformatsiya asosida paydo bo'lgan tushunchalarni o'zgartirishga qodir emas. Bu xulosa "Psychological Science" nashri tomonidan "Dezinformatsiyani rad qiluvchi psixologik meta-analiz" nomi ostida chop qilingan ilmiy tadqiqot natijasiga asoslangan. Qiyinchilik tug'diradigan jihati shundaki, onlayn ravishda tarqalgan feyklarni to'g'rilash yetarli emasdek ko'rinadi, sababi auditoriya aynan to'g'rilangan, haqiqiy axborotga ishonishi qiyinlashadi. "The



Guardian” nashrining sotsial va yangi medialar muharriri Martin Belamning qayd etishicha, “bunga chek qo‘yish uchun faktcheking o‘z-o‘zi uchun yetarli emas, biz haqiqatni tarqatishda qaysi yo‘l samarali ekanini hal qilib olishimiz darkor”. [2] Xalqaro qidiruv tizimi Google esa dunyoning bir qancha nufuzli tahririyatlari hamkorligida eng muhim xabarlar yuzasidan verifikatsiya o‘tkazadi. Masalan, qidiruv tizimiga “Xillari Klinton Rossiyaga uran sotdi” so‘rovi kiritilsa, “PolitiFact, Snopes va The Washington Post” kabi eng kamida uchta tahririyat orqali tekshirilib, “bu yolg‘on yoki bu kabi kelishuv bo‘lmagan” belgisi bilan belgilangan xabarlarni chiqaradi. Umuman olganda, bugungi kunda faktlarni professional tekshirish faktchekingga ixtisoslashgan tashkilot ekspertlari va turli sifatli media jurnalistlari tomonidan amalga oshiriladi. Bundan tashqari, Facebook va Twitter ijtimoiy tarmoqlari, Google qidiruv tizimi feyk xabarlar va ularni belgilashda alohida o‘z filtr tizimiga ega. Bizning fikrimizcha, xalqaro miqyosdagi mediasavodxonlik bo‘yicha loyihalar ham massmedianing “ongli iste‘molchilari”ni shakllantirishga, feyk yangiliklarni mustaqil ravishda ajratib olish ko‘nikmasini shakllantirishga yordam beradi. Axborot globallashuv asrida asosan ijtimoiy tarmoqlar, turli saytlar va ayrim OAV ro‘yxatida bo‘lgan internet nashrlarda ham turli shov shuvli xabarlarni uchratamiz. Saytlarning bu xildagi ma‘lumotlarni tarqatishdan asosiy maqsad albatta auditoriyasini (obunachilarini) kengaytirish hisoblanadi. Ayrim auditoriya esa ularning asosiysini manbaning ishonchli yoki rasmiy yoki norasmiy ekaniga e‘tibor qaratmaydi. Natijada esa yo‘lg‘on axborotlar ularning chinidan ko‘ra ko‘proq tarqalib ulgiradi. Alaloqibat turli noxush holatlarni keltirib chiqadi. Masalan, Ijtimoiy ta‘minot vazirligining mamlakatdagi demografik vaziyatni yaxshilash to‘g‘risidagi qarori munosabati bilan O‘zbekiston Prezidenti Shavkat Mirziyoev har bir bolali oilaga 650 000 so‘m miqdorida to‘lov bepish to‘g‘risidagi farmonni imzoladi. 1.O‘zbekistonda Ijtimoiy ta‘minot vazirligi deb nomlangan vazirlik mavjud emas 2.Manbaa linki esa xavflilikdan ogohlantiryapti 3 Sayt AQSH domeni ro‘yxatidan o‘tgan 4.To‘lov aynan aholining qaysi qatlamiga berilishi ham aniq yozilmagan Aynan qanday aholi qatlamlariga tarqatilishi aytilmagan. Feyk ma‘lumotlarni tarqatishning asosiy maqsadi – e‘tiborni jalb qilish, odamlarni yolg‘onga ishontirishga, jamiyatda amaldagi hukumatga nisbatan ishonchsizlikni keltirib chiqarishga va mamlakatda beqarorlikni keltirib chiqarishdan iborat. Yana bir soddaroq misol. Ko‘pincha ijtimoiy tarmoqlarda biror mahsulotning narxi bexosdan ko‘tarilib ketgani haqidagi feyk xabarlar tarqaladi. Bu odatda biznes



egalari – tadbirkorlar tarafidan tashkillanadi. Hech narsadan xabari yo‘q oddiy odamlar esa narx oshgani haqidagi xabarni tekshirib o‘tirmasdan yaqinlariga, tanishlariga tarqataverishadi. Oqibatda kecha 100 so‘m bo‘lgan mahsulot narxi bugun 500 so‘mga chiqadi. Aholi esa davlatdan noroziligicha qolaveradi. Davlat narxni nazoratga oladi va barqarorlashtiradi. Biroq narx bari bir avvalgi holiga qaytmaydi. 500 so‘mga chiqib borgan mahsulot davlat nazorati bilan endi 300 so‘mdan sotila boshlaydi. Ammo uning asl bahosi 100 so‘m edi. Xo‘sh unda qachon yolg‘on axborotlardan aziyat chikiladi. Qachonki, mediasavodxonlik rivojlansa. Internet OAVda va ijtimoiy tarmoqlarda tarqalayotgan har qanday ma‘lumotga ishonib uni tarqatish oqibatida turli ko‘ngilsizliklar, ziddiyatlar yuzaga kelmoqda. Ishonchsiz va to‘liq bo‘lmagan, tasdiqlanmagan, norasmiy ma‘lumotlarning urchishi zamonaviy media oldidagi yangi muammo – fuqarolik jurnalistikasining yetarlicha shakllanmaganligida deb o‘ylayman. Sohada akademik ta‘lim olmay turib, blogger sifatida omma orasida OAVga va mutaxassislariga nisbatan ishonchsizlikni uyg‘otayotgan fuqarolar faoliyatini ham aynan qonun bilan tartibga solish maqsadga muvofiq. Shundagina biz feyklarning tarqalishi va jamiyat hayotiga yetkaziladigan zararni bir muncha kamaytirishga erishishimiz mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Raspopova S. S., Bogdan Ye. N. Feykovie novosti, Informatsionnaya mistifikatsiya. — M: Aspekt Press, 2018. C. 94
2. <https://www.theguardian.com/international> (Elektron manba. Murojaat vaqti 10.04.2023)
3. <https://www.factcheck.org/> (Elektron manba. Murojaat vaqti 25.01.2023)
4. Xolmatova S.B. Faktcheking — axborotni verifikatsiya qilishning samarali vositasi sifatida // Molodoy ucheniy. — 2020. — № 4 (294). — s. 495-497. — URL: <https://moluch.ru/archive/294/66733/> (elektron manba murojaat vaqti: 30.05.2023).

