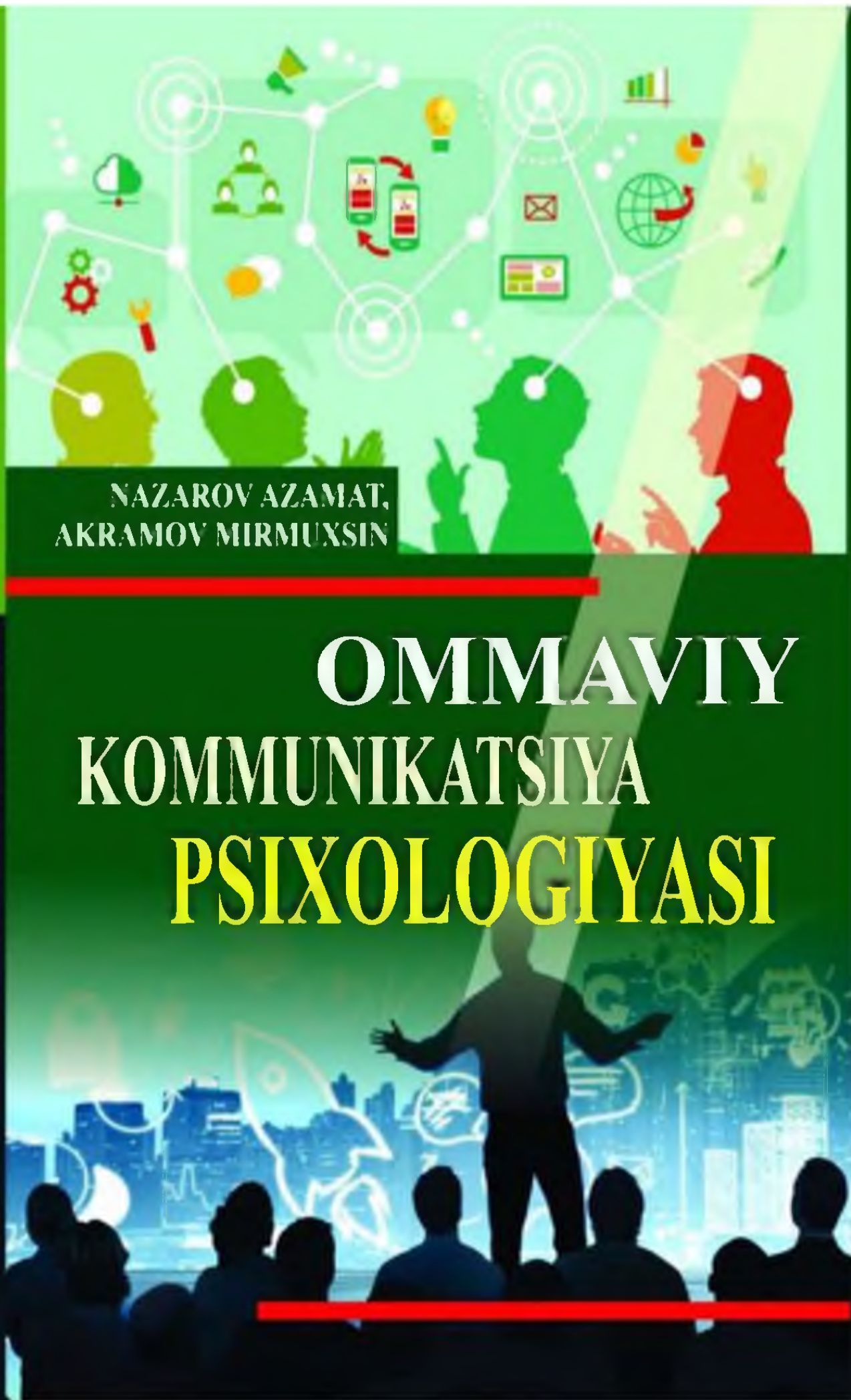


NAZAROV AZAMAT,
AKRAMOV MIRMUXSIN

OMMAVIY KOMMUNIKATSIYA
PSIXOLOGIYASI

NAZAROV AZAMAT,
AKRAMOV MIRMUXSIN

OMMAVIY KOMMUNIKATSIYA PSIXOLOGIYASI



O‘ZBEKISTON OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA’LIM VAZIRLIGI

O‘ZBEKISTON XALQARO ISLOM AKADEMIYASI

NAZAROV AZAMAT, AKRAMOV MIRMUXSIN

OMMAVIY KOMMUNIKATSIYA PSIXOLOGIYASI

DARSLIK

Ushbu darslik O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligining 2023 yil 6 noyabrdagi 491-sonli buyrug‘iga asosan № 900548-sonli o‘quv adabiyotining nashr ruxsatnomasi bilan 60310900 - Psixologiya (faoliyat turlari bo‘yicha) ta’lim yo‘nalishlari talabalari uchun tavsiya etilgan.

**“ZAMON POLIGRAF”OK
NASHRIYOTI
TOSHKENT – 2024**

UDK 159.9(075.8)
BBK 88.473

Nazarov A.S., Akramov M.R. Ommaviy kommunikatsiya psixologiyasi:
Darslik 60310900-Psixologiya (din psixologiyasi) *bakalavriant* mutaxassisligi
talabalari uchun. – T.: O‘zXIA. “Zamon poligraf ”ok nashriyoti T/2024 – 284
bet.

ISBN: 978-9910-9969-9-3

Ushbu darslikda Ommaviy kommunikatsiya psixologiyasi kursining predmeti, vazifalari va metodlari, ommaviy kommunikatsiyalarda muloqot jarayoni, ommaviy kommunikatsiyada stereotip va ustanovkalar, ommaviy kommunikatsiyada bilish jarayonlari, ommaviy kommunikatsiyaning manipulyativ imkoniyatlari, ommaviy kommunikatsiyada reklama ta’sirining psixologik asoslari, ommaviy kommunikatsiyaning inson salomatligi va ma’naviy qiyofasiga ta’siri, ommaviy kommunikatsiya samaradorligini oshirishda yangi axborot texnologiyalardan foydalanish, ommaviy vahima psixologiyasi, mafkuraviy ta’sir qilishning psixologik mexanizmlari, axborot - psixologik xavfsizlik tushunchasining ilmiy-metodologik asoslari, axborot sohasi globallashuvi sharoitida zamonaviy ochiq axborot tizimlari faoliyatining psixologik xususiyatlari, ommaviy axborot vositalari va axborot qarama-qarshiligi psixologiyasi, axboriy tahdidlar va ularning ijtimoiy-psixologik xususiyatlari, shaxs, jamiyat va davlatning axborot-psixologik xavfsizliklariga tahdidlarning ko’rinishlari va manbalari, yoshlar o’rtasida axboriy-psixologik xavfsizlikni ta’minlash muammolari, internet va undan foydalanish madaniyati – axboriy tahdidlardan himoyalalanish omili sifatida, axborot sohasida milliy xavfsizlikni ta’minlash tizimining psixologik komponentlari va mazmuni, axborot-psixologik xavfsizlikni ta’minlashning vazifalari, asosiy yo’nalishlari va usullari, ochiq ommaviy axborot tizimlar sharoitida shaxsning psixologik o’z-o’zini himoyalashi, jamoatchilik fikri va jamiyatning axborot-psixologik himoyasi, O‘zbekiston ommaviy axborot vositalari va jamiyatning axborot-psixologik xavfsizligini ta’minlash masalalari tahlil qilingan.

Taqrizchilar:

Sh.Dusmuxamedova O‘zbekiston xalsaro islom akademiyasi “Din psixologiyasi va pedagogika” kafedrası dotsenti, psixologiya fanlari nomzodi

Sh.Abdullaeva Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti “Pedagogika va psixologiya” kafedrası mudiri, psixologiya fanlari doktori, professor

Ushbu darslik **O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligining 2023 yil 6 noyabrdagi 491-sonli buyrug‘iga asosan №900548-sonli o‘quv adabiyotining nashr ruxsatnomasi bilan 60310900 - Psixologiya (faoliyat turlari bo‘yicha) ta’lim yo‘nalishlari talabalari uchun tavsiya etilgan.**

ISBN: 978-9910-9969-9-3

© Nazarov A.S., Akramov M.R.
©“Zamon poligraf ”ok nashriyoti 2024 y.

KIRISH

Hozirgi vaqtda ommaviy kommunikatsiyalar ijtimoiy munosabatlarni tartibga solishning eng muhim vositasi, shuningdek, ijtimoiylashuv va shaxsiy rivojlanish omilidir. Ommaviy kommunikatsiyalarning ta'siri aholining barcha qatlamlarini, shu jumladan onasi bilan teleko'rsatuvlar va yangiliklarni ona vujudida rivojlanayotgan tug'ilmagan chaqaloqlarni ham qamrab oladi. Bu ta'sir insoniyatga qanday ta'sir qilishi mumkin? Axborot texnologiyalarining rivojlanishi bilan bu masala tobora keskinlashib bormoqda. Olimlar allaqachon yosh avlodda nafaqat psixologik, balki fiziologik darajadagi o'zgarishlarni qayd etmoqdalar - masalan, elektron musiqa ta'sirida musiqani idrok etishdagi o'zgarishlar.

Psixologiya ommaviy axborot vositalarining yaratuvchilari tomonidan ko'pincha auditoriyaga ta'sir qilish samaradorligini oshirish vositasi sifatida qabul qilinadi. Biroq, psixolog uchun, umuman jamiyat uchun, bu ta'sirning ikkinchi tomoni ham muhimdir: bu inson ruhiyati uchun patogen bo'lib chiqmaydimi? Ommaviy kommunikatsiyalar ta'sirida shaxs, qadriyat yo'nalishlari, motivlar tizimi, odamlar o'rtasidagi munosabatlarda fojiali o'zgarishlar bo'ladimi? Bu savollarga biz ushbu darslikda javob izlaymiz. Biz ommaviy kommunikatsiyalarning ta'siri muammosini nafaqat ularning muvaffaqiyatli ishlashi uchun muhim bo'lgan ushbu ta'sirning samaradorligi nuqtai nazaridan, balki ommaviy kommunikatsiyalarning shaxs uchun psixologik xavfsizligi nuqtai nazaridan ham ko'rib chiqamiz. va jamiyat.

An'anaga ko'ra, psixologiyada ommaviy kommunikatsiyalar ijtimoiy-psixologik yondashuv nuqtai nazaridan tahlil qilinadi, chunki ular katta ijtimoiy guruhlar vakillari sifatida odamlar o'rtasidagi muloqotning o'ziga xos shaklidir. Shu bilan birga, ommaviy kommunikatsiyalar boshqa fanlar doirasida ham o'rganiladi, shuning uchun ommaviy kommunikatsiyalarni tahlil qilishning quyidagi asosiy yondashuvlarini ajratib ko'rsatish mumkin:

1) sotsiologik yondashuv, birinchi navbatda, ommaviy axborot vositalarini ijtimoiy institut va uning ijtimoiy funksiyalari sifatida o'rganishga qaratilgan tadqiqotlarda keng namoyon bo'ladi;

2) umumiy psixologik yondashuv - u asosan ommaviy kommunikatsiya mahsulotlarini idrok etishni belgilaydigan individual psixologik xususiyatlarga qaratilgan;

3) lingvistik yondashuv - ommaviy kommunikatsiyalar xabarlarini qurish va semantik idrok etish xususiyatlarini o'rganadi;

4) ijtimoiy-psixologik yondashuv - ommaviy kommunikatsiyalarning ijtimoiy-psixologik tabiati, ijtimoiy-psixologik funksiyalari va ishlash mexanizmlariga qaratilgan. Aynan shu yondashuv ushbu darslikning asosini tashkil qiladi.

Ommaviy kommunikatsiyalar psixologiyasi biz tomonidan ijtimoiy psixologiyaning amaliy sohasi sifatida qoraladi, shuning uchun biz ushbu darslikda birinchi navbatda ommaviy kommunikatsiyalarning ijtimoiy-psixologik tadqiqotlariga tayandik. Biroq, ijtimoiy psixologiya psixologiyaning boshqa sohalari, xususan, umumiy psixologiya, shaxs psixologiyasi, rivojlanish psixologiyasi va boshqalar bilan, shuningdek, boshqa ilmiy fanlar - sotsiologiya, falsafa, tilshunoslik bilan chambarchas bog'liq, shuning uchun ommaviy kommunikatsiyalar psixologiyasida ushbu yo'nalishlardan tadqiqot ma'lumotlari.

Darslikda, shuningdek, seminar va amaliy mashg'ulotlarda darslarni tashkil qilishda ham, talabalarning mustaqil ishlarida ham foydalanish mumkin bo'lgan savollar va topshiriqlar mavjud.

Darslik materialini o'rganish natijasida bakalavr:

biladi

- ommaviy kommunikatsiyalarni tahlil qilishning asosiy nazariy yondashuvlari;
- ommaviy kommunikatsiyalar ta'sirining mexanizmlari, usullari va ta'siri;
- ommaviy kommunikatsiyalarni tadqiq qilish usullari;
- ommaviy kommunikatsiyalarning shaxs va jamiyatga ta'sir qilish yo'nalishlari va usullari;

imkoniyatiga ega bo'ladi

- ommaviy kommunikatsiyaning o'ziga xos mahsulotlarini psixologik mexanizmlar va uni idrok etish va tomoshabinga ta'sir qilish ta'siri nuqtai nazaridan tahlil qilish;

ko'nikmaga ega bo'ladi

- ommaviy kommunikatsiyalar mahsulotlarini tadqiq qilish va psixologik ekspertizadan o'tkazish usullari.

Mazkur darslik talabalar, doktorantlar-tadqiqotchilar, oliy ta'lim o'qituvchilariga, qolaversa ommaviy kommunikatsiyalar sohasidagi xodimlar o'z ish faoliyatlarida foydalanish uchun mo'ljallangan.

1-MODUL. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYA PSIXOLOGIYASI FANI MUAMMOSINING ILMIY-NAZARIY VA METODOLOGIK ASOSLARI

1-BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYALARDA MULOQOT JARAYONI

Darsning maqsadi:

Ommaviy kommunikatsiyalar sharoitida muloqot muammosi ijtimoiy-psixologik hodisa sifatida, faoliyat bilan muloqotning o'zaro aloqadorligi, ommaviy kommunikatsiyalarda muloqotning asosiy funksiyalari, muloqotning psixologik tuzilishi, rasmiy muloqotining xususiyatlari va shakllari to'g'risida ma'lumot berish.

REJA:

- 1.1. Ommaviy kommunikatsiya sharoitidagi muloqotning xususiyatlari
- 1.2. Ommaviy kommunikatsiyalar sharoitida muloqot ijtimoiy-psixologik hodisa sifatida.
- 1.3. Faoliyat bilan muloqotning o'zaro aloqadorligi.
- 1.4. Ommaviy kommunikatsiyalarda muloqotning asosiy funksiyalari.
- 1.5. Ommaviy kommunikatsiyalardagi muloqotning psixologik tuzilishi.
- 1.6. Ommaviy kommunikatsiyalarda rasmiy muloqotining xususiyatlari va shakllari.

Tayanch so'zlar: Ommaviy kommunikatsiya, muloqot, ijtimoiy munosabatlar, shaxslararo munosabatlar, faoliyat, muloqotning rivojlantiruvchi funksiyasi, anglash yoki idrok qilish funksiyasi, yig'ish yoki to'plash funksiyasi, muloqotning motivatsion-maqсадli tomoni, muloqotning kommunikativ tomoni, kommunikator, verbal muloqot, noverbal muloqot.

1.1. Ommaviy kommunikatsiya sharoitidagi muloqotning xususiyatlari

Ommaviy kommunikatsiya sharoitidagi muloqot uni shaxslararo muloqotdan ajratib turadigan bir qator xususiyatlarga ega. Ular orasida quyidagilar mavjud:

1. Vositachilik. Ommaviy aloqa sharoitida muloqot bevosita xarakterga ega emas, bunda aloqa sub'ektlari bir-biri bilan bevosita o'zaro ta'sir qiladi. Aksincha, u turli xil texnik vositalarni (texnik aloqa vositalari) o'z ichiga olgan "vositachilar" yordamida amalga oshiriladi. Ular quyidagilar bo'lishi mumkin: televizor, kompyuter, bosma ommaviy axborot vositalari va boshqalar.

2. Aloqa sub'ektlarining ommaviyligi. Ommaviy aloqa sharoitida muloqot jarayonida alohida shaxslar emas, balki odamlarning katta guruhlar ishtirok etadi. Masalan, televizion kanalning auditoriyasi ko'pincha yuzlab yoki hatto millionlab tomoshabinlarni tashkil qiladi.

3. Ommaviy aloqa sharoitida muloqot kechikkan teskari aloqa bilan tavsiflanadi. Masalan, teleko'rsatuv tomoshabinida ma'lum bir teledasturga o'z munosabatini darhol bildirish imkoniyati yo'q.

4. Общение в условиях массовой коммуникации носит четко определенные нормативный характер. Это означает, что «поставщик» информации обязан соблюдать во время взаимодействия с аудиторией моральные и правовые нормы поведения.

5. Auditoriya, uchastvuyushchaya v obshchenii v usloviyax massovoy kommunikatsii nosit neorganizovanny, stixiynyy, anonimny dlya kommunikatora xarakter.

6. Soobsheniya kommunikatora nosyat massovyy, publichny, sotsialno aktualny xarakter.

7. Общение в условиях массовой коммуникации носит односторонний характер, предполагающий постоянное коммуникативных роль.

4. Ommaviy aloqa sharoitida muloqot aniq belgilangan me'yoriy xususiyatga ega. Bu shuni anglatadiki, axborot "yetkazib beruvchisi" tinglovchilar bilan o'zaro munosabatda bo'lganida axloqiy va huquqiy xulq-atvor normalariga rioya qilishi shart.

5. Ommaviy muloqot sharoitida muloqotda ishtirok etuvchi auditoriya kommunikator uchun uyushmagan, stixiyali, anonimdir.

6. Kommunikatorning xabarlar ommaviy, guruh, ijtimoiy ahamiyatga ega.

7. Ommaviy aloqa sharoitida muloqot kommunikativ rollarning doimiyligini o'z zimmasiga olgan holda bir yo'nalishli bo'ladi.

1.2. Ommaviy kommunikatsiyalar sharoitida muloqot ijtimoiy-psixologik hodisa sifatida

Guruh faoliyati muayyan muammolarni (iqtisodiy, sanoat, ta'lim, huquqni muhofaza qilish va boshqalar) birgalikda hal qilishda shaxslarning o'zaro ta'siridan iborat. Guruhlarda odamlarning o'zaro ta'sirining eng muhim sharti bu muloqotdir. Ushbu tushunchaning mohiyati nimada?

Muloqot - bu odamlar o'rtasida birgalikdagi faoliyatga bo'lgan ehtiyojlardan kelib chiqqan holda aloqalarni o'rnatish va rivojlantirish jarayoni. Muloqot quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- manfaatdor tomonlar, guruhlar va tashkilotlardagi xodimlar, shuningdek, guruhlar o'rtasida ma'lumot almashish;
- muloqot predmetlarini o'z ichiga olgan birgalikdagi faoliyat strategiyasini ishlab chiqish;
- birgalikdagi muammolarni hal qilish jarayonida odamlar bir-birlarini tushunishlari va idrok etishlari.

Ba'zida "muloqot", "ijtimoiy munosabatlar", "shaxslararo munosabatlar" tushunchalarini aniqlash maqsadida ham qo'llaniladi. Biroq, bu tushunchalar o'zaro bog'liq bo'lib, bir-biriga o'xshash emas, chunki ular o'ziga xos xususiyatlarga ega. Muloqot tushunchasi kengroq ma'noga ega. Muloqot odamlarning ijtimoiy muhit va tashqi guruhlararo munosabatlaridagi tashqi aloqalar tizimidagi birgalikdagi hayotiy faoliyati natijasida ob'ektiv ravishda vujudga keladi.

Ijtimoiy munosabatlar odamlarning shaxs sifatida emas, balki ijtimoiy sinf vakillari (ish beruvchi va xodimning munosabatlari), iqtisodiy tuzilmalar (tovarlarni sotuvchi va xaridor), ierarxik rasmiy tashkilotlar (huquqni muhofaza qilish organlarining viloyat va tuman bo'limlari) va boshqalar vakillari sifatida namoyon bo'ladi. .

Shaxslararo munosabatlar ishbilarmonlik va hissiy baholash, shuningdek, odamlarning bir-birlarini afzal ko‘rishi asosida quriladi.

Shunday qilib, odamlar va shaxslararo munosabatlar har doim aloqada vujudga kelgan va faqat shu narsada amalga oshirilishi mumkin. Muloqot - shaxslarni birlashtirish usuli, ayni paytda ularning shaxsiy va kasbiy nuqtai nazardan rivojlanishi yo‘li sifatida namoyon bo‘ladi. Bu ijtimoiy munosabatlarning voqeligi va shaxslararo munosabatlarning uzviyligi sifatida aloqa mavjudligini anglatadi. Ehtiyoj bilan muloqot turli xil insoniy munosabatlarda, ya’ni ijobiy va salbiy ijtimoiy, shuningdek, shaxslararo munosabatlarda ham amalga oshiriladi.

Aytish mumkinki, muloqot odamlar hayoti va faoliyatida katta rol o‘ynaydi. Muloqotning turli shakllarida odamlar o‘z faoliyati natijalari, to‘plagan tajribasini, o‘zaro bilim, fikr, g‘oyalar, qiziqishlar, his-tuyg‘ularni almashadilar, hayotiy intilishlari, ehtiyojlari va maqsadlarini muvofiqlashtiradilar, psixologik hamjamiyatni rivojlantiradilar va o‘zaro tushunishga erishadilar.

Muloqot jarayonida umumiy dastur va birgalikdagi faoliyatning umumiy strategiyasi shakllanadi. Muloqot tufayli insonning tafakkur ufqlari kengayadi, individual tajribaning cheklangan tabiati yengiladi. Shuning uchun muloqot inson taraqqiyotida muhim o‘rin tutadi.

Psixologiya fanida odamlar o‘rtasidagi muloqot mohiyatini tushunishga bir nechta yondashuvlar mavjud:

- muloqot - turli xil aloqa vositalari va mexanizmlaridan foydalangan holda ma’lumotni bir predmetdan boshqasiga o‘tkazish jarayoni. Muloqotning maqsadi o‘zaro tushunishga erishishdir (A. G. Kovalyov);

- muloqot - bu odamlarning o‘zaro munosabati va ma’lumotni uzatish faqat zaruriy shartidir, ammo aloqaning mohiyati emas (A. A. Leontev);

- muloqot - bu guruhdagi ijtimoiy xususiyatlar shakllanadigan jamoadagi odamlar o‘rtasidagi munosabatlar jarayoni (K. K. Platonov);

- muloqot - bu ma’lumot almashish, odamlarning o‘zaro harakatlari va o‘zaro munosabatlari yig‘indisidir (B. D. Parigin).

Muloqotga psixologlarning bunday yondashuvlari uning rolini baholashining muhimligini ko'rsatadi. Qarama-qarshiliklar bilvosita va bevosita boshqa ajralmas psixologik hodisalar - munosabatlar, o'zaro ta'sirlar va faoliyatning o'zi bilan, shuningdek, bu munosabatlardagi aloqaning mohiyatini takomillashtirish qiyinligini ko'rsatadi.

1.3. Faoliyat bilan muloqotning o'zaro aloqadorligi

Muloqot, bir qator mualliflar tomonidan berilgan ta'riflardan ko'rinib turibdiki, odamlar faoliyati bilan uzviy bog'liq. Bu muloqotni faol yondashuv nuqtai nazaridan ko'rib chiqqan barcha psixologlar tan olishgan. Biroq bunda muloqotning tabiati boshqacha tushuniladi.

Ba'zi bir mualliflar (A. N. Leontev) muloqotni faoliyatning muayyan tomoni deb hisoblashadi: u har qanday faoliyatga kiritilgan, bu - uning elementi, shartidir.

Boshqa psixologlar muloqotni o'ziga xos faoliyat turi deb bilishadi. Ulardan ba'zilari (D. B. Elkonin) uni inson taraqqiyotining ma'lum bir bosqichida mustaqil bo'lgan (masalan, maktabgacha yoshdagi bolalar va ,ayniqsa, o'smirlik davrida) kommunikativ faoliyat (yoki aloqa faoliyati) deb atashadi; boshqalar (A. A. Leontev) - faoliyat turlaridan biri (masalan, nutq faoliyati)deb hisoblaydi.

Uchinchi nuqtai nazar (B. F. Lomov) shundan iboratki, faoliyat va muloqot parallel va mavjud bo'lgan o'zaro bog'liq faoliyat sifatida emas, balki shaxsning ijtimoiy mavjudotining ikki tomoni, uning turmush tarzi sifatida ko'rib chiqiladi. Muloqotga alohida ahamiyat berib, B. F. Lomov insonning haqiqiy hayoti faqat mazmunli va amaliy faoliyat bilan cheklanib qolishini yozadi. Muloqot unda g'oyalar, qiziqishlar almashish, xarakter xususiyatlarini uzatish, shaxsga bo'lgan munosabatni, uning pozitsiyasini shakllantirishning maxsus funksiyalarini bajaradi.

Shunday qilib, ba'zi bir farqlarga qaramay, barcha nuqtai nazarlarning mualliflari faoliyat va muloqot o'rtasidagi bog'liqlikni tan olishadi, garchi ular buni turli yo'llar bilan ochib berishsa ham.

1.4. Ommaviy kommunikatsiyalarda muloqotning asosiy funksiyalari

Muloqot kichik guruhlarining hayotida va birgalikdagi faoliyatida bir qator funksiyalarni bajaradi. Avvalo, bu *kognitiv funksiya*. Muloqot shaxs uchun jamiyatda sodir bo'layotgan voqealar, guruhga tegishli bo'lgan sohada, guruhning ichki hayotida, guruh a'zolari tomonidan bir-birlarini tushunishlari, niyatlar, holatlar va harakatlar to'g'risidagi ma'lumotlarning muhim manbai ekanligidan iborat. Guruhning boshqa a'zolari, ularning hayotidagi voqealar, birgalikdagi faoliyatning natijalari, guruhning alohida a'zolari haqida fikrlar va boshqalar aynan muloqot jarayonida sodir bo'ladi va oydinlashadi. Oxir oqibat, muloqot o'zaro tushunish manfaatlariga xizmat qiladi. O'zaro anglashuv va guruh rivojlanishining eng yuqori darajasi - jamoa, ya'ni hamfikir bo'lgan odamlar ittifoqidir.

Muloqotning *rivojlantiruvchi funksiyasi* uning ontogenezida shaxsning ijtimoiylashuvi orqali namoyon bo'ladi. Kichik guruhda bu ijtimoiylashuv guruh a'zolari o'rtasida to'g'ridan-to'g'ri va vaqt talab qiladigan aloqa natijasida rivojlanib boradi va alohida tezlikda davom etadi. Ko'p tomonlama bilimlar, mulohazalar, fikrlar, his-tuyg'ular, qadriyatlar va ideallar, motivlar va qiziqishlar almashinuvi amalga oshiriladi, natijada guruh a'zolarining psixologik xususiyatlari va fazilatlarini o'zgaradi. Umuman olganda guruhning xususiyatlari guruh a'zolariga ta'sir qiladigan, ularning bilimlari, munosabatlari, harakatlari, ko'nikmalari, odatlari va hokazolarning uyg'unligini ta'minlaydigan umumiy omil bo'lib xizmat qiladi va shu bilan birga, ular rivojlanishning individuallashuvi uchun imkoniyatlar ochadigan bo'shliqni anglatadi. Tabiiyki, guruhning rivojlanayotgan ta'sirining tabiati uning faoliyati, hayoti va strukturasining tashkil etilishi, uning yetakchilik darajasi, qiziqishlar, qadriyatlar, qarashlar, urf-odatlar, an'analar, munosabatlar va boshqa guruhdagi ijtimoiy-psixologik hodisalarga bog'liq. Bunda muloqot guruh hayotidagi barcha jabhalarda ustunlik qiladi, guruhga xos bo'ladi va guruh a'zolari o'rtasidagi aloqa xususiyatlarida namoyon bo'ladi.

Anglash yoki idrok qilish funksiyasi shundan iboratki, muloqot kichik guruh a'zolari xulq-atvorining ijtimoiy bog'liqligining muhim omillaridan biri, ularning qiziqishlari, maqsadlari, rejalari, motivlari, istaklari, ehtiyojlari, harakatlari va xatti-

harakatlari, shuningdek. ularning tashqi ko'rinishini tartibga solishdir. Muloqot ma'lum ruhiy holatlar, jarayonlar, faoliyat natijalarining paydo bo'lishi, kuchayishi va ,aksincha, ularni o'z ichiga olishi, oldini olishi zaiflashtirishga yordam beradi.

Yig'ish yoki to'plash funksiyasi guruhda guruh a'zolari o'rtasida yagona fikrning paydo bo'lishiga, o'zaro tushunish, kelishuvga erishish, murosaga kelish, yaqin munosabatlar o'rnatish, sinxronizatsiya, harakatlarni muvofiqlashtirishga xizmat qiladi.

Kichik guruhning menejmenti, *yetakchilik yoki boshqarish funksiyasi* muloqotni tashkiliy omil sifatida ishlatish, guruh hayoti va faoliyatida tashkiliy tartibni o'rnatishga, qo'shma faoliyat jarayonida guruhning barcha a'zolari tomonidan aniq o'zaro ta'sir ko'rsatishiga maqsadlariga erishish va har birining manfaatlarini qondirish orqali amalga oshiriladi.

1.5. Ommaviy kommunikatsiyalardagi muloqotning psixologik tuzilishi

Muloqotning motivatsion-maqсадli tomoni. Murakkab psixologik hodisa sifatida muloqot bir qator tarkibiy qismlarni o'z ichiga olgan psixologik tuzilishga ega.

Motivatsiya-maqсад komponenti muloqot motivlari va maqsadlari tizimidir. Kichik guruh a'zolari bilan muloqot qilish uchun sabablar quyidagicha bo'lishi mumkin:

- a) muloqotda tashabbus ko'rsatadigan bir kishining ehtiyojlari, qiziqishlari;
- b) ikkala muloqot sheriklarining ehtiyojlarini va manfaatlarini, ularni muloqot qilishga undovchi sabablar;
- v) birgalikda hal etiladigan vazifalardan kelib chiqadigan ehtiyojlar.

Muloqot uchun motivlarning nisbati to'liq tasodifdan tortib to to'qnashuvgacha davom etadi. Shunga ko'ra, muloqot do'stona yoki qarama-qarshi(dushmanlik ruhida) bo'lishi mumkin.

Muloqotning asosiy maqsadlari quyidagilar bo'lishi mumkin:

- foydali ma'lumotlarni olish yoki uzatish;
- zo'riqishni yengillashtiradigan sheriklarni faollashtirish;

- birgalikdagi harakatlarni boshqarish;
- do'stlarga yordam va ta'sir.

Muloqotda qatnashuvchilarning maqsadlari bir-biriga zid kelishi yoki bir-birini istisno qilishi mumkin. Bu muloqotning tabiatiga bog'liq.

Muloqotning kommunikativ tomoni. Muloqotning kommunikativ tomoni yoki so'zning tor ma'nosidagi aloqasi muloqot qiluvchi shaxslar o'rtasida ma'lumot almashishdan iborat. Birgalikdagi faoliyat davomida kichik guruh a'zolari, yuqorida aytib o'tilganidek, o'zaro fikrlar, qiziqishlar, his-tuyg'ular va boshqalarni almashadilar. Bularning barchasi ma'lumot almashish jarayonini tashkil etadi. Bu quyidagi xususiyatlar bilan tavsiflanadi:

- agar kibernetik qurilmalarda ma'lumotlar faqat uzatilsa, u holda odamlar bilan muloqot qilish sharoitida u nafaqat uzatiladi, balki shakllantiriladi, aniqlanadi, ishlab chiqiladi;
- ikki qurilma o'rtasidagi oddiy "axborot harakati" dan farqli o'laroq, odamlar bilan muloqot qilishda ular bir-biriga bo'lgan munosabat bilan birlashtirilgan;
- odamlar o'rtasida ma'lumot almashinuvi tabiati, tizim belgilaridan foydalanish orqali sheriklar bir-biriga ta'sir qilishi va sherikning xulq-atvoriga ta'sir qilishi mumkinligi;

Axborot almashish natijasida kommunikativ ta'sirga faqat ma'lumot yuboruvchi (kommunikator) va uni qabul qiluvchi (oluvchi) bir xil yoki o'xshash kodlash yoki dekodlash tizimiga ega bo'lgandagina mumkin bo'ladi. Oddiy tilda ushbu qoida quyidagi so'zlar bilan ifodalanadi: "hamma bir xil tilda gaplashishi kerak".

Odamlar muloqotida muayyan aloqa to'siqlari paydo bo'lishi mumkin. Ular tabiatan ijtimoiy yoki psixologik bo'ladi. Kommunikatsion to'siqlarning ijtimoiy tabiati odamlarning ijtimoiy, siyosiy, milliy, kasbiy farqlari, ularning dunyoqarashi va e'tiqodlari natijasida vujudga kelgan bir xil tushunchalar, voqealarni boshqacha talqin qilishda namoyon bo'ladi. Kommunikatsion to'siqlarning psixologik tabiati ular o'zaro muloqot qiluvchi odamlarning individual psixologik xususiyatlari (uyatchanlik, maxfiylik, «aloqasizlik») natijasida yoki ular orasidagi o'ziga xos psixologik munosabatlar: adovat, ishonchsizlik va boshqalar natijasida yuzaga kelishi

mumkinligida namoyon bo'ladi. Bunday holda, muloqot va munosabat o'rtasidagi aloqa aniq ajralib turadi.

Kommunikatordan keladigan ma'lumotlar ikki xil bo'lishi mumkin: rag'batlantirish va aniqlashtirish. Rag'batlantiruvchi ma'lumotlar buyurtma, maslahat, so'rovda ko'rsatiladi. U ba'zi harakatlarni rag'batlantirish uchun mo'ljallangan. Nazorat qiluvchi ma'lumotlar xabar shaklida paydo bo'ladi, u turli xil ta'lim tizimlarida sodir bo'ladi.

Muloqot (aloqa) verbal, noverbal va energetik bo'lishi bo'lishi mumkin. Ijtimoiy psixologiyada ushbu tushunchalar ko'pincha muloqot vositalari deb ataladi va ular orasidagi quyidagi tizimlarni ajratib ko'rsatadi:

- 1) optik tizim (tashqi ko'rinish va harakat);
- 2) akustik tizim (tembr, ovoz balandligi, intonatsiya, nutq sur'ati);
- 3) kinetik tizim (teginish, paypaslash);
- 4) fazoviy-vaqtinchalik xususiyatlar tizimi (ular orasida xronotiplar aniq holatlar, masalan, transport vositasi hamrohidir);
- 5) energiya tizimi (K. S. Stanislavskiy - "nurlanish va ruhiy oqimlarni nurli qabul qilish").

Verbal muloqot nutq yordamida amalga oshiriladi, so'zlarda ma'lumotlar kodlashtiradi va dekodlaydi: kommunikator gaplashish jarayonida kodlaydi (uni nutqqa tarjima qiladi) va qabul qiluvchi tinglash jarayonida ushbu ma'lumotlarni dekodlaydi (qabul qiladi, assimilyatsiya qiladi). Nutq orqali muloqot ishtirokchilari alohida tarzda o'zaro harakat qilishadi, bir-birlarini ishontirishadi, ya'ni xatti-harakatlarning ma'lum bir o'zgarishiga erishishga intilishadi.

Verbal muloqot (yoki muloqot vositalari) quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- so'zlar, iboralar, taklif mantiqiyliqi, nutq apparati (hajm, sur'at, diksiya, talaffuz, tembr);
- ekspressivlik - nutqning ekspressivligi (tonallik, hissiylik, tasavvur, ifodali so'zlar bilan to'yinganlik, nutqning burilishlari, tovushli qo'shimchalar - qahqaha, xo'rsinish va boshqalar).

Noverbal muloqot vositalari og‘zaki so‘zlashuv bilan birga keladi va quyidagi nuqtalarga qisqartiriladi:

- yuz ifodalari, imo-ishoralar;
- taksika (teginish - qo‘l siqish, quchoqlash, yuz va qo‘llarni o‘pish);
- pantomimika (holat va tana harakatlari - turish, egilish, bosh kiyimini yechish, joyni o‘zgartirish, suhbatdoshga yaqinlashish usuli);
- proksematik (bir-biriga nisbatan aloqada bo‘lganlarning joylashuvi);
- masofa va joylashish usuli - ikkalasi ham o‘tirgan, biri tik turgan, ikkinchisi o‘tirgan va boshqalar).

Ularning barchasi, muloqot qilishda, ma’lum bir ma’lumotni o‘z ichiga oladi.

Noverbal muloqot, shuningdek, odamlar tomonidan ishlab chiqilgan maxsus belgilar-ishoralar tizimidir: harakatni boshqarish belgilari, kiyimlar, ordenlar, mukofotlar va boshqalar.

Noverbal muloqot vositalari muloqot imkoniyatlarini sezilarli darajada kengaytiradi, ko‘pincha ekspressiv va lakonik turlarda. Shunday qilib, rasmiy ishlab chiqarish jamoalari va norasmiy guruhlar o‘zlarining faoliyat turlarini, ijtimoiy mavqeini, joylashishini va boshqalarni ko‘rsatadigan yetarlicha ramziylikni topishga intilishadi. Norasmiy guruhlarda faqat tashabbuskorlarga tushunarli bo‘lgan ramziylik mavjud: kiyim imidji, soch turmagi va boshqalar.

Ontogenez jarayonida, tarbiya va o‘qitish sharoitida, so‘ngra malaka oshirishda har bir kishi verbal va noverbal muloqot tizimiga ega bo‘ladi.

Muloqotning interaktiv tomoni. Muloqotning interaktiv tomoni odamlarning birgalikdagi faoliyatini tashkil etish, ularning o‘zaro ta’siri (hamkorligi) bilan bog‘liq.

Interaktiv muloqot funksiyasi kommunikativ funksiya bilan o‘zaro bog‘liq, ammo ayni paytda o‘ziga xos xususiyatlarga ega. Guruh faoliyati nuqtai nazaridan uning ishtirokchilari uchun nafaqat ma’lumot almashish, balki guruhning har bir a’zosi alohida hissa qo‘shadigan qo‘shma tadbirlarni tashkil etish muhimdir. Shu bilan birga, harakatlar almashinuvi, umumiy faoliyatni rejalashtirish ham mavjud. Bunday rejalashtirish bilan (B.F. Lomov ta’kidlaganidek) bir kishining xatti-harakatlarini "boshqasining hayolida pishgan(tayyorlangan) rejalar" bilan tartibga

solish mumkin, bunda faoliyat chindan ham jamoaviy bo'lib qoladi va uning tashuvchisi endi alohida shaxs bo'lmaydi. Ushbu jarayon muloqotning interaktiv tomonining mohiyatidir.

Guruh faoliyati jarayonida odamlar turli xil shovqinlarga kirishadilar, shuning uchun ularning tasniflarini tuzishga ko'p urinishlar mavjud. Eng keng tarqalgan mulohaza bu o'zaro ta'sirning barcha turlarini ikki turga bo'lish mumkin bo'lgan ikki tomonlama tasnif - hamkorlik va raqobatdir.

Hamkorlik deganda, birgalikdagi faoliyatni tashkil etishga yordam beradigan o'zaro ta'sir turlari tushuniladi. Bu yerda faoliyatning psixologik mexanizmi odamlarning o'zaro yordamiga, ularning hamkorligiga asoslangan. Hamkorlik doirasida raqobat tabiatda antagonistik bo'lmagan va hatto o'zaro yordam elementini qamrab oladigan o'zaro ta'sir sifatida yuzaga kelishi mumkin.

Raqobat - bu qandaydir tarzda qo'shma faoliyatni buzadigan o'zaro ta'sirlarni qamrab oladigan xatti-harakatlar turi. Shu bilan birga, ijtimoiy psixologiya raqobatni faqat salbiy hodisa deb hisoblamaydi, chunki bozor iqtisodiyoti sharoitida bunday o'zaro ta'sir rag'batlantiruvchi ta'sir ko'rsatishi mumkin. Qarama-qarshilik tushunchasi maxsus tadqiqotlar ob'ekti bo'lgan raqobat munosabatlari bilan ham bog'liq.

Hamkorlik va raqobat ijtimoiy tashkilotlarda odamlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning turli shakllari bo'lib, har bir holatda ularning mazmuni hamkorlik va raqobatni o'z ichiga oladigan faoliyatning kengroq tizimi bilan belgilanadi. Shu sababli, odamlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning ikkala shakli ham e'tiborga loyiqdir, ammo ularni maqsadli faoliyatning ijtimoiy doirasidan tashqarida va ushbu faoliyatga kiritilgan ishtirokchilarning guruh munosabatlaridan tashqarida o'rganish mumkin emas.

Muloqotning perseptiv tomoni. Muloqot jarayoni majburiy ravishda boshqa shaxsning aloqa ob'ekti mavzusini shakllantirishni o'z ichiga oladi. Bu nafaqat insonning tashqi jismoniy xususiyatlarini idrok etish, balki uning psixologik xususiyatlari va xatti-harakatlarini tushunishni ham anglatadi. Umumiy psixologiyada, ijtimoiy psixologiyada idrok etish (persepsiya) tushunchasidan farqli

o'laroq, shaxsni shaxs tomonidan idrok etish "ijtimoiy idrok" (J. Bruper, 1947) deb nomlanadi. Hozirgi vaqtda "ijtimoiy idrok" atamasi kengroq ma'noga ega bo'lib, ijtimoiy ob'ektlarni: boshqa odamlar, ijtimoiy guruhlar, yirik ijtimoiy hamjamiyatlarni idrok etishni anglatadi. Shuning uchun, muloqot nuqtai nazaridan, shaxslararo idrok, ya'ni odamni odam tomonidan idrok etish haqida gaplashish tavsiya etiladi.

Bundan tashqari, ijtimoiy-psixologik nuqtai nazardan idrok etish bir qator o'ziga xos xususiyatlarga ega. Xususan, muloqot bo'yicha sheriklar tomonidan bir-birlari haqidagi g'oyalarni shakllantirish jarayonida yuzaga keladigan bir qator hodisalar idrok jarayonining an'anaviy tavsifi doirasiga mos kelmaydi, chunki nafaqat tasvirni shakllantirish - idrok, balki boshqa odamni anglash, bilish ham sodir bo'ladi. Shu munosabat bilan muloqotning perseptiv funksiyasi nafaqat idrok bilan cheklanib qoladi, balki boshqa bir qator bilish jarayonlarini o'z ichiga oladi: aqliy operatsiyalar, xotira, shuningdek, hissiyotlar.

Boshqa odamni bilish, tushunish uchun muloqot mavzusi uning fikrlari, niyatlari, qobiliyatlari, his-tuyg'ulari, munosabatlari, shuningdek, ularni sherik sifatida bog'laydigan munosabatlar haqida fikr yaratishga intiladi. Bu jarayon, shuningdek, muloqot predmetining shaxsiyat xususiyatlarini o'z ichiga oladi: uning o'tmishdagi tajribasi, aloqa maqsadlari, munosabat, shu bilan birga, paydo bo'lgan imidj ma'lum tanlovga duch keladi (A. A. Bodalev tadqiqotlari).

Shaxslararo in'ikosi hodisasining umumiy ta'rifini berib, shuni aytish mumkinki, boshqa odamni idrok etish - bu uning tashqi xususiyatlari aks ettirilgan, idrok etilayotgan shaxsning shaxsiy xususiyatlari bilan bog'liq bo'lgan va shu asosda amalga oshirilgan, uning ichki dunyosini va tushunchasini anglaydigan jarayondir. Bunda birinchi o'ringa xulq-atvor shaklini va xatti-harakatni idrok etish, tushunish chiqadi.

Muloqot jarayonida odamlarning o'zaro tushunishi maxsus psixologik mexanizmlar tufayli amalga oshiriladi. Muloqot jarayoni hech bo'lmaganda ikkita faol shaxsning o'zaro ta'sirini o'z ichiga oladi, ularning har biri shaxsdir va har biri o'zini boshqasiga o'xshatmaydi (individual-psixologik xususiyatlar nazarda

tutilmoqda). O‘zaro ta’sir strategiyasini tuzishda har bir kishi nafaqat boshqalarning niyatlari va munosabatlarini, balki bu mening motivlarim va munosabatimni qanday tushunishini ham hisobga olishi kerak. Shuning uchun o‘z-o‘zini anglashni boshqa tomondan tahlil qilish ikki tomonni o‘z ichiga oladi: identifikatsiya va refleksiya.

Identifikatsiya (assimilyatsiya) o‘zaro tushunish mexanizmlaridan biridir. Boshqa odamni tushunishning eng oson usuli – o‘zini unga o‘xshatishdir. Identifikatsiya va empatiya fenomeni o‘rtasida chambarchas bog‘liqlik mavjud, bu unga yaqin bo‘lgan - tushunish qobiliyatida namoyon bo‘ladi. Empatiya tushunchasi, asosan, boshqa odamning muammolariga, ularni oqilona tushunishdan ko‘ra hissiy munosabat bildirish bilan bog‘liq.

Refleksiya (aks ettirish)- bu harakat qiluvchi shaxsning muloqotdagi sherigi tomonidan qanday qabul qilinishini anglaganini aks ettiruvchi ijtimoiy-psixologik muloqot mexanizmi. Bu sheriklarning har biri boshqasi tomonidan qanday qabul qilinishini tushunishga asoslangan o‘zaro fikrlash va xatti-harakatlar strategiyasini shakllantirishning murakkab jarayoni. Diadik o‘zaro ta’sir sharoitida ham muloqotning aks ettiruvchi tuzilishi juda murakkab model sifatida namoyon bo‘ladi. Muloqotning maksimal muvaffaqiyati "individa - individa" yoki «individa-guruh» tizimlaridagi o‘zaro aloqa liniyalarining maqbul mos kelishi bilan bog‘liqdir.

Masalan, agar yetakchi ma’ruzachi o‘zi to‘g‘risida, tinglovchilar haqida va ular uni qanday qabul qilishlari to‘g‘risida noto‘g‘ri tushunchaga ega bo‘lsa, uning tinglovchilar bilan o‘zaro tushunishi va o‘zaro munosabati istisno qilinadi. Bunday vositalardan biri boshqaruv tizimlarida ishlaydigan odamlarni boshqa odamlar bilan muloqotda faol o‘qitishda ijtimoiy-psixologik tayyorgarlik vazifasini o‘tashi mumkin. Bu, ayniqsa, odamlar bilan samarali hamkorlik qilish professional burchi bo‘lgan menejrlarni o‘qitish uchun juda muhimdir.

Amaliy va nazariy nuqtai nazardan, sheriklar o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlarning strategiyasi va taktikasining mumkin bo‘lgan yo‘nalishlarini aks ettiradigan modellarni yaratish juda muhim ko‘rinadi. Shu maqsadda o‘yinlarning matematik nazariyasi apparati qo‘llaniladi. Umumiy faoliyat bilan birlashtirilgan guruhning aks ettiruvchi tuzilmalarini tahlil qilish hozirgi paytda tobora muhim

ahamiyat kasb etmoqda. Keyin yuzaga keladigan aks ettirishning sxema-modeli o'zi tomonidan emas, balki ushbu faoliyatning ham, shaxslararo munosabatlarining ham umumiy nuqtai nazaridan tushuntirishga ega bo'lmaydi.

1.6. Ommaviy kommunikatsiyalarda rasmiy muloqotining xususiyatlari va shakllari.

Rasmiy muloqot boshqa muloqot turlaridan farq qiladi, chunki ma'lumot nafaqat uzatiladi, balki shakllanadi, yangilanadi va o'zgaradi. Lev Tolstoy shunday yozgan: "So'z ishdir". Bu menejerlarning so'zning mukammal buyrug'ini ta'minlash istagini ochib beradi. Biznes bu rasmiy ishdir, rasmiy ish esa fikr va so'zni talab qiladi. Bu ayniqsa boshqaruv uchun to'g'ri keladi.

Har bir rahbar suhbatdoshiga murojaat qilganida u tomonidan beriladigan ma'lumotlarga qiziqadi, uni nafaqat qabul qiladi, balki o'z maqsadiga erishishda bu ma'lumotlardan foydalanadi. Buning uchun rahbar rasmiy muloqotni shakllantirishga harakat qiladi.

Rasmiy muloqotning asosiy bosqichlari:

- 1) muloqot shakli va maqsadini aniqlash;
- 2) muloqotga tayyorlanish;
- 3) kontakt o'rnatish va xabar yuborish;
- 4) diqqat bilan tinglash va ishontirish;
- 5) bahslashish yoki muhokama qilish;
- 6) umumlashtirish;
- 7) to'g'ri qaror qabul qilish.

Rasmiy muloqotning shakllari xilma-xil, ammo ularning asosiylari quyidagilardir:

- telefon orqali muloqot;
- yozma muloqot;
- og'zaki muloqot.

Hozirgi kunda telefon orqali muloqot alohida ahamiyatga ega. Ishbilarmonlar o'zlarining ish vaqtini 10 dan 30 foizini telefon qo'ng'iroqlariga sarflashadi, telefon

tufayli ko'p sonli savollarni hal qilish tezligi oshadi, xat, telegramma yoki boshqa usullar bilan muassasa yoki kompaniyaga murojaat qilishning hojati qolmaydi. Telefon orqali muloqot har qanday masofada doimiy ravishda ikki tomonlama biznes ma'lumotlarini almashishni ta'minlaydi. Ma'lumotlar telefon orqali amalga oshiriladi, buyurtmalar beriladi, uchrashuvlar belgilanadi, biznes muzokaralari olib boriladi. Uyali telefonlarning joriy etilishi bilan boshqaruv yanada samaraliroq bo'ldi.

Ko'pincha, telefon tashkilotning ham, menejerning ham tashrif qog'oziga aylanadi. Tashkilotning obro'si, shuningdek, uning biznes operatsiyalari ko'lami, oxir-oqibat, xodimlarning telefon orqali muzokaralar olib borish qobiliyatiga bog'liq. Telefon orqali rasmiy muloqot qilish qoidalari mavjud:

- birinchi qo'ng'iroqdan keyin telefonni olish yaxshiroq;
- aniq, tushunarli va juda tez gapirish kerak;
- qo'ng'iroqqa javoban o'zini tanishtirish va tashkilot nomini ko'rsatish shart;
- bitta suhbatga e'tibor qaratish, suhbatdoshni diqqat bilan tinglash;
- yoqimsiz xabarlar paytida o'zini yo'qotmaslik;
- telefon suhbatlarini yozib olish uchun blankalardan foydalanish;
- ma'lumotni, qo'ng'iroq qiluvchining telefon raqamini yozib olish va unga qayta qo'ng'iroq qilishni va'da qilish;
- hamkorga u uchun noqulay vaqtda qo'ng'iroq qilmaslik;
- telefon suhbatidan oldin har doim bu suhbat qanchalik ahamiyatga, qimmatga egaligini aniqlab olish.

Menejrlarning yozma muloqot tizimiga, ish yozishmalarini qayta ishlashga sarflagan vaqtining 5% dan 10% gacha to'g'ri keladi. Ish yozishmalari biznes-hujjatlar yordamida amalga oshiriladi, ularning ko'plari huquqiy va iqtisodiy ahamiyatga ega bo'lib, yozma dalillar sifatida xizmat qilishi mumkin, shuningdek, turli xil qo'shimcha ma'lumotlar manbayi bo'lishi mumkin. Hujjatlar tashkilotni boshqarish va boshqaruv qarorlarining tarixini tiklash imkoniyatini beradi.

Boshqaruv hujjatlarida rejalashtirish, hisobot, ish yozishmalari to'g'risidagi ma'lumotlar mavjud. Menejer har bir kelgan hujjat bilan tanishib chiqishi, vaziyatdan kelib chiqqan holda qaror qabul qilishi, chiqargan qarorini yozma shaklda qayd etishi

lozim. Qaror - bu ishning borishini belgilaydigan va ijrochilarning faoliyatini tartibga soladigan boshqaruv hujjatiga yozuv ko‘rinishidagi ma‘muriy ta’sirdir. Boshqaruv qarori uchun majburiy talablar quyidagilardir:

- manzillilik;
- boshqaruv harakatlarining mazmunan aniqligi;
- mumkin bo‘lgan yechimlarni ko‘rsatish;
- ushbu sohada ilgari qabul qilingan boshqaruv qarorlariga chiqarilgan qarorning muvofiqligi.

Ish yozishmalarini qabul qilish va qayta ishlash xatlar, javoblarni tayyorlash va yuborishni o‘z ichiga oladi. Ish xatiga qo‘yiladigan asosiy talablar:

- aniqlik va qisqa bayonlilik ;
- ma’lumotlarning to‘liqligi;
- ma’lumotlarning aniqligi;
- ishonuvchanlik va xushmuomalalik;
- savodli tahrirlash.

Eng muhim va tezkor rasmiy muloqot shakllaridan biri rasmiy suhbatdir. Bu suhbat o‘zlarining tashkilotlaridagi muayyan muammolarni olib borish va hal qilish uchun to‘liq vakolatiga ega bo‘lgan suhbatdoshlar o‘rtasidagi og‘zaki rasmiy suhbatni anglatadi. Rasmiy suhbat orqali bir kishi yangi guruhning xususiyatlarini inobatga olgan holda, ular bilan ishning muayyan sohasi bo‘yicha yangi mulohaza olishga intiladi. Guruh a‘zolari bilan mustahkam hamkorlik aloqalarini shakllantiradi. Rasmiy suhbatlarning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- yangi yo‘nalishlarni izlash va istiqbolli tadbirlarni boshlash;
- boshlangan jarayonlarni boshqarish va muvofiqlashtirish;
- ma’lumot almashish;
- bitta biznes muhitida ishlaydigan xodimlarning o‘zaro aloqasini ta’minlash;
- ish g‘oyalari va istiqbolli rejalarni izlash va tezkor ravishda rivojlantirish;
- korxonalar, firmalar, tarmoqlar, mamlakatlar darajasidagi hamkasblar bilan biznes aloqalarini olib borish;
- yangi yo‘nalishlarda inson tafakkuri mahsulini rag‘batlantirish.

Rasmiy suhbatlar (yoki ish uchrashuvlari) uch turga ega:

- 1) axborot uchrashuvi;
- 2) tezkor(operatsion) yig'ilish;
- 3) munozarali uchrashuv.

Axborot uchrashuvi (yoki brifing) xodimlarni yangi ma'lumotlar, yangi ko'rsatmalar, talablar bilan tanishtirishga qaratilgan. Agar brifing jarayonida yetakchi faqat «takomillashtirish», «ko'tarish», «yangilanish» ni talab qilib, lekin korxona faoliyati rivojlanishi uchun aniq usul va choralarni taklif qilmasa, jamoa rahbarning xatti-harakatlari yuzasidan javobgarlikni o'z bo'yniga olmaydi. Hujjatlarni xodimlarga tanishib chiqish uchun tarqatish maxsus yig'ilishlarsiz berilgani ma'qulroqdir. Bu o'z navbatida xodimning ish vaqtini tejashi bilan birgalikda, ish samaradorligiga salbiy ta'sir ko'rsatmaydi. Operatsion yig'ilish boshqaruv jarayonining quyidagi uch bosqichini qamrab olishga qaratilgan:

- ma'lumot to'plash;
- ma'lumotlarni qayta ishlash;
- qaror qabul qilish.

Operatsion yig'ilish paytida, boshqa xodimlarni jalb qilmasdan, faqat qarorga aloqador xodimlarni navbat bilan tinglash tavsiya etiladi.

Munozarali uchrashuv - bu har bir xodim o'z fikrini erkin bildirishi mumkin bo'lgan rasmiy suhbatning eng demokratik shakli.

Muloqotning psixologik madaniyati. So'zlashish madaniyati - bu birinchi navbatda, suhbatdoshni hurmat qilishni anglatadi. Biror kishining qalbiga yo'l topish uchun nima uni qiziqtirayotgani haqida gaplashish kerak. Suhbatdosh uzoq monologlar bilan bezovta qilinavermaydi. Har doim yaxshi tinglovchi bo'lish, diqqat bilan tinglash va suhbatlashayotgan odamni ilhomlantirish muhim ahamiyatga ega. Siz suhbatdoshdan ko'ra aqlli bo'lishingiz mumkin, lekin gapirishga ijozat bermasdan, buni ta'kidlashga harakat qilishingiz kerak emas.

Odamlar bilan yaxshi munosabatlarni o'rnatishda muvaffaqiyatning siri bu - masalani boshqa odamning nuqtai nazaridan ko'rib chiqish, ham uning manfaatlarini, ham boshqa odamning manfaatlarini hisobga olgan holda hal qilish qobiliyatidir.

Boshqalar siz uchun nima qilishlarini istasangiz, siz ham ular uchun shunday qilishingiz kerak. Tasdiqlash va dalda berish orqali odamlarda g'ayratni rivojlantirishga harakat qiling, odamda o'ziga xos bo'lgan barcha yaxshi narsalarni uyg'oting.

Odamlarni rozi qilish uchun ularga samimiy qiziqish ko'rsatish kerak. Odamlarni, avvalambor, ularga xushmuomalalik, hurmat bilan munosabatda bo'lish, barchaga teng va adolatli, o'z ishlarida yordam berish qobiliyati bilan jalb qilish mumkin. Tasdiqlash, samimiy so'z insonning sa'y-harakatlarini safarbar qilish, ijodiy kayfiyatini saqlashning eng samarali vositasidir. Kollektivning barcha a'zolariga teng munosabatda bo'lish uning birlashish shartlaridan biridir. Mehribonlik, do'stlik, minnatdorlik kabi munosabatlar odamlarni qattiqqo'llik va g'azabdan ko'ra fikrlarini o'zgartirishga undashi mumkin. Noloyiq va qo'pol so'zlar insonlarda salbiy kayfiyat va munosabat paydo bo'lishiga sabab bo'ladi.

Odamlar bilim va qobiliyatlarga ega bo'lib, ba'zan oddiy taktikaga rioya qilmasligi tufayli ularning barchasini yo'qotadi. Takt bu fazilatlardan biridir, uning yo'qligi hatto inson iste'dodiga ham salbiy ta'sir qiladi. Agar odamlar sizning munosabatingizdan rozi bo'lishlarini istasangiz, boshqa odamlarning fikrlarini hurmat qiling. Suhbatni sizning fikringiz turlicha bo'lgan savollardan boshlamang. Fikrlar bir-biriga to'g'ri keladigan joy haqida gapiring. Suhbat boshida «ha» javoblari qancha ko'p bo'lsa, sizning takliflaringizni ko'rib chiqishda «ha» degan xulosaga kelish ehtimoli ham shuncha ko'proq bo'ladi.

Biror kishiga e'tiroz bildirishdan oldin, suhbatdoshni diqqat bilan tinglang, uning hodisalarga bo'lgan nuqtai nazarini tushunishga harakat qiling. Agar zarurat bo'lmasa, siz to'g'ridan-to'g'ri gaplashayotgan odamga nisbatan xato fikrda degan xulosaga kelmang. Yaxshisi: "Men sizning fikrlaringizga biroz qo'shila olmayman, lekin men ham xato qilishim mumkin. Keling, dalillarni ko'rib chiqaylik: agar men adashgan bo'lsam, siz mening qilgan xatolarimni tuzatishingizni istayman",- degan fikr o'rinliroqdir. Asosiy e'tibor argumentlar san'atiga va ularni taqdim etishning aniqligiga qaratilishi kerak.

Ko'p gapirish ko'p narsani biladi degani emas. Biror narsaga ishontirish uchun uning to'g'riligi haqida bahslashish shart emas. Kelishmovchilik hech qachon hurmatsizlikka olib kelmasligi kerak. Raqibning fikrini rad etganda, uni xafa qilmaslik kerak. Xafa qilish oson, kechirim so'rash qiyin, samimiy kechirimni olish esa yanada qiyinroq.

Suhbat qizib ketayotganini payqab, uni to'xtatish va asablar tinchlanishini kutish yaxshidir. Sokin ohangda isbotlab bo'lmaydigan narsani yig'lash bilan isbotlab bo'lmaydi. Ko'pincha: "iltimos, e'tiborga oling", "mening fikrimcha", "agar qarshi bo'lmasangiz, men takrorlayman ..." va hokazolarni ishlatishga harakat qiling.

Prinsipial shaxs xulq-atvori va undagi ojizliklar haqida gap ketganda, rahbar qat'iyatli va ikkala tomon manfaatlarini hisobga olib, ma'lum bir moslashuvchanlikni ko'rsatishi kerak. Xafagarchiliksiz maslahat berish, ishdagi hamkasblarning xatolarini kechirish, ularga xatolarini to'g'rilash imkonini berish va ularning murojaatida tanqidni to'g'ri qabul qilish qobiliyati - bu ma'lumotli odamning belgisi, yetuk mulohazali rahbar bo'lishning asosiy shartidir.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Ommaviy kommunikatsiyalarda muloqot tuzilishi nimalardan iborat?
2. Ommaviy kommunikatsiya sharoitida muloqotning asosiy funksiyalarini aytib bering.
3. Muloqot jarayonida tushunishning asosiy mexanizmlarini aytib bering.
4. Ommaviy kommunikatsiyada shaxslararo munosabatni tushuntiring.
5. Qanday qilib sub'ekt samarali o'zaro hamkorlikni tashkil qilish uchun o'zining va ob'ektning xususiyatlarini hisobga oladi?
6. Muloqotda psixologik madaniyatining asosiy qoidolari haqida aytib bering.

Mustaqil ish topshiriqlari:

1. Ommaviy kommunikatsiyada muloqot tushunchasi.
2. Ommaviy kommunikatsiyada o'yin nazariyasi.
3. Muloqotda uchraydigan bar'erlar.

2-BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYADA STEREOTIP VA USTANOVKALAR

Darsning maqsadi:

Psixologiyada stereotip va ustanovkalar muammosi, ommaviy kommunikatsiyalarda axborotni idrok etishda stereotip va munosabatning ahamiyati, stereotip va ustanovkalarni shakllantirishda reklama va PR kommunikatsiyalarining o'zni to'g'risida ma'lumot berish.

REJA:

2.1. Stereotip va ustanokalarning ijtimoiy-psixologik tabiati

2.2. Ommaviy kommunikatsiya axborotini idrok etishda stereotip va ustanovkaning ahamiyati

2.3. Stereotiplar va ustanovkalarni shakllantirishda reklama va PR kommunikatsiyalarining o'zni

Tayanch so'zlar: Stereotip, ustanoka, ijtimoiylashuv, shaxs, kommunikatsiya, muloqot, ehtiyoj, ijtimoiy-psixologik omillar

2.1. Stereotip va ustanokalarning ijtimoiy-psixologik tabiati

Shaxs ijtimoiylashuvining psixologik masalalari o'rganilganda, ijtimoiy tajribaning u tomonidan kanday yo'l bilan va qay darajada o'zlashtirilganligi ijtimoiy ustanovka fenomeni orkali tushuntiriladi.

Ma'lumki, ustanovka muammosi dastlab gruziyalik psixologlar, jumladan, D.N. Uznadze tomonidan fanga kiritilgan edi. Lekin ushbu jarayonning psixologik qonuniyatlarini o'rganish oddiy ustanovka bilan ijtimoiy ustanovka o'rtasida muayyan farqlar borligini isbotladi. Chunki D.N. Uznadze konsepsiyasiga muvofiq - ustanovka sub'ektning yaxlit bir dinamik holatini, uning qandaydir faollik va harakatlarga

tayyorligini bildiradi va asosan ikki omilning ta'sirida namoyon bo'ladi: sub'ektning ehtiyojlari va muayyan ob'ektiv vaziyatning holati". Ya'ni, konkret bir vaziyatlarda u yoki bu ehtiyojni qondirishga yo'naltirilgan va qandaydir ma'noda odatiy shakl olgan holat ustanovka deb ataladi. Uznadze ustanovkani keltirib chiqaruvchi vaziyatni tahlil qilganda, uning ijtimoiy omillarga bog'liq tomonlariga, shaxs hayoti mobaynida orttirgan ijtimoiy tajribasi nuqtai nazaridan qaramagan edi.

G.M. Andreevaning ta'kidlashicha, Uznadze taklif etgan ustanovkalar konsepsiyasi asosan insondagi oddiy fiziologik ehtiyojlarning qondirilishi bilan bog'lik holatlarni tushuntirishga bag'ishlangandir. Chunki uning tushunishicha, ustanovka ko'proq ongsiz harakatlarni tushuntirishda qo'l keladi. Hayotda ijtimoiy vaziyatlar ularda shaxs orttirgan tajribaning o'zlashtirilishi katta ahamiyatga ega bo'lganligi sababli, ijtimoiy psixologiyada, sotsiologiyada uni alohida psixologik holat sifatida qarash maqsadga muvofiqdir.

G'arb ijtimoiy psixologiyasida ijtimoiy ustanovkalarni o'rganish va uni tavsiflash uchun **"attitud"** tushunchasi qo'llaniladi. Xorijlik olimlar attityudga ta'rif berganlarida uning ijtimoiy hulqqa aloqador ekanligini, individning ilgarigi tajribasi ta'sirida u yoki bu vaziyatlarga reaksiya berishi holati ekanligiga ko'proq o'rg'u beradilar. Shundan kelib chikib, attityudning turtta asosiy **vazifasi** mavjud ekanligiga e'tibor karatilgan:

- 1) *moslashtiruvchi* - attityud sub'ektni uning maqsad va manfaatiga aloqador bo'lgan ob'ektlarga yo'naltiradi, moslashtiradi;
- 2) *bilish funksiyasi* - konkret ob'ektga nisbatan mavjud vaziyatda anchagina qulay bulgan xulq-atvor shaklini tanlashga yordam beradi;
- 3) *namoyon etish funksiyasi* - individni shaxs sifatida, muayyan qadriyatlarga e'tiqodi bor inson sifatida tutishini ta'minlaydi;
- 4) *himoya vazifasi* - shaxsning ichki ziddiyatlarini bartaraf etish va turli vaziyatlardan chiqib ketishiga imkon beradi.

Bu funksiyalarni bajaruvchi attityud olimlar fikricha o'ziga yarasha **tizimga** xam ega bo'ladi. Amerikalik M. Smit attityudning uch komponentli tizimni farqlaydi:

I. **Kognitiv komponent** - bu ijtimoiy ustanovka ob'ektini anglash bilan bog'liq jihatlar;

II. **Affektiv komponent** - bu ob'ektga nisbatan hissiy munosabatlar, uni

emotsional baholash, yoqtirish-yoqtirmaslik bilan bog'lik sub'ektiv holatlar;

III. ***Xulq-atvor komponenti (yoki konativ)*** - ob'ektga nisbatan real xatti-harakatni tushuntiruvchi jihatlar.

Bu uchala komponentlar o'zaro bir-birlari bilan boqliq bo'lib, vaziyatga qarab u yoki bu komponentning roli ustunroq, sezilarliroq bo'lishi mumkin. Shuni ham ta'kidlash joizki, komponentlararo monandlik bo'lmasligi ham mumkin. Masalan, ayrim talabalar talabalik burchi va ichki tartib intizom bilan juda yaxshi tanish bo'lsalar-da, har doim ham unga rioya qilavermaydi. "Tasodifan dars qoldirish", "jamoatchilik joylarida tartibni buzish" kabi holatlarda kognitiv va hulq-atvor komponentlarida uyg'unlik yo'qligini ko'rsatadi. Bu bir qarashda so'z va ish birligi prinsipining turli shaxslarda turlicha namoyon bo'lishini eslatadi.

Ushbu fenomenga qiziqish bildirgan, uning psixologik mohiyatini ochgan olimlar keyinchalik uning ijtimoiy xulqni muvofiqlashtiriga qaratilgan "dispozitsiyalar" nuqtai nazaridan o'rganganlar. Masalan, rus olimi V.A. Yadov insondagi turli ehtiyojlar va turli ijtimoiy vaziyatlarda namoyon bo'lishi muqarrar bo'lgan hulqqa oid bir necha jabhani o'z ichiga olgan ***dispozitsion nazariyani*** ilgari surgan. Uning fikricha, shaxsning ijtimoiy ehtiyojlari va uni o'rab turgan ijtimoiy borliqdagi faoliyati o'zaro bog'liq bo'lib, ular qo'yidagi jabhalarda namoyon bo'ladi.

Birinchi jabha - bevosita oilaviy sharoit bo'lib, unda insonning asosiy oddiy ehtiyojlari ilk yoshlikdan qondiriladi.

Ikkinchi jabha - bevosita muloqot amalga oshiriladigan kontakt, kichik guruhlar bo'lib, individ bu muhitda o'zini namoyon etadi.

Uchinchi jabha individ hayot-faoliyatini amalga oshiradigan kengroq ijtimoiy borliq bo'lib, unda u mehnat qiladi, dam oladi, maishiy muammolarini hal qiladi.

Turtinchi jabha shaxsni bevosita o'rab turgan milliy-madaniy borliq undagi mafkuraviy i madaniy kadriyatlarning o'zlashtirilishi tufayli namoyon buladigan xatti-harakat aktlarini kamrab oladi. Bu konkret geografik xudud, Vatan, yurti va undagi kadriyatlardir.

Demak, yukorida ajratilgan xar bir jabhada inson o'ziga yarasha aloqida ehtiyojlarini qondiradi va u mos ravishda muayyan ishxarakatlarga tayyor buladi.

Stereotipizatsiya odamlar ongida muloqotlar mobaynida shakllanib oʻrnashib qolgan, koʻnikib qolingan obrazlardan shablon sifatida foydalanish hollaridir. Ijtimoiy stereotiplar - har bir shaxsda u yoki bu guruhli kishilar haqida shakllangan obrazlardir. A.A.Bodalev va uning shogirdlari bunday stereotiplar baʼzan muloqotni toʻgʻri yoʻnalganligini taʼminlasa, boshqa xollarda esa undagi xatoliklarning sababi boʻlishi mumkinligini kuzatishgan. Idrok va tushunish borasidagi bunday xatoliklar **kauzal atributsiya** (lotinchasiga —*kauza* - sabab, — *atrebutio*- bermok, qoʻshib, burttirib bermok maʼnosini bildiradi) deb ataladi. Masalan, oʻqituvchi bilan xamsuhbat boʻlib qolgan odamda suhbat boshidayoq — hozir odob-ahloqdan dars berishni boshlamasmikan” degan shubha paydo boʻlishi mumkin. Bu ham stereotip. Bundan tashqari, odamlar birinchi marta koʻrgan odam toʻgʻrisida tasavvurga ega boʻlish maqsadida uning tashki qiyofasi bilan xarakteri oʻrtasida bogʻliqliklar oʻrnatishga harakat qilarkan. Shunday bogʻliqliklarni aniqlash maqsadida A.A.Bodalev talabalar guruxiga turlicha qiyofali shaxslarning fotosuratlarini koʻrsatgan. 72 kishidan 9 tasi iyagi katta kishilar kuchli iroda egalari ekanligini, 17tasi peshonasi keng odamlar aqlli ekanliklarini, 3 kishi sochi quyuq, tikka odamlarning qaysarroq, qatʼiy ekanliklarini, 5 kishi kichik boʻyli odamlar hokimiyatga intilgan, boshqalar ustidan boʻyruq berishga moyil, chiroyli odamlar yo oʻta oʻziga bino qoʻygan yoki nodon boʻlishligini aytishgan va hokazo.

Tabiiyki, bunday fikrlar mutloq toʻgʻri emas, lekin kishilar ongida avloddan-avlodga oʻtib kelayotgan tasavvurlar shunday obrazlarni shakllantirgan. Notanish odam haqida tushunchaning shakllanishida u haqida berilgan birlamchi maʼlumot katta rol oʻynaydi.

1922 yilda amerikalik bir publitsist Valter Lippmann ijtimoiy muhitga "stereotip" tushunchasini kiritdi va uning maʼnosini quyidagicha taʼrifladi: insonni soddalashtirmasdan haqiqiy dunyodagi barcha tasavvurlarni bilish qobiliyati. Biror kishi ochiq-oydin bilimlarga emas, balki boshqalar tomonidan tayyorlangan tayyorlangan shablonlarga asoslangan holda: oʻz qarindoshlari, tanishlar, tizim, davlatni qoʻllab-quvvatlaydi.

Stereotiplarning funksiyalari shartli ravishda "ijobiy" va "salbiy" ga boʻlinishi mumkin. Stereotipning asosiy ijobiy tomoni inson fikrlash faoliyatining saqlanishidir.

Inson hayoti qisqa vaqt ichida hamma narsani bilmaydi, biroq boshqalarning tajribasidan kelib chiqadigan bo'lsak, haqiqat bilan aloqasi bo'lmagan taqdirda ham ko'p narsalar haqida fikr yuritish mumkin. Salbiy jihat, bu yoki shu stereotipning sodiqligini tasdiqlaydigan shaxsiy tajriba (hatto bir martalik) ham bilinish davrida ro'y berishi va odamlarni boshqa holatlardan farqli ravishda qabul qilishlariga to'sqinlik qilib keladi

2.2. Ommaviy kommunikatsiya axborotini idrok etishda stereotip va ustanovkaning ahamiyati

Ommaviy axborotning odamlar ongiga ta'siriga ko'pincha stereotiplar orqali erishiladi. Birinchi marta "stereotip" atamasi 1922 yilda "Jamoatchilik fikri" kitobini nashr etgan amerikalik jurnalistika klassikasi Valter Lippman tomonidan ishlatilgan. Bu so'z bilan u jamiyat odamlarni toifalarga ajratishga harakat qiladigan usulni tasvirlashga harakat qildi. Qoidaga ko'ra, jamoatchilik fikri shunchaki ba'zi xususiyatlar asosida "muhr" qo'yadi. Lippman stereotiplarning to'rt jihatini aniqladi:

2. odamlar o'zlari shaxsiy tajribaga asoslangan holda shakllantirmasdan, stereotiplarni (tanishlar, ommaviy axborot vositalari va boshqalardan) egallaydilar.

3. barcha stereotiplar yolg'on bo'lib, ular ma'lum bir shaxsga faqat ma'lum bir guruhga mansubligi tufayli ega bo'lishga majbur bo'lgan xususiyatlarni ma'lum darajada bog'laydi.

4. stereotiplar juda qat'iydir. Odamlar stereotipning to'g'ri emasligiga amin bo'lishsa ham, ular undan voz kechmaslikka moyil bo'lib, istisno faqat qoidani tasdiqlaydi, deb bahslashishadi.

Stereotip bir ma'noga ega; u dunyoni "tanish" va "notanish" deb ikki toifaga ajratadi. Tanish yaxshining sinonimiga aylanadi, notanish esa yomonning sinonimiga aylanadi. Aslida, stereotiplarga ishonish juda xavflidir. Stereotiplar, birinchi navbatda, kognitiv va motivatsion funksiyalarga ega. Kognitiv nuqtai nazardan, stereotip ma'lumotni oson va hazm bo'ladigan shaklda beradi. Biroq, bu ma'lumot haqiqatdan juda uzoqdir va odamni chalg'itishi mumkin. Motivatsion nuqtai nazardan, stereotiplar yanada ishonchsizdir. Motivatsion nuqtai nazardan, stereotiplar

yanada ishonchsizdir. O'z qarorlarini faktlarga emas, balki ommaviy idroklarga asoslaydigan odam jiddiy tavakkal qiladi. Ko'p hollarda stereotiplar yaxshi maqsadlarda ishlatilmaydi. Stereotiplar ko'pincha irqchilik va ksenofobiya uchun tashviqot qurolidir. Masalan, 1920-1930-yillarda Germaniyada stereotiplarga asoslangan antisemit targ'iboti faol ravishda olib borildi - natijada nemis xalqi yahudiylarning genotsidiga nisbatan befarq munosabatda bo'ldi va hatto ma'qulladi.

Stereotiplar o'zgaruvchan sharoitlarga qarab o'zgarishiga moyil bo'lsa-da, ularning barqarorligi, xususan, stereotipga mos keladigan ma'lumotlar uning mustahkamlanishiga hissa qo'shishi bilan ta'minlanadi va qarama-qarshi ma'lumotlar e'tiborga olinmaydi. Bundan tashqari, xuddi shu ma'lumotda qarama-qarshi stereotiplarning tasdig'ini topish mumkin.

Asosan ongsiz darajada faoliyat ko'rsatadigan tashqi ko'rinish stereotipiga misol sifatida "go'zallik yaxshi degani" stereotipidir. Bu tashqi ko'rinishda jozibali odamlarga ijobiy shaxsiy fazilatlar, kamroq jozibali - illatlar va kamchiliklar bilan bog'liqligi bilan ifodalanadi.

Guruh ichidagi tarafkashlik hodisasini ham shartli ravishda stereotiplarga bog'lash mumkin. Bu o'zimiz mansub bo'lgan guruh a'zolariga yuqori baho berishda va boshqa guruhlar a'zolariga nisbatan pastroq baho berishda ifodalanadi. Bu holda "guruh" tushunchasi juda keng doirada farq qilishi mumkin - bitta uyning aholisidan bir mamlakat aholisigacha. Ushbu stereotipning to'g'riligi, hatto ma'lum bir guruhga tegishli bo'lgan tasodifiy omillar (maktab sinfi, bir jamoaning muxlislari) tomonidan aniqlanganda ham namoyon bo'ladi.

Aniq ijtimoiy oqibatlarga qo'shimcha ravishda, stereotiplar ularning ob'ekti bo'lganlarga ta'sir qiladi. Stereotiplar ta'sir qilishning asosiy mexanizmlaridan biri bu o'z-o'zini amalga oshiradigan bashorat fenomeni bo'lib, stereotiplar ularni baham ko'radiganlarning xatti-harakatlarini o'zgartiradi, bu esa o'z navbatida ularning aloqa sheriklarining xatti-harakatlariga moslashish yo'nalishi bo'yicha ta'sir qiladi. stereotip.

Ustanovka - muayyan vaziyatda sub'ektning muayyan faoliyatga moyilligining psixologik holati. Ustanovkaning ikki turi mavjud: umumiy va farqlangan.

Hodisalarning katta sinflariga nisbatan umumiy munosabat, alohida ob'ektlarga nisbatan differensial munosabat vujudga keladi. Ustanovka inson xatti-harakatlarining yaxlitligi va izchilligi asosida yotadi, uning reaksiyasi normasini belgilaydi. Ustanovkalar turli faoliyat komponentlari bilan bog'lanishi mumkin. Semantik munosabatlar aniq ob'ektlar, hodisalarning shaxsiy ma'nosini, muhim ob'ektga nisbatan ma'lum bir tarzda harakat qilishga tayyorligini belgilaydi. Maqsad ustanovkalari harakatlarning barqaror yo'nalishini ta'minlaydi, ular har qanday sharoitda harakatni yakunlash tendensiyasida ifodalanadi, bu ba'zan xatti-harakatlarning moslashuvchan emasligiga olib kelishi mumkin. Operatsion ustanovkalar shaxsni muayyan usullarda harakatni amalga oshirish uchun psixofiziologik oldindan moslashtirishni, odamga tanish bo'lgan vositalardan foydalangan holda odatiy operatsiyalarning izchil tizimini ta'minlaydi.

2.3. Stereotiplar va ustanovkalarni shakllantirishda reklama va PR kommunikatsiyalarining o'rni

Ustanovka - muayyan vaziyatda sub'ektning muayyan faoliyatga moyilligining psixologik holati. Ustanovkaning ikki turi mavjud: umumiy va farqlangan. Hodisalarning katta sinflariga nisbatan umumiy munosabat, alohida ob'ektlarga nisbatan differensial munosabat vujudga keladi. Ustanovka inson xatti-harakatlarining yaxlitligi va izchilligi asosida yotadi, uning reaksiyasi normasini belgilaydi. Ustanovkalar turli faoliyat komponentlari bilan bog'lanishi mumkin.

Semantik ustanovkalar aniq ob'ektlar, hodisalarning shaxsiy ma'nosini, muhim ob'ektga nisbatan ma'lum bir tarzda harakat qilishga tayyorligini belgilaydi.

Maqsad ustanovkalari harakatlarning barqaror yo'nalishini ta'minlaydi, ular har qanday sharoitda harakatni yakunlash tendensiyasida ifodalanadi, bu ba'zan xatti-harakatlarning moslashuvchan emasligiga olib kelishi mumkin. Operatsion ustanovkalar shaxsni muayyan usullarda harakatni amalga oshirish uchun psixofiziologik oldindan moslashtirishni, odamga tanish bo'lgan vositalardan foydalangan holda odatiy operatsiyalarning izchil tizimini ta'minlaydi.

Ommaviy kommunikatsiyalarning ta'siri auditoriyaning ustanovkasi va stereotiplarini shakllantirish, o'zgartirish yoki mustahkamlashga qaratilgan bo'lib, ommaviy kommunikatsiya faoliyatining barcha turlarida, shu jumladan reklama va PRda namoyon bo'ladi. Reklamaning ishlash jarayoni beshta vazifani hal qilishni o'z ichiga oladi:

- mahsulot (mahsulot)ni nomlash va uni boshqalardan farqlash;
- mahsulot, uning sifati va sotiladigan joyi to'g'risidagi ma'lumotlarni uzatish;
- iste'molchini yangi mahsulotni sinab ko'rishga undash va uni qayta-qayta ishlatishni rag'batlantirish;
- tovarlar taqsimotini rag'batlantirish;
- mijozlarning afzalliklari va ma'lum bir brendga sodiqligini rivojlantirish.

Reklama tabiatan sof ma'lumotga ega bo'lishi mumkin, ammo reklamaning aksariyat qismi reklama qilinadigan mahsulot, xizmat yoki g'oyaning iloji boricha ko'proq tarafdorlarini jalb qilish uchun axborot va ishontirish xususiyatiga ega.

Reklamadagi shaklga ko'ra, ommaviy auditoriyaga ta'sir qilishning asosiy psixologik usullaridan biri ishontirishdir. Xolis ma'lumotdan farqli o'laroq, reklama muvaffaqiyatli bo'lishi uchun harakatga undashi kerak, ya'ni. reklama bo'lishi kerak. Reklamada ishontirish insonning qadriyatlarini va motivlariga murojaat qilishga asoslangan bo'lib, u muayyan harakatlar qilish qaroriga asoslanadi.

Reklama odamlarning muayyan mahsulotga bo'lgan ehtiyojiga asoslanadi. Biroq, ushbu maqsadga erishishda optimallashtirish uchun talablar sun'iy ravishda yaratilishi mumkin. Bunga ommaviy axborot vositalari, xususan, televidenie orqali ko'p marta takrorlanadigan, maqsadli auditoriyaning psixologik xususiyatlarini hisobga olgan holda va reklama qilinayotgan mahsulotsiz, uning hayoti haqida odamga uslubiy tavsiyalar beradigan badiiy tarzda yaratilgan reklama yordam beradi. to'la bo'lishi mumkin emas. Yangi ehtiyojlar ularni qondirishni talab qiladi, bu esa pirovard natijada ishlab chiqarish rivojlanishini rag'batlantiradi. Shunday qilib, reklama jamiyat iqtisodiy sohasining muhim elementidir.

Boshqa tomondan, ehtiyojlarni yaratish ommaviy auditoriyani manipulyatsiya qilish shakllaridan biri bo'lib, bu maqsadda taklifni idrok etishga yuqori tayyorgarlik

holatiga keltiriladi. Bunga, masalan, reklama bloklarini kiritish orqali teledasturlarni (badiiy filmlargacha) bo'lish, gazetalar tomonidan xabarning bitta matnini emas, balki parcha-parcha tarqatish kabi usuldan foydalanish yordam beradi. gazetaning turli sahifalari, boshqacha aytganda, butun muammoni alohida bo'laklarga bo'lish. Axborot iste'molchisi ularni darhol birlashtirib, muammoning o'zini tushuna olmasligi uchun. "Masalan, an'anaviy televidenie yoki radio dasturini tuzish yoki yirik kundalik gazetaning birinchi sahifasini joylashtirish tamoyilini olaylik. Hamma uchun umumiy bo'lgan narsa taqdim etilgan materialning to'liq heterojenligi va o'zaro bog'liqlikni mutlaqo inkor etishdir. radio va televideniya hukm surayotgan muhokama dasturlari taqdim etish shakllari sifatida parchalanishning yorqin misolidir.

Ko'p qirrali dasturda o'zining asosiy mazmuni bilan munozara qiluvchi ba'zi odamlarning tasodifiy paydo bo'lishi bahsning ahamiyatini butunlay yo'q qiladi yoki kamaytiradi. Keyingi reklamalarda, kulgili stendlarda, intim sahnalarda va g'iybatlarda nima aytilgan bo'lsa, butunlay yo'q bo'lib ketadi." va hukmlarda. Bunday intensiv qo'llaniladigan texnikalar odamda sodir bo'layotgan murakkab voqealarni mustaqil ravishda anglay olmaslik hissini shakllantiradi va uni passivlik va inersiya holatiga olib keladi. Bunday vaziyatda ma'lumot iste'molchisi himoya va tanqidiylikning psixologik darajasini pasaytiradi, bu esa reklama qilinadigan va targ'ib qilinadigan qadriyatlarni odamlar ongiga kiritish uchun zarur bo'lgan taklif darajasining oshishiga yordam beradi.

Tomoshabinlar harakatlariga ta'sir qilishning yana bir usuli - bu xatti-harakatlarning keyingi o'zgarishi bilan jamoatchilik fikrini nazorat qilish usuli sifatida PR. Agar reklama homiylar tomonidan to'lanadigan ma'lumot bo'lsa, u holda PR ma'lumotlari to'lanmaydi va reklama qilinmaydi, ko'p hollarda u yashirin tashviqot vazifasini bajaradi, lekin uning ta'siri reklama ta'siridan kam emas va hatto ko'proq. PR ning asosiy vazifasi - bu biron bir hodisa yoki sifatni to'g'ri tomondan, kerakli vaqtda va to'g'ri joyda taqdim etish qobiliyatidir, boshqacha qilib aytganda, PR ikkinchisining barcha psixologik xususiyatlarini va ob'ektiv ehtiyojlarini hisobga oladi. tinglovchilarga samarali ta'sir ko'rsatish. PR ning ommaviy

kommunikatsiyalar orqali jamoatchilik fikriga ta'sir etishining eng keng tarqalgan usullaridan biri PR -xabarni shakli va mazmuni bo'yicha boshqa yangiliklardan farq qilmaydigan xabarga moslashtirishdir, biroq xabarlardan farqli o'laroq, xabar PR tomonidan yaratilgan voqealar natijasidir.

PR faoliyatida nafaqat to'g'ridan-to'g'ri harakatga chaqirish, balki ommaviy auditoriyaning ma'lum pozitsiyalarini shakllantirish istagi ham mavjud. Auditoriyaga ommaviy-kommunikativ ta'sir ko'rsatishning psixologik usullari juda xilma-xildir, ammo asosiylari quyidagilardir.

1. Infeksion (individdning ongsiz, ixtiyorsiz ravishda ma'lum ruhiy holatlarga ta'sir qilishi),

2. Usul sifatida taklif (individdning ong osti sohasini maqsadli rag'batlantirish, uning xatti-harakatlarini oldindan belgilangan dasturga muvofiq o'zgartirishga olib keladi),

3. Taqlid (bir shaxs tomonidan boshqa shaxslarning xulq-atvor xususiyatlarini takrorlash).

Istalgan effektga erishish uchun yuqorida tavsiflangan usullardan foydalangan holda tomoshabinlar translyatsiya qilinayotgan ma'lumotni idrok etishga psixologik tayyorlik (yoki qarshilik ko'rsatmaslik) holatiga keltiriladi.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Stereotip va ustanokalarning ijtimoiy-psixologik tabiati tahlil qilib bering

2. Ommaviy kommunikatsiya axborotini idrok etishda stereotip va ustanovkaning ahamiyati nimalardan iborat?

3. Stereotiplar va ustanovkalarni shakllantirishda reklama va PR kommunikatsiyalarining o'rni qanday?

Mustaqil ish topshiriqlari:

1. Ommaviy kommunikatsiyada stereotiplar va shtamplar.

2. Stereotiplar va ustanovkalarni shakllantirishda reklama va PR kommunikatsiyalarining o'rni

III BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYADA BILISH JARAYONLARI

Darsning maqsadi:

Ommaviy kommunikatsiya jarayonlarida diqqat muammosi, xotira jarayonlari va ommaviy kommunikatsiya, ommaviy kommunikatsiyada idrok jarayoni, ommaviy materiallarni idrok etish mexanizmlari va effektlari, va ommaviy yozma materiallarni idrok etishda matn omili to'g'risida ma'lumot berish.

REJA:

1. Ommaviy axborot jarayonlarida diqqat muammosi.
2. Xotira jarayonlari va ommaviy kommunikatsiya.
3. Ommaviy materiallarni idrok etish mexanizmlari.

***Tayanch so'zlar:** diqqat, ommaviy axborot, idrok, jurnalistik faoliyat, xotira, ommaviy kommunikatsiya, idrok, persektiv jarayonlar, kommunikatsiya, auditoriya, psixologik ta'sir, axborot manipulyatsiya*

3.1. Ommaviy axborot jarayonlarida diqqat muammosi.

Inson ongi bir qarashda yaxlit narsa, aslida u ayrim alohida jarayonlardan iborat. Shuning uchun ham atrof-muhitni, o'zimizni bilishimizga imkon beruvchi ongni o'rganish uchun uni alohida psixik jarayonlarga bo'lib o'rgana boshlaganlar. Bu jarayonlar - sezgilar, idrok, xotira, diqqat, tafakkur, nutq va boshqalardir. Bu jarayonlar shu qadar bir-birlari bilan bog'liqki, birini ikkinchisiz tasavvur qilishning o'zi qiyin. Masalan, ko'rib idrok qilib turgan narsangizni fikrlamay ko'ringchi, uning mohiyatini bilasizmi? Diqqat bilan ko'rgan yoki o'qigan tekstingizni eslab qolasiz. Yoki biror narsa to'g'risida fikrlash uchun bizga bir vaqtda ham ilgari idrok obrazlari, ham eslab qolish mahoratimiz, ham ichki nutqimiz, irodamiz va diqqat kerak bo'ladi. Hattoki, tasodifan qo'limizga kirib ketgan zirapchaga bergan

reaksiyamiz ham emotsiyalardan tashqari, o'sha narsaning bu yerda qanday paydo bo'lganligi kabi qator tafakkur jarayonlarini keltirib chiqaradi.

Murakkab kompyuter texnikasi chiqqandan keyin odamning o'z psixik jarayonlariga qiziqishi yanada ortdi. Endi ma'lumotlarni qabul qilish (an'anaviy idrok deb ataluvchi jarayonga o'xshash), ularni qayta ishlash (tafakkurga o'xshash) va uni saqlash (xotira) haqida ko'p gapiradigan bo'lib qoldik. Lekin bu insondagi tabiiy jonli jarayonlar ahamiyati va tarbiyasi masalasini yanada yuqori ko'tardi.

Psixologiya sohasida eksperimental ishlarning muvaffaqiyatli amalga oshirilishi aslida inson psixikasi kompyuterdan ko'ra murakkabligi va odam anglagan ma'lumotlaridan ko'prok narsalarni idrok qilib, qabul qilishini isbotladi. Masalan, maxsus asboblardan yordamida aslida odam ko'rmayotgan, his qilmayotgan juda kuchsiz signallar ham fiziologik reaksiyalarni keltirib chiqarayotganligi qayd etildi. Masalan, shu narsa aniqlanganki, odam kino ko'rayotganda bir sekundda 24 kadrni idrok qiladi va biror tasvir ko'z o'ngida gavdalanadi. Psixologlar shunday eksperiment qilishdi: kunlarning birida o'ziga xos tasvir namoyon etildi. 24 ta kadr o'rniga 25 kadr berib, o'sha 25-kadrda «Koka - qola iching» degan yozuv berildi. Tabiiy, oddiy idrok bu bitta kadrni ilg'amaydi. Lekin kinoteatr bufetida ushbu ichimlikni ichish kadrndan keyin 18 foizga oshgan. Demak, aslida ong bu ma'lumotni qabul qilgan, lekin real anglash, oydinlashuv ro'y bermagan ekan.

Analogik holat xotiramizda ham tez-tez ro'y beradi. Kimnidir uchratib qolamizda, o'ylanamiz: qaerda ko'rgan ekanman? Hech eslolmaymiz, lekin yuzi, ko'zi va boshqa sifatlari tanishday. Buni ham shunday izohlash lozimki, odam ko'rgan-kechirganlari aslida miyada saqlanadi, biz ong sohasiga ayrimlarinigina chiqara olamiz. Faqat, kasal bo'lib yoki biror narsadan qattiq tashvishga tushganimizda kalamizga har xil uy-fikrlar kelaveradi. O'shalar aslida bor narsalarning beixtiyor tiklanishi.

Ongdagi ma'lumotlarning aslida miyamizdagilardan kamligining asosiy sababi - odam har qanday ma'lumotni saralab, tanlab qabul qiladi, o'zi uchun «ahamiyatsiz» deb baholagan narsaga diqqat ham qilmaydi, eslab qolmaydi ham. U o'z ongida barcha mavjud ma'lumotni o'ziga xos tarzda qayta ishlaydi, o'zgartiradi.

Shuning uchun ham har bir inson o'ziga xos va qaytarilmasdir – individualdir, deyiladi. Bilish jarayonlardagi individuallik sabablarini tushunish uchun eng muhim bilish jarayonlari bilan tanishamiz.

Ommaviy axborot vositalarning oddiy foydalanuvchilarini passiv (sust) deb aytish va qandaydir xabarlar bilan miyasini gangitib qo'yish unchalik oson emas, ularga ko'pincha diqqat-e'tibor va qat'iyat yetishmaydi. Ommaviy axborot vositalaridagi axborotlar va g'oyalarni kundalik to'planishi – bu, diqqatning bir joyga to'planganligini talab qilmaydigan oddiy jaraendir. Odamlar, shubhasiz, o'zlari ham nimani qanday qilib bilmoqchi ekanliklarini bilmagan holda, kompyuterni, televizorni, radiopriëmnikni ëqadilar, qo'lga gazetani oladilar. Odatdagi gazeta o'qish, TV tomosha qilish ëki radiopriëmnikni tinglagan paytda, axborotmi ëki ko'ngil ochar dasturmi qabul qilish ëki qilmaslik ahamiyatsiz. Shunday qilib, ortiqcha axborot yuki yuzasidan xavotirlar, hech bo'lmaganda, ommaviy kommunikatsiyalar mazmunda, chamasi oshirilib yuborilgan.

Zamonaviy texnologiyalar tobora bizni eslab qolishga bo'lgan ehtiyojimizdan ozod qilayotganiga qaramay, xotira jurnalist uchun voqea, hodisa va faktlarni qayd etuvchi ulkan mexanizm sifatida yashayveradi. Rus yozuvchisi K.Paustovskiy fikricha, xotira nafaqat materialni saklaydi, balki uni elakdan o'tkazib, eng qimmatli jihatlarini asrab qoladi.

Ma'lumki, har bir insonda xotiraning alohida turi rivojlangan bo'ladi. Aytaylik, kimdadir ko'rish, kimdadir eshitish, boshqa birovda mantiq yoki obrazli xotira kuchli. Bu farqlar OAVda gazetachilar, teleradiostudiya xodimlari, fotomuxbirlar, dizaynerlar, reportyorlar, analitiklar, publitsistlarning ixtisoslashuv masalasini hal etishda, ayniqsa amaliy ahamiyatga ega.

Jurnalist odamlarning o'zaro munosabatlari maydonida faoliyat yuritadi. Turli ko'rinishdagi his -tuyg'ularga guvoh bo'ladi. U yoki bu voqelikka nisbatan o'zining ichki kechinmalarini ifoda etadi. Mana shu jarayonda his-tuyg'ular ikki taraflama ahamiyat kasb etadi. Bir tomondan, his-hayajon orqali miya faollashib, voqea-hodisaning barcha qirralarini anglashga ko'mak berayotganday tuyuladi. Ammo, ikkinchi tomondan, ayni paytda o'zida his-tuyg'ular vaziyatni murakkablashtirib,

axborot taqchiligi sharoitida odamlarning e'tiborini noto'g'ri xabarlariga tomon yo'naltirib yuborishi mumkin. Shu bois, jurnalist shaxsiy his-tuyg'ulariga ishonib vaziyatga o'zining bahosini berishga oshiqmasligi, o'zi kelgan har bir xulosani qayta-qayta tekshirishi lozim bo'ladi.

Kuzatuv olamni anglashning shunday metodiki, u aniq ko'rsatmalarga tayangan dolzarb vazifalarni boshqarish va nazorat qilish bilan xarakterlanadi. Kuzatuvning asosini audiovizual bog'lanish orqali, ya'ni ko'rish va eshitish yordamida insonning olamni qabul qilish qobiliyati tashkil etadi. Hujjatlarni o'rganish orqali jurnalist axborot manbaini qo'lga kiritisa, suhbat orqali voqelikni o'rganishga imkon yaratadi, kuzatuv orqali esa real hayotda sodir bo'lgan voqeaga doir materiallar bilan bevosita tanishadi.

Kuzatuv ikki faoliyatning ikki turi: **qarash** va **ko'rish**ni o'z ichiga oladi. Biz ana shularsiz faoliyatimizni tasavvur qila olmaymiz. Ammo ularning mohiyatiga, ayniqsa, jurnalistik faoliyatda odamlar ruhiyatini o'rganishdagi ahamiyatiga e'tibor bermaymiz. Bu ikki tushunchaning qay biri jurnalist uchun muhimroq? Har ikkalasi ham. Faqat ko'rish mexanik harakat, zero, ko'zning vazifasi ko'rish. Qarashda esa diqqatni jamlash kerak bo'ladi. Qarashning o'zi mazmunan ikkiga bo'linadi. Birinchisi, ko'zning ma'lum tomonga, ob'ektga yo'naltirilgan harakati, ikkinchisi, biror-bir fikr, g'oya, masala bo'yicha shaxsning muayyan fikri, munosabati. Bundan tashqari, qarashning ham bir necha turlari mavjud. Bular - maqsadli qarash, beixtiyor qarash, befarq qarash, manipulyativ qarash va hokazo. Masalan, shunday holatlar bo'ladiki, ba'zan kishi qarab turib ko'rmaydi, yoki ko'zi tushib turgan bo'lsa-da qaramaydi. Bu murakkab psixologik holat. Ayniqsa, o'zining fikr-xayollari iskanjasiga tushgan odam, garchi atrofdagilarni ko'rib turgan bo'lsa ham, nima bo'layotganini anglamaydi. Bunday psixologik holat har birimizda sodir bo'lishi ehtimoldan holi emas. Ushbu holatning jurnalistikaga nima dahli bor, degan savol tug'ilishi mumkin. Chindan ham, o'ziga kerakli axborotni istagan usulda ola biladigan jurnalist uchun ko'rish bilan qarash o'rtasidagi farqning ahamiyati bormi? Ko'rish tabiiy harakat, qarash instinktiv holat. Har ikkalasida ham ko'zdagi a'zolar: gavharning, qorachiq va kipriklarning muayyan ma'no kasb etadigan vazifalari bor.

Bu jurnalistning odamlar bilan muloqotga kirishishida alohida ahamiyat kasb etadi. Ressipent o'ziga qarab turgani bilan, ammo gapini eshitmayotgan jurnalistni darrov payqaydi va bu axborot olish yoki suhbat samaradorligiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Umuman, jurnalistika psixologiyasida qarash bilan bog'liq qator harakatlar (jestlar) borki, ular muayyan ma'nolarni anglatadi.

Har qanday individul ijodiy faoliyatda kuzatuvning o'rnini favqulodda muhimdir. Shuningdek, kuzatuv OAV xodimi uchun izchil foydalaniladigan metod sanaladi. Kuzatuv jarayonida anglash ob'ektiga bog'liq tarzda jurnalist oldida uch mustaqil zona, axborot manbasi birligi sifatida namoyon bo'ladi. Bular: voqealarni mutlaqo boshqa yo'nalishga burib yuboradigan alohida odamlar, odamlar guruhi xulqi; moddiylik bilan bog'liq muhit; ularning o'zaro harakati. Bu jarayonda jurnalist atrofida ro'y berayotgan voqea-hodisalarni ko'rishi, eshitishi va xotirasida saqlab qolishi kerak.

3.2. Xotira jarayonlari va ommaviy kommunikatsiya.

Kuzatilgan jarayonlarni xotirada saklab qolish oson emas, buning o'ziga yarasha muammolari bor. Ixtiyoriy istagiga qaramay, jurnalist kuzatuv ko'lamini to'la-to'kis yodida saqlab qolishi qiyin. Hatto uni texnik vositalar: qalam, qog'oz, diktofon, kamera, fotoapparat orqali qayd etganda ham. To'g'ri, qo'shimcha texnik vositalar, deylik, telejurnalistga kamera, radiojurnalistga diktofon yordami katta. Ammo gazeta jurnalisti xotirasini jiddiy chiniqtirishiga to'g'ri beradi. Buning uchun "tayanch detallar"ni izchil qayd etish tizimi ustida ishlash talab etiladi. Zarur paytda jurnalist ana qaydlar orqali o'zi kuzatgan jarayonlar bilan bog'liq holatlarni xotirasida tiklaydi. Ammo bularning bari kuzatuvni qayta tekshirishda qo'shimcha yuklamadir. Tekshirish ma'lumotlarning haqqoniyligi va ishonchliligiga nisbatan izchil olib borilishi kerak. Gap shundaki jismoniy va psixologik holat ta'sirida ba'zan aniq esda qolmagan holatlar noto'g'ri tasavvurni paydo qiladi. Masalan, g'ira-shirada oq devorlar ko'zga kulrang tusda ko'rinishi mumkin yoki birinchi marta yurayotgan yo'l uzoqroqday tuyuladi. Bunday sharoitda tasavvurimizdagi tanlangan qarashlar noto'g'ri yoki xato chiqib qolish ham extimoldan holi emas.

Qanday sharoitlarda kuzatuv ishonchli bo‘ladi? Birinchidan, buning uchun jurnalistda zarur psixologik xususiyatlarning yetarli darajada rivojlangan bo‘lishi lozim va undan, avvalo, ixtiyoriy e‘tibor va kuzatuvchanlik ustivorligi talab etiladi. Jurnalistda kuzatuvchanlik va e‘tibor odatiy ko‘nikmaga aylanishi lozim. Ikkinchidan, jurnalist o‘ziga topshirilgan vazifa mohiyatini chuqur anglagan holda sodir bo‘lgan voqea bilan bog‘liq eng xarakterli jihatlarni xotirasida tiklay bilishi zarur detallarini tez va aniq aniqlay oladigan yuksak professional saviyaga ega bo‘lishi kerak.

Yangi axborot qabul qilingandan keyin eskisi xotiradan o‘chadi. Ba‘zan odam bir bor ko‘rgan narsasini yoki hodisani qayta eslolmaydi. Vaqt o‘tib bu narsa yoki voqeaning ahamiyati qolmagach ularni unutadi. Ba‘zan xotirada qandaydir belgi (signal) yilt etib, nimadir yodimizga tushganday bo‘ladi. Ammo o‘sha belgi bilan bog‘liq detallarni xotiada tiklay olmaganimizdan keyin unutib yuboramiz. Chunki xotirada bir zum jamlangan belgi orqali voqeani eslolmasak, o‘zimizni majburlamay qo‘ya qolamiz. Mutaxassislarning fikrlaricha, xotirada uyg‘ongan muayyan voqea, hodisa, ma‘lumotni eslashga erinish oqibatida miya faoliyati susayib boraverar ekan. Shuning uchun biror- bir voqeani eslashga atay urinish va uni xotirada to‘la tiklash maqsadga muvofiqdir.

Idrok – bu bilishimizning shunday shakliki, u borliqdagi ko‘plab, xilma-xil predmet va hodisalar orasida bizga ayni paytda kerak bo‘lgan ob‘ektni xossa va xususiyatlari bilan yaxlit tarzda aks etishimizni ta‘minlaydi. Ya‘ni, idrokning asosida narsa va hodisaning yaxlitlashgan obrazi yotadiki, bu obraz boshqalaridan farq qiladi. Idrok o‘ziga nisbatan soddaroq bo‘lgan sezgi jarayonlaridan tashkil topadi. Masalan, olmaning shaklini, xidini, mazasini, rangini sezamiz, ya‘ni alohida-alohida xossalar ongimizda aks etadi. Bu - sezgilarimizdir. Sezgilar yaxlit tarzda idrok jarayonini ta‘minlaydi. Lekin olimlar idrokni sezgilarning oddiygina, mexanik tarzdagi birlashuvi, degan fikrga mutloq qarshilar. Chunki idrok ongli, maqsadga qaratilgan

murakkab jarayon bo'lib, unda shaxsning u yoki bu ob'ektga shaxsiy munosabati va idrokda faolligi asosiy rol o'ynaydi.

Masalan, buni isboti uchun ko'pincha Rubin figurasi tavsiya etiladi. Unda ikkita qora profil oq fonda berilgan. Bir qarashda ayrimlar bu rasmlarga qarab, «Bu - vaza» deb atasa, boshqalar uni bir-biriga qarab turgan ikki kishi yuzining yon tomondan ko'rinishi, deb ta'riflashi mumkin. Shunisi xarakterliki, birinchi marta shu rasmni ko'rgan odam uni yaxlit idrok qilib, nima ekanligini tushunishga harakat qiladi, lekin biror figurani ko'rgach, ma'lum vaqtgacha boshqasini ko'rmay turadi. Agar shu idrok darajasi qolsa, ya'ni yana nimanidir ko'rishni xoxlamasa, u ikkinchi figurani ko'rmasligi ham mumkin. Bu bizdagi idrok jarayonlarining faolligimizga, ob'ektga munosabatimizga bevosita bog'liqligini ko'rsatib turibdi. Ikkinchidan, idrok bizning qayfiyatimizga ham bog'liq. Tashvish bilan yo'lakchadan o'tib ketayotib, oyog'ingiz tagidagi narsa tugul, ro'paradagi odamni ham ko'rmay qolishingiz mumkin. Yoki san'at muzeyida tomosha qilib yurgan ikki kishi bir rasmda tamoman har xil narsalarni, elementlarni ko'rishi mumkin. Yaxshi qayfiyatda, yaxshi do'stlar kompaniyasida iste'mol qilgan taom sizga juda mazaliday tuyuladi. Agar talaba biror fan predmetidan qarzdor bo'lib qolsa, och qoringa yegan shirin taomi ham «ta'timaydi», hatto nima yeganini ham unutib qo'yadi. Yomon qayfiyat ko'proq qora, nursiz ranglarni idrok qilishga moyil bo'lsa, yaxshi, ko'tarinki qayfiyat, aksincha, hamma narsani eng yoqimli ranglarda «ko'radi». Bu yana bir bor idrokning oddiygina aks ettirish yoki bilish jarayoni emas, balki shaxsdagi faol ustanovkalarga bog'liq bo'lgan, mantiqan asoslangan ongli jarayon ekanligini isbotlaydi.

Shaxs idrok qilishi jarayonlariga xos bo'lgan bir nechta qonuniyatlar psixolog olimlarning yozgan ilmiy adabiyotlarda keltirilgan, biz ularning ayrimlarini belgilaymiz:

A. Figura va fonning ilgari harakatga bog'liqligi qonuni. Bu qonunning ma'nosi: odam ilgari tajribasida bo'lgan, bevosita to'qnash kelgan narsalarini idrok qilishga moyil bo'ladi. Agar biror predmetni u ilgari figura sifatida idrok qilgan bo'lsa, demak, keyingi safar ham uni aynan figuraday idrok qiladi, agar fon bo'lgan bo'lsa, tabiiy, fonday qabul qiladi.

B. Idrokning konstantiligi qonuni. Bu qonun ma'lum ma'noda oldingisiga bog'liq. Ya'ni bunda ham ilgarigi tajriba katta rol o'ynaydi. Ma'nosi: odam o'ziga tanish bo'lgan narsalarni o'sha xossa va xususiyatlar bilan o'zgarishsiz idrok qilishga moyildir.

V. Kutishlar va taxminlarning idrokka ta'siri. Ko'pincha bizning idrokimiz ayni paytda biz nimalarni kutayotganimizga bog'liq bo'lib qoladi. Biz o'zimiz kutgandan ham ko'p paytlarda o'zimiz ko'rgimiz kelgan narsalarni ko'ramiz, eshitgimiz kelgan narsani eshitamiz.

G. O'zgaras ma'lumotning idrok qilinmasligi qonuni. Bu qonunning mohiyati shundaki, muntazam ta'sir etuvchi ma'lumot ongda uzoq ushlab turilmaydi. Masalan, o'tirganingizda soatning tikqilashini eshitganmisiz? Ha, tovush eshitiladi, lekin ma'lum vaqt o'tgandan so'ng u yo'q bo'lib qolganday - eshitilmaydi.

D. Anglanganlik qonuni. Idrok qilayotgan shaxs uchun figuraning anglanganligi, uning zarurati va ma'nosi katta ahamiyatga ega bo'ladi. Agar biz kuzatayotgan predmet, eshitayotgan nutq yoki his qilayotgan narsamiz ma'nosiz, tushunarsiz, noaniq bo'lsa, biz juda tez charchaymiz va toliqamiz.

Ye. Taxminlarni tekshirish jarayonida idrok qilish. Biz idrok jarayonida ilgarigi tajribaga tayanganimiz bilan ko'pincha adashamiz, ba'zan esa o'zimiz uchun yangiliklar ochib, tajribani yanada boyitamiz. Ilgarigi tajriba va kelajakni bashorat qilish insonga xos xususiyat bo'lib, bizning sezgi organlarimiz orqali keladigan ma'lumotlarning ko'lami va imkoniyatlarini yanada oshiradi. Shu nuqtai nazardan olib qaralganda, idrok - tashqi muhit to'g'risidagi taxminlarimizni isbot qilishga qaratilgan faol jarayondir.

Sub'ektning ichki dunyosini anglash, turli tashqi omillar ta'sirida ruhiyatning o'zgarishi, transformatsiyasi, kishilarni dunyo yoki uning biror-bir jabhasiga doir axborot bilan ta'minlash jurnalistika sohasining tom ma'nodagi vazifalari tarkibiga kiradi. Jurnalist o'quvchiga, tinglovchiga, tomoshabinga jamiyatda sodir bo'lgan voqea, hodisa, holat, vaziyatlar to'g'risidagi xabarlarni o'z idrokidan o'tkazib yetkazib beradi. Ammo unutmaslik kerakki, axborotni qay tarzda uzatish emas, balki uning qanday qabul qilinishi muhimdir.

Idrok bilan bog‘liq masalaga oydinlik kiritish maqsadida o‘quvchilar e’tiboriga ayol portreti tasvirlangan rasm havola etiladi. Ushbu rasmda kimdir yosh ayolning qiyofasini ko‘rsa, kimdir, keksa onaxon tasvirini ko‘radi. Zero, har qanday tasviriy san’at asarining mavzusi, yo‘nalishi, nomlanishiga qaramay tomosha qilayotganlarning har biri uni o‘zicha qabul qiladi. Rassom nazarda tutgan mazmunni har kim o‘zicha anglaydi. Ya’ni biz o‘zimizga qabul qilayotgan signallarni, ma’lumotlarni tasavvur doiramizdan kelib chiqib qabul qilamiz, tushunamiz. Ana shu qabul qilish, o‘ziga xos tushunish idrok orqali amalga oshadi.

Idrok ommaviy kommunikatsiya muhim ahamiyatga ega. Avvalo, biz olamni sezgilarimiz orqali idrok etamiz. Ya’ni ko‘rish, eshitish, hidlash, ta’m bilish, his qilish va ichki intuitsiya yordamida predmet va harakatlar mohiyatini anglaymiz. “Umumiy psixologiya”da idrokning ko‘rish va eshitish singari sezgilariga ko‘proq e’tibor qaratiladi. Jurnalist uchun barcha sezgilar juda muhim.

Ommaviy kommunikatsiya psixologiyasida “idrok” tushunchasi muhim element sifatida o‘rganiladi. Chunki jurnalist olayotgan va uzatayotgan axborotlarni idrok orqali anglaydi va ularni jamoatchilik ham qabul qiladi. Ahamiyatli jihati shundaki, jurnalist idroki bilan respondent idroki tayanch bilimlarning muayyan darajada to‘g‘ri kelishini nazarda tutadi. Masalan, Abdulla Qodiriyning “O‘tgan kunlar” yoki Oybekning “Navoiy”, Tohir Malikning “Shaytanat” singari asarlari jurnalistga ham, respondentga ham tanish, har ikkisi ham bu kitoblarni o‘qigan bo‘lsa, ularning muloqoti qovushadi, mavzuga kirishish oson kechadi. Umuman, tafakkur, idrok va fikr jurnalistikada qadriyat sifatida qarab kelingan. Jurnalistning tafakkuri, idroki sub’ektiv bo‘lishiga qaramay, u real hayotdan butunlay uzilib ketolmaydi. Jurnalist faoliyatida hayotning real qonuniyatlari qanchalik muhim ahamiyatga ega bo‘lmasin, konkret shaxslar obrazini tasvirlashda u o‘ziga xos badiiy vositalardan ham foydalanadi. Bunda, ayniqsa, idrokning muhim belgilari tasavvur va intuitsiyaning ahamiyati kattadir.

Tasavvur jurnalist faoliyatining samarasini ko‘rishga, uning ideal maqsadini anglashga, “fikralash mexanizm” ini tushunishga imkon tug‘dirish bilan birga, real voqelikning muhim jihatlari obrazini yaratadi. Masalan, “Ma’rifat” gazetasi muxbiri

Oybuvi Ochilovanning ocherklarida ana shunday obrazlarni ko'rish mumkin. Jurnalist ko'pincha o'qituvchilar haqida yozadi. U o'zining tasavvuri orqali dunyoni, qahramonlarini turli rakursda ko'rsatadi va o'quvchini ularning ichki dunyosini o'zi ko'rsatayotgandek qablu qilishga undaydi. Bir ocherkida muallif har birimizning hayotda erishgan muvaffaqiyatlarimizda maktabda bilim bergan ustozning o'rnini nihoyatda katta ekanligi, uning xizmati tufayli obro' topib, jamiyatda o'z o'rnimizni topganimizni ta'kidlarkan, o'shiv ustoz olis qishloqda hali ham bolalarga saboq berayotganini samimiy iboralarda juda chiroyli tasvirlaydi. Bu tasvir o'quvchining yuragiga yetib boradi, beixtiyor olis bolaligini, o'sha saboq bergan ustozini ko'rgisi keladi. Obrazli tasvirning ta'sirchanligi ushbu ocherkning o'qishli chiqishini ta'minlagan.

Jurnalist faoliyatida uning ijodiy tasavvuri muhim rol o'ynaydi. Ammo jurnalistning ijodiy tasavvuri badiiy ijod tasavvuridan farqlanadi. Zero, badiiy ijodda tasavvur badiiy obrazlar orqali tasvirlanadi. Jurnalist faoliyatidagi ijodiy tasavvur aniq, o'ziga xos vazifalar orqali aks etadi. Bu qanday vazifalar? *Birinchidan*, bilim va dunyoqarashni mutassil oshirib borish, *ikkinchidan*, o'rganilayotgan masalaning natijasini oldindan ko'ra bilish, *uchinchidan*, xuddi badiiy adabiyotdagiday obrazlar yaratish, ammo bu obrazlar to'qima yoki prototipik emas, balki aniq, hayotda mavjud shaxslar bo'lishi kerak. Shu jihatlarga ko'ra ijodiy tafakkur jurnalist faoliyatining muhim sharti sanaladi.

Tasavvur fikrlash bilan chambarchas bog'liqdir. Jurnalistik asar rejasini tayyorlash jarayonida jurnalist muayyan muammoni mantiqiy tahlil etish zarurligini bilish kerak. Bunda, birinchi holatda, ta'sir aniq obraz shaklida, yorqin tasavvur orqali aks etsa, ikkinchi holatda, tushunchalarni tahlil qilish bilvosita va bevosita muammoning mohiyatini tushunib yetishga qaratiladi.

Hozirgi zamon psixologlari anglash jarayonlari insonning biologik o'ziga xosligidan ko'ra, tashqi harakat ta'sirida tananing ichki muvozanatini o'zgartirishda turtki vazifasini o'taydigan his-tuyg'ulariga ko'proq ta'sir ko'rsatishini ta'kidlaydilar. Shu bois, jurnalist emotsional olamining muhim belgisi uning his-tuyg'ulari teranligi bilan belgilanadi.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Idrokning bilish jarayonida ahamiyati nimada?
2. Idrok etish jarayoni qanday qonuniyatlar asosida ro'y beradi?
3. Ommaviy kommunikatsiyada idrok masalasiga e'tibor qaratish nimada namoyon bo'ladi?
4. Reklama mahsulotida idrok qonuniyatlari qanday tarzda hisobga olinadi?
5. Bilish jarayonlari jumlasiga qaysi jarayonlar kiradi?
6. Kommunikatsiya jarayonida diqqatning roli nimada?
7. Ommaviy kommunikatsiyada bilish jarayoni xususiyatlarini e'tibor olishning ahamiyati nimada?
8. Kommunikativ va mnemik jarayonlar aloqasini qanday izohlash mumkin?

Mustaqil ish uchun mavzular:

1. Ommaviy kommunikatsiyada bilish jarayonlari
2. Ommaviy kommunikatsiyada idrok masalasi
3. Ommaviy kommunikatsiyada diqqatning roli
4. Idrokning bilish jarayonida ahamiyati

IV BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYANING MANIPULYATIV IMKONIYATLARI

Darsning maqsadi: Ommaviy kommunikatsiya, mediapsixologiya nuqtai nazaridan, jamoachilikning o‘zini-o‘zi boshqarishini anglatuvchi tizim, “Manipulyatsiya” atamasi bir semantik kontekstdan boshqasiga ikki marta ko‘chirilganligi. “Manipulyatsiya” atamasining kelib chiqishi va ma’nolari, “Metafora” so‘zining yangi kontekstga to‘liq ko‘chirilishi metafora avlodi - manipulyatsiya harakatlarining ob’ektlari endi jismlar emas, balki odamlar, harakatlar endi qo‘llar bilan emas, balki boshqa vositalar bilan amalga oshirilishiga olib kelishi to‘g‘riisda ma’lusot berish.

REJA:

1. Ommaviy kommunikatsiya jarayoni.
2. “Manipulyatsiya” atamasining kelib chiqishi.
3. Manipulyatsiya metaforasi.

Tayanch tushuncha va atamalar: *Ommaviy kommunikatsiya, manipulyatsiya, manipulyator, madaniy shart-sharoit, manipulyatsiya metaforasi, manipulyator, shaxs, mediapsixologiya, jamoa, o‘z-o‘zini boshqarish*

4.1. Ommaviy kommunikatsiya jarayoni.

Ommaviy kommunikatsiya jarayonlari nafaqat insonning turmush tarzini, balki ruhiy olamini ham o‘zgartirib yubormoqda

Ommaviy kommunikatsiya, mediapsixologiya nuqtai nazaridan, jamoachilikning o‘zini-o‘zi boshqarishini anglatuvchi tizimdir. Mohiyatan avtokommunikatsiyaning, ya’ni jamoatchilikning o‘zaro aloqasi o‘zini-o‘z boshqarishning bir butun sistemasi sanaladi . Ommaviy kommunikatsiya shunday sohaki, bunda odamlar va tashkilotlarga ular tomonidan ma’lumot yetkazishda ko‘maklashuvchi turli vositalar, ya’ni uyali aloqa vositalari, internet kabi qurilmalar orqali kishilarning axborot olishi va

uzatishga doir psixologik jarayonlar o'rganiladi. Manipulyatsiyaning o'ziga xosligi shundaki, manipulyator o'z niyatlarini yashirishga intiladi. Shuning uchun, manipulyatordan tashqari barcha uchun manipulyatsiya to'g'ridan-to'g'ri ixtiyoriy harakatdan ko'ra, ko'proq qayta qurish, uning xatti-harakatlarini talqin qilish natijasida yuzaga keladi. Shu munosabat bilan: manipulyatsiya hissiy tajribada anglangan hodisa, hissiy tafakkur ob'ekti bo'lib hisoblanadimi, kabi o'rinli savol tug'iladi. Manipulyatsiya mavjudligi haqida uchta ma'lumot manbai mavjud. 1. *Manipulyatorning holati*. Har bir kishi bunday holatda ko'p marotaba bo'lgan: ota-onasini ming ko'yga soluvchi yosh bola, farzandini aybdorlik holatiga tushiruvchi ota yoki ona, yoqtirgan ijrochisi tomonidan e'tibor qozonishga intilayotgan muxlis, sotuvchining yon bosishini kutayotgan xaridor, ishda yo'l qo'yilgan xato uchun mas'uliyatdan qochuvchi xodim. 2. *Manipulyatsiyadan jabrlanuvchining holati*. Bunda yuqorida qayd etilgan rollar juftliklarini o'zgartirish kifoyadir – sheriklarimizning nosamimiyligi ochilib qolganida, kimningdir qarmog'iga ilinganimizda pushaymonlikni his qilganimizdagi vaziyatlarni eslashga tayyormiz, bunda: aytib qo'yib, taklif qilib, va'da berib, rozi bo'lib, bajargandan so'ng shikoyatlar o'ynalganligini, va'dalar noaniqligini, do'stona munosabat yuzakiligini, malaka esa havoyiligini bilganmiz. Ma'lum bo'lishicha, hamkorlarimizning barcha harakatlari faqat o'zlari ko'zlangan maqsadga erishishga qaratilgan bo'lib, ular ba'zi shaxsiy sabablarga ko'ra bizga ma'lum qilmaganlar. Ko'rib turganimizdek, bu holatlarda bo'lgan odamlarning tajribasi manipulyatsiyani bevosita-sub'ektiv ravishda insonga berilgan hodisa sifatida baholashga asos bo'ladi. Shu asosda, kamida manipulyatsiyani bir noyob hodisa, deb atash mumkin. Uni qanday so'z bilan atalishidan qat'iy nazar, har bir inson bunday sub'ektiv tajribaga egadir. 3. *Tashqi kuzatuvchining holati*. Manipulyativ hamkorlikka jalb qilinmagan shaxsga uning tafsilotlarini va xarakterini qayta qurishi: yetishmayotgan joylarini tiklashi, ishtirokchilar o'rniga o'ylashi kerak. Bunda shaxsiy tajriba yordamga keladi. Bir tomondan, kuzatuvchining o'zi manipulyatsiya qilishi kerak bo'ladi, bu tajriba boshqalarning harakatlarini manipulyatsiyaviy deb talqin qilish imkonini beradi. Boshqa tomondan, manipulyatsiya qurboni tajribasi bizni manipulyativ urinishlarga

ko‘proq sezgir qilib qo‘yadi. Manipulyatsiya boshlovchisining niyatlarini o‘zining so‘zlaridan yoki badiiy asarlar (adabiyotlar, kino) mualliflari bizga bergan ma’lumotlaridan bilib olsak, vazifa juda soddalashadi.

Shu bilan birga, ikkala holatdan chetlashish qo‘shimcha tafsilotlarni ko‘rish imkonini beradi. Kuzatuvchiga, odatda, “o‘zini olib qochishda davom etmoqda”, “holsiz siltalanyapti”, “oshkor qilinmagan himoyaga o‘tdi”, “har doim o‘zini qo‘yarga joy topolmay yuradi” kabi jonli o‘zaro aloqalarning kattaroq birliklari namoyon bo‘ladi va hokazo. Biroq, buning evaziga vaziyatga tabiiy hissiy kirishishning yo‘qolishi va hukmlarning ishonchliligini pasayishi bilan to‘lash kerak bo‘ladi.

To‘lov shu qadar muhim (zarur) bo‘lib chiqadiki, nazariy muammo paydo bo‘ladi va amaliy vazifa esa manipulyatsiyani psixologik ta’sirning boshqa turlaridan farqlashni o‘rganishdan iboratdir. Buni yetarlicha aniq bajarishga imkon beruvchi vosita kerak. Bunday vosita – o‘ziga xos ko‘rsatgich bo‘lib, manipulyatsiyaning psixologik ta’sir turi sifatidagi ta’rifi bo‘lishi kerak.

4.2. “Manipulyatsiya” atamasining kelib chiqishi

Manipulus - “manipulyatsiya” atamasining lotinchada ikki ma’noga ega:

a) hovuch, siqim (*manus*-qo‘l + *pie*-to‘ldirish), b kichik guruh, to‘da (*manus* + *pi* – ildizning kuchsiz shakli). Boshqa ma’noda bu so‘z, xususan, Rim armiyasidagi askarlar kichik otryadi (120 kishi) ma’nosini anglatgan. Oksford ingliz lug‘atida manipulyatsiya (*manipulation*) - eng umumiy ma’noda maxsus niyat, maxsus maqsad bilan ob’ektlarni qo‘l bilan boshqarish, qo‘l bilan qilingan harakatlarni anglatadi. Masalan, tibbiyotda bu tekshiruv, tananing ma’lum qismini qo‘llar yoki tibbiy muolajalar yordamida tekshirishdir. Manipulyatsiyaviy harakatlarni bajarishda epchillik va epchillik mavjudligi alohida qayd etiladi.

Ko‘rsatilgan ma’noga (foydalanish ko‘lamini kengaytirish natijasida) texnologiyada “manipulyatsiya” atamasini qo‘llash yaqindir. Avvalo, bu qo‘llar bilan amalga oshiriladigan mohirona harakatlardir. Qo‘llar va tutqichlar ko‘pincha manipulyatorlar deb ataladi. Mexanizmlar murakkablashgani sayin manipulyatorlar

imitatorlar yoki qo‘llarni sun‘iy almashtiruvchilar deb atala boshlandi: masofadan boshqarish bilan ob‘ektlarni murakkab harakatlantirish uchun maxsus qurilmalar. Misol uchun, yadro yoqilg‘isi bilan yuklash va tushirish majmuasi uchun

Majoziy ma‘noda Oksford lug‘ati manipulyatsiyani “odamlarga ta‘sir qilish yoki ularni va narsalarni epchillik bilan nazorat qilish, ayniqsa, yashirin boshqaruv yoki qayta ishlov berish” deb belgilaydi. Shu nuqtai nazardan, “manipulyatsiya” so‘zi siyosiy lug‘atda ilgari mavjud bo‘lgan “makiavellianizm”. atamasini almashtirdi.

Bu almashtirishning kamida ikki sababi bor. Birinchidan, bu hodisaga texnologik yondashuvga baholovchi nuqtai nazardan yetakchi e‘tibor qaratildi. Ikkinchidan, “manipulyatsiya” atamasi tegishli bo‘lgan hodisalar doirasi kengaydi, bunda gap alohida siyosiy rahbarlarning sifatleri haqida emas, balki butun institutlar va davlat tashkilotlarining faoliyati haqida ketgan edi. Bu atama ommaning fikr-mulohazalari yoki intilishlarini, aholining ruhiy holatini va boshqalarni dasturlashtirishga qaratilgan ommaviy axborot vositalari va siyosiy tadbirlarga nisbatan qo‘llaniladi.

Italiyalik siyosatchi Nikkolo Makiavellining nomi “oqibat har qanday vositani oqlaydi” axloqiy pozitsiyasi uchun maishiy nomga aylandi. Uning asarlari bilan tanishish N. Makiavellining o‘zi bu jihatdan zamondoshlaridan farq qilmagan degan fikrga moyildir. Bizning asrda, masalan, hudud egallangandan so‘ng kimni yo‘qotish kerakligi haqidagi tavsiyalarni qabul qilish juda qiyin. Lekin o‘rta asr kitobxoni uchun bu narsa oddiy holat edi.

Bunday sa‘y-harakatlarning maqsadi aholini, uning boshqarilishi va itoatkorligini nazorat qilishdan iborat.

60-yillardan boshlab siyosatshunoslik adabiyotlarida ikkita katta muammo batafsil muhokama qilindi. Birinchisi ommaviy axborot vositalarining manipulyatsiyaviy mohiyatning (sotsialistik adabiyotda “burjua” yoki “imperializm” ta‘rifi qo‘shildi) yechimini topishga bag‘ishlandi. Ikkinchisi esa Koreya yarimoroli va Vetnamdagi urush qatnashchilari asirga tushganlarida Xitoy va SSRI maxsus xizmatlari zindonlarida asirlarning “miyasini chayish” amaliyotiga tegishli edi.

Psixologik adabiyotlarda “manipulyatsiya” atamasi uch ma’noga ega. Birinchisi to’liq texnikadan olingan bo’lib, asosan muhandislik psixologiyasi va mehnat psixologiyasida qo’llaniladi. Etologiyadan olingan ikkinchi ma’noda manipulyatsiya 32 “hayvonlar tomonidan atrof-muhit komponentlarining faol harakati” (lokomotsiya - hayvonlar o’zlarining atrof-muhitdagi harakatidan farqli o’laroq) [Qisqacha psixologik lug’at] “orqa oyoqlarini ishlatmay, asosan oldingi oyoqlarida, shuningdek, boshqa vositalar ishtirokida”gi harakat tushuniladi [Fabri, 1976, 145-b.]. Bu ikki ma’noda “manipulyatsiya” atamasi 20-yillardan boshlab psixologik adabiyotlarda mavjud. 60-yillardan boshlab esa uchinchi ma’noda ham qo’llanilib, bunda siyosatshunoslik asarlaridan olindi.

Asta-sekin “manipulyatsiya” so’zi shaxslararo munosabatlar kontekstida hech qanday o’zgarishsiz ishlatila boshlandi. Shunday qilib, uni qo’llash ko’lamini kengaytirish jarayoni ushbu ishni ko’rib chiqish diqqat markazida turgan sohaga yetib keldi. Ya’ni, ob’ekt (sub’ektlar o’rtasidagi o’zaro ta’sir) va mavzu (ta’sir mexanizmlari) jihatidan ham manipulyatsiya hodisasi psixologiyaga bevosita daxldor muammolar doirasiga aylandi.

Demak, biz qiziqqan ma’nodagi “manipulyatsiya” atamasi bir semantik kontekstdan boshqasiga ikki marta ko’chirilgan. Majoziy ma’noda ishlatiladigan atama metaforadir. Shuning uchun manipulyatsiyani tushuncha sifatida ta’riflashga o’tishdan oldin uning haqiqiy mazmunini metafora sifatida ochib berish lozim.

4.3.Manipulyatsiya metaforasi.

Biz aslida metaforiyaviy bo’lmagan ma’noda “manipulyatsiya” atamasi qo’llar tomonidan bajariladigan harakatlarning murakkab turlarini anglatishini aniqladik: qo’l bilan boshqarish, tibbiy muolajalarni bajarish, jismlarni ixtiyoriy ishlatish va boshqalar mahorat va epchillikni talab qiladi. Metaforaga o’tish darajasi “manipulyatsiya” atamasini mahorat qadrlanadigan nafaqat yolg’on chalg’ituvchi mashqlarni o’tkazishdagi ko’z boylog’ichlik va karta o’yinlarini namoyish qilishga tegishli holda emas, balki haqiqiy harakatlar va niyatlarni yashirishda, yolg’on taassurot yoki illyuziyani yaratishda qo’llash hisoblanadi. Dastlabki mohiyat bilan

aloqa murakkab mexanik yoki elektron qurilmalarni, o'xshash qiyofali yordamchilarni istisno etadigan fokus ko'rsatuvchi "ko'z boylog'ich-manipulyator" nomida ayniqsa yaqqol namoyon bo'ladi. Ularning barcha fokuslari "hech qanday firibgarliksiz qo'l epchilligi" asosida bo'ladi. Asosiy psixologik ta'sirlar diqqatni boshqarish (chalg'itish, o'zgartirish, jamlash), psixologik munosabat mexanizmlaridan keng foydalanish, stereotipik tasavvurlar va idrok illyuziyalari asosida yaratiladi. Keyinchalik ko'rsatilgandek, bu elementlarning barchasi shaxslararo manipulyatsiyada saqlanadi.

"Metafora" so'zining yangi kontekstga to'liq ko'chirilishi va biz uchun qiziqarli bo'lgan metafora avlodi - manipulyatsiya harakatlarining ob'ektlari endi jismlar emas, balki odamlar, harakatlar endi qo'llar bilan emas, balki boshqa vositalar bilan amalga oshirilishiga olib keladi.

Natijada majoziy ma'noda manipulyatsiya - bu "egallab olish", boshqani "qo'lga o'rgatish", "tuzoqqa tushirish", "qarmoqqa ilintirish", insonni itoatkor vositaga, ya'ni qo'g'irchoqqa aylantirishga urinishdir.

Biroq, qo'lga olish metaforasi manipula so'zidan kelib chiqqan negizli belgi bo'lsa-da,, u psixologiyaviy manipulyatsiyani tashkil etuvchi faqat birgina belgi emasdir. Uning shakllanishi jarayonida, ko'rib o'tganimizdek, bu xususiyat boshqa sifatlar bilan to'ldirildi. Birinchidan, manipulyatsiya mahorat, qobiliyat va ijro etish mahorati bilan ajralib turadi. Haqiqatan ham, noqulay konseptual ta'sir bizni boshqarish uchun ishlatiladigan intuitiv manipulyatsiya hissi ostida qolmaydi. Ikkinchidan, manipulyatsiya illyuziya yaratishni o'z ichiga oladi. Agar u ochiq-oydin amalga oshirilsa, ma'lum bir harakatni manipulyatsiya qilish mantiqqa to'g'ri kelmaydi. Barcha hiylalari oshkora ko'rinib turgan nayrang talab qiladigan yolg'on tasavvurlarni yarata olmaydigan nayrangboz yomon nayrangbozdir. Tomoshabinlarni asar qahramonlari qo'g'irchoqlar ekanligini unutishga majbur qilolmagan qo'g'irchoqboz yomon qo'g'irchoqbozdir. Shuning uchun ham metafora ma'nosida manipulyatsiya tashqi ta'sirdan ta'sir etuvchining mustaqilligi illyuziyasini, u tomonidan qabul qilingan qarorlar va amalga oshirilgan harakatlarning mustaqilligi illyuziyasini yaratishni ham nazarda tutadi.

Shunday qilib, psixologik manipulyatsiyaning to'liq metaforasi uchta muhim xususiyatni o'z ichiga oladi:

- "qo'lga olish" g'oyasi,*ta'sir etuvchining qarorlari va harakatlarining mustaqilligi haqidagi tasavvurni saqlab qolish sharti,
- ta'sir etish metodlarini bajarishda manipulyatorning mahorati.

Manipulyatsiya, boshqa ko'plab voqealar kabi o'z-o'zidan paydo bo'lmaydi - doimo hayotga kirishga hissa qo'shadigan yoki bevosita sabab bo'ladigan ba'zi kuchlar va sharoitlar mavjud. Va, albatta, har doim bu kuchlar va sharoitlarni ishga soladigan odamlar bor. Ushbu bobda manipulyatorlar qaerdan kelganini bilib olamiz. Nima uchun odamlar o'z maqsadlariga erishishning boshqa vositalari orasida manipulyatsiyaviylarni tanlaydilar? Bunga qanday omillar va holatlar yordam beradi?

Eskizli tahlilda Ye. Shostrom, boshqa mualliflarga tayangan holda, manipulyatsiya uchun sabablarning quyidagi ro'yxatini taklif etdi: insonning o'zi bilan nizosi (F. Perls), boshqa odamlarga nisbatan ishonchsizlik, seva olmaslik (E.Fromm), mutlaq ilojisizlik hissi (ekzistensializm), yaqin shaxslararo muloqotdan qo'rqish (Dj. Xeyli, E. Bern, V. Glasser) va barchaning quvvatlashiga sazovor bo'lishga tanqidiy bo'lmagan intilish (A. Ellis). Tizimli ta'lim olgan psixolog o'zini boshqa taniqli hamkasblariga hurmat ko'rsatib, ushbu to'plamni to'ldirishga majbur deb hisoblaydi. Bunda u nima uchun odamlar manipulyatorlar bo'lib qolish sabablari ro'yxatini kengaytirgan bo'lar edi. Bu ro'yxatga, shubhasiz, jinsiy mayl ob'ektlari sifatida muloqot bo'yicha sheriklarni ramziy (sublimatsiya) egallashga intilish kirgan bo'lardi (3. Freyd) – bunda manipulyatorlar mos ravishda faol va passiv manipulyatorlarga bo'linadilar; shuningdek shakl bo'yicha tabiiy bo'lgan hokimiyatga kompensator intilishni amalga oshirish kiradi (A. Adler). Manipulyatsiyani yana ham bozor va totalitar jamiyatlarning o'z fuqarolariga tatbiq etadigan ta'sir usullarini ko'paytirish sifatida qaralishi mumkin: manipulyatsiyaviy amalga oshirish o'zini qo'llab-quvvatlaydi, chunki bunday xatti-harakatlar ijtimoiy muvaffaqiyat (B. F. Skinner) shaklida yoki bunday jamiyatlarda yetishtirilgan yolg'on qadriyatlar bilan individual semantik vakuumni passiv to'ldirish tufayli (V. Frankl) joriy qilinadi. Manipulyatsiya uchun ko'plab sabablar mavjudligi aniq; ular

bir qatorda ko‘rib chiqilmasligi ham aniq. Ular turli kelib chiqishga va turli ontologik maqomga egadir. Ularni ko‘paytirish ma’lum joriy chizma asosida amalga oshirilishi mumkin. Bunda quyidagi ontologik bo‘limlar (darajalar) o‘rtasida deyarli aniq farq qo‘llaniladi: madaniyat (umuminsoniy kontekst), jamiyat (ijtimoiy kontekstlar majmui), muloqot (shaxslararo kontekst), shaxs (motivatsion ichki ruhiy kontekst) va texnologiya (faoliyat konteksti, uning operatsion tarkibi). Bunday bo‘linishning barcha dalillari bilan ularni ajratish uchun yagona asos topishga urinishlar, ayniqsa, ularning aniq o‘sishi mezonlari samarasiz bo‘lib chiqadi. Ayniqsa, o‘zaro munosabatlar va shaxslararo muloqot darajalarini ajratish qiyin. Biroq, bunday mantiqiy qiyinchilikni yangi tushuntirish imkoniyatlari bilan samarali g‘oyaga aylantirishga harakat qilish mumkin. Bu shaxslararo munosabatlar va shaxslararo muloqotga xos bo‘lgan chuqur muhim o‘xshashlik g‘oyasidir. Shuning uchun ularning hozirgi tadqiqotda bo‘linmaganligi ataylab mustahkamlanadi, ta’kidlanadi va bu shaklda tushuntirish prinsipi sifatida ishlatiladi. Antropotsentrizm va sotsiotsentrizm qarama-qarshiligini hal etib bo‘lmay, ilmiy dialogdagi [Semenov 1994] fikrlarni qutblantiradigan kuch qatori vazifasini bajargani kabi, tashqi (o‘zaro) va ichki qarama-qarshiliklarni ham yengib bo‘lmaydigan jarlik deb hisoblash mumkin emas.

Bundan tashqari, har bir daraja uchun uning shaxsdagi proeksiyasi berilgan bo‘ladi. Barcha belgilangan darajalarda biz insonda manipulyativ ruhni uyg‘otishga hissa qo‘shadigan va uning mavjudligini qo‘llab-quvvatlaydigan elementlarni ko‘rsatamiz.

Manipulyatsiyaning madaniy shart-sharoitlari

Fitnalar, aldovlar, nayranglar - bizgacha yetib kelgan afsonalarda hukmronlarga loyiq amallar sifatida ta’riflanadi. Ko‘rinib turibdiki, azaldan hiyla va nayranglar qobiliyat, aql-zakovat va mukammal mahoratga ega bo‘lish bilan bog‘liq bo‘lgan, deb bejiz aytilmagan.

Barcha xalqlarning ertaklari ham ko‘pincha fitnaning asosiy elementlari sifatida yolg‘on, makr, tuzoqlardan foydalanadi: Bo‘g‘irsoq aldov yo‘li bilan yeyilgan, tulki xo‘rozni uch marta uyidan aldab chiqarib, baribir olib ketgan. Mayli, bu tulki -

ayyorlik timsoli. Shahzoda Ivan va bo'ri haqidagi mashhur ertakning syujeti o'g'irlik va soxtalik ustiga qurilgan. Avvaliga, Ivan ikki marta boylikka uchib, bo'rining ko'rsatmalariga quloq solmadi. Agar bu u tomonidan bo'ladigan manipulyatsiya bo'lsa, unda bu muvaffaqiyatli chiqqan: uchinchi marta bo'ri mustaqil ravishda boshqa qimmatni - bu safar Malikani olib kelish uchun ketdi. So'ngra bo'ri galma-gal ular yetkazilgan zarar uchun tovon sifatida tegishli bo'lishi kerak bo'lganlardan qochish uchun, bir otga, keyin Malika aylanadi. Shunday qilib, Shahzoda Ivan ham kelishuvlarni buzuvchi bo'lib chiqdi. Bunday ertaklar juda ko'p: "Kenja botir" yoki "No'xot polvon" kabilarni misol keltirish mumkin. Bu va boshqa ertaklar ham tinglovchilar va o'quvchilarning o'zlari uchun tanlaydigan ozuqa muhitini tashkil qiladi.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. *Ommaviy kommunikatsiya nima?*
2. *Axboriy tahdid deganda nimani tushunasiz?*
3. *Manipulyatsiya so'zining lug'aviy ma'nosi nima?*
4. *Manipulyatsiya so'zining kelib chiqishi?*
5. *Ommaviy axborot vositalari nima?*
6. *Manipulyatsiyaning madaniy shart-sharoitlari deganda nimani tushunasiz?*
7. *Psixologik manipulyatsiyaning to'liq metaforasi nechta muhim xususiyatni o'z ichiga oladi?*

Mustaqil ish uchun mavzular:

1. *Ommaviy kommunikatsiyaning manipulyativ imkoniyatlari.*
2. *Manipulyatsiyaning madaniy shart-sharoitlari.*
3. *Ommaviy kommunikatsiya psixologiyasi kursining asosiy tushunchalari.*

V BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYADA REKLAMA TA'SIRINING PSIXOLOGIK ASOSLARI

Darsning maqsadi: Reklama ommaviy kommunikatsiya shakli sifatida. Reklama faoliyatidagi psixotexnologiyalar. Reklama ta'sirining yosh, jins va ijtimoiy-psixologik xususiyatlari. Reklama ta'sirchanligini oshirishda qo'llanuvchi usullar. Ommaviy kommunikatsiyada mediamahsulot ta'siri haqida umumiy tushuncha. Ommaviy axborotning qo'rquv va xavotir uyg'otishi muammosi to'g'risida ma'lumot berish.

REJA:

1. Reklama ommaviy kommunikatsiya shakli sifatida.
2. Jamoat ongini boshqarish usullari.
3. Psixologiya reklamaning inson ruhiyatiga ta'sirini o'rganuvchi fan sifatida.

Tayanch tushuncha va atamalar: reklama, kommunikatsiya, ommaviy kommunikatsiya, Axborot usuli, hissiy usul, vatanparvarlik usul, qo'rquv uyg'otish usuli, inson ruhiyati, kommunikator, aloqa mazmuni, auditoriya

5.1. Reklama ommaviy kommunikatsiya shakli sifatida.

Reklama - bu ishontirish xususiyatiga ega bo'lgan xizmatlar va mahsulotlar, ularni ishlab chiqaruvchilar to'g'risida maqsadli ma'lumotlarni yetkazish. Reklamaning muhim jihatlaridan biri potensial auditoriyaning ma'lum bir mahsulotni sotib olishga bo'lgan intilishini uyg'otishdir. Shu sababli, reklamaning aksariyat qismi mahsulot yoki g'oyaga yangi tarafdorlarni jalb qilish uchun tabiatan ishonchli bo'lishi uchun mo'ljallangan. Reklama, avvalo, iste'molchi ta'sirida bo'lgan so'zlar va grafik tasvirlar to'plamidir, deb ishoniladi.

Hozirda aksariyat ko'pchilik reklama reklamani bezovta qiluvchi chivin deb bilishadi, bu telekanalni almashtirish, jurnalni varaqlash, transportda va Internetda e'tiborsiz qoldirish orqali bekor qilinadi. Biroq, zamonaviy dunyoning rasmini

reklamasiz tasavvur qilib bo'lmaydi - bu bizning hayotimizga qat'iy kirib keldi va jamiyatning ajralmas funktsiyasiga aylandi.

Reklama tobora ko'proq odamning hayotiga aralashadi, uni ongli va ongsiz darajada boshqaradi. Shunisi qiziqki, ehtiyojni anglash har doim ham amalga oshavermaydi. Ehtiyoj tushunarsiz bo'lib qolishi mumkin, ammo har qanday holatda ham, inson o'zining oldida maqsadni, hissiy tashvishlardan xalos bo'lish, zavqni boshdan kechirish umidida intiladigan ob'ektni shakllantiradi.

Motivatsiya behush bo'lishi mumkin, masalan, jozibadorlik, munosabat, umidsizlik holatlari, chuqur takliflar (gipnoz takliflari). Optimaldagi reklama matni o'ziga jalb etishni ongli motivga o'tishini ta'minlaydi, iste'molchining e'tiborini ehtiyojni tanib oladigan xususiyatlariga qaratadi.

Reklama matni oluvchini optimistik kayfiyat bilan ilhomlantirishi, to'siqlarni yengib o'tish imkoniyatiga ishontirishi kerak. Zamonaviy sharoitda reklamada qo'llaniladigan psixologiya vositalari xilma-xil bo'lib, ularning aksariyati texnik jihatdan mukammal, maqsadi, qo'llanilish joyi, ishlatilish xususiyati, odamlarga hissiy va ruhiy ta'sir darajasi bo'yicha kompleks tasnifga ega. Reklamada odamlarga psixologik, emotsional va intellektual ta'sir qilish usullari keng qo'llaniladi, chunki reklama inson qalbining yashirin burchaklariga ta'sir ko'rsatadigan ijtimoiy-psixologik hodisa

Ommaviy axborot vositalarida har qanday reklama turi - bosma, televizion yoki radio reklama - potentsial iste'molchining "yuragiga tegishi" uchun turli xil psixologik metodlardan foydalaniladi. Ushbu ta'sir ma'lum bir mahsulot haqidagi g'oyalarni bizning chuqur va asosiy ehtiyojlarimiz bilan (nafaqat jismoniy, balki hissiy) birlashtirib amalga oshiriladi.

Reklamada ushbu mahsulotni sotib olish nafaqat foydali va yoqimli bo'lishi, balki bizni o'zimizdan yaxshiroq va baxtli qilishiga olib kelishi haqidagi xabar yashiringan. Keling, reklamada jamoat ongini boshqarish uchun ishlatiladigan usullarni ko'rib chiqaylik.

5.2. Jamoat ongini boshqarish usullari.

Axborot usuli. Ba'zi bir reklama turlari mahsulot va mahsulot haqida ma'lumot beradi, e'tiqodga ta'sir o'tkazishga harakat qiladi - bu bizning munosabatimizning ajralmas qismi. Bunday reklama mahsulot nima uchun kerakligini tushuntiradi va uning xususiyatlarini tavsiflaydi. Gazeta va jurnallar ushbu turdagi reklama uchun juda mos keladi. Murojaat yoki maslahatning eng ko'p ishlatiladigan usuli bu pulni tejash yoki yaxshiroq xizmat yoki mahsulot olishdir. Yaxshi xaridni amalga oshirayotganingiz hissi, biror narsa sotib olishga qaror qilganingizda kuchli turtki bo'ladi. Bu shunchalik samarali usulki, ular ko'pincha maxsus narxlangan narxlar ro'yxatini ishlab chiqaradilar va reklamalarda narxlar ancha past. Xaridor mahsulotlarni sezilarli darajada oshirilgan narxda topishini, hech kim uni hech qachon sotishni niyat qilmaganini bilishi mumkin emas.

Hissiy usul. Reklama ko'pincha bizning munosabatimizning hissiy qismiga ta'sir qiladi. Tuyg'ularga ta'sir qilish bizning xatti-harakatlarimizga ta'sir qilishning eng yaxshi usuli. Masalan, ko'plab reklama va plakatlar do'stlarimizga, oilamizga, yaxshi vaqtlarimizga va ular bilan bog'liq bo'lgan tuyg'ularga bo'lgan muhabbatimizga murojaat qiladi. Reklama, bizga murojaat qilib: "Do'stlaringizga qo'ng'iroq qiling - ularga bo'lgan muhabbatingizni isbotlang, olmos, atir-upalar, mashinalar, atir-upalar sotib oling - ularni qanchalik yaxshi ko'rishingizni va qadrlashingizni ko'rsating, do'stlaringiz bilan o'tir, pivo iching - yaxshi vaqt o'tkazing". Mahsulotni reklama qilish o'yin-kulgi bilan bog'liq bo'lsa - bu ham hissiy usul, shu tariqa reklama bizda oila va muhabbat tuyg'ulari bilan bog'liq hissiyotlarni uyg'otadi.

Shuningdek, reklama ta'sir ko'rsatadigan asosiy hissiyotlardan biri bu yosh va boshqa jinsdagi odamlar uchun jozibali bo'lishga intilishdir. "Ushbu shampunni, parfyumni, kremni va boshqalarni sotib oling, shunda siz xohlagan va sevib qolasiz." Sotishning eng samarali usuli bu mahsulot insonning yaxshi psixologik holatini ta'minlashi va uning shaxsiy ehtiyojlarini qondirishi mumkinligini tavsiflovchi usul. Shaxsiyatga ta'sir, insonning jamiyatning bir qismi bo'lishni istagan tabiiy istagi - "barcha onalar ishonadi", "yaxshi uy bekalari foydalanadi", "barcha bolalar sevadi",

"haqiqiy erkak sotib oladi" - bizning ongimizda, vaziyatga qarab, biz o'zimizni avtomatik ravishda u yoki boshqa guruhlar toifasiga kiritamiz, "siz BU sizda bo'lsa biz bilansiz" reklama tuzog'iga tushib qolamiz.

- **vatanparvarlik usullari** Ko'pincha psixologik usul tomoshabinga o'ziga xosligi yoki yangi narsaning o'ziga xosligini his qilish uchun ishlatiladi. Qizig'i shundaki, bu usul ayniqsa ulkan, shaxssiz va befarq institutlar qiyofasi bilan kurashadigan yirik korporatsiyalar uchun odatiy holdir. Reklamada milliy g'ururga chorlash odatiy holdir. To'rt yillik Olimpiya o'yinlari va Jahon kubogi davrida bunday murojaatlarga reklama tez-tez uchraydi. Reklama nuqtai nazaridan Vatanga muhabbat, vatanparvarlik kompaniyaning bosh ofisida emas, balki savdo bozorida. Ba'zida xalqaro voqealar reklama materiallarida aks etadi.

Qo'rquvni uyg'otish usuli. Ushbu turdagi reklama tomoshabin tasavvurida, agar u mahsulotni sotib olmasa, odamga nima bo'lishidan qo'rqish va qo'rquvni keltirib chiqaradi. Ushbu reklama Rossiyada eng ommabop deb hisoblanadi va u rus iste'molchisi uchun yaxshi ishlaydi. Reklama misoli: bola ma'lum bir vitamin turini iste'mol qilmaganligi sababli kasal bo'lib qoladi yoki televizor tomoshabinlariga yangi kompyuter haqidagi reklama orqali ushbu kompyuter bolani maktabda o'qitishning samarali vositasi ekanligi to'g'risida xabar berilganda.

Bugungi kunda reklama o'rganish ob'ekti sifatida bir qator fanlar uni u yoki bu darajada o'rganish bilan shug'ullanadilar: jurnalistika, sotsiologiya, psixologiya, iqtisod, tarix, huquqshunoslik va boshqalar. Har bir fan reklama faoliyatini tahlil qiladi, shu maqsadda o'z metodologiyasi, o'z kontseptual apparati yordamida. Bularning barchasi reklama "fanlarning chorrahasida" joylashgan hodisa sifatida ko'p qirraliligi haqida gapiradi.

Masalan, iqtisodiyot doirasida reklama mahsulotni bozorda ilgari surish mexanizmi, uni sotish darajasini oshirish sharti sifatida qaraladi. Zamonaviy reklama - bu turli xil xo'jalik yurituvchi sub'ektlar, shu jumladan reklama beruvchilar, reklama agentliklari, reklama ommaviy axborot vositalari, turli xil tadqiqot va texnik xizmatlar va boshqalarning mavjudligini va ishlashini nazarda tutadigan kuchli sanoat.

Yuridik ilm-fan reklamani tartibga soluvchi normativ-huquqiy hujjatlarni ishlab chiqadi (huquq va majburiyatlar, turli sub'ektlarning, shu jumladan reklama beruvchilarning, reklama agentliklarining, reklama ma'lumotlarini tarqatish vositalarining mas'uliyati o'lchovi)

Sotsiologiya fani reklamani jamiyatdagi ijtimoiy-siyosiy va madaniy jarayonlarga inkor etib bo'lmaydigan ta'sir ko'rsatadigan, uning o'zgarishiga hissa qo'shadigan faoliyat ko'rsatayotgan ijtimoiy institut nuqtai nazaridan o'rganadi. Axborotlarni yig'ish va tahlil qilishning sotsiologik usullari reklama kampaniyalarida va ularning samaradorligini baholashda keng qo'llaniladi

5.3. Psixologiya reklamaning inson ruhiyatiga ta'sirini o'rganuvchi fan sifatida.

Psixologiya an'anaviy ravishda reklama uchun eng muhim fanlardan biri sifatida qaraladi. Psixologiya reklamaning inson ruhiyatiga ta'siri mexanizmlarini, reklama materiallarini idrok etishni, iste'molchilar xulq-atvorining xususiyatlarini va reklama ta'sirida uning o'zgarishini o'rganadi. Reklama xabarining samaradorligi ko'p jihatdan uning maqsadli auditoriyasining psixologik xususiyatlarini bilishga bog'liq

Psixologiya fani shundan kelib chiqadiki, reklama bu mahsulot to'g'risida aholini xabardor qilish, uni bilish va uni sotib olishga ishontirishdir. Reklamaning asosiy vazifasi odamlarni ushbu mahsulotni sotib olishga undashdir, shuning uchun u iste'molchiga psixologik ta'sirga asoslangan bo'lib, u oxir-oqibat reklama xabarining mazmunini idrok etishda va uning ko'rsatmalariga rioya qilgan holda amalga oshiriladi.

Tarix va uning sohasidagi tadqiqotlar reklama texnologiyalarining evolyusion o'zgarishlarini tushunishda, zamonaviy reklamani tahlil qilishda muhim element bo'lib xizmat qiladi va ilgari erishilgan tajribani optimal ravishda hisobga olishga imkon beradi.

Shunday qilib, "reklama" tushunchasini talqin qilish turli xil yondashuvlarning kombinatsiyasini nazarda tutadi. Shuni ham unutmangki, so'nggi o'n yil ichida reklama yakka holda emas, balki mahsulotlarni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga targ'ib qilishning keng kanallari va vositalarining bir qismi sifatida qaralmoqda.

Ushbu maqsadlar uchun adabiyotlarda "marketing kommunikatsiyalari kompleksi" yoki "integral marketing kommunikatsiyalari" atamasi qo'llaniladi.

Integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyalari konsepsiyasining mazmuni shundaki, an'anaviy reklamani boshqa aloqa turlari bilan to'ldirish orqali xaridorlarga ta'sir qilish samaradorligini oshirishga intilish, ularning har birida mahsulotlarni ilgari surishning o'ziga xos usullari mavjud.

"Integratsiya" atamasidan foydalanish kommunikatsiyaning turli shakllarini umumiy marketing strategiyasi doirasida yaxlit butunlikka birlashtirishni nazarda tutadi, chunki ular bitta maqsadga erishish uchun ishlatiladi.

Marketing kommunikatsiyalari turlarini tasniflash masalasi munozarali, ammo odatda to'rt tarkibiy qism ajratiladi: reklama, sotishni targ'ib qilish, jamoatchilik bilan aloqalar, to'g'ridan-to'g'ri marketing. Ba'zi mualliflar marketing kommunikatsiyalarining boshqa tarkibiy qismlarini, xususan, shaxsiy sotishni o'z ichiga oladi.

Mashhur "Zamonaviy reklama" darsligining mualliflari K.Bove va V.Arens reklamaga quyidagicha ta'rif berishgan: "bu taniqli reklama beruvchilar tomonidan turli xil ommaviy axborot vositalari orqali mahsulot, xizmat yoki g'oya haqidagi e'tiqod xarakterida odatda pul to'laydigan va odatda ma'lumotlarning shaxsiylashtirilmagan uzatilishi." Ushbu ta'rifning muhim havolasi - bu ishon tirish va e'tiborni ommaviy auditoriyaga yo'naltirish xususiyati.

Professor J. - J. Lambin reklama "kompaniyaning harakatlarini to'g'ridan-to'g'ri yoki bilvosita qo'llab-quvvatlamochi bo'lgan homiydan kelib chiqadigan bir tomonlama aloqa" deb tavsiflaydi. Bir tomonlama aloqa reklama tarqatishda muloxaza etishmasligidan dalolat beradi. Garchi ko'pchilik mualliflar maqsadli jarayonning majburiy ikki tomonlama xususiyatiga ishora qilsalar ham, reklama beruvchi - iste'molchi.

Amerikalik faylasuflar Sandage Ch., Frayburger V., Rotzollning fikriga ko'ra reklama "bu mahsulot va xizmatlar sifatini, shuningdek g'oyalarni iste'molchining ehtiyojlari va talablari tiliga tarjima qilishga harakat qiladigan aloqa shakli". [7] Bu

erda reklamani ommaviy kommunikatsiyaga rioya qilish ham muhim ahamiyatga ega.

Boshqa amerikalik mutaxassislar U. Uells, J. Burnet va S. Moriarti tomonidan tavsiya etilgan reklama ta'rifi yuqoridagi ikkitani birlashtirganga o'xshaydi. "Reklama pullik, shaxsiy bo'lmagan muloqotni aniqlangan homiy tomonidan amalga oshiriladi va ommaviy axborot vositalaridan tinglovchilarni ishontirish (biror narsa qilish) yoki ta'sir o'tkazish (qandaydir tarzda) uchun foydalanadi."

Ularning hamkasblari D. Rossiter va L. Persi reklama kommunikatsiyalarini "mahsulotning foydasini axborot yoki emotsional tavsiflashga asoslangan ishontirishning bilvosita shakli deb bilishadi. Uning vazifasi iste'molchilar o'rtasida mahsulot to'g'risida ijobiy taassurot yaratish va" o'z fikrlarini "sotib olishga yo'naltirish". Ko'rib turganingizdek, bu erda reklama xabarida keltirilgan ishontirish xususiyatiga e'tibor qaratilgan.

Amerikalik ommaviy kommunikatsiya psixologi Richard Xarris ushbu g'oyani rivojlantirar ekan, reklamani "ishontirishga mo'ljallangan aloqa turi (ya'ni tinglovchiga yoki tomoshabinga u yoki bu ta'sir qiladi). Bu ta'sir xulq-atvorga ta'sir qilishi mumkin (siz reklama qilingan mahsulotni sotib olasiz). munosabat (sizga ushbu mahsulotlar yoqadi) va / yoki reklama sizga kognitiv ta'sir ko'rsatadi (mahsulotning xususiyatlari haqida bilib olasiz).

Taniqli fransuz reklama mafkurachisi A. Deyan reklama to'g'risida o'z qarashlariga ega: reklama "pullik, bir tomonlama va shaxssiz aloqa, ommaviy axborot vositalari va boshqa aloqa turlari orqali amalga oshiriladi, har qanday mahsulot, brend, kompaniya (nomzod, ishlab chiqarish) foydasiga tashviqot olib boradi". Bu holda, yana reklama xabarining tabiati va ommaviy axborot vositalariga tegishli ekanligi haqida ma'lumot.

Agar biz reklama kommunikatsiyalari sxemasi haqida gapiradigan bo'lsak, shuni ta'kidlash kerakki, umumiy ma'noda u taniqli ijtimoiy aloqa modellarini takrorlaydi. Turli xil aloqa modellarini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, tadqiqotchilar diqqat markazida uning asosiy elementlari, shu jumladan:

- kommunikator, uning holati, tuzilishi;

- aloqa mazmuni (matbuot, televidenie, radio materiallari va boshqalar);
- aloqa vositalari, axborot tarqatish kanallari;
- auditoriya (qabul qiluvchi), uning profili, asosiy xususiyatlari;
- Muloqotning ta'siri.

Reklama xabarida tarkibiy jihatdan ajralib turadigan uchta komponentning mavjudligi "ushbu elementlarning har biri o'z-o'zidan biron bir narsani hissa qo'shishi kerak - ularning hech birida" bo'sh joylar "," muvaffaqiyatsizliklar "bo'lmasligi kerak.

Boshqa tomondan, "og'zaki, vizual va tovushli tarkibiy qismlarning bir-biri bilan chambarchas bog'liqligi ushbu maqsadlarga erishish maqsadlari va vositalarida zarur bo'lgan bir xillikni belgilaydi, chunki yaxlitlik yaratilayotganda odam turli tillarda gapira olmaydi".

Shunday qilib, nomlangan tarkibiy qismlarni tanlash reklama xabarida paydo bo'ladigan va ularga qat'iy belgilangan funksiyalarni bajaradigan rasm va assotsiatsiyalarni tahlil qilish uchun eng qulay bo'lib tuyuladi. Ba'zi hollarda, tarkibiy qismlarning har biri boshqasining ta'sirini kuchaytirishi yoki uni almashtirishi mumkin

Aloqa aktining tarkibiy qismlaridan biri bu aloqa effekti bo'lib, bu aksariyat hollarda reklama xabarini qabul qiluvchining xatti-harakatining o'zgarishini anglatadi. Aloqa natijalarining uchta asosiy turi mavjud:

1. Bilimning o'zgarishi;
2. Munosabatlarning o'zgarishi, ya'ni tomoshabinlarning nisbatan barqaror tushunchalarining o'zgarishi;
3. Ma'lumot oluvchining xatti-harakatlarini o'zgartirish "

Reklama matni bizning tadqiqot ob'ekti sifatida reklama kommunikatsiyalari makonida faoliyat yuritib, biz kommunikatorning xatti-harakatini belgilaydigan aloqa aktining tarkibiy bo'limi (barcha janr palitrasi uchun) kabi matn haqida gapiramiz. Bizning tadqiqotimiz markazida haqiqiy reklama matnini targ'ib qilish va shu bilan birga ko'p qirrali reklama faoliyatiga bo'lgan ehtiyoj tilni talqin qilishda

kommunikativ yondashuvni amalga oshirib, o'z e'tiborini matn toifasiga qaratgan ilmiy fanlarning tajribalarini umumlashtirishni talab qiladi.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Reklamaga ta'rif bering.
2. *Reklamaning psixologik ta'siri deganda nimani tushunasiz?*
3. Jamoat ongini boshqarishdagi Reklama turlari qaysilar?
4. Aloqa aktining tarkibiy qismlari qaysilar?
5. *Ommaviy axborot vositalari nima?*

Mustaqil ish uchun mavzular:

1. Ommaviy kommunikatsiyada reklama ta'sirining psixologik asoslari.
2. Reklama kommunikatsiyalari sxemasi haqida tushuncha.
3. Psixologiya reklamaning inson ruhiyatiga ta'sirini o'rganuvchi fan sifatida.
4. *Reklama ta'siri ostida jamoat ongini boshqarish usullari*

VI BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYANING INSON SALOMATLIGI VA MA'NAVIY QIYOFASIGA TA'SIRI

Darsning maqsadi: Sog'lom turmush tarzini shakllantirishda ommaviy axborot vositalarining o'rni, inson salomatligi va ma'naviy qiyofa masalasini, ommaviy kommunikatsiyalar va sog'lom turmush tarzi masalasi, ommaviy axborot vositalari sog'lom turmush tarzini shakllantirish vositasi to'g'risida ma'lumot berish.

REJA:

1. Sog'lom turmush tarzini shakllantirishda ommaviy axborot vositalarining o'rni.
2. Inson salomatligi va ma'naviy qiyofa masalasini.
3. Ommaviy kommunikatsiyalar va sog'lom turmush tarzi masalasi.
4. Ommaviy axborot vositalari sog'lom turmush tarzini shakllantirish vositasi sifatida.

Tayanch tushuncha va atamalar: *Shaxs, psixologik qiyofa, shaxs strukturasi haqidagi qarashlar, individuallik, mikroguruh, shaxsning psixologik qiyofasini belgilovchi omillar,*

6.1. Sog'lom turmush tarzini shakllantirishda ommaviy axborot vositalarining o'rni.

Biz yashayotgan davr tez o'zgarishlar, doimiy taraqqiyot, yangi muammolar va yangi javoblar bilan to'la. Odatiy xatti-harakatlar, standartlar, qadriyatlar o'zgarishlarga uchraydi, yangi qarama-qarshiliklar paydo bo'ladi, bu madaniyat yangi darajaga ko'tarilishi uchun ularni hal qilishi kerak. Global dunyoda har bir alohida va butun xalqning muvaffaqiyati ijodkorlik, innovatsiya, cheksiz fikrlash, barcha muammolarning yangi va kutilmagan yechimlarini topish qobiliyatiga bog'liq. Bunday sharoitda odamlarning sog'lom turmush tarzi farovonlikni, ijodiy amalga oshirishni, moddiy, eng muhimi, ma'naviy rivojlanishni ta'minlaydigan muhim

qadriyatga aylanishi kerak, deb taxmin qilish mantiqan to'g'ri. Biroq, murakkab o'zgarishlar va tez oqadigan chiziqli bo'lmagan jarayonlar oldida mantiq har doim ham adekvat javob bermaydi.

Bugungi kunda odamlar salomatligiga jismoniy harakatsizlik, yomon odatlar va noto'g'ri ovqatlanish kuchli salbiy ta'sir ko'rsatmoqda. Bu Ukrainaga ham, Yevropa qit'asidagi boshqa ko'plab mamlakatlarga ham tegishli. Shu bilan birga, odamlar o'z sog'lig'iga, o'z kelajagiga bexabarlik tufayli e'tiborsizlik qilmoqda, degan fikrni aytish mumkin emas. Aholining ta'lim darajasi, davlatlarning bu boradagi sa'y-harakatlari va axborot texnologiyalarini tarqatish darajasi mutlaq jaholatni istisno qiladi. Shunday qilib, aholi o'rtasida sog'lom turmush tarzi, jismoniy faollikning past ommaviyligi sabablari, shuningdek, ularni tarqatish imkoniyatlari va vositalari dolzarb muammo bo'lib qolmoqda.

Salomatlik mohiyatini tushunishga yondashuvlar ko'p avlodlar davomida turli qarashlar, mulohazalar va baholashlar shaklida shakllangan. Keling, ulardan eng muhimiga murojaat qilaylik. Keltirilgan mualliflarning hayot yillari ular ishlagan davrni aniqlash uchun ko'rsatilgan. Keling, avvalo, turli davrlar va xalqlarning faylasuflari va donishmandlarining ta'lim jarayonida olingan ma'naviy salomatlik tanadan ko'ra muhimroq ekanligi haqidagi aniq fikrlarini tasavvur qilaylik.

6.2. Inson salomatligi va ma'naviy qiyofa masalasini.

Antik davr yunon faylasufi Suqrot (miloddan avvalgi 460-399) salomatlikni quyidagicha baholagan: "Salomatlik hamma narsa emas, sog'liksiz hamma narsa hech narsa emas"; "Agar inson o'z sog'lig'iga g'amxo'rlik qilsa, uning sog'lig'i uchun o'zidan ko'ra yaxshiroq biladigan shifokorni topish qiyin."

Yunon shifokori Gippokrat (miloddan avvalgi 460-377): "Salomatlik - bu inson tabiatining turli tomonlari, atrofdagi haqiqat va turmush tarzi o'rtasidagi uyg'unlik va muvozanatdir". Nemis faylasufi A. Shopengauer (1788–1881): "Bizning baxtimizning o'ndan to'qqiz qismi sog'likka asoslanadi. U bilan hamma narsa zavq manbai bo'lib qoladi, u holda hech qanday tashqi tovarlar zavq keltira olmaydi. Hatto sub'ektiv foyda: ong, ruh, temperamentning fazilatlari zaiflashadi va kasallik holatida

muzlashadi. Biz, birinchi navbatda, bir-birimizga salomatlik haqida so‘rashimiz va buni bir-birimizga tilashimiz bejiz emas.

Ingliz faylasufi T.Karley (1795–1881): “Inson salomatligi tabiatning eng qimmatli mahsuli”; "Salomatlik undan foydalanadigan kishi uchun ham, boshqalar uchun ham ajoyib narsadir."

Avstriyalik psixiatr va psixolog Z.Freyd (1856-1939): “Psixologik jihatdan sog‘lom odam rohatlanish tamoyilini reallik tamoyili bilan uyg‘unlashtira oladigan kishidir”.

Rus pravoslav faylasufi I. A. Ilin (1883-1954): "Salomatlik - bu ... shaxsiy tabiat va shaxsiy ruh o‘rtasidagi uyg‘unlik".

Atoqli nemis psixiatri F.Perzl (1893-1970) shaxsni bir butun sifatida ko‘rib chiqadi: “Ruhiy salomatlik shaxsning yetukligi bilan bog‘liq bo‘lib, u o‘z ehtiyojlarini ro‘yobga chiqarish, konstruktiv xulq-atvor, sog‘lom moslashish qobiliyatida namoyon bo‘ladi. o‘zingiz uchun mas‘uliyatni o‘z zimmangizga oling."

Hozirgacha "sog‘liq" tushunchasining to‘liq ta’rifi mavjud emas. Adabiyotda uning 100 dan ortiq formulalari mavjud. JSST Konstitutsiyasida (1948) salomatlikning ta’rifi eng keng tarqalgan: "nafaqat kasallik yoki nogironlikning yo‘qligi emas, balki to‘liq jismoniy, ruhiy va ijtimoiy farovonlik holati". Ushbu talqinda bu ta’rif, boshqa barcha kabi, statistiklarning nuqtai nazaridan tashqariga chiqadi, faylasuflarni jumboq qiladi. Masalan, salomatlikni farovonlik bilan tavsiflab bo‘lmaydi, chunki bu sub’ektning o‘ziga xos xususiyati emas, balki uning atrof-muhit bilan o‘zaro ta’sirining natijasidir [6].

6.3. Ommaviy kommunikatsiyalar va sog‘lom turmush tarzi masalasi.

Sog‘lom turmush tarzi - bu insonning, ijtimoiy guruhlarning o‘z hayotidagi kundalik hayotdagi qiyinchiliklarni shaxsiy va jamoat sog‘lig‘iga zarar etkazmasdan, odamlarning hozirgi va kelajak avlodlari farovonligiga putur etkazmasdan engish imkonini beradigan bunday xatti-harakatlarga yo‘naltirilishi.

Jismoniy madaniyat yosh shaxs umumiy madaniyatining hodisasi sifatida o‘ziga xosdir. Bugungi kunda inson faoliyatining jismoniy madaniyat bilan bog‘liq

bo'lmagan yagona sohasini topish mumkin emas. Jismoniy madaniyatning mohiyatini anglashning sifat jihatidan yangi bosqichi uning yoshlarni intellektual, axloqiy va estetik tarbiyalashning samarali vositasi sifatida yoshlarning ma'naviy sohasiga ta'siri bilan bog'liq. Jismoniy mashqlarning insonning biologik mohiyatiga: uning sog'lig'iga, jismoniy rivojlanishiga, jismoniy tayyorgarligiga, morfofunktsional tuzilmalariga katta ta'sirini isbotlashning hojati yo'q, lekin uning ma'naviyat rivojlanishiga ta'siri alohida tushuntirish va dalillarni talab qiladi.

So'nggi yillarda sog'lom turmush tarzi - bu shaxsning kundalik madaniy hayotining normalari, qadriyatlari, ma'nolari va natijalarini birlashtiruvchi, sog'lig'ining maqbul darajasini mustahkamlash va saqlashga hissa qo'shadigan odatiy shakllar va usullar to'plami. ta'lim va kasbiy faoliyatni, ijtimoiy funksiyalarni to'liq amalga oshirishga [5]. Sog'lom turmush tarziga juda ko'p omillar ta'sir qiladi. Shaxsni sog'lom turmush tarziga undash maqsadida ichkilikbozlik, giyohvandlik kabi illatlarning oldini olish, jismoniy madaniyatni rivojlantirish, shuningdek, sog'lom ovqatlanishni ta'minlash va hokazolar bo'yicha ko'plab tadbirlar amalga oshirilmoqda.

Hokimiyat organlari, turli jamoat birlashmalari, tibbiyot xodimlari, ta'lim muassasalari mutaxassislari sog'lom turmush tarzining zarurligi va ahamiyati to'g'risida tushunchalarni shakllantiradi va rivojlantiradi.

Sog'lom turmush tarzini shakllantirish va uning faoliyatini nazorat qilish tizimining infratuzilmasi har bir mamlakatda uning ijtimoiy-iqtisodiy, milliy va etnik xususiyatlaridan kelib chiqqan holda mavjud [1].

Sog'lom turmush tarzi va qadriyatlar sifatida jismoniy faoliyat bilan shug'ullanish imkoniyati haqida gap ketganda, bunday qadriyatlar jamiyatda qanchalik keng tarqalgan va ularni turli ijtimoiy guruhlar o'rtasida taqsimlash istiqbollari qanday degan savol tug'iladi.

Fuqarolarning mutlaq ko'pchiligi sog'lom turmush tarzini tanlamagan va shuning uchun hayot sifati, faol qarilik, erta o'limni kamaytirish, tibbiy xarajatlarni kamaytirish va boshqalar kabi muhim muammolarni hal qilmagan. Garchi bu mavzu

muhojama qilinadi va nafaqat davlat, balki fuqarolik jamiyati uchun ham dolzarbdir [3]. Bu erda ommaviy axborot vositalari yordamga kelishi mumkin.

Jamiyat taraqqiyotida ommaviy axborot vositalari alohida o'rin tutishiga shubha yo'q. Erta yoshdan boshlab va butun umr davomida ommaviy axborot vositalari insonga ta'sir qiladi. Ong, tarbiya, didlar, odatlar va qarashlarning shakllanishi - bularning barchasi ko'proq darajada ommaviy axborot vositalari tomonidan insonga singdiriladi - bu maqolaning dolzarbligini belgilaydi [2].

Zamonaviy jamiyatlar qadriyatlari va sog'lom turmush tarzi qadriyatlarining tarqalishi masalasida Erich Frommning zamonaviy odamlarning ongli, tan olingan qadriyatlari va haqiqiy qadriyatlari o'rtasidagi nomuvofiqlik haqidagi fikrini eslash qiziq. bu ularning xatti-harakatlari va hayotiy tanlovlarini boshqaradi, lekin ko'pincha ongsiz. Shu nuqtai nazardan, vaziyatni Ukrainada va boshqa sovet jamiyatlarida shakllangan sog'lom turmush tarzining ahamiyati bilan izohlash qiyin emas: sog'lom turmush tarzi rasmiy va tez-tez targ'ib qilinadigan qadriyatga aylanib bormoqda, ammo hozircha haqiqiy va haqiqiy emas. keng tarqalgan biri. Shunga qaramay, sog'lom turmush tarzi hali ham muvaffaqiyatli ijtimoiy guruhlariga taqlid qilish va qandaydir tarzda ular bilan tanishish istagiga asoslangan moda ekanligi haqidagi farazni tasdiqlaydi va tarqatish ma'lumotlaridan dalolat beradi [4].

Sog'lom turmush tarzini shakllantirish bo'yicha tadbirlarda ham aniq, ham yashirin jarayonlar mavjud. Sog'lom turmush tarzini shakllantirishning aniq jarayonlariga quyidagilar kiradi: sport va sport zallari, oshxonalar, dam olish xonalari.

Yashirin jarayonlar qo'yilgan vazifalarni amalga oshirishdagi ishlarning haqiqiy holatini ko'rsatadi va salomatlikni saqlash texnologiyalarini joriy etishga rasmiy yondashuvni ifodalaydi.

Jamiyatdagi oshkora va yashirin jarayonlardan kelib chiqadigan, ommaviy axborot vositalarida o'z aksini topgan yoshlarning sog'lom turmush tarzini rivojlantirish va amalga oshirishning uch darajasi mavjud [4]:

1. Ijtimoiy daraja. Bu yo'nalishda ommaviy axborot vositalari sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish, ta'lim-tarbiya, jamoat birlashmalari, madaniyat va bo'sh vaqtni

mazmunli tashkil etish, sog'liqni saqlash muassasalarining axborot-ma'rifiy sohadagi faoliyati orqali yoshlarga ta'sir ko'rsatmoqda.

2. Infratuzilma darajasi. Bu yo'nalishda ommaviy axborot vositalari sog'lom turmush tarzi uchun shart-sharoit yaratish va rivojlantirish, madaniyat va aholi dam olish klublari, sport klublari, muassasalar tashkil etish orqali yosh avlodga ta'sir ko'rsatmoqda.

3. Shaxsiy daraja. Bu darajada ommaviy axborot vositalari yosh avlodning qadriyat yo'nalishini, to'g'ri xulq-atvorini va qarashlarini shakllantiradi.

Bugungi kunga kelib yosh avlodga ta'sir ko'rsatish yo'llari va usullarining sust ishlab chiqilganligi bilan yoshlarda sog'lom turmush tarzi zarurligi to'g'risida ongni shakllantirish zarurati o'rtasida ko'plab qarama-qarshiliklar mavjud.

Bundan tashqari, sog'lom turmush tarziga bo'lgan ehtiyojni tarbiyalash ham zarur. Jamiyat sog'lom bo'lishi uchun nafaqat sog'lom turmush tarzini targ'ib qiluvchi mashhur yoshlarni reklama qilish, balki ijtimoiy siyosat sohasida sog'lom turmush tarzini shakllantirishga qaratilgan dasturlar ishlab chiqish ham zarur.

Barqaror ijobiy madaniy model qarama-qarshi mexanizmni yaratadi: u har tomondan o'z ichiga olgan va unda to'liq xavfsizlik tuyg'usini saqlaydigan dunyo bilan insoniy aloqalarning ko'plab tizimlarini shakllantiradi. Insonning qadr-qimmati haqidagi xulosa shundan kelib chiqadi. Insonning cheksiz qo'llanilishi g'oyasi uning ruhiy hayotidagi tashvishlarni engish, yolg'izlik va qo'rquv ustidan g'alaba qozonish zanjirining muhim elementidir. Ana shunday (ijobiy) madaniyatni, uning qadriyatlari va ustuvorliklarini ommaga yetkazishda ommaviy axborot vositalari muhim o'rin tutadi.

6.4. Ommaviy axborot vositalari sog'lom turmush tarzini shakllantirish vositasi sifatida.

Ommaviy axborot vositalari sog'lom turmush tarzini shakllantirishda kuchli vositadir. Binobarin, ommaviy axborot vositalarining mazmun-mohiyatining boyligi shaxs ma'naviyati rivojining manbai va asosidir. Jamiyatning ma'naviy boyligi - bu shunchaki shaxslarning bilimlari yoki madaniy qadriyatlari yig'indisi emas. U

insoniyatning butun tarixiy taraqqiyoti davomida olgan bilimlar yig'indisini o'zida mujassamlashtiradi va turli shakllarda, ongning turli darajalarida namoyon bo'ladi. Shu bilan birga, shaxs ma'naviyati avtonom mustaqillik, faoliyatdir. Insonning hayot yo'lining o'ziga xosligi uning ma'naviy olamining xususiyatlarini, ma'naviy qiyofasining o'ziga xosligini oldindan belgilab beradi, uning ijodiy individualligini, sog'lom turmush tarzini shakllantiradi.

Ommaviy axborot vositalari odamlarning turmush sharoitlarini, ularning aloqa va bog'liqlik tizimlarini makro va mikro miqyosda aks ettiradi va bir vaqtning o'zida bir-biriga qarama-qarshi bo'lgan ikkita vazifani bajaradi: ular shaxs va jamiyat manfaatlarini mustahkamlaydi va rivojlantiradi. "Ommaviy axborot vositalari" hodisasining siyosiy, ijtimoiy va psixologik jihatlarini ajratish qiyin. Maqsadga erishish uchun ijtimoiy va psixologik yondashuvlar o'rtasida mutlaq bog'liqlik mavjud.

Texnik vositalar yordamida odamlarning munosabatlari, baholari, qarashlari va xatti-harakatlarini yanada shakllantirish (yoki shakllanishiga ta'sir qilish) uchun ma'lum g'oyalarni o'z ichiga olgan xabarlar va ma'lumotlar tarqatiladi. Ko'pincha, bu holda, ommaviy axborot vositalari mafkuraviy funksiyalarni emas, balki axborot va madaniy funksiyalarni bajaradilar.

Ommaviy axborot vositalari fenomenining tabiati shundaki, ularning faoliyati keng yoritilishi va aks ettirilishi, eng gumanitar, ijtimoiy fanlarning izlanishlari va yutuqlari, asosiy vazifasi umuminsoniy muammolar va shaxs muammolarini ishlab chiqishdir. .

Inson uzoq va baxtli hayot kechirishni orzu qiladi. Buning uchun sog'lig'ingiz yaxshi bo'lishi kerak. Salomatlik nafaqat shaxsiy, balki ijtimoiy qadriyatdir. Salomatlik uning ajralmas huquqi, milliy boylikning eng muhim tarkibiy qismidir. Faqat sog'lom odam o'zining ijtimoiy funksiyalarini sifatli bajara oladi. Aholining sog'lig'ini yaxshilash va saqlashga g'amxo'rlik qilmasdan turib, jamiyat taraqqiyoti mumkin emas.

Sog'lom turmush tarzining eng muhim vazifasi - yuqori ijtimoiy faollik, ijodkorlik qobiliyati, jamoaviylik tuyg'usi, boshqalarni hurmat qilish, o'zini-o'zi

ma'naviy takomillashtirishga intilish, mafkuraviy, yuksak intellektual, estetik va jismoniy rivojlanish, yaxshi sog'liq. Bugungi kunda insonning ijtimoiy rivojlanishi esa ommaviy axborot vositalarisiz mumkin emas. Ommaviy axborot vositalarining imkoniyatlari tufayli insonda ma'naviy-axloqiy hamjihatlik shakllanadi, bu esa, albatta, ularga alohida mas'uliyat yuklaydi. Albatta, ommaviy axborot vositalari shaxsning ijtimoiylashuviga ta'sir etuvchi yagona omil emas, lekin ularning ta'siri ayniqsa kuchli.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, bugungi kunda ommaviy axborot vositalari inson ongiga, ayniqsa, mamlakatimiz yosh avlodining ma'lum bir uslub, sog'lom turmush tarzi ongi va shakllanishiga ta'sir etuvchi muhim omil hisoblanadi.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Sog'lom turmush tarzini shakllantirishda ommaviy axborot vositalarining o'rnini qanday?
2. Inson salomatligi va ma'naviy qiyofa o'rtasidagi aloqadorlik nimalarda ko'rinadi?
3. Ommaviy kommunikatsiyalar va sog'lom turmush tarzi masalasini tahlil qilib bering.
4. Ommaviy axborot vositalari sog'lom turmush tarzini shakllantirish vositasi sifatidagi o'rnini tahlil qiling.

Mustaqil ish uchun mavzular:

1. Psixologik salomatlikni shakllantirishda ommaviy axborot vositalarining o'rnini.
2. Inson salomatligi va ma'naviy qiyofa o'rtasidagi aloqadorlik masalasi.
3. Ommaviy kommunikatsiyalar va sog'lom turmush tarzi masalasi.

VII BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYA SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA YANGI AXBOROT TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH.

Darsning maqsadi: Ommaviy kommunikatsiya sohasida qo'llanuvchi yangi axborot texnologiyalari, ommaviy kommunikatsiyada raqamli texnologiyalarning ustun jihatlari, zamonaviy axborot texnologiyalariga asoslangan ommaviy kommunikatsiyada ineteraktiv muhit va yangicha auditoriyalari to'g'risida ma'lumot berish.

REJA:

1. Axborot va aloqa texnologiyalari OAV, reklama va PRda: konvergensiyaning zamonaviy tendensiyalarining ijtimoiy-psixologik jihatlari
2. Ommaviy kommunikatsiyalar rivojlanishi va ta'limda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari masalalari
3. Axborot jamiyati sari AKTni joriy etish bosqichlari
4. O'zbekistonda Ommaviy kommunikatsiya samaradorligini oshirishda Zamonaviy AKTni joriy etish masalasi

Tayanch tushuncha va atamalar: Shaxs, psixologiya, axborot, aloqa texnologiyalari, OAV, reklama, PR, axborot jamiyati, konvergensiya

7.1. Axborot va aloqa texnologiyalari OAV, reklama va PRda: konvergensiyaning zamonaviy tendensiyalarining ijtimoiy-psixologik jihatlari

Bugungi kunda jurnalistika ommaviy axborot vositalarining mazmunini ta'minlovchi yagona kasb emas. Ommaviy axborot vositalarining an'anaviy va eng qadimgi tarkibiy qismi bo'lib, u reklama va PR bilan tinch-totuvlikda yashaydi. Ommaviy aloqaning boshqa shakllaridan (masalan, kinematografiya) farqli o'laroq, jurnalistika, reklama va PR faoliyati o'zaro bog'liq bo'lib, ushbu bog'liq sohalardan birining holati boshqa ikkitasining axborot sohasidagi pozitsiyasiga bevosita yoki

bilvosita ta'sir qiladi. Zamonaviy sharoitda ular, aslida, o'zaro hamkorlikka mahkum. Avvalo, jurnalistlar, reklama beruvchilar va PR mutaxassislarining ishi axborot bilan chambarchas bog'liq. Biroq, bu ma'lumotlarning sifati bir-biridan farq qiladi.

Agar aloqaning axborot (kognitiv), affektiv (hissiyotlar va baholashlarni uzatish, munosabatlarni shakllantirish) va konativ (tartibga solish, ya'ni muayyan harakatlarga munosabatni uzatish, xatti-harakatlarga ta'sir qilish) kabi asosiy funksiyalarini asos qilib olsak, biz belgilagan ommaviy axborot vositalarining tarkibiy qismlarining ushbu funksiyalarini bajarishda turli darajalaridan foydalanamiz.

Jurnalistikada birinchi o'rinda voqea, hodisa, jarayonlar haqida xabar berish funksiyasi; reyting va his-tuyg'ularni uzatish - ikkinchidan, chunki u barcha xabarlarda ko'rinmaydi. Shuni tan olish kerakki, O'zbekiston ommaviy axborot vositalarida targ'ibot mazmunining hozirgi tendensiyasi ushbu funksiyaning ahamiyatini, birinchi navbatda, televideniya sezilarli darajada oshiradi. Ustanovkalarini harakatlarga o'tkazish funksiyasi haqida ham shunday deyish mumkin. Bugungi TV o'z tomoshabinlari uchun utilitar muammolarni hal qilishda tobora ko'proq qo'llanmaga aylanib bormoqda.

Bu tendensiya ko'p jihatdan telejurnalistikani PRga yaqinlashtiradi, bunda asosiy vazifa baholash va hissiyotlarni uzatishdir (chunki asosiy maqsad PR faoliyati sub'ektining qulay qiyofasini yaratishdir).

Jamoatchilik bilan aloqalarni xabardor qilish funksiyasi ikkinchi o'rinda turadi: PR matnlari faktlar haqida xabar beradi, lekin odatda qulay imidj, ochiqlik muhitini yaratishga yordam beradiganlar, ya'ni ular "asosiy" funksiyaga bo'ysunadi. Harakatga munosabatni o'tkazish PRda tez-tez amalga oshirilmaydi. U, qoida tariqasida, turli kuch tuzilmalariga saylovlar paytida faollashadi.

Ammo bu funksiya reklamada birinchi o'rinda turadi, chunki tijorat reklamasining asosiy vazifasi sotish, odamlarning ijtimoiy va siyosiy xatti-harakatlariga ta'sir qilishdir. Baholar va his-tuyg'ularni uzatish (brendning ijobiy imidjini yaratish) ikkinchi o'rinda turadi va ma'lumot berish triadani yopadi, chunki u birinchi ikkita funksiyaga nisbatan xizmat rolini bajaradi.

Reklama o'zining kommunikativ xususiyatiga ko'ra jurnalistika va PRga qaraganda kamroq ma'lumotga ega. Ammo u faol rivojlanmoqda, argumentatsiyaning yangi imkoniyatlari va axborot boyligini oshirish yo'llarini izlash mavjud.

Aniq raqamli ma'lumotlarni olib kelish kabi texnikalar ishlab chiqilmoqda (batareyalar "zaryadni 10 yilgacha ushlab turadi", karnay "tovushni o'n baravar oshiradi").

Reklama mahsulotdan foydalanish bo'yicha ko'rsatmalar elementlarini o'z ichiga oladi, noyob savdo taklifi texnikasi takomillashtirilmoqda. Iste'molchi uchun muhim bo'lgan va shuning uchun matnlarda eslatib o'tishga arziydigan barcha yangi farqlar mavjud: "Dengizda ishlab chiqarilgan" (baliq konservalari), "Ochish va yopish oson!" (qayta ishlangan pishloq), "Sog'ishdan keyin darhol shishaga quyish" (sut mahsulotlari).

"Foydali haqida bayonot" bilan bir qatorda, "zararli inkor" tobora ko'proq qo'llaniladi: "GMO-siz", "Sut kukuni yo'q" va hatto "Ionlashtiruvchi nurlanishdan foydalanmasdan qilingan" (qizil ikra). Bunday aniq faktlarning kiritilishi aloqa samaradorligini shunchalik oshirishi mumkinki, xabar endi reklama sifatida emas, balki ma'lumot sifatida qabul qilinadi, garchi "savdo dvigateli" funksiyasi asosiy bo'lib qolmoqda.

So'nggi yillardagi voqealar bizni O'zbekistonning o'rtacha fuqarosi tonnada "iste'mol qiladigan" ma'lumotlarning sifati haqida o'ylashga majbur qiladi. Ommaviy axborot vositalarida, reklama va PRda quyidagi tendensiyalar kuzatilmoqda:

- Maksimal fotosuratlar va videolar, minimal matn.
- Tomoshabinlarda barcha ommaviy kommunikatsiya mahsulotlarini bitta mobil qurilmada qabul qilish tamoyilini amalga oshirish istagi kuchaymoqda.
- Eng qizg'in raqobat sharoitida OAV, reklama va PR foydalanuvchi haqida, uning kontentning u yoki bu versiyasiga yo'naltirilganligi haqida ma'lumot olishga intiladi.

- Tomoshabinlarga axborotni uch o'lchamli taqdim etishning 3D tasvirlari va boshqa formatlaridan foydalanish sezilarli darajada oshib bormoqda.

-Yuqoridagi axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanishning ortib borishi natijasida mualliflar, foydalanuvchilar va reklama beruvchilar birgalikda kontent yaratadilar.

Shuni ta'kidlash kerakki, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining ommaviy axborot vositalari, reklama va PRda birlashishi har doim ham o'quvchilar, tomoshabinlar va tinglovchilar uchun yakuniy ijobiy ijtimoiy-psixologik ta'sir ko'rsatmaydi.

Ko'pgina ommaviy axborot vositalarida o'z auditoriyasining o'rtacha vakilini diqqat etishmasligi buzilishidan aziyat chekadigan shaxs deb hisoblash tendensiyasi tahririyat siyosatida buyruqni amalga oshirishga olib keldi: yuklamang. Natija: "kulgili suratlar" diktaturasi (tarkibdan shakl ustunlik qiladi). Ko'proq shiorlarga o'xshab ketadigan matnlar va yon ta'siri sifatida janjal, bayonotlarning ko'payishi va jozibaliligi - bu media kontenti va reklama kesishishi uchun eng yaxshi variant emas.

Tadqiqotchilarning qayd etishicha, jamoatchilik bilan aloqalar jamiyatning axborot salohiyatini rivojlantirishda ommaviy axborot vositalarining tobora samarali hamkoriga aylanib bormoqda.

Garchi inersiyaga ko'ra, PRda korporativ manfaatlarining jamoatchilikka zarar yetkazadigan ustunligi, ijtimoiy ahamiyatga ega va ijtimoiy talab ostida korporativ ma'lumotlarning "mimikasi" mavjud degan fikr mavjud.

Biroq, bunday baholashlar ishlarning haqiqiy holatiga kamroq va kamroq mos keladi. Jamoatchilik bilan aloqalar va jurnalistika o'z maqsad va vazifalariga ega bo'lgan ikki mustaqil axborot-kommunikatsiya faoliyati turi bo'lsa-da, ular birbiridan yengib bo'lmaydigan tubsizlik bilan ajralgan emas, balki bir axborot makonining o'zaro bog'langan ikkita quyi tizimidir. Jamoatchilik bilan aloqalar va jurnalistikaning integratsiya jarayonlarining asosiy sharti zamonaviy jamiyatdagi o'zgarishlar bo'lib, ular ijtimoiy munosabatlarning yanada murakkab modellarini hayotga tatbiq etdi. Ularning ajralib turadigan xususiyati nafaqat jamiyatni o'z

faoliyati to'g'risida nima yaxshi demoqchi ekanligi haqida xabardor qilish, balki tashkilot va jamoatchilik o'rtasida doimiy ikki tomonlama aloqani o'rnatishdir.

Zamonaviy jamiyatdagi jamoatchilik bilan aloqalar, jurnalistika singari, jamoat manfaatini amalga oshirish, jamoatchilik muloqotini kuchaytirish va jamoatchilik fikrini shakllantirish funksiyalarini bajarishi mumkin. Bir xil turdagi funksiyalarni bajarish, PR mutaxassislari va jurnalistlar bir vaqtning o'zida faoliyat yuritadigan ma'lumotlar ham umumiy xususiyatlarga ega ekanligini anglatadi.

7.2. Ommaviy kommunikatsiyalar rivojlanishi va ta'limda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari masalalari

Axborot jamiyatini (AJ) yaratish va rivojlantirish ta'limda axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan (AKT) keng foydalanishni nazarda tutadi, bu bir qator omillar bilan belgilanadi.

Birinchidan, ta'limga AKTning joriy etilishi insoniyatning bilim va to'plangan texnologik va ijtimoiy tajribasini nafaqat avloddan-avlodga, balki bir kishidan ikkinchisiga o'tkazishni sezilarli darajada tezlashtiradi.

Ikkinchidan, zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari o'qitish va ta'lim sifatini oshirish orqali insonning atrof-muhitga, davom etayotgan ijtimoiy o'zgarishlarga yanada muvaffaqiyatli va tez moslashishiga imkon beradi. Bu har bir insonga bugungi kunda ham, kelajakdagi postindustrial jamiyatda ham kerakli bilimlarni olish imkoniyatini beradi.

Uchinchidan, ushbu texnologiyalarni ta'limga faol va samarali tatbiq etish AJ talablariga javob beradigan ta'lim tizimini yaratish va zamonaviy sanoat jamiyati talablaridan kelib chiqqan holda an'anaviy ta'lim tizimini isloh qilish jarayonining muhim omili hisoblanadi.

O'quv jarayoniga AKTni joriy etishning ahamiyati va zarurligi xalqaro ekspertlar tomonidan YuNESKO tomonidan tayyorlangan va o'tgan ming yillikning oxirida Biznes-Press agentligi tomonidan chop etilgan 1999-2000 yillardagi aloqa va axborotlashtirish bo'yicha Jahon hisobotida qayd etilgan. YuNESKO Bosh direktori Federiko Mayor hisobotning muqaddimasida yangi texnologiyalar "har bir inson

ta'lim, fan, madaniyat va kommunikatsiya yutuqlaridan foydalanadigan yaxshiroq dunyoni yaratishga" yordam berishi kerakligini yozadi. AKT ushbu sohalarining barchasiga ta'sir qiladi, ammo ular ta'limga eng ijobiy ta'sir ko'rsatadi, chunki ular "ta'lim va o'rganishning mutlaqo yangi usullarini ochadi". Ta'limga AKTni joriy etishning dolzarbligi va zarurligi haqida batafsil ma'lumot xuddi shu ma'ruzaning ikkinchi bobida - Gonkong universiteti dotsenti Kreyg Bleyrton tomonidan yozilgan "Ta'limning yangi yo'nalishlari"da va VII bobda muhokama qilinadi. "Axborot xizmatlari, kutubxonalar, arxivlar", muallifi Ole Garbo, Kopengagendagi Qirollik kutubxonachilik kolleji professori shular jumlasidandir.

Bundan tashqari, ayni ma'ruzada ommaviy axborot vositalari, elektronika sanoati va telekommunikatsiyalar konvergentsiyasining global jarayonlari hamda ularning axborot jamiyati rivojiga ta'siri, shuningdek, ta'limda AKTdan foydalanishning sayyoraviy muammolari umumlashtirilgan va tahlil qilingan.

7.3. Axborot jamiyati sari AKTni joriy etish bosqichlari

Kompyuter texnologiyalarini faoliyatning barcha sohalariga global joriy etish, yangi kommunikatsiyalar va yuqori darajada avtomatlashtirilgan axborot muhitini shakllantirish nafaqat an'anaviy ta'lim tizimini o'zgartirishning boshlanishi, balki axborot jamiyatini shakllantirish yo'lidagi birinchi qadam bo'ldi. .

Mavjud ta'lim tizimini, shu jumladan O'zbekiston ta'lim tizimini isloh qilishning muhimligi va maqsadga muvofiqligini belgilovchi asosiy omil XXI asrning insoniyat oldiga qo'ygan asosiy muammolariga javob berish zarurati hisoblanadi.

- jamiyatning bilim va yuqori samarali axborot va telekommunikatsiya texnologiyalariga asoslangan yangi rivojlanish strategiyasiga o'tish zarurati;
- sivilizatsiyamizning shaxsning ta'lim orqali shakllanadigan qobiliyat va fazilatlariga tubdan bog'liqligi;
- jamiyatning faqat haqiqiy ta'lim va AKTdan samarali foydalanish asosida muvaffaqiyatli rivojlanishi imkoniyati;
- xalq farovonligi darajasi, davlatning milliy xavfsizligi, ta'lim holati va AKTdan foydalanish o'rtasidagi eng yaqin munosabat.

Bir qator ishlarda ko'rsatilgandek, murakkab iqtisodiy o'zgarishlar bosqichida bo'lgan O'zbekiston uchun fundamental ahamiyatga ega bo'lgan istiqbolli ta'lim tizimini shakllantirishning asosiy yo'nalishlari quyidagilardir:

- ta'lim sifatini uni fundamentallashtirish orqali oshirish, o'quvchini ilm-fanning zamonaviy yutuqlaridan ko'proq darajada va tezroq xabardor qilish;
- o'qitishning yangi AJ texnologiyalariga va birinchi navbatda, AKTga yo'naltirilganligini ta'minlash;
- aholining barcha guruhlari uchun ta'limdan kengroq foydalanish imkoniyatini ta'minlash;
- Ta'lim sohasida ijodkorlikni oshirish.

Ta'limda kompyuterlardan foydalanish ta'lim sifatini oshirish, yangi tarbiyaviy ta'sir vositalarini yaratish, o'qituvchi va o'quvchilar uchun kompyuterlar bilan yanada samarali aloqa qilish imkonini beradigan axborot ta'lim texnologiyalarining yangi avlodining paydo bo'lishiga olib keldi. Ko'pgina mutaxassislar fikricha, kompyuter vositalariga asoslangan yangi axborot ta'lim texnologiyalari dars samaradorligini 20-30% ga oshirishi mumkin. Kompyuterning ta'lim sohasiga joriy etilishi an'anaviy o'qitish usullari va texnologiyalari va butun ta'lim industriyasining inqilobiy o'zgarishining boshlanishi bo'ldi. Ushbu bosqichda muhim rol ni aloqa texnologiyalari o'ynadi: telefon aloqa vositalari, televidenie, kosmik aloqalar, ular asosan o'quv jarayoni va qo'shimcha ta'lim tizimlarini boshqarishda foydalanilgan.

Zamonaviy telekommunikatsiya tarmoqlarining paydo bo'lishi va ularning axborot texnologiyalari bilan yaqinlashishi, ya'ni AKT ning paydo bo'lishi ilg'or mamlakatlarning global texnologiyalashuvining yangi bosqichi bo'ldi. Ular infosferani yaratish uchun asos bo'ldi, chunki kompyuter tizimlari va global telekommunikatsiya tarmoqlarining birlashishi butun insoniyatni bog'laydigan sayyoraviy infratuzilmani yaratish va rivojlantirish imkonini berdi.

AKT ning muvaffaqiyatli amalga oshirilishiga misol sifatida ma'lumotlarni to'plash va saqlash, uni har bir foydalanuvchiga individual ravishda uzatish uchun deyarli cheksiz imkoniyatlarga ega bo'lgan Internet - global kompyuter tarmog'ining paydo bo'lishi misol bo'la oladi.

Internet ilm-fan, ta'lim, aloqa, ommaviy axborot vositalari, jumladan televidenie, reklama, savdo va inson faoliyatining boshqa sohalarida tezda qo'llanilishini topdi. Internetni ta'lim tizimiga joriy etish bo'yicha amalga oshirilgan dastlabki qadamlar uning rivojlanishi uchun ulkan salohiyatga ega ekanligini ko'rsatdi. Shu bilan birga, ta'lim muassasalarida Internetdan keng foydalanish uchun engib o'tish kerak bo'lgan qiyinchiliklarni ham aniqladilar. Bu an'anaviy texnologiyalar bilan solishtirganda o'qitishni tashkil etishning ancha yuqori xarajati bo'lib, bu ko'p sonli texnik (kompyuterlar, modemlar va boshqalar), dasturiy ta'minot (o'quv texnologiyasini qo'llab-quvvatlash) vositalaridan foydalanish zarurati bilan bog'liq. qo'shimcha tashkiliy-metodik qo'llanmalar (talabalar va o'qituvchilar uchun maxsus yo'riqnomalar va boshqalar), yangi darslik va o'quv qo'llanmalar va boshqalar. Ta'kidlash joizki, ta'limda, ayniqsa O'zbekistonda Internetdan foydalanishning hozirgi bosqichi eksperimental hisoblanadi. Tajribani to'plash, ta'lim sifatini oshirish yo'llarini izlash va turli ta'lim jarayonlarida AKTdan foydalanishning yangi shakllarini izlash jarayoni mavjud. Ta'limda AKTni rivojlantirishdagi qiyinchiliklar nafaqat ushbu sohada ulardan foydalanishning uslubiy bazasi, balki ta'lim uchun AKTni rivojlantirish metodologiyasi ham yo'qligi sababli yuzaga keladi, bu esa o'qituvchini amalda faqat shaxsiy tajribaga e'tibor qaratishga majbur qiladi. axborot texnologiyalaridan samarali foydalanish usullarini empirik izlash qobiliyati.

7.4. O'zbekistonda Ommaviy kommunikatsiya samaradorligini oshirishda

Zamonaviy AKTni joriy etish masalasi

Zamonaviy AKTni joriy etishning murakkabligi, shuningdek, ularni ishlab chiqish va joriy etishning an'anaviy amaliyoti mutlaqo boshqa sohalarda: aloqa, harbiy-sanoat kompleksi, aviatsiya va kosmonavtikada axborot va telekommunikatsiya tizimlarini yaratish va ulardan foydalanish mafkurasiga asoslanganligi bilan ham belgilanadi. AKTni qo'llashning ma'lum bir sohasiga moslashtirish konstruktorlik byurolari va ilmiy-tadqiqot institutlari mutaxassislari tomonidan amalga oshiriladi, ular bunday uskunalarni ishlab chiqishda katta tajribaga

ega va shuning uchun tizimlarning maqsadi va ularning ishlash shartlarini yaxshi tushunadilar. Zamonaviy ta'limda bunday ixtisoslashtirilgan tadqiqot tuzilmalari mavjud emas, ular endigina yaratila boshlandi. Shu sababdan ham ta'lim texnologiyalarining imkoniyatlari va ularni real qo'llash o'rtasida "bo'shliq" mavjud. Masalan, kompyuterdan faqat yozuv mashinkasi sifatida foydalanish amaliyoti hali ham mavjud. Bu bo'shliq ko'pincha maktab o'qituvchilari va liberal fanlar oliy o'quv yurtlari professorlarining asosiy qismi AKTdan samarali foydalanish uchun zarur bo'lgan zamonaviy bilimlarga ega emasligi bilan yanada kuchayadi. Vaziyat axborot texnologiyalari jadal yangilanib borayotgani bilan murakkablashmoqda: sun'iy intellekt, virtual haqiqat, ko'p tilli interfeys, geografik axborot tizimlari va boshqalarga asoslangan yangi, samaraliroq va murakkablari paydo bo'ladi. Yaratilgan qarama-qarshilikdan chiqish yo'li texnologiyalarni integratsiyalashuvi, ya'ni o'qituvchiga o'zi tushunadigan, sertifikatlangan va o'quv jarayoniga moslashtirilgan dars va ma'ruzalarda foydalanishga imkon beradigan bunday kombinatsiya bo'lishi mumkin. AKT va ta'lim texnologiyalarining integratsiyasi ularni O'zbekiston ta'lim tizimiga yanada samarali tatbiq etishning yangi bosqichiga aylanishi kerak.

Shunday qilib, O'zbekistonning IE tomon harakati va ta'limga AKTni joriy etish yo'lida uch bosqichni ajratish mumkin:

- boshlang'ich, kompyuterlardan individual foydalanish bilan bog'liq, asosan ta'lim tizimini tashkil etish, uni ma'muriy boshqarish va boshqaruv jarayoni haqidagi ma'lumotlarni saqlash;
- zamonaviy, kompyuter tizimlarini yaratish, Internet va axborot va telekommunikatsiya texnologiyalarining konvergentsiyasi bilan bog'liq;
- yangi AKTlarni ta'lim texnologiyalari bilan integratsiyalashuviga asoslangan kelajak.

Ta'lim xizmatlari bozorida faol ishtirok etayotgan bir qator firmalarda AKT va OT integratsiyasiga asoslangan yangi ta'lim texnologiyalarini ishlab chiqish jarayoni allaqachon olib borilmoqda. Masalan, Lotus LearningSpace 4.0

(<http://www.lotus.com>), WebCT (Web Cours Tools), “Kapitalist” (Interactive Magic, <http://www.marketing.spb.ru>) va boshqalar.

Axborot jamiyati ta’lim tizimini yaratishda AKT va AJ integratsiyasiga asoslangan tegishli ta’lim vositalari majmuasini ishlab chiqishning dolzarbligi va ahamiyati ushbu jarayonni har tomonlama o’rganish va tizimlilik nuqtai nazaridan ko’rib chiqish zarurligini taqozo etadi.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Axborot va aloqa texnologiyalari OAV, reklama va PRda: konvergensiyaning zamonaviy tendensiyalarining ijtimoiy-psixologik jihatlari nimalardan iborat?
2. Ommaviy kommunikatsiyalar rivojlanishi va ta’limda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari o‘zaro aloqadorlik masalalarini tahlil qiling.
3. Axborot jamiyati sari AKTni joriy etish bosqichlarini tushuntirib bering.
4. O‘zbekistonda ommaviy kommunikatsiya samaradorligini oshirishda Zamonaviy AKTni joriy etish siyosati tahlil qiling.

Mustaqil ish uchun mavzular:

1. Aloqa texnologiyalari, OAV, reklama va PRda: zamonaviy tendensiyalarining ijtimoiy-psixologik jihatlari.
2. Ommaviy kommunikatsiyalar rivojlanishi va ta’limda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari O‘zbekiston misolida.
3. O‘zbekistonda ommaviy kommunikatsiya samaradorligini oshirishda Zamonaviy AKTni joriy etish siyosati ijtimoiy-psixologik asoslari.

VIII BOB. OMMAVIY VAHIMA PSIXOLOGIYASI.

Darsning maqsadi: Ommaviy vahima harakatining mohiyati, vahima sabablari, vahima rivojlanishining psixologik mexanizmlari va vahimani oldini olish va nazorat qilish to'g'risida ma'lumot berish.

REJA:

1. Vahima xulq-atvorining mohiyati
2. Vahima qo'zg'atuvchi omillar
3. Vahima rivojlanishining psixologik mexanizmlari
4. Ommaviy vahimani oldini olish va yo'q qilishning psixologik chora-tadbirlari

Tayanch tushuncha va atamalar: vahima, omma, ommaviy vahima, psixologiya, axborot, aloqa texnologiyalari.

8.1. Vahima xulq-atvorining mohiyati

“Vahima” so'zi yunon cho'ponlarining xudosi Pan nomidan kelib chiqqan. Cho'ponlar ko'pincha arzimagan sabablarga ko'ra, ayniqsa tunda qo'y yoki echkilar podalari butunlay nazoratdan chiqib, o'zlarini suvga, olovga tashlaganiga yoki hayvonlarning birin-ketin tubsizlikka sakrashiga tez-tez guvoh bo'lishgan.

Mashhur biolog A. Brem bunday hodisalarni shunday ta'riflagan: "har bir shubhali shivirlash butun podani hushyor qiladi. Chaqmoq, momaqaldiraq, bo'ron, yomon ob-havo uni odatdagi xatti-harakatlar yehtimolidan mahrum qiladi; bezovtalangan poda dasht bo'ylab qochib ketadi, qo'ylar suvga, olovga tushadi yoki bir joyda butunlay harakatsiz muzlaydi. Bu vaqtda ular qor bilan qoplangan, yomg'ir bilan to'lib toshadi, ular muzlashadi, ochlikdan o'lishadi, lekin yashirish yoki ovqat topishga urinmaydilar. Shunday qilib, bir yoki ikkita emas, minglab hayvonlar bema'nilik bilan nobud bo'ladi.

Cho'ponlar bu shaytoniy hodisani Panning g'azabi bilan izohladilar, uning barcha tasvirlarida, hatto yangi zamon rasmlarida ham (M. A. Vrubel va boshqalar) qo'rquvni keltirib chiqaradigan xususiyatlar mavjud.

Keyinchalik Panning "vakolatlari" sezilarli darajada kengaydi: u butun Gresiya tomonidan sig'inadigan urush xudosaiga aylandi. Agar o'sha davr janglarining yangi zamon urushlariga nisbatan o'ziga xos xususiyatlarini eslay olmasak, cho'ponning tinch mehnati bilan harbiy ishlar o'rtasidagi mantiqiy bog'liqlik g'alati tuyuladi.

Texnologiyaning keyingi rivojlanishi chekinayotgan bo'linmalar va dushman o'rtasida masofa saqlanib qolganda va jang maydonidan chekinish (zaxira pozitsiyalariga o'tish bilan va hokazo) tartibsiz bo'lmagan holda uyushgan chekinish imkoniyatini ta'minladi. Qadimda, harbiy tarixchilar ta'kidlaganidek, jangchilar "nayza va xanjar masofasida" jang qilishgan. Odatda bu hujumga dosh berolmay, dahshat ichida qochishga shoshildi, ta'qib qildi va g'alaba qozongan dushman tomonidan tugatildi.

Gerodotning so'zlariga ko'ra, Panni urush xudosi sifatida tan olish va unga "umummilliy" maqom berish yunonlarning marafon jangidagi g'alabasi bilan bog'liq bo'lib, ularning dushmanlari forslarni aqldan ozgan vahima bosib olgan. Spartaga yuborilgan mashhur xabarchi Fidopos yo'lda Panning o'zi bilan uchrashganini va afinaliklardan nima uchun unga (Panga) yetarlicha sig'inmasliklarini so'rashni buyurgan, garchi u ularga shunchalik rahmdil va kelajakda yordam berishga tayyor bo'lsa ham. Urush muvaffaqiyatli tugagandan so'ng, afinaliklar Akropolning etagida Panga qurbongoh o'rnatdilar va har yili mash'ala yurishlari bilan birga qurbonliklar qildilar...

Shunday qilib, etimologik jihatdan "vahima" atamasi hodisaning ommaviy xususiyatini anglatadi. Biroq, zamonaviy tillarda bu ildiz so'z zaif ma'noda tushunilgan va har qanday holatda ham psixologiyada ommaviy va individual vahima ajratish odatiy holdir.

Bundan tashqari, ommaviy vahima olomonining shakliga aylanishi shart emas. Buni juda ko'p odamlar tanqidiy vaziyatda hal qiluvchi harakatlarga qodir

bo'lmaganda, mustaqil yechimlarni izlashdan bosh tortganda, halokat hissi va irodaning falajlanishi bilan ifodalanishi mumkin.

Jamiyatdagi ustun kayfiyat, shuningdek, ekstremal shakllarni qabul qilmasdan, aqliy va somatik farovonlikning keskin yomonlashishiga, iqtisodiy tanazzulga, o'rtacha umr ko'rish, tug'ilishning keskin pasayishiga va natijada depopulyatsiya jarayonlariga aylanishi mumkin.

Shunday qilib, sotsiolog va shifokor I. A. Gundarov heterojen statistik ma'lumotlarni taqqoslab, 90-yillarning boshlarida Rossiyadagi tegishli hodisalarga odatda ishonilganidek iqtisodiy yemas, balki ma'naviy omillar sabab bo'lganligini juda ishonchli ko'rsatdi.

Boshqa mamlakatlar uchun ham ma'lumotlarni umumlashtirib, u ijtimoiy hayotning bir tomonlama talqin qilingan ko'plab hodisalarini yaxshiroq tushunishga yordam beradigan "salomatlikni ma'naviy aniqlash qonuni" ni ishlab chiqdi.

Eng umumiy shaklda ushbu hodisani quyidagicha aniqlash mumkin:

Vahima - ixtiyoriy o'zini o'zi boshqarishning keskin zaiflashishi bilan birga keladigan dahshat holati.

Natijada yo ahmoqlik, yoki E. Kreschmer "harakat girdobi", "gipobulik reaksiya" deb atagan narsa, ya'ni tizimli harakatlarning disorganizatsiyasi. Ichki ziddiyatli vaziyatdagi xatti-harakatlar irodaga qarshi bo'ladi: jismoniy o'zini o'zi saqlash bilan bevosita yoki bilvosita bog'liq bo'lgan evolyusion ibtidoiy ehtiyojlar shaxsiy o'zini o'zi qadrlash bilan bog'liq ehtiyojlarni bostiradi.

Ushbu ta'rif jamoaviy va individual vahima barcha shakllarini qamrab oladi va quyida aytilganlarning aksariyati jamoaviy holatlar bilan bir qatorda individual holatlarga ham tegishli. Ammo bizning kursimizning mavzusi ommaviy xatti-harakatlardir, shuning uchun men juda kamdan-kam hollarda vahima olomoni alohida qo'rqqan odamlarning oddiy yig'indisidan iborat bo'lganligi bilan boshlayman.

Bu, masalan, 1938 yil 30 oktabrda Kaliforniyada G. Uellsning "dunyolar urushi" romani asosida radio spektaklini uzatishda sodir bo'ldi, u erda syujetga ko'ra dahshatli qonli marsliklar yerga uchib, insoniyatni yo'q qila boshlaydilar. Biroq, asosiy voqealar Angliyadan Amerikaga ko'chirildi. Dastur tinglovchiga to'g'ridan-

to'g'ri hisobot berish taassurotini beradigan tarzda ishlab chiqilgan. Signal mohirlik bilan rejalashtirilgan edi, AQSh hukumati vahima ichida ekanligi tilga olindi va hokazo. Natijada, ko'pchilik spektaklni o'z bahosi bilan qabul qildi, uylari va mulklarini tashlab, ko'chalarga yugurib chiqdi va vahima tushgan minglab olomonni tashkil etdi. Spektakl mualliflari bunday "muvaffaqiyat"ni kutishmagan edi...

8.2. Vahima qo'zg'atuvchi omillar

Ko'proq yoki kamroq uyushgan guruhni vahima qo'zg'atadigan olomonga aylantirish uchun to'rtta omilni aniqlash mumkin edi (aks holda ular shart yoki shartlar deb ham ataladi).

1. Ijtimoiy omillar - o'tmishdagi yoki kutilayotgan tabiiy, iqtisodiy, siyosiy ofatlar tufayli jamiyatdagi keskinlik. Bu zilzila, suv toshqini, epidemiya, oziq-ovqatning haqiqiy yoki sezilgan etishmasligi, valyuta kursining keskin o'zgarishi, davlat to'ntarishi, urushning boshlanishi yoki muvaffaqiyatsizligi va boshqalar bo'lishi mumkin. Ba'zida zo'riqish fojia xotirasi va/yoki yaqinlashib kelayotgan fojia haqida oldindan ko'rish bilan bog'liq bo'lib, uning yondashuvi dastlabki belgilar bilan seziladi.

2. Fiziologik omillar: charchoq, ochlik, uzoq davom etgan uyqusizlik, alkogol va giyohvand moddalar bilan zaharlanish individual o'zini o'zi boshqarish darajasini pasaytiradi, bu odamlarning ommaviy yig'ilishida ayniqsa xavfli oqibatlariga olib keladi. Demak, mitinglar, namoyishlar va ommaviy tomoshalarni tashkil etishdagi tipik xatolar jarayonni kechiktirib yubormoqda, shuningdek, ishtirokchilar tomonidan spirtli ichimliklarni sotish va iste'mol qilish faktlariga tashkilotchilarning befarqligi sabab bo'lmoqda. Ijtimoiy keskinlik, issiq yoki sovuq va hokazolar sharoitida bu vahima ehtimolini, shuningdek, olomonning boshqa istalmagan o'zgarishlarini oshiradi.

3. Umumiy psixologik omillar - mumkin bo'lgan xavf-xatarlar va qarshi choralar to'g'risida ma'lumot etishmasligidan kelib chiqadigan ajablanish, hayrat, qo'rquv.

Nikaraguadagi partizan urushi avjiga chiqqan paytda (70-yillarning o'rtalarida) hukumat kuchlari birinchi marta o'qlarni kuzatishni boshladilar. Bu shunchalik kutilmagan va g'ayrioddiy ediki, bir nechta to'qnashuvlarda qotib qolgan partizan otryadlari vahima qo'zg'ashdi. Jangchilarga ushbu qurolning ta'sir qilish mexanizmi, uning afzalliklari va kamchiliklari tushuntirilgandan keyingina dastlabki ruhiy zarba barham topdi.

Namoyishchilar orasida vahima paydo bo'lgan holatlar mavjud, chunki ko'pchilik siyosiy vaziyatni va voqea holatini noto'g'ri tushungan. Misol uchun, odamlar buni hokimiyat tomonidan ruxsat etilgan deb o'ylashdi va politsiyachilarning dubinkalar bilan paydo bo'lishi hayratlanarli bo'ldi. Yoki aksincha, ayrim ishtirokchilar aksiya ma'qullanganini bilmay, politsiyaga noadekvat munosabatda bo'lishdi. Siyosiy dushmanlarning kichik, ammo yaxshi tashkil etilgan guruhining kutilmagan harakatlari minglab namoyishni sarosimaga solib, vahima keltirib chiqargan epizodlar (bu haqda keyinroq aytib beraman) bo'lgan.

4. Ijtimoiy-psixologik va ideologik omillar: aniq va juda muhim umumiy maqsadning yo'qligi, samarali, umumiy ishonchga ega bo'lgan rahbarlar va shunga mos ravishda guruh birdamligining past darajasi.

Ommaviy vahima tadqiqotchilari bir ovozdan ushbu omilning avvalgilariga nisbatan ustun ahamiyatini ta'kidlaydilar. Yuqorida aytilganlarning qiziqarli tasviri ijtimoiy psixologlarga yaxshi ma'lum bo'lgan o'zgartirilgan gomeostat metodidan foydalanadigan laboratoriya eksperimenti bo'lishi mumkin.

Xuddi shu konus shaklidagi narsalar arqonlarga katta shaffof shishaga tushirildi; har bir arqonning ikkinchi uchini sinaluvchilar qo'llarida ushlab turishdi. Hajmi bo'yicha har bir konus bo'ynidan osongina o'tib ketdi, lekin ikkitasi bir vaqtning o'zida o'tolmadi. Shishaning pastki qismida yana bir teshik bor edi, u orqali suv kirib keldi va uning darajasi tabiiy ravishda ko'tarildi.

Sinaluvchilarning vazifasi shishadan quruq konuslarni olib tashlashdir, buning uchun ular har biri 20 dollardan olishgan. Ammo konusi ho'l bo'lgan kishi 10 dollar to'lashi kerak edi. Shunday qilib, "xavf" 30 dollar bilan o'lchandi (20 oling yoki 10

to'lang). Sinaluvchilar muvofiqlashtirilgan harakatlar bo'yicha oldindan kelishib olish imkoniyatiga ega bo'ldilar.

Laboratoriyaga tuzilmasi mustahkam, o'zaro ishonch va samarali yetakchilikka ega bo'lgan yaxlit guruh taklif etilgach, hamma vazifani osonlikcha uddaladi. Tasodifiy yig'ilgan guruhlarda (agar mohir lider bo'lmasa) va ichki ziddiyatli jamoalarda qiyinchiliklar paydo bo'ldi.

Oxirgi harakat qilish kerak bo'lganlar asabiylashgan, tebrangan va birinchisiga beixtiyor aralashgan (psixologlar buni ideomotor refleks deb atashadi). Ularning asabiyliги qolganlarga o'tdi, hamma shovqin qildi, bir-birini aybladi va shishadagi suv darajasi bilan birga qo'rquv kuchaydi (30 dollar yo'qotish!). Yaqinlashib kelayotgan vahima belgilari vizual tarzda qayd etilgan - hayajonli xatti-harakatlar, undovlar, yuz ifodalari - va ob'ektiv ko'rsatkichlar: sinaluvchilarning qon bosimi ko'tarilgan, galvanik teri refleksi pasaygan ...

Mualliflarining hazil tuyg'usini inkor etib bo'lmaydigan ushbu eksperiment shuni ko'rsatadiki, yomon integratsiyalashgan guruhda vahima buzilishining paydo bo'lishi uchun hatto kulgili xavf ham yetarli.

8.3. Vahima rivojlanishining psixologik mexanizmlari

Kollektiv vahima epizodlarining kuzatuvlari va tavsiflari ma'lum bir "o'rtacha" ssenariyni ajratib olishga imkon berdi.

Juda kuchli yoki takrorlanadigan hayratlanarli stimul dastlab bir yoki bir nechta odamda qo'rquvni keltirib chiqaradi. Olomonda ayollar yoki bolalar odatda qo'zg'aluvchanlikning minimal chegarasiga ega, jangovar vaziyatda esa jangovar bo'lmagan yosh va tajribasiz askarlar. Ularning qo'rquvi qichqiriqlar - bir bo'g'inli iboralar ("Yong'in!" "Tanklar!") yoki so'z birikmalari - yuz ifodalari va notinch tana harakatlari bilan namoyon bo'ladi.

Bu odamlar qo'rquvni boshqalarga yetkazish manbasiga aylanadi. Dumaloq reaksiya mexanizmi orqali hissiy kuchlanishning o'zaro induksiya va hissiy stress paydo bo'ladi. Bundan tashqari, agar o'z vaqtida choralar ko'rilmasa, massa butunlay tanazzulga yuz tutadi, odamlar o'z-o'zini boshqarishni yo'qotadilar va vahima

boshlanadi, bu esa hayotni saqlab qoladigandek ko‘rinadi, lekin aslida bu xavfni kuchaytiradi.

Olomonda ayollar va bolalarning mavjudligi (ommaviy vahima paytida ularni birinchi navbatda qutqarish haqida hech kim o‘ylamaydi) ham yomon, chunki stressli vaziyatda yuqori chastotali tovush - ayollar yoki bolalar yig‘lashlari psixikaga halokatli ta’sir ko‘rsatadi. Xuddi shu sababga ko‘ra, vahima, jamoaviy yoki individual holatga qarshi turish uchun past erkak ovozi baland ayol ovozidan yaxshiroqdir. Aksincha, hujum qilayotgan qalmoq otliqlarining qichqirig‘i, jasoratli “Ura!”dan ko‘ra, dushmanda vahima qo‘zg‘atish uchun qulayroqdir.

Keling, "o‘rtacha" ssenariyga tuzatishlar kiritadigan bir qator qo‘shimcha izohlarni beramiz.

Juda kamdan-kam hollarda, hayratlanarli stimul g‘ayrioddiy kuchli bo‘lsa, ommaviy vahima darhol, oraliq bosqichlarsiz paydo bo‘lishi mumkin. Ya’ni, olomon, yana, Kaliforniya epizodi kabi, qo‘rqib ketgan odamlarning oddiy yig‘indisiga aylanadi, ammo bu yerda butunlay boshqa mexanizm allaqachon ishlamoqda. Bularda, takror aytaman, eng kamdan-kam holatlar, Prangishvilining ta’rifidan farqli o‘laroq, vahima "ikkinchi darajali" hodisa bo‘lishni to‘xtatadi va qo‘zg‘atuvchiga bevosita, deyarli mexanik reaksiyaga aylanadi. Ta’riflarga ko‘ra, Xirosimada yadro portlashi sodir bo‘lgan, ammo darhol uning to‘lqini bilan qoplanmaganlar orasida shunday bo‘lgan.

Qarama-qarshi vaziyat ancha tipik va deyarli muhimroqdir. Odamlar qandaydir dahshatli hodisani kutishganda, qochish vositasi noma’lum bo‘lsa, kutilgan hodisaning og‘zaki belgilanishi vahima qo‘zg‘atishi mumkin. Yoki kutilgan qo‘rquv manbasiga tasavvur bilan yakunlangan boshqa belgilar.

Birinchi jahon urushida nemislar g‘arbiy frontda gazlarni qo‘llashni boshladilar - bu dahshatli qurolga qarshi tajribali askarlarning tajribasi foydasiz bo‘lib chiqdi va uning azobi ilgari ko‘rilgan hamma narsadan ustun edi. Bu ingliz-fransuz qo‘shinlarida haddan tashqari keskinlikni keltirib chiqardi. Gazlar ishlatilmaganda bir qator oldingi epizodlar tasvirlangan, ammo kimgadir nimadir tuyuldi va qo‘rqib baqirdi: "gazlar!"- butun batalyonni parvozgga qo‘ying.

P.N. Simanskiy qo‘rqib ketgan bir askarning: "Konvoylar!" deb qichqirgani sababli paydo bo‘lgan vahima haqida gapiradi va janglarda charchagan turklar brigadasi qanday qilib dahshatli vahima boshdan kechirganligi, o‘z artilleriya otlarini yunon otliqlari deb adashib, sug‘orish joyidan qaytib kelgani haqida gapiradi.

Bir nemis generali o‘z xotiralarida harbiy qismlar va aholi bilan birga asirga olingan rus askarlarini ko‘rishdan vahimani boshdan kechirganini va orqaga chuqur tarqalib ketganini tan oldi (bu Birinchi jahon urushi paytida Myulen ko‘li yaqinidagi shiddatli janglardan keyin sodir bo‘ldi.). Fransiyaning Breche shahridagi portlash qurbonlarining dafn marosimida uchayotgan qushni dushman samolyoti deb bilgan kortej ishtirokchilarini kuchli vahima qo‘zg‘atdi.

V.M. Bexterev aniq vaziyatlarga ishora qilib, "teatrlarda yoki boshqa olomon yig‘ilishlarda qo‘rquv va vahima epidemiyasi paydo bo‘lishi uchun kimdir "yong‘in" so‘zini aytishi kifoya qiladi, bu esa darhol butun majlisni qamrab oladi va oqibatda dahshatli voqealarga olib keladi.

Ulug‘ Vatan urushi boshlanishida yuqoridagi ko‘plab qoidalarining ilustrasion rasmlari kabi fojiali. Urushdan oldingi tashviqotning leytmotivi Qizil Armiya faqat xorijiy hududlarda urush olib boradi degan tezis edi, chunki kapitalistik davlatlar bizga hujum qilishga jur‘at etolmaydilar: burjua hukumatlari o‘z askarlari, ishchi va dehqon bolalari qurollarini sinfiy dushmanlariga qarshi burishlarini tushunadilar. Shu asnoda birinchi haftalardaghi fascist qushinlarining kuchli huzhumi haqiq shokka olib keldi.

Nemis generali X. Guderianing tank armiyasining harakatlari juda samarali bo‘ldi. "Guderian xaltasi" ning taktikasi shundan iborat ediki, dushman xandaqlari halqaga olinib, so‘ngra ishchi kuchi butunlay yo‘q qilindi va bu nuqtai nazar mudofaa jangchilarini psixologik jihatdan bostirdi. Nemislar bu vaziyatdan mohirona foydalanishgan. Motosikllardan ovozso‘ndirgich(glushitel)ni olib tashlab, yaqinlashib kelayotgan tanklarning ovoziga taqlid qilgan epizodlar bor edi, bu vahima qo‘zg‘ashga turtki bo‘ldi. Bu frontda NKVD qo‘shinlaridan buyruqsiz chekinayotganlarga orqa tomondan o‘q uzgan otryadlarni yaratishga sabab bo‘ldi.

(Otam va uning safdoshlari menga shunday dedilar. Men ularning hikoyasi rasmiy tarixshunoslikka qanchalik mos kelishini ataylab tekshirmadim: ishtirokchilar voqealarni qanday eslab qolishganligi psixolog uchun ham, tarixchi uchun ham muhim...)

Va oxirgi eslatma, amaliy jihatdan juda muhimdir.

Qoʻrqinchli stimuldan soʻng, odatda, psixologik moment deb ataladigan narsa paydo boʻladi. Odamlar muvozanatli holatda ("hayratlanish") koʻrinadi va birinchi reaksiyaga ergashishga tayyor turadi. Baʼzida bu paradoksal boʻlib chiqadi. Masalan, qarama-qarshi reaksiyaning Freyd mexanizmiga koʻra, odam qoʻrquvdan xavf tomon shoshilishi mumkin, qolganlari esa unga ergashishi mumkin.

Bu A.S.Serafimovichning romanida juda aniq tasvirlangan. Qilichlari chizilgan kazak otliqlari toʻsatdan himoyasiz karvonga tungi hujumni boshladilar, unda faqat ayollar, bolalar, qariyalar va yaradorlar bor edi; ularning barchasi yaqinlashib kelayotgan oʻlimga duch keldi. Odamlar dovdirab qotib qolishdi. Birdan zerikarli shovqinga toʻla katta sukunatni onaning faryodi teshdi. U qolgan yagona bolani ushlab oldi va uni koʻkragiga mahkam bogʻlab, oyoq osti qilayotgan shiddat tomon yugurdi.

- Oʻli-im!.. oʻli-im!.. oʻli-im kelyapti!

Infeksiya singari, u oʻn minglab odamlarni qamrab oldi:

- Oʻli-im!.. oʻli-im!..

Ularning soni qancha boʻlishidan qatʼi nazar, qoʻlga tushgan narsani ushlagan holda - kim tayoq, kim pichan, kim yoy, kim kaftan, novda, yaradorlar - qoʻllari, hamma dahshat gʻazabida, uni havoda silkitib, oʻz oʻlimlariga shoshilishdi. Nima boʻlayotganini qorongʻida anglamagan kazaklar oʻzlarini qoʻrqitib, qochib ketishdi.

Bunday holatlar, albatta, kamdan-kam uchraydi va umumiy qoʻrquv holatlarida "ob-havoni yaratmaydi". Shunga qaramay, men oxirgi eslatmaning alohida amaliy ahamiyatini taʼkidlashim bejiz emas edi. Haqiqat shundaki, psixologik moment yetakchilikni oʻz zimmasiga olishga tayyor boʻlgan odam yoki kichik, ammo uyushgan odamlar guruhi uchun yeng mos lahzadir. Bunga keyinroq qaytamiz...

8.4. Ommaviy vahimani oldini olish va yo‘q qilishning psixologik chora-tadbirlari

Ommaviy vahimaning oldini olish choralari uning old shartlari (omillari) bilan bog‘liq.

Agar biz stressli vaziyatlarda ishlashga qaratilgan belgilangan guruh haqida gapiradigan bo‘lsak (siyosiy partiya yoki jangovar bo‘linma, ilmiy yekspeditsiya yoki qutqaruv guruhi va boshqalar.), birinchi navbatda, mumkin bo‘lgan xavf-xatarlarga mafkuraviy va tashkiliy tayyorgarlik, samarali yetakchilikni ta‘minlash va yuqori ishonchga yega bo‘lgan rahbarlarni tarbiyalashga ye‘tibor qaratish lozim. Yana takror aytamanki, vahima uchun ijtimoiy-psixologik shartlar mavjud bo‘lmaganda, jamoa eng og‘ir sinovlarni munosib tarzda yengishga qodir.

Ammo bunday tayyorgarlik har doim ham prinsipial jihatdan mumkin emas, masalan, ko‘p yoki kamroq tasodifiy odamlar ishtirok etadigan ommaviy ko‘cha tadbirlari paytida. Bunday vaziyatlarda fiziologik va umumiy psixologik omillarni hisobga olish alohida ahamiyatga ega.

Ilgari, tadbirlarni kechiktirish va ishtirokchilarning jismoniy holatiga befarqlik (charchoq, spirtli ichimliklar va boshqalar) dan iborat odatiy xatolar ko‘rsatilgan. Yuqori ijtimoiy keskinlik, noqulay iqlim sharoiti yoki sinoptiklarning noaniq prognozi bilan odamlarning charchashini va ular bilan bog‘liq kutilmagan hodisalarni minimallashtirish uchun miting yoki namoyishning dinamikasi haqida o‘ylash kerak. Xavfsizlik xizmati, ayniqsa, ehtimoliy provokatsiyalar bilan, mantiqsiz reaksiyalar ehtimolini oldindan bilib, namoyishchilar safiga mast odamlar va alkogolli ichimliklar kirib kelishining oldini olish tavsiya etiladi.

Ta‘kidlanganidek, shahardagi boshqa ajoyib voqealar (futbol o‘yini, karnaval va boshqalar) bilan vaqtga to‘g‘ri kelmaslik tavsiya etiladi. Aks holda, bir tomondan, diqqatni almashtirish, olomonning katta qismini "tortib olish" va uni vaqti-vaqti bilan yoki ekspressivga aylantirish mumkin (lekin tashkilotchilar tomonidan rejalashtirilganda emas). Boshqa tomondan, olomonning ehtimoliy to‘qnashuvi (masalan, siyosiy namoyish stadiondan chiqqan hayajonlangan muxlislarga duch keladi) oldindan aytib bo‘lmaydigan oqibatlarga olib kelishi mumkin.

Odamlarning haddan tashqari konsentratsiyasining oldini olish ham muhim, ayniqsa ommaviy tadbir oxirida, chunki bu ham katta muammolarga olib kelishi mumkin. Masalan, futbol o'yinidan keyin muxlislarning bir qismini ushlab turish uchun boshqa unchalik ahamiyatli bo'lmagan o'yin-kulgilarni - yuguruvchilar yoki yosh kurashchilar musobaqasi, lotereya o'yini, elektron tabloda multfilm namoyishi va boshqalarni tashkil qilish tavsiya etiladi.

60-yillarda ular Tbilisi stadionida qaynonasining fotosurati bo'lgan tomoshabinlardan biri yangi Jiguli avtomobili bilan mukofotlanishi haqida qanday e'lon qilinganligini aytishdi. Ularning aytishicha, hech qachon mehribon omadli odam yo'q edi, lekin qiziqqan tomoshabinlar tribunalarini tark etishga shoshilmadilar. Bu hikoya qanchalik ishonchli ekanligini bilmayman, lekin biz uning aqlli tarzda o'ylab topilganiga qo'shilamiz. Vahimaning umumiy psixologik omilini hisobga olish juda muhim: birinchi navbatda, odamlarni yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xavflar va ularga qarshi kurashishning mavjud usullari haqida o'z vaqtida xabardor qilish. Ikkinchisi jamoaviy va individual vahimalarning oldini olishga taalluqlidir.

Faylasuflar, psixologlar va biologlar emotsiya va ma'lumot o'rtasidagi munosabatlar haqida jildlar yozdilar va bu muammo alohida muhokamaga loyiqdir. Biz ma'ruza mavzusiga taalluqli bo'lgan taqdirda, uning faqat individual jihatlariga to'xtalamiz. Darhol ta'kidlashim kerakki, quyida aytilganlarning barchasi aniq neyrofiziologik tushuntirishlarga ega, ammo men neyrofiziologiya bo'yicha mutaxassis bo'lmasdan, masalaning fenomenologik va psixologik jihatlarini bilan cheklanaman.

Ekkleziastdan ham odamlar bilimning ko'p qismida qayg'u ko'p ekanligini va bilimni ko'paytiradigan kishi qayg'uni ko'paytirishini bilib oldilar. Oqilona fikrlashni rad etish ko'plab diniy faylasuflarning asarlarida qizil ipdek o'tdi. O'rta asr mutafakkirining risolasida shunday qissa bor. Faylasuf bir guruh kulayotgan ayollarga yaqinlashib, shunday deydi: "Agar men bilganchalik bilsangiz edi, sizning yig'lashingiz kulgingizdan balandroq bo'lar edi".

Ehtimol, bu o'z-o'zidan qoniqqan pessimist bilim har doim qadriyatlar va psixologik munosabatlar prizmasi orqali sinishi mumkinligini payqamagandir.

Xotirani titkilab, har birimiz tanishlarimiz orasida g'amgin ahmoqlarni ham, quvnoq donishmandlarni ham topamiz. Psixologlar va shifokorlar, ayniqsa, kommunikativ vazifa va ma'lumotni taqdim etish usuliga qanchalik bog'liqligini yaxshi bilishadi.

Xavf ostida bo'lgan odamning hissiy holati va xatti-harakati ko'p jihatdan vaziyatning sub'ektiv qiyofasi va eng muhimi, undagi roli g'oyasi bilan belgilanadi. Vahima men uchun g'ayrioddiy va kutilmaganda paydo bo'lishi mumkin, men xavfni qanday yengib o'tishni bilmayman, harakat rejasi yo'q va o'zimni hodisalarning passiv ob'ekti sifatida ko'raman. Ammo bilim (qanchalik xayoliy bo'lmasin) va harakat dasturi (adekvat bo'lmasa ham) mavjud bo'lganda, odam o'zini faol sub'ekt sifatida his qiladi - va psixologik vaziyat keskin o'zgaradi. Yana bir dominant shakllanadi, diqqat qo'rquv va og'riqdan ob'ektiv vazifaga o'tadi, natijada qo'rquv butunlay yo'qoladi va og'riq chegarasi sezilarli darajada ko'tariladi.

Ko'p marta sinovdan o'tgan yana bir usul - taniqli ritmik qo'shiqni birgalikda kuylash. O'tgan ma'ruzada aytilishicha, faol olomon aritmikdir va shuning uchun ritmik tovush uning ekspressiv holatga aylanishini rag'batlantiradi yoki bu holda ekspressiv olomonning faol (vahima) ga aylanishiga to'sqinlik qiladi. Ammo agar tez ritmlar ommaviy tajovuzni blokirovka qilish uchun ishlatilsa, u holda vahima qo'zg'atuvchisi yurish yoki madhiyaning sekinroq o'lchangan ritmidir.

Bunday ritm vahima boshlanganidan keyin ham ijobiy rol o'ynashi mumkin. Barcha holatlarda, albatta, tegishli musiqa va karnaylarga ega bo'lish maqsadga muvofiqdir, ammo ular bo'lmagan taqdirda ham umidsizlikka tushmaslik kerak.

Mana Yevropaning urushdan oldingi hayotidan darslik ishi. 1938-yilda Parij milliy velodromi tribunalarida musobaqa yakunida kichik yong'in sodir bo'ldi. Xodimlar tezda yong'inni o'chirishga muvaffaq bo'lishdi, biroq o'n ming tomoshabin yagona chiqish tomon kuhcli harakatlanishdi. Vaziyat halokatli bo'lish xavfi ostida edi. Tasodifan olomon orasida ikki psixolog bor edi, ular o'z vaqtida o'z yo'nalishlarini topa oldilar va baland ovozda: "Nepousse-pas!" (I-tar-mang - Turt-mang). Ritmni boshqalar ko'tarishdi, u olomon orasidan to'lqin bilan o'tdi. Bir necha daqiqadan so'ng minglab odamlar ushbu iborani birgalikda aytishdi; olomon

ekspressiv bo'lib qoldi, qo'rquv va shovqin umumiy ishtiyoq bilan almashtirildi va hamma tribunallarni xavfsiz tark etishdi...

Vahima paydo bo'lishidan oldin va erta bosqichda hazildan juda samarali foydalanish mumkin. Men turli mamlakatlarda o'z vaqtida hazil qilish vahima qo'zg'ashidan xalos bo'lgan va mashhur yumoristning nutqi jamoatchilikning kayfiyatini keskin o'zgartirgan yorqin voqealarni bilaman. Bu ko'pincha so'zlarni o'ynash va boshqa tilda takrorlash qiyin bo'lgan boshqa til noaniqliklari bilan bog'liq. Shuning uchun biz so'nggi rus tarixidan faqat bitta misol keltiramiz.

1991-yil 20-avgustda, Oq uydagi eng keskin paytda, ular deyarli tanklar ishtirokida hujumni kutishganida, eng mashhur satirik Gennadiy Xazanov yig'ilgan "tirik"lar oldida paydo bo'ldi. Hali ham Forosda bo'lgan M. S. Gorbachyovning ovozigacha taqlid qilib, u asta-sekin shunday dedi: "siyosatni iflos silkitadigan qo'llar bilan qilmaslik kerak..." Bu SSSR Prezidentining nutqlarida (siyosatdagi iflos qo'llar haqida) tez - tez eshitiladigan taniqli motivning parafrazi edi - bu bir kun oldin televizorda namoyish etilgan o'zini o'zi tayinlagan GKChP raisining silkitilgan qo'llari haqida eslatib o'tilgan.

Xazanov - "Gorbachyov" nutqi umumiy yengillik kulgisi va gulduros qarsaklar bilan kutib olindi. Tadbir ishtirokchilarining ba'zilar o'sha lahzani muvaffaqiyatsiz to'ntarish eposidagi psixologik burilish nuqtasi deb hisoblashadi...

Yuzaga kelgan vahimani bartaraf etish yo'llarini muhokama qilayotganda, psixologik moment haqida ilgari aytilgan narsalarni eslash foydali bo'ladi. Bu lahzani qaytarishning ma'lum usullari mavjud, ular takror aytaman, samarali boshqaruvni boshlash uchun eng mos keladi.

Masalan, odatdagi stimulyatsiya qo'llaniladi. Odamlar milliy madhiyani ijro etishda harakatsiz muzlashga odatlangan va bu shartli refleks birinchi o'lchovlarning baland ovozi bilan amalga oshirilishi mumkin.

Yana bir usul - kuchli zarba ta'siridan foydalanish. Masalan, yopiq xonada o'q otish yangi "otish" ni keltirib chiqarishi mumkin, odamlar bir soniya davomida muzlashadi va tashkiliy choralar ko'rish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Aslida, bu

tarsaki yoki boshqa zarba impulsiga o'xshaydi, masalan, tajribali shifokor bemorning isterik holatini yengillashtiradi.

Jang paytida, to'pning shovqini ostida, o'q kerakli effektini berishi qiyin. Askarlar etiklarini yechishni boshladilar, ularning e'tiborlari afsonaviy xavfdan ma'lum bir harakatga o'tdi, shundan so'ng polk jangovar tayyor holatga keltirildi.

Agar bu voqea ishonchli bo'lsa (va mening fikrimcha, ular aytganidek, siz ataylab o'ylab topolmaysiz), unda, ehtimol, qo'mondon harakatlarining semantik kutilmagan hodisasi unda hayratlanarli stimulning rolini o'ynagan.

Napoleon marshali M. Ney yanada aqlli qaror qabul qildi. Uning qo'shinlari vahima bilan jang maydonidan qochib ketishganida, u adyutantlarni askarlar aniq 10 kilometr to'xtamasdan yugurishlari kerakligi to'g'risida buyruq berish uchun yubordi. Bunday buyruqni olgandan so'ng, qo'shinlar yana 3 kilometr yugurishdi, keyin to'xtashdi, o'zlariga kelishdi va jangovar tayyor holatini tikladilar.

Oxirgi holat nihoyatda ibratli, psixologik jihatdan qiziqarli va alohida tahlilga arziydi. Bu yerda biz qisqa sharh bilan cheklanamiz. Askarlarning irodaga qarshi harakatlari o'zboshimchalik bilan rejalashtirishning sub'ektiv sifati kutilmaganda qaytarildi va bu hushyorlik omili bo'lib chiqdi. Ushbu uslub tinch hayotning "erkin" holatlarida yaxshi qo'llaniladi.

Albatta, bu usullarning barchasi umumiy holatga bo'ysunmaydigan va rahbarlikni o'z zimmasiga olishga tayyor bo'lgan odamlarning mavjudligini o'z ichiga oladi va agar ular bo'lmasa, unda gaplashadigan hech narsa yo'q. Shuning uchun, ommaviy tadbirlarni to'g'ri tashkil etish bilan, xavfsizlik xizmatidan tashqari, maxsus tayyorlangan jamoa ishlaydi. U hissiy aylanishdan qochish uchun umumiy harakatlarda qatnashmasdan, massadan uzoqda joylashgan bo'lib, klublar, kastetlar va ko'cha jangining boshqa qurollari bilan emas, balki musiqiy yozuvlar, karnaylar va megafonlar bilan qurollangan. Eng muhimi ushbu guruhlar bilim, tajriba va intuitsiyaga ega mutaxassislardan iborat.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Vahima xulq-atvorining mohiyati
2. Vahima qo'zg'atuvchi omillar
3. Vahima rivojlanishining psixologik mexanizmlari
4. Ommaviy vahimani oldini olish va yo'q qilishning psixologik chora-tadbirlari

Mustaqil ish uchun mavzular:

1. Ommaviy vahima muammosining psixologik tahlili.
2. Vahima qo'zg'atuvchi omillar psixologi jihatlari
3. Ommaviy vahimani oldini olish va yo'q qilishning psixologik usullari

IX BOB. MAFKURAVIY TA'SIR QILISHNING PSIXOLOGIK MEXANIZMLARI.

Darsning maqsadi: Ma'furaviy ta'sir etish samaradorligini ta'minlash muammosi, ta'sir etish usullari, "Zombi" holatidan chiqarish mexanizmi, psixologik ximoya mexanizmlari va qanday ko'rinishlari va psixologik ximoyalanishning ijobiy va salbiy jihatlari to'g'risida ma'lumot berish.

REJA:

1. Ma'furaviy ta'sir etish samaradorligini ta'minlash muammosi.
2. "Zombi" holatidan chiqarish mexanizmi
3. Ma'furaviy immunitetni shakllantirish.
4. Psixologik himoya mexanizmlari.

9.1.Ma'furaviy ta'sir etish samaradorligini ta'minlash muammosi.

Hozirgi zamonni axborot asri deb ta'riflashadi. Bu yangi axborot texnologiyalarining, jumladan, internetning paydo bo'lishi bilan, hayotimizning barcha sohalariga elektronikaning tadbiq etilayotgani bilan bog'liq. Shuningdek, hozirgi davr, ayni paytdagi "axborotlar urushi"ni nazarda tutsak, to'liqlar va kanallar orqali olib borilayotgan o'zaro ma'furaviy janglar zamoni hamdir. Bundan tashqari, bugungi kun imidjme'kerlar hamda PR kompaniyalar davri ham hisoblanadi. Hech qanday qaror axborot ko'magisiz, qo'llab-quvvatlashisiz hal bo'lmaydi. Axborotlar jangidagi g'alaba muammolarni hal qiladi. Endilikda bunday harakatlar harbiy maydonlarda emas, balki odamlarning ongi, tafakkurida kechadi. Proninning fikricha, axborot killeri, o'rash, shantaj, bosim, "bo'shashtirish", axborot bosimini o'tkazish va hokazo iboralar ko'p qo'llanayotir. Ushbu atamalardagi qat'iylik va oshkoralik bugungi ommaviy axborot vositalarining istiqboli va texnologiyalar holatiga mos. "Qizig'i shundaki, - deb yozadi Ye.Pronin, - odamlar ongiga ta'sir o'tkazishda ana shu atamalarning oshkoraligini ham, manipuliatsiya orqali og'dirish usullarini ham jamoatchilik juda yaxshi biladi, biroq shunga qaramay "agar bilganimda edi", degan ijtiboh bilan qabul qiladi".

Boshqa tomondan esa, omma kayfiyatini mutlaq boshqarish hissi, kutilmaganda mutlaq noaniqlik hissi bilan almashadi, axborot oqimni to'liq nazorat qilishga intilish esa, qarama-qarshi natijalarga olib keladi. Birgina misol. Bir paytlar kompyuter tarmog'i orqali bog'lanish faqat harbiy tashkilotlarni puxta nazorat qilish va boshqarish uchun joriy etilgandi. Ayni shu tarmoq endilikda axborot oqimini boshqarib bo'lmaydigan manbaga aylantirdi. Bu kabi paradokslar ommaviy kommunikatsiyalar sohasi hozircha, Ye.Pronin ta'rifi bilan aytganda, amaldagi fanlar uchun ochilmagan qo'riq ("terra inkognito") ekanligidan dalolat beradi.

Dunyodagi jamiki odamlar uchun oddiy va tabiiy va ayni vaqtda eng oliy qadriyat o'z nasli, zurriyoti bo'lgan farzandni qadrlash hisoblanadi. Farzanddan keyingi qadriyatlar qatorini ota-ona, ulardan keyin aka-ukalarni qadrlash tashkil etadi. Oiladan keyin yaqin do'stlar, qarindoshlar, og'aynilar, jo'ralar, dugonalar, hamkasblar, mahalladoshlar bi-rin-ketin o'rin olib, eng so'ngida shunchaki tanish-bilishlar bilan yakun topadi. Bu holat barcha xalqlar turmush tarzi uchun tabiiydir. Agar qadriyatlar qatori o'zgarsa, ya'ni, biror bir kishi o'z farzandidan ko'ra do'sti yoki qalb asirasi, mahbubasini ko'proq qadrlasa, atrofda-gilar bunga xayrixoh bo'lib qaramaydilar. Mabodo inson o'z oilasi, yaqinlariga xiyonat qilib, oiladan uzoqroq bo'lgan odamlarga yaqinlashsa, nafaqat oila, balki, barcha tanish-bilishlar, mahalla, ishxonadagilar ham shu odamdan naribroq bo'lishga intiladilar. Ta'kidlash joizki, g'oyaviy muxoliflarimiz, eng avvalo, diniy e'tiqodni o'zgartirish ishlarini ta'sir doirasiga olingan shaxsning turmush tarzini tubdan o'zgartirishdan boshlashga intiladilar. Turmush tarzi dabdurustdan o'zgargan inson esa, hayotda gangib qoladi. Avval olgan oilaviy tarbiyasi ko'magida yangi boshlanayotgan hayotda mustaqil harakatlana olmaydi. Unga doimiy rahnamo, moddiy-ma'naviy tayanch zarur bo'lib qoladi. Shu boisdan ham, turli xil sek-ta va oqimlarga bilib-bilmay aralashib qolgan yoshlarga bir qarashda qiziqarli, jozibador bo'lib tuyuluvchi faoliyat, kasb-kor, mashg'ulotlar taklif etiladi. Natijada ko'p yillar mo-baynida o'rganib qolgan odatiy hayot yo'lini yo'qotgan yoshlar yangi yo'lda arosatda qolib, mafkuraviy homiyning ma'naviy quliga aylanadi.

Ana shu aqidalarga ishonirish uchun esa odamlar orasida aqliy-psixologik usullar bilan ish olib boriladi. Mafkuraviy ta'sir etish samaradorligini ta'minlash uchun esa ularga tez ishonishi mumkin bo'lgan odamlar maxsus tanlab olinadi. Ular quyidagilar:

1. Aholi orasida harakatchan, ammo besabr, tez lovillab ketuvchi, odamlarga hamisha nima-larnidir muvaffaqiyatsiz uqtirishga urinib yuruvchi, psixologiyada "xolerik" tipiga mansub temperamentli, hayotda biroz omadi chopmay turgan odamlar;

2. Yoshlar orasida soddadil, ishonuvchan, biror bir mafkuraviy immunitetga, ijtimoiy nazariy poydevorga ega bo'lmagan, dinlar, diniy oqimlar haqida, ularning farqiy jihatlari xususida ma'lumotlarni o'zlashtirmagan, ammo yangiliklarni bilishga qiziquvchan yigit-qizlar;

3. Ishxona, mahalla, jamoa orasida ijtimoiy mavqega, ayricha obro'-e'tiborga ega bo'lmagan, ammo ayni vaqtda egallab turgan ijtimoiy mavqeiga nisbatan balandroq obro'ga da'vogar bo'lgan o'ziga xos liderlik talabi va ishtiyoqi mavjud bo'lgan shaxslar;

4. Turmushda, kasb-korida kasodga duchor bo'lib, krizis holatini boshidan kechirayotgan, odamlardan biroz uzoqlashib, o'zining yog'ida o'zi qovrilib turgan, qaysi ish yoki choraning bo-shini tutishni bilmay turgan odamlar;

5. Bir qarashda jamoa va odamlar nazaridan chetda bo'lib yurishni ma'qul ko'ruvchi, kamsu-qum, beozor, har xil shovqin-suron davralardan o'zini xoli, o'zining dunyosida o'zi yolg'iz yurish-ni ma'qul ko'ruvchilar, psixologiyada "melanxolik" tipli temperamentga ega bo'lgan odamlar tanlanadi.

9.2. "Zombi" holatidan chiqarish mexanizmi.

Tanlangan odamlarga avvaldan maxsus tayyorgarlik kurslarini o'tagan xorijlik va mahalliy "mutaxassislar" ong va tafakkurga informatsion ta'sir ko'rsatish mexanizmini ishga so-ladilar. Mazkur mafkuraviy ta'sir etish mexanizmining mohiyati uch bosqichli bo'lib, mijozni g'oyaviy-davriy tayyorlashni ko'zda tutadi va qasam ichirish bilan yakun topadi. Birin-chi bosqichda mijoz bilan uchrashuv go'yo

tasodifday yuz berib, maroqli va qiziqarli suhbat tar-zida amalga oshadi. G‘oyaviy oqimlar xususida dastlabki ma’lumotlar berib, mijozga hech qan-day majburiyat yuklamasdan ish tutiladi. Mijoz suhbat asnosida biror-bir majburiyat yoki taklif olmaydi, maroqli suhbatdan to‘la qoniqish hosil qildirilmaydi. Unda suhbat mobaynida ko‘pgina savollar tug‘iladi. Ammo suhbat vaqti 5-10 daqiqadan ataylab oshirilmaydi. “Maroqli” va bir qadar sirli uchrashuv ataylab to‘xtatiladi. Suhbat yakunida mo‘jazzgina bro-shyura yoki varaqa berilib, “yana uchrashib qolguncha” deya soxta samimiyat bilan xayrlashiladi.

Ikkinchi suhbat vaqti birinchi uchrashuvdan 3-4 kun keyin (dastlabki yoqimli taassurot yo‘-qolmasdan turib) uyushtiriladi. Suhbat vaqtida oilaviy ahvol, ishxonadagi holat, turmush tarzi xususida (klientning ijtimoiy va shaxsiy hayoti esa avvaldan o‘rganilib qo‘yilgan bo‘la-di) hol so‘raladi. Yelim bo‘lib yopishmasdan hamdardlik ruhida fikr bildiriladi. Hayotda ham-ma narsada yechim borligi, ana shu yechim yo‘lini esa xudo ko‘rsatishini, bu dunyoda hech narsa taso-difdan bo‘lmasligi va hattoki hozir bo‘layotgan ana shu uchrashuv ham Yaratganning irodasi ekan-ligi uqtirib o‘tiladi. Suhbat 10-15 daqiqadan oshirilmaydi. Hayotdan norozi ruh kuchaytiri-lib, yechim yo‘llari muqarrarligiga endi aniqrok ishora beriladi. Ammo bu safar ham taklif etilayotgan oqimga ochiq-oydin o‘tish taklifi berilmaydi. Mijoz esa psixologik jihatdan suhbat mobaynida taklifni kutish holatidan xalos bo‘la olmaydi. Suhbat oxirida yana qo‘shim-cha adabiyotlar “sovg‘a” deb beriladi va “siz bu yerda o‘zingizni qiziqtirayotgan, hayotda sizni qiynab kelgan ko‘pgina muammolarga yechim topasiz” deb uqtirib qo‘yiladi.

Uchinchi uchrashuv ikkinchi suhbatdan 5-6 kun keyin amalga oshiriladi, xuddi, avvalgi qadr-donini ko‘rib qolganday psixologik muhitda sodir etiladi. O‘tgan safar aniqlashtirilgan ay-rim holatlar, masalan, mijozning qizi kasal bo‘lganligi eslanib, uning sog‘ligi haqida so‘ra-ladi va tuzalganligidan mehribonlik bilan shukr qilinib, hamma narsa Ollohning irodasi ekanligi ta’kidlanadi, mijoz qalbida iliqlik uyg‘otiladi. Suhbat har qanday odamning bu hayotda o‘z holicha yashashi mumkin emasligi, dunyoda benihoyat darajada bog‘liqlik mavjudligi qayd etiladi. Yaratganni bilish va unga e’tiqod qilish eng ulug‘ saodat ekanligi turli misol-lar bilan

ishontiriladi. Mijozning taklif etiluvchi g'oyaviy oqimga tayyorlik holati ma'lum bo'lgach, unga masala mufassal tushuntiriladi. Bu oqimga juda ko'p odamlar xayrixohligi va unga qo'shilayotganliklari alohida ta'kidlanadi. Ayni vaqtda bu yo'lga kirish har bir odam-ning erkin tanlovi ekanligi aytiladi. Suhbat 20-30 daqiqa davom etadi. Suhbatning psixolo-gik ta'siri uzluksiz oshirib boriladi. Ma'lumki, kishiga erkin tanlash imkoniyati berilsa, u hamisha taklif etuvchidan maslahat va yo'l so'raydi. Shunda mijozga javoban "buni siz tan-lang, biz to'g'ri yo'lni ko'rsatdik, shu yo'lga kirish-kirmaslik sizning ishingiz" deb aytiladi, Bunday javob mijozda suhbatdoshiga ishonchni yanada orttiradi va zararli oqimga ergashishga bo'lgan maylni kuchaytiradi.

Guruhga kiritib olingan shaxsni shu guruh doirasida, mustahkam ta'sir ostida ushlab tu-rish masalasiga alohida e'tibor qaratiladi. Buning uchun dastavval ta'sir ostiga olingan shaxslarga targ'ib etilayotgan e'tiqodiy nazariyani boshqa biror bir nazariya bilan qiyoslash imkoniyati berilmasligiga alohida e'tibor qaratiladi, chunki qiyoslash boshlanishi bilan qilinayotgan g'oyaga shubha, ishonchsizlik paydo bo'ladi. Shu boisdan ham hamisha qiyoslash bilishning bosh omili sanalib kelgan. Buning uchun esa shaxsda qiyoslashga bo'lgan intilish-ni xohishni yo'q qilishga harakat qilinadi. Xohishni yo'qotishning sinalgan uslubi esa egallangan nazariyaning boshqa nazariyalardan ustunligini doimiy ta'kidlash.

Shu o'rinda qayd etish joizki, psixologiya fani erishgan natijalar, ya'ni xohishni ong osti tuzilmalariga singdirish mexanizmidan muxoliflar keng foydalanmoqdalar. O'z-o'zidan tabiiy ravishda kechuvchi istalgan odam yoki hayvonda biror bir narsa yoki hodisaga nisbatan maylni yuzaga keltiruvchi psixologik mexanizmning ishlash tartibi o'ta oddiy bo'lib, bir jins, bir xil mazmun yoxud shakldagi narsa yoki informatsiyani ketma-ket uch marta-dan ko'p ko'rsatish va eshittirish avvaldan kutilgan samarali natijalarni beradi. Shaxsga ko'rsatilgan maqsadli ta'sir esa ong osti tuzilmalarida muayyan vaqt mobaynida to'p-langani ma'lumotlarni tasdiqlash yoki inkor etish jarayonlarining boshlanishiga, boshlanganda ham o'ziga xos avtomatik tarzda, ya'ni inson irodasidan tashqari holda boshlanib ketishiga asos bo'ladi. Bu yerda motiv, ya'ni nimaga inson ko'ppiq moyil

bo'lganligi ham muhim rol o'ynaydi. Inson hamisha o'zi hojlagan narsaning tasdig'iga erishishga intiladi. Shu boisdan ham, muxoliflarimiz qaysi malumotlar berishdan ham ko'ra, ularni qanday tarzda yetkazish, asosan suhbatdoshda xohish, mayl uyg'otishga katta e'tibor qaratadilar. Mazkur mafkuraviy ta'sir jarayonlarini modellashtiradigan bo'lsak, quyidagi formula yuzaga keladi:

$$A = T / I = O'Q + I$$

A = Shaxs ongi, tafakkuriga axborot, fikr, nuqtai nazarlar tarzida singdiriluvchi mafkura-viy ta'sir.

T = Shaxs tomonidan qabul qilingan mafkuraviy axborotlarni tasdiqlash.
 I = Singdiriluvchi ma'lumotlarni shaxs tomonidan qabul qilmaslik, inkor etish.
 $O'.Q.$ = Mafkuraviy ta'sir natijasida shaxs tafakkuridagi o'zgargan qarashlar.
 I = O'zgargan shaxsni ana shu holatda barqaror qolishini ta'minlovchi immunitetli yondashuvlar majmui.

Inson ongi, tafakkuriga uch va undan ortiq marta ko'rsatiluvchi mafkuraviy ta'sir tabiiy ravishda olingan yangi ma'lumotlar fikrlarni o'ylashga, o'ylash esa ularni tasdiqlash yoki rad etishga bo'lgan ong ostida psixofiziologik jarayonlar boshlanishiga turtki beradi. Agar shaxsda mazkur fikr-qarashlar (diniy e'tiqod, axloqiy pozitsiyalar) xususida avvaldan shakl-lantirilgan nuqtai nazarlar, yangi ma'lumotlar avvalgi ma'lumotlar bilan qiyoslanadi va ak-sariyat hollarda singdiriluvchi g'oyalarni inkor etuvchi natijalar yuzaga keladi. Agar shaxsda yangidan singdiriluvchi ma'lumotlar xususida muayyan ma'rifiy tayyorgarlik, tushuncha va ta-savvurlar bo'lmasa, yangi ma'lumotlarni hayotiy aqida, e'tiqodiy yondashuv sifatida qabul qilish, ularni qalban tasdiqlashga bo'lgan moyillik ustunlik qila boshlaydi. Tasdiqlash asosida qabul qilingan e'tiqod, g'oyalar o'zlashtirilgach, ularni tashqi ta'sirlardan himoyalash me-xanizmi ishga tushib ketadi. Mazkur jarayon yanada samarali kechishi uchun esa missionerlar o'z muridlarida manfur g'oyalariga mos bo'l-gan mafkuraviy immunitetni tarkib toptirishga urinadilar.

1. Salbiy mafkuraviy immunitet umume'tirof etilgan sog'lom ma'naviy muhitdan vayron-kor kuchlar tomonidan ajratilgan odamlarni muayyan mafkuraviy qobiqda saqlab turish jara-yonida amalga oshiriladi.

2. Immunitet ikki xil shaklda, ya'ni sog'lom ma'naviyatni himoya qilish tarzida va vayron-kor g'oyalar asosida odamlarni to'g'ri yo'ldan chalg'itish tarzidagi salbiy mafkuraviy immuni-tet holida namoyon bo'ladi.

9.3. Mafkuraviy immunitetni shakllantirish.

Mafkuraviy immunitetni shakllantirish ishlari puxta o'ylangan psixologik mexanizmdan iborat bo'lib, ta'sir doirasiga olingan shaxs ongi va qalbini har tomonlama zanjirband etishni nazarda tutadi. Buning uchun esa mafkuraviy tutqin etilgan shaxsga tashqaridan (ota-onalaridan, mahalla ahlidan, tanish-bilishlardan, huquq-tartibot xodimlaridan va h.k.) beriluvchi savollar tasnif qilinib, har bir savol uchun maxsus javoblar tayyorlanadi. Javob-lar suhbatlar mobaynida mijozning e'tiboriga oddiy fikr-almashuvga o'xshatib, me'daga tegmaydigan shaklda havola etib qo'yiladi.

Bunday shaxslar uchun "mafkuraviy daholar" tomonidan avvaldan tayyorlab qo'yilgan va shaxsning ongiga singdirilgan immunitet javoblar o'ziga xos "shpargalka" vazifasini o'taydi. Mushohada etilmagan, tafakkur chig'irig'idan o'tkazilmagan "tayyor javoblar" boshqalar tomonidan berilgan savollar uchun o'ziga xos himoya qobig'i, qalqon vazifasini o'taydi. "Zombi" holatidan chiqarish mexanizmi

Mafkuraviy ta'sir doirasiga tushib qolgan shaxsni "zombi" holatidan chiqarish uchun quyidagi ishlarni amalga oshirish taqozo qilinadi:

1. Mafkuraviy zaharlangan shaxs ongiga u tomonidan qabul qilingan e'tiqodiy aqidalar, qadriyatlarning soxtaligi xususida uzluksiz ravishda uch martadan kam bo'lmagan tazyiqsiz suhbat o'tkazish va suhbatdan so'ng shaxsni u hammaslak bo'lgan odamlardan chetda saqlash lozim. Toki u o'zi eshitgan fikrlarni o'ylashga vaqt va imkon topsin. Agar o'tkazilgan suhbatdan so'ng mafkuraviy ta'sir ostida qolgan shaxs yana hammaslamlari davrasiga qaytsa, ijobiy ta'sir kuchi neytrallashadi.

2. Mafkuraviy tutqun bo'lgan shaxsga uyda qolgan yaqinlarining xatlarini o'qib berish, oila a'zolari bilan bevosita suhbatlar tashkil etish maqsadga muvofiq. Bunday suhbatlar qadriyatlar tizimida o'zgarishlar yasab, soxta xalifalik davlati qurish

g'oyalari o'rniga far-zand mehrini tuyish, oila davrasiga qaytish orzularini kuchaytiradi.

3. Ma'furaviy ta'sir doirasida qolgan shaxsni o'zi ergashgan g'oyaviy yo'nalish vakillari bilan hamsuhbat, hamfikir bo'lishdan saqlash muhim ahamiyatga egadir. Agar ular bir-birlari bilan uzluksiz muloqotda bo'lib turishsa, insonga xos bo'lgan aldanishga moyillik tuyg'usi yana amal qila boshlaydi.

4. "Zombi" holatidan chiqarishda pozitiv, hayotga zavq tuyg'ularini uyg'otuvchi badiiy filmlar, ko'tarinki ruhdagi musiqiy asarlar ijrosi, yorug' xonalarda o'tkaziluvchi suhbatlar muhim ahamiyatga ega. Eskiilik, zamondan ortda qolgan g'oyalar mantiqan xaroba kulba, xira yori-tiluvchi xona, qo'pol muomala, past saviyadagi, kal'tabin so'z va mulohazalarga monanddir. Pozitiv ta'sir ko'rsatish uchun esa buning tamoman aksi bo'lgan holatlarni yuzaga keltirish, shubha-siz o'z samarasini beradi.

9.4. Psixologik himoya mexanizmlari.

Birmuncha ko'p tarqalgan himoya mexanizmlariga quyidagilar kiradi: "U" ning talablari ostida ezilgan "Men" jazolanishdan qo'rqib, butun kuchi bilan bu talablarning bajarilishiga yo'l qo'ymaydi va "Men" ning antireaksiyasi shaklidagi "reaksiya" shakllanadi.

Izolyatsiya himoya mexanizmida mayl bilan bog'liq tasavvur yoki fantaziyalar affektdan (affektning umumiy mazmuni emotsiya, emotsionallilik, xissiyot, kayfiyat bilan birga ishlatiladi, tarixiy mazmuni bilish va iroda bilan bir katorda uchinchi «fikrlash funksiyasi» hisoblangan, zamonaviy mazmuni umumiy va uzok, davom etadigan jushkin emotsional «ehtirosga berilish» holati) izolyatsiya kilinadi (ajratiladi). Bu affekt bevosita qo'rquv affektda bo'lishi xam mumkin. Lekin ular aybdorlik yoki uyat xissi bilan boglik, yoki shodlik va kdygu affektlari bo'lishi xam mumkin. Bunday xolda uyat, aybdorlik, shodlik, qayg'u bilan bog'lik, tasavvurlar ular bilan bog'lik affektlardan uzoqdashtiriladi. Masalan, men do'stimdan jaxlim chikdi va uni haqorat qilmoqchiman. Do'stligimizni sakdab kolish uchun uz gazabimni "dust" tasavvuridan izolyatsiya kilaman. Bunda nevrotik yutukshu

buladiki, gazab affekta dust tushunchasidan uzokdashti- riladi. Natijada gazab dust tushunchasi bilan boglik gazab- ga nisbatan anchagina xavfsizrok buladi.

Aralashtirib yuborish himoya mexanizmi shundan iboratki, qo'rquv uni chakirgan birlamchi vaziyatda, masalan, bola bilan kattik muomala kilayotgan otaning oldida emas, balki birmuncha kechrok, masalan, bolaga xavf solayotgan itning oldida, itga nisbatan paydo buladi. Bu himoya mexanizmi kuprok fobiyalarda namoyon bulib, xar kalay kattikkul ota oldida qo'rquv paydo bulmasligiga erishadi, agar bola itga duch kelmasa, u qo'rquvdan butunlay ozod buladi.

Aralashtirib yuborish ko'proq tushda sodir bo'ladi, bunda ong uchun iztirobli bo'lgan mazmun birmuncha yengilroq narsaga suriladi. Lekin xayotda bu mexanizm ko'p qo'llaniladi, biz o'zimiz uchun yoqimsiz bo'lgan ismni unutamiz, biron narsani "yo'qotib qo'yamiz", bilmay gapirib yuboramiz va hokazo.

Yana bir himoya mexanizmi — proeksiya, tasvirni ko'chirish — bu yerda qo'rquvni boshka ob'ektga yunaltirish. Bu mexanizm shundan iboratki, biz uzimiz uchun noxush instinktov mayllardan himoyalanish uchun ularni oddiygi- na kilib boshka odamlarga proeksiya kilamiz, uzimizdan uzokdashtiramiz. Bunda biz uzimiz maylimizni proeksiya qilgan odamimizni haqiqatda qanday bo'lsa shunday emas, balki o'zimizning tasavvurimizga mos holda idrok kilamiz.

Himoyaning bu mexanizmi eng ko'p tarqalgan: proeksiya vositasida o'zgargan boshqa odam haqidagi idrok, proeksiya jarayoni anglangandan so'ng o'z shaxsi idrokining o'zgarishiga to'la mos kelishi kerak, chunki proeksiya qilgan shaxs proeksiya jarayonini anglagandan so'ng dastlab boshqa odamga proeksiya qilgan o'z shaxsi tarkibiy qismlarini endi kayd kilishga, anglab yetishga qodir bo'ladi. Masalan, shaxsiy mayllar, aytaylik, nojo'ya jinsiy yoki agressiv impulsar.

Binobarin, proeksiya siqib chikarish, reaksiya shakllantirish va izolyatsiyadan farq qilib, doimo o'z himoyasi uchun boshka shaxsni ham qo'shib oladi. Endi bu yerda gap faqat bizning o'zimizda mavjud bo'ladigan intrapsixik (ichki) himoya mexanizmlaridan farq qilib, shaxslararo himoya mexanizmi haqida bormoqda.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Psixologik himoya mexanizmlariga ta'rif bering
2. Izolyatsiya himoya mexanizmi nima?
3. Ma'furaviy ta'sir doirasiga tushib qolgan shaxsni "zombi" holatidan chiqarish uchun qanday ishlarni amalga oshirish taqozo qilinadi?

Mustaqil ish uchun mavzular:

1. Psixologik himoya mexanizmlari haqida tushuncha
2. Ma'furaviy ta'sir qilishning psixologik mexanizmlari
3. Ma'furaviy immunitetni shakllantirish ishlari
4. Psixologik himoya mexanizmlari turlari

2-MODUL. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYALARDA AXBOROT- PSIXOLOGIK XAVFSIZLIK MUAMMOSINING ILMIY-NAZARIY VA METODOLOGIK ASOSLARI

X-BOB. AXBOROT - PSIXOLOGIK XAVFSIZLIK TUSHUNCHASINING ILMIY-METODOLOGIK ASOSLARI

Darsning maqsadi:

Axborot asri tushunchasi, axborot asrini baholashdagi yondashuvlar va mezonlar, axborot ta'sirining o'sib borishi, axborotlashgan jamiyat tushunchasi, axborotlashgan jamiyatga oid nazariyalar, "Boshqarish maktabi" nazariyasi, tarmoq jamiyati tushunchasi, Manuel Kastels tarmoq jamiyati haqida, tarmoq jamiyati nazariyasining paydo bo'lishi, media tushunchasi, global infosferaning vujudga kelishi, media jamiyatning madaniy va kasbiy ijtimoiy darajadagi nomutanosiblikning kelib chiqishiga ta'siri to'g'risida ma'lumot berish.

REJA:

1. Axborot asrining mazmun-mohiyati.
2. Axborotlashgan jamiyatga doir nazariyalar.
3. Tarmoq jamiyati nazariyasining paydo bo'lishi..
4. Media, madaniy va kasbiy - ijtimoiy darajadagi nomutanosiblik.

Tayanch tushuncha va atamalar: Axborot-psixologik xavfsizlik, axborot asrini baholash mezonlari, axborot asri, axborot asri, axborotlashgan jamiyat, Tarmoq jamiyati tushunchasi, media tushunchasi, global infosferaning vujudga kelishi, globallashuv, axborot ta'sirining o'sib borishi, axborot-psixologik xavfsizlik tushunchasining ilmiy-metodologik asosi, axborot sohasidagi milliy manfaatlar.

10.1. Axborot asrining mazmun-mohiyati

Axborot asri bevosita globallashuv bilan bog'liq bo'lganligi sababli, mazkur atamaga izoh berish to'xtash maqsadga muvofiqdir. "Eng yangi sotsiologik lug'at"ning mualliflari ushbu so'zga quyidagicha ta'rif bermoqdalar. Globallashuv -

jamiyat hayoti barcha qirralarining rivojlanishi umumjahon miqyosda o'zaro ta'sir etish va ochiqlik tamoyilidan kelib chiqadigan holatdir. R. Robertsonning fikricha ("Globallashuv", London, 1992), globallashuv jarayonida dunyo butun bir yaxlitlik sifatida birlashadi. M. Uorters yozganidek ("Globallashuv", London; Nyu-York, 1995), globallashuv - bu jug'rofiyaning halqlar ijtimoiy va madaniy hayotiga ta'siri yo'qolib borishi namoyon bo'ladigan jarayondir.

"Globallashuv" so'zi amerikalik olim Tomas Levittning "Bozorlar globallashuvi" (1983) nomli maqolasidan keyin ommalashib ketdi. Halqaro iqtisodiy tizim - globallashuvning yetakchi yo'nalishidir. Globallashuv jarayoni rivojlanishining asosiy sabablaridan ayrimlari - sayyora bo'ylab axborot-kommunikatsion texnologiyalar rivojlanishi, turli mamlakatlarning iqtisodiy hayoti bir xil mezonlar asosida tashkil etilishi hamda transmilliy korporatsiyalar ishlab chiqaradigan tovarlar asosiy qismining narhi arzon va sifati yaxshi ekanligi. Shu bilan bir qatorda globallashuv jarayonida turli halqlarning milliy o'zligi asta-sekin yemirilib ketmoqda¹.

Axborot asrini baholashdagi yondashuvlar, mezonlar. Mutaxassislar axborot asrini va axborotlashgan jamiyatni turlicha yondashuvlar, mezonlar asosida baholashga harakat qiladilar. Ularning ba'zilar axborotlashgan jamiyat axborotning buzilishi va o'zgarishi natijasida vujudga keldi, deb hisoblaydilar. Boshqalari - ijtimoiy rivojlanishning hozirgi davri vorisiylikka asoslangan va u o'tmish qa'ridan kelib chiqqan, biroq aloqaning yangicha texnologiyalari sharoitida ilgari ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar faol axborotlashuvga duchor etilgan, deyishadi. Uchinchi toifa mutaxassislar axborotlashgan taraqqiyotga, elektron iqtisodiyotning vujudga kelishi va axborotning ishlab chiqaruvchi kuchga aylanishiga urg'u berishadi. Bir qator mutaxassislar axborotlashgan jamiyat davlat bilan baravar paydo bo'lgan (Entoni Giddens va boshq.), degan fikrni ilgari suradilar. Ular nazdida, davlat - murakkab, jipslashgan ijtimoiy vujud bo'lib, o'z ichki va tashqi mexanizmlarining soz ishlashi tufayli muvaffaqiyatli faoliyat yuritadi.

¹ Қаралсин: Новейший социологический словарь. Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин и др. - Мн.: Книжный дом, 2010. - Б. 226-227.

Hozirgi davr ilgarigi davrlardan yangi aloqa vositalari, texnika va texnologiyalari paydo bo'lganligi va kengayganligi hisobiga axborot hajmi keskin oshib ketganligi bilan farq qiladi. Iqtisodiyotni xilma-xillashtirish yuz berdi, uning yangi sohalari, xizmat turlari hosil bo'ldi, ishlab chiqarish jabhasida yangi texnik uskunalar uni qayta qurollantirishga va ishlab chiqarish kuchlarini qayta taqsimlashga olib keldi. Shu bilan birga ilmiy yondashuv zamonaviy milliy davlatlar manufaktura ishlab chiqarishi bo'y ko'rsatayotgan va sanoat rivojlanayotgan davrda vujudga kelayotganligini aniqlab bermoqda. Shu nuqtai nazardan kelib chiqib, dunyo taraqqiyoti agrar, sanoatlashgan va sanoatlashuvdan keyingi davrlarga bo'linadi. Keyingi davr axborotlashgan jamiyatning rivojlanish davri (Deniel Bell), modernizmdan keyingi (Jan Bodriyar), tez moslashuvchan (Maykl Payor), axboriy taraqqiyot uslubi (Manuel Kastels) davri sifatida ta'riflanadi.

10.2. Axborotlashgan jamiyatga doir nazariyalar

D.Bell fikricha, axborot asriga asosan yangi aloqa vositalarining rivoj topishi va ulardan iqtisodiyot, madaniyat va ijtimoiy hayotda faol ravishda foydalanilishi xosdir. "Sanoatlashuvdan keyingi jamiyatning vujudga kelishi" (ruschasi: "Stanovlenie postindustrialnogo obshchestva"), "Kapitalizmning madaniy ziddiyatlari" ("Kulturnye protivorechiya kapitalizma"), "Ikkinchi jahon urushidan keyin ijtimoiy fanlar" ("Obshchestvennye nauki posle vtoroy mirovoy voyny") uning asosiy asarlaridir.

Axborot ta'sirining o'sib borishi "axborot" tushunchasining o'ziga hamda uning ta'sirida yuz berayotgan jarayonlarga bag'ishlangan ko'plab tadqiqotlar, nazariyalar va taxminlar vujudga kelishini taqozo etdi. Mutaxassislar yuz berayotgan ijtimoiy o'zgarishlarni tahlil etishga, ularning xarakterini aniqlashga va jamiyatlar istiqbolini taxmin qilishga intildilar. Yangi axborotlashgan jamiyatning vujudga kelish g'oyasini ishlab chiqqan va himoya qilgan olimlar orasida eng mashhuri Deniel Belldir. Sanoatlashuvdan keyingi (postindustrial) jamiyat nazariyasini yaratgan bu olim axborot asriga ayni shu (postindustrial jamiyat - PIJ) nomni nisbat beradi, "postindustrializm"ga esa u ko'pincha axborotlashgan jamiyat sifatida

qaraydi. Bu istilohni Bell 1950- yillar oxirida muomalaga kiritdi, lekin 1980- yillar oxiriga kelib uni “axborot”, “bilim” soʻzlari bilan almashtira boshladi. Hozirgi paytda “postindustrializm” hamda “axborotlashgan jamiyat” atamalari sinonim sifatida - bir xil maʼnoda ishlatib kelinadi.

Bell va uning tarafdorlari sanoatlashgan jamiyatdan sanoatlashuvdan keyingi jamiyat sari harakatni asosan bandlik sohasidagi oʻzgarishlar, xizmat koʻrsatish jamiyatiga oʻtilishi va axborot texnologiyalarining rivojlanishi bilan izohlasalar, boshqa tadqiqotchilar unga oʻzgacha nisbat beradilar. Masalan, uni zamonaviy (modern) jamiyatdan zamonaviylikni ortda qoldirgan (postmodern) jamiyatga oʻtish, jipslashgan jamiyatdan boshboshdoq kapitalizm sari harakatlanish, shuningdek kasod boʻlgan jamoaviy tajriba ustidan bozor iqtisodiyotining toʻliq gʻalabasi tomon burilish sifatida taʼriflaydilar.

“Boshqarish maktabi” (“Shkola regulirovaniya”) nazariyasini yoqlovchi bir qator olimlar hozirgi taraqqiyotni fordcha jamiyatdan fordchilikni ortda qoldirgan jamiyatga yoxud ommaviy ishlab chiqarish jamiyatidan epchil ixtisoslashuv jamiyatiga oʻtish nuqtai nazaridan tushuntiradilar. Bir guruh fransuz tadqiqotchilari (Mishel Aletta, Alen Lipis) shu nazariyaning asoschilari boʻldilar. Ijtimoiy munosabatlarga tarixiy-bosqichli (holistik) qarashga ega ushbu maktab vakillari har bir tarixiy davrning umumiy xarakterini aniqlashga harakat qilishadi. Ularni muayyan bir davrdagi jamgʻarish tartibi, ishlab chiqarishni boshqarib turish, daromadlarni taqsimlash va isteʼmol usullari qiziqtiradi. Boshqaruv ular uchun “meʼyorlar, odatlar, huquqni, boshqarib turuvchi tarmoqlarni”, yaʼni jamgʻarish jarayoniga xizmat qiluvchi hamma narsani qamrab oluvchi “oʻyin qoidalari”ni oʻziga xos ravishda egallashdan iborat. Ular eʼtiborni nafaqat texnologiyalar va yangiliklarga, balki davlatning roliga, uning manfaatlari, ijtimoiy tarkibi, korporativ mayllari, isteʼmol modellari, gender munosabatlari, jamiyat qadriyatlariga qaratadilar.

Gʻarblik olimlar 1945-1975 yillardagi davrni fordchilik-keynschilik asri sifatida taʼriflashadi. Iqtisodchi boʻlgan Keyns oʻz strategiyasida hukumatning iqtisodiyotdagi roliga urgʻu berdi. Ishlab chiqarish bilan isteʼmol muvozanat holatida boʻlganligi bu davrning oʻziga xos xususiyati edi. Iqtisodiyotda ishtirok etuvchi

davlat esa bu mutanosiblikni qo'llab-quvvatlab, ijtimoiy ta'minotga, barqarorlikka ta'sir ko'rsatardi. O'sha davrda rejalashtirish ham dolzarblik kasb etib, uning yordamida "umumiy farovonlik davlati"ni bunyod etish ko'zda tutilgandi. Rejalashtirish ham davlatning iqtisodiyotga aralashuvini oqlash uchun qulay asos berardi.

Henri Ford o'z ishlab chiqarishiga 1920-yillarda asos solgan edi, "fordizm" atamasi esa siyosiy va jamoat arbobi Antonio Gramshi tomonidan muomalaga kiritildi. Ford tovarlarni iste'molchiga maqbul narxda ommaviy ravishda ishlab chiqarish imkonini beradigan usul tashkilotchisi bo'ldiki, bu ommaviy iste'molni rag'batlantirar edi. U birinchilardan bo'lib yuqori darajada ish haqi bera boshlarkan, bu ham ishlab chiqarishni ko'paytirishga yordamlashdi. Shu boisdan butun iqtisodiyot va umuman tadbirkorlik ishini olib borish uning nomi bilan ataladigan bo'ldi. Fordchilik rivojining cho'qqisi Ikkinchi jahon urushidan keyingi davrga to'g'ri keldi.

Ushbu jarayonning F.Uebster tomonidan amalga oshirilgan tahliliga ko'ra, fordchilik-keynschilik davrida iqtisodiy faoliyat davlatlar ichida rivojlanib, turli sohalarda yirik milliy korporatsiyalar (oligopoliyalar) guruhi hukmronlik qilardi. Mahalliy kompaniyalar ichki bozorni o'z nazoratida saqlab turishardi. Sanoatning har qanday tarmog'ida - elektronika, kiyim-kechak ishlab chiqarish, chakana savdo yoki mashinasozlikda uch -to'rtta korporatsiya ustuvor edi. Masalan, 1963-yilda Angliyada savdoning har qaysi sohasida savdo-sotiqning qariyb 60 % beshta yetakchi kompaniya hissasiga to'g'ri kelardi, peshdor 100 ta kompaniya 1960-yilda mamlakatdagi butun sanoat mahsulotining uchdan bir qismini ishlab chiqarardi.

Biroq 1970-yillarning o'rtalarida retsessiya va neft narxining keskin ko'tarilishi boshlanib, shok holatini va iqtisodiyotda o'zgarishlarni keltirib chiqardi. Boshqarish maktabi olimlari o'sha paytdan buyon doimiy bo'hron - retsessiya, ishsizlik, bankrotlik, mehnat sohasida qoida buzilishlar davom qilib kelayotganini qayd etadilar. Shiddatli o'zgarishlar - ishchi kuchining odatiy ma'nodagi juda katta ortiqchaligi, yangi kasb turlarining paydo bo'lishi, texnologiyalar bosimi, valyuta kursidagi keskin tebranishlar butunlay yangi zamon bo'y ko'rsatayotganligidan

dalolat berardi. Amalda ishlab chiqarish usulidan tortib shaxsni yangicha tushunishgacha barcha o'zgarishlar fordcha asr bilan xayrlashuv payti kelganligini anglatardi. Ayrim tadqiqotchilar (Krishnan Kumar) fordchilikdan keyingi davrni "sanoatlashuvdan keyingi jamiyat nazariyasining versiyasi" sifatida ko'rishdi. Natijada fordcha tartibni qo'llab-quvvatlashda davom etishdan foyda yo'qligini e'tirof qilishga to'g'ri keldi; shu tariqa fordchilikdan keyingi davr boshlandi va izlash hamda axborot bilan ishlashning tezkor usullari ana shu o'zgarishlar markazida bo'lib qoldi.

1980-yillarda bo'hron holati jamg'arishning yangi tartibini o'rnatish, nazorat qilishning boshqa mexanizmlarini joriy etish hisobiga yengib o'tildi. Masalan, Buyuk Britaniyada bu Margaret Tetcherning (mamlakatning 1979-1991 yillardagi bosh vaziri) leyboristlarga nisbatan qat'iy harakatlari, maktab va oliy o'quv yurtlaridagi ta'lim tizimi konsepsiyalari va o'quv rejalarini tubdan qayta ko'rib chiqish, ularni ishlab chiqarishning zamonaviy talablariga yaqinlashtirish bilan nishonlandi. Globallashuv fordchilik kuyoshining botishida. eng muhim omil bo'lib xizmat qildi. 1970-yillardan buyon globallashuv jarayoni ancha jadallashgan bo'lsa-da, hali poyoniga yetganicha yo'q.

10.3.Tarmoq jamiyati nazariyasining paydo bo'lishi

Manuel Kastels tarmoq jamiyati haqida. Texnologik-axborot muvozanatsizlik va yangi bozor mezonlari. M.Kastelsning 1996-1998 yillarda nashr etilgan uch jildidan iborat "Axborot asri: iqtisodiyot, jamiyat, madaniyat" (ruschasi: "Informatsionnaya epoxa: ekonomika, obsh,yestvo, kultura") asari umumjahoniy ahamiyatga ega. Olimlarning baholashlaricha, bu tadqiqot Deniel Bellning "Sanoatlashuvdan keyingi jamiyatning shakllanishi" asaridan keyin hozirgi zamon sivilizatsiya xarakterining eng muhim tavsiflaridan bo'ldi. F.Uebster so'zlariga ko'ra, e'lon qilinganidan keyin ayrim sharhlovchilar Kastelsni Karl Marks, Maks Veber va Emil Dyurkgeym bilan bir qatorga qo'ydilar.

M. Kastels hozirgi davrni kommunikatsiya tarmoqlari rivojlanishining ta'siri vositasida qarab chiqadi. Yangi jamiyat unda tarmoqlar keng yoyilishi va axborot

oqimlari ko'payishi tufayli vujudga keladi, deydi u. Bilimga bilimning ta'sir ko'rsatishi, ya'ni nazariy umumlashtirishning, tahliliy ramzning o'sishi ishlab chiqarish, korxonalar foydasi oshishining asosiy omili bo'lib qoladi. Uning e'tirof etishicha, "axborotlashuvchi (informatsionalga) kapitalizm "bu - kapitalizmning ayniqsa shafqatsiz, tajovuzkor shaklidir, chunki tarmoqli aloqa tufayli u o'zida hamma joyda (global) hoziru nozir turish bilan aql bovar qilmaydigan darajadagi epchillikni o'zida uyg'unlashtirganki, bunaqasi ilgarigi jamiyatlarda kuzatilmagan edi². Yangi sharoitlarda raqobat ham rahmsiz bo'lib qoldi. Misol uchun, muayyan bir bozorda ma'lum muddat milliy oligopoliya hukmronlik qilib turgan bo'lsa, vaqti kelib u qoloqlar safiga o'tib qolishi mumkin. Biroq ayni bir paytda energetika sohasidagi milliy korporatsiyalar, masalan, boshqa bozorlarni egallash uchun mamlakat tashqarisiga ham chiqa oladilar. Bu yangi o'yinchilar o'zlari uchun global hozirlikni ta'minlay borib, har qachongidan yirikroq mavqega ega bo'lishlari yoki zaiflashib qolishlari ham ehtimol.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining takomillash-tirilishi va birja bozorlarining tartibga solinmay qo'yilishi aksiyalar, valyuta hamda obligatsiyalar savdosida butun kecha-kunduz davomida qatnashish uchun real vaqt rejimida moliyaviy axborot doimiy kelib turishiga imkoniyat yaratadi. Bu axborot oqimlarining ko'лами va tezligi aqlni lol qoldiradi. Shu narsa qayd qilinmoqdaki, endilikda valyuta almashtirishlar aylanmasi milliy iqtisodlar miqyosidan ustun bo'lib, savdo-sotiq oqimlarini, ya'ni milliy iqtisodiy faollikni import bilan eksport nisbati orqali aniqlashdek an'anaviy uslubni birmuncha pasaytirib qo'yadi. Kastels aloqa texnologiyalarining ta'sir ko'rsatishi natijasida iqtisodiyotda yuz berayotgan o'zgarishlarni chuqur tahlil qiladi. Yangi shart-sharoitlar ko'p narsalarni o'zgartirib yuboradi. Ba'zi olimlar globallashtirish milliylik chegaralarini yo'q qilib, barchaning baravarlashtirilishiga, davlatning roli pasayishiga olib kelishi ehtimol, bu, ayniqsa, muayyan bir mamlakatga bozor, ishlab chiqarish va umuman axborot oqimi to'siqsiz kirib kelishida seziladi, deb hisoblaydilar. Kastels esa aksincha, "axborotlashuvchi kapitalizmning harakatchan tizimi"da davlatning roli ancha oshishini uqtiradi.

Dunyodagi axborotlashuv jarayonlarini tahlil qilganda, ayrim mamlakatlar va mintaqalarning boshqa, rivojlangan mamlakatlarga nisbatan himoyasiz ekanligini sezmaslik mumkin emas. Globallashish mayli barcha ishtirokchilarni maksimal darajada moslashuvchan bo'lishga majbur qiladi, milliy hukumatlar zimmasiga esa paydo bo'layotgan imkoniyatlardan foydalanishda katta mas'uliyat tushadi. Korporatsiyalar tarmoqda uddaburonlik, samaradorlik ko'rsatishlari, zarur bo'lganida "vertikal integratsiyadan chiqib, gorizontaal aloqalarga kirittta. oladigan" bo'lishlari lozim. Hukumatning puxta o'ylanmasdan qo'ygan qadamlari zudlik bilan jahon iqtisodining tegishli munosabatiga sabab bo'lishi mumkin. U yoki bu mamlakat, mintaqalar tarixidagi guvohliklar ham bunga isbot bo'la oladi. "Yevropa - Osiyoning kichik bir orolchasi", deya ta'kidlagan edi fransuz shoiri Pol Valeri. Bu ifodada chuqur ma'no yashiringan. Yevropa tarixan Osiyodan keyin rivojlangan; sivilizatsiya bobidagi umuminsoniy yutuqlar nuqtai nazaridan Yevropa va Osiyo yagona birlik sifatida qaralishi mumkin. Shu bilan birga Kastels, Xitoy, Yaponiya, sobiq SSSR davlat yo jamiyat taraqqiyotga rag'bat berishga yoxud uni to'xtatib qo'yishga qodir ekanligining tarixiy sabog'idir, deb uqtiradi.

Xitoy dastlab o'z kashfiyotlari va ishlab chiqarishga joriy etgan yangiliklari bilan Yevropadan qolishmasdi, hatto undan ildam edi. Masalan, dengiz uzra kemada suzish san'atini xitoyliklar yevropaliklarga qaraganda oldin takomillashtirganlar. 960-yillar atrofida xitoyliklar kompasni kashf qilishdi, XVI asrga kelib xitoy "jonka"lari dunyoda okean osha uzoq safarlarga chidash bergan mukammal kemalar bo'ldi. Qog'oz ishlab chiqarish Xitoyda G'arbdagidan 1000 yil ilgari o'zlashtirildi, kitob chop etishga esa VII asrda kirishildi. XIV asrda Xitoy sanoatlashib ketishiga bir baxya qolgan edi. Yakkalanganlik, O'rtaliq podsholigining dunyodan ajralib qolganligi mamlakatni texnik jihatdan qoloqlikka olib keldi.

Yaponiya ham yakkalanib qolish davrlarini boshidan kechirganligiga qaramasdan, deb yozadi Kastels, har holda u yangi paydo bo'ladigan jarayonlar uchun ancha ochiq edi, shu boisdan ham bu yerda o'zgarishlar Xitoydagiga qaraganda jadalroq yuz berdi. Hukumatning yangilashga qaratilgan siyosiy yo'li tufayli Yaponiyada XIX asrning so'nggi choragida elektronika va aloqa gurkirab

rivojlandi, bu esa uning juda qisqa muddatlarda texnologiya jihatidan yuksalib ketishiga sharoit yaratdi. Yaponiya axborot texnologiyalari sohasida dunyoda yetakchi davlatga aylanish namunasi bo'lsa, sobiq SSSR texnologiya taraqqiyotiga o'tishda muvaffaqiyatsizlikka uchragan mamlakat misoli bo'ldi.

Ommaviy axborot vositalari tadqiqotchisi Rozalind Eynsli 1966-yildayoq chet el kapitalining Afrika mamlakatlaridagi zo'ravonligi mahalliy matbuotning xorijiy OAV bilan raqobatlashuviga yo'l qo'ymaydi, deb yozgan edi. U rivojlanayotgan mamlakatlarda mahalliy matbuot nashrlariga nisbatan ko'proq Parij, London yoki Nyu-Yorkda nashr etilayotgan gazetalar ommaviy ravishda tarqaladigan bo'lishini taxmin qilgan edi. Ommaviy axborot vositalariga jamoatchilik foydalanadigan korxonalar sifatida sarmoya qo'yiladimi yoki bu sohada xorijliklarning muqarrar hukmronligi bilan murosqa qilinadimi, Afrika shuni hoziroq tanlamog'i lozim, deya uqtirgan edi u.

Texnikaviy omillar bilan bir qatorda bu mintaqaning milliy axborot organlariga ayrim ijtimoiy hodisalar ham xavf tug'dirdi. YuNESKOning "Kurer" jurnalida (1988 yil, avgust) shunday deb qayd etilgan edi: "Bugungi kunda Afrikada ming odamdan atigi o'n besh kishigina kundalik gazeta olishi mumkin. Ayniqsa, aholining 80 % yashaydigan va 800 so'zlashuv tili mavjud bo'lgan agrar hududlarda matbuotdan ommaviy axborot vositasi sifatida foydalanish katta muammolarga duch kelmoqda".

Global ravishda integratsiyalashgan dunyoda yutgan va yutqazganlarni baholarkan, Kastels Lotin Amerikasi, sobiq sovet kengliklaridagi mamlakatlar va yangi Janubiy Afrikadagi natijalarda farqni ko'radi. Va shundan kelib chiqib xulosa qiladi: turli xil davlat strategiyalari turlicha natijalarga olib kelishi mumkin. Ancha samarador hukumatlar Yaponiya va Singapur yo'lidan borishayapti, qoloqlar esa tarmoqli jamiyatga nisbatan bir chekkada bo'lib qolmoqdalar va "tilanchilik siyosiy iqtisodi" yo'lini tutganlar.

Kastels muomalaga kiritgan "axborotlashuvchi kapitalizm", "tarmoq (tarmoqqa bog'langan, ulangan) iqtisodiyot", "tarmoq jamiyati" istilohlari, bir tomondan, yangicha o'zaro munosabatlar vujudga kelayotganligiga, "tarmoq jamiyati" o'rnatilganligidan tub-zaminli o'zgarishlar yuz berayotganligiga, tarmoqlar bo'lajak

ijtimoiy tashkilot uchun zamin yaratayotganligiga e'tiborni qaratishga da'vat etilgan. Ikkinchi tomondan, ular olimning kapitalizm - davrimizning eng asosiy ta'rif-tavsifi, u - o'tmishdan kelib chiqqan va yashab qoldi ma'nosidagi vorisiylikni; - kengaydi, moslashdi va elektron tarmog'i orqali dunyoda o'z mavqeini mustahkamlamoqda mazmunidagi porloq istiqbolni ifodalaydi, degan fikrini aks ettiradi. Ayni bir paytda bu tarmoqlar zamonaviy kapitalizm zaifligining sababi bo'lib xizmat qilarkan, iqtisodiyotga o'z shartlarini, ish uslublarini o'tkazadi. Bu omilni hisobga olmaslik jadal nobarqarorlikka, tadbirkorlik jarayonini barbod qilishga, uning vayron bo'lishi va tanazzuliga olib kelishi mumkin. Shuning uchun ham axborotni olish, qayta ishlash va tahlil etish vositasida ichki va tashqi muhitdagi ahvolni doimiy kuzatib borish masalasining moslashuvchanligi va muhimligi alohida ahamiyat kasb etadi.

10.4. Media, madaniy va kasbiy-ijtimoiy darajadagi nomutanosiblik

Butun yer kurrasini o'rab oladigan aloqa tarmoqlarining yoyilishi texnologik sabablar, xususan, sun'iy yo'ldosh aloqasini, telekommunikatsiya uskunalarini takomillashtirish taqozosidir. Boshqa tomondan, yuz berayotgan jarayonlar tahlili iqtisod, madaniyat va media mahsuloti o'zaro chambarchas bog'liq ekanligini ko'rsatmoqda. Korxonalar birorta muhitga kirib borishlari, yangi mintaq, iste'molchilarni topishlari uchun o'zlari taklif qilayotgan tovarlar va xizmatlar yaxshi qabul qilinishini ta'minlaydigan ramziy shakl, imij aksiyalaridan foydalanadilar. Reklama, kliplar, filmlar, musiqali lavhalar, hazil-mutoyiba, san'at, modalar namoyishi - bularning bari bozor, korxona, davlat manfaatiga xizmat qildirilgan. Brendlar, markalar, firma belgilari muayyan korporatsiya, tashkilot, mashhur kishining jozibali timsolini yaratishga imkon beradi.

Global infosferaning vujudga kelishi, o'z navbatida, bir qator muammolarni hosil qildi. Media TMK yangi ramziy (yoki turli mazmundagi) muhit, matn va efir material, barcha odamlar uchun birdek timsollar yaratilishiga, tomoshalar, kino va videomahsulotning ko'p adadlab chiqarilishiga olib keldi. Ko'plab musiqali, sport ko'rsatuvlari, shou-biznes, moda dunyo bo'ylab yoyildi. Bularning barchasi ijobiy mazmunga ega bo'libgina qolmay, hali qudratli aloqa bazasiga ega bo'lmagan yoki

endigina halqaro miqyosda tijoratchilik va tadbirkorlikka qadam qo'yayotgan halqlarning milliy madaniyatlari va ijtimoiy yutuqlariga ma'lum darajada xavf soladi.

Media sanoati mamlakatlarning axborot sohasida texnologiya jihatidan rivojlangan va kambag'al, qoloq mamlakatlarga ajratilishiga asos bo'ldi. F.Uebsterning qayd qilishicha, 1990-yillarda amerikaliklarning yigirmata filmi butun dunyoda eng ko'p daromad keltirgan filmlar bo'ldi. "Titanik", "Samoviy urushlar", "Qora libosli odam", "Alouddin", "Yura davri bog'i", "Forest Gamp" va boshqa filmlar shular jumlasidandir. Ularning barchasi 500 mln dollar, "Titanik"ning bir o'zi esa 2 mlrd dollar daromad keltirdi. Germaniya, Angliya, Italiya, Fransiya, Ispaniya, Avstriya, AQShda - xullas, qaerdaki kino bo'lsa, hamma joyda ular yetakchilik qilishdi. Shu tariqa talablari va munosabatlari turlicha auditoriyalarda umumiy ramziy muhit vujudga keltiriladi. Los-Anjeles va Londondan taralgan rok musiqa butun dunyodagi o'z muxlislarini kiyinish va yeyish-ichishda o'z pirlariga taqlid qilishga majbur etadi.

Kastels axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, Internet va umuman multimedia ta'sirini har tomonlama qarab chiqadi. U elektron pochta ustunligi va qulayligini, elektron hamjamiyat paydo bo'lganligini, aloqa vositalari interfaolligini va boshqa holatlarni ajratib ko'rsatadi. Tarmoqqa kirish imkoni va unga kirishib ketish madaniyat uchun eng muhimdir. Kastels aytganidek, iste'molchi tarmoqqa bog'lanmagan ekan, u tarmoq jamiyati hayotida to'laqonli ishtirok eta olmaydi. Biroq olimda madaniy an'analar nuqtai nazaridan kompyuter tarmoqlaridan foydalanishning ayrim oqibatlari xususida jiddiy o'ylar paydo bo'ladi. Unga axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etishdan olinadigan madaniy samara demokratik kommunikatsiyalarning oddiy imkoniyatidan ko'ra ancha jiddiy bo'lib tuyuladi. Tarmoqqa ulanganlik uchun uning mantiqi, tili, "o'tish ball"iga, kodirovkasi va dekodirovkasiga moslashish talabi tarzida narx qo'yiladi, deb yozadi u.

Kompyuter tarmoqlari, Internet, televidenie singari ommaviy aloqa tizimiga muqobillik qiladi. Ular bir xillashtirilgan (homogenizatsiyalash-tirilgan) auditoriya uchun markazlashtirilgan ishlab chiqarish va ko'rsatish bo'lmish televideniega xavfdan darakdir. Internet paydo bo'lishiga qadar aloqa texnologiyalaridan

foydalanish natijasida ijtimoiy hayotni bo'laklarga bo'lib ko'rsatish mayli paydo bo'lgan edi. Kabel va sun'iy yo'ldosh televideniyesi bu jarayonni chuqurlashtirib yuborib, auditoriyaning turli bozorlari paydo bo'lishiga olib keldi. Bu ko'rsatish-eshittirish vositalari aniq maqsadli auditoriyaga ega bo'lgan holda, uni oldindan tanlangan axborot bilan ta'minlaydi. Natijada, bunday "tabaqalashtirilgan va xilma-xillashtirilgan dasturlar" tomoshabinlarni ajratib tashlaydigan bo'ldi. Kastels kelajakda dunyo yaxlit bir global qishloq bo'lishini oldindan xabar bergan Maklyuenga e'tiroz bildirgannamo aytadiki, biz dunyoviy qishloqda emas, balki "alohida tabaqalashtirilgan kottejlarda" yashashimiz juda ehtimol ko'rinadi. Maklyuen fikrini o'zgartirib, u "teeade 18 She teyosht" - "xabar berish vositasi - nomadir", ya'ni media auditoriyaning turli doiralari nimani talab qilishsa, nimaga qiziqishsa, o'shani uzatadi, deb yozadi. Bu umummilliy televidenie qo'llab-quvvatlab turgan umumiy madaniyatni boy berish xavfini tug'diradi. Zotan, mediamagnat Rupert Merdokga tegishli Sogrogayop axborot mahsuloti voqealar ana shu tarzda rivojlanishini tasdiqlovchi dalillardan biridir.

Muayyan axborot mahsulotining turli doiralarga bo'lib tashlangan hamda o'yin-kulgi va xursandchilikka yo'naltirilgan auditoriyaga yetkazib berilishi bilan bog'liq xonanishin, biqiq turmush tarzining roli oshib borayotganligi ham tashvish tug'diradi. Kastelsni xavotirga soladigan narsa shuki, turmushning asosiy qismini ko'ngilxushlik tashkil qiladigan bo'lsa, bu shunga olib boradiki, odamlar, oddiy foydalanuvchilar interfaol muloqotni o'zlari amalga oshirmaydigan bo'lib qoladilar. Dasturlarni ishlab chiquvchilar, prodyuserlar, san'at va kinematografiya sohasi mutaxassislaridan iborat markazlashtirilgan kuchlar bunday muloqotni yo'naltiradigan bo'ladi. Tarmoq jamiyati muvaqqat cheklovlar borgan sari bekor qilina boradigan abadiy olamni vujudga keltiradi. Bu turmush tarzlarining yemirilish, maromiylikning buzilish xavfini yuzaga keltiradiki, buning ustiga inson hayotining biologik bosqichlari hiyla-nayranglar domida qoladi. Inson go'yoki ikki xil makonda – kosmopolit sifatida global kenglikda, ma'lum etnik, mehnat guruhining vakili o'laroq mahalliy muhitda yashayotgandek taassurot tug'diruvchi holat jiddiy fiziologik zo'riqish keltirib chiqaradi. Birinchi holda u tarmoqda yetakchi rol

o'ynash, boshqaruv elitasi muhitida hukmronlik qilish uchun faol aloqa bilan mashg'ul bo'ladi. Ikkinchi holda u birlikni yo'qotmaslik, o'z guruhi, qarindosh-urug'laridan uzoqlashib ketmaslik uchun aloqa bog'lab turishi kerak bo'ladi.

Televidenie va tarmoq auditoriyasi unga yo'naltirilgan materiallar, eshittirish-ko'rsatuvlar, ularning mazmuni, ta'sir ko'rsatish yo'sinlari jihatidan ham tashvish uyg'otadi. Yevropada, hamonki sen siyosat bilan shug'ullanar ekansan, televidenie bilan ish ko'rmasliging mumkin emas, degan fikr taomilga aylanib qolgan. Davlat yetakchilarining, saylov kampaniyasida qatnashuvchi nomzodlarning siyosiy chiqishlari ko'pincha ulkan bir shou tarzida beriladi. Ko'p hollarda bunday tomoshalarning personajlari ekranda real chiqishlar bilan navbatma-navbat ko'rsatib turiladi. Matn bilan audioko'rish yo'sinlarining bunday omixtaligi yangi virtual reallikni yaratishga olib keladiki, o'z navbatida, bu muayyan tajriba bo'lib yashab qoladi. Kastelsning fikricha, multimedia - bu tizim bo'lib, unda reallik to'liq ilg'ab olingan va virtual obrazlarga, o'ylab topilgan olamga jo etilgan, ekranda aks etgan tashqi tasvirlar shu olamdagi qandaydir tajribadan xabar beribgina qolmasdan, o'zlari ham tajribaga aylanadi.

O'ylashimizcha, Kastels ekran sanoati taraqqiyotining salbiy tomonlarini ham ma'lum ma'noda oldindan ko'ra bilgan. Bugungi kunda hayotiy tajribaga va uydirmani haqiqiy faktdan ajratish ko'nikmasiga ega bo'lmagan tomoshabin namoyish qilinayotgan hamma narsani haqiqat, voqelik deb qabul qilishi ravshan ko'rinib turibdi. Tabiiyki, ayrim tomoshabinlarda OAV namoyish qilayotgan lavhalar, epizodlar va o'zlarini "hayajonga solgan" xatti-harakatlar psixikasiga taqlid qilish, o'xshatma amal qilib ko'rish ishtiyoqi tug'iladi. Kompyuter o'yinlari, tomosha qilingan jangari filmlar, ekranda ko'rsatilgan zo'ravonlik, vahshiylik sahnalari ta'siri ostida yoshlar sodir etgan jinoyatlar, qotilliklar, terroristik harakatlar soni ko'paygani bunga dalildir.

Jamiyatning ijtimoiy qatlamlaridagi bo'linishlarda, farqlanishlarda ham o'zgarishlar yuz berayotganiga e'tibor qilmaslik mumkin emas. Kastels nazdida, axborotlashuvchi kapitalizm jamiyatning qatlamlarga ajralishini tubdan o'zgartirib yubordi, Yevropada iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot Tashkiloti mamlakatlarida

aholining 30 % axborot mehnati sohasida bandligi shundan dalolat beradi. Tarmoq jamiyatining rivojlanishi aholining ilgarigidek qatlamlarga ajralish shakllarining o'zgarishi va tengsizlikning yangi shakllari paydo bo'lishi bilan bir vaqtda davom etmoqda. Mehnat bilan kapital o'rtasidagi ilgarigi taqsimot ham yo'qolib borayapti. Foydali natijani nazorat qilishda asosiy rolni ekspertlar, ko'p sonli aksiyaga ega guruhlar, top-menejerlar, tahlilchilar, elektron boshqaruvchilar o'ynaydigan bo'lishdi. Ular zamonaviy kompyuterlashtirilgan ishlab chiqarishning tepasidadirlar. Kompaniyalar faoliyatini yo'naltiruvchi kishilar ularga doimiy o'zgarib turgan sharoitlarda yashovchanlikni saqlab qolish imkonini beradigan axboriy ko'nikmalarga ega bo'lishlari lozim. Hozirgi paytda katta hajmdagi tovarlar, xizmatlar sohibi bo'lishning o'zi kamlik qiladi, buning ustiga keng tarmoqli axborot, ma'lumotnoma materiallariga ham ega bo'lish darkor. Busiz sur'atni, istiqbolni boy berib qo'yish hech gap emas. Tahlil qilishga, strategiyani belgilashga, samarali muloqot olib borishga va ommaviy axborot vositalari yordamida taqdimot tadbirlarini o'tkazishga qodir axborot xodimlari zamonaviy tadbirkorlikning o'zagini tashkil qiladi. O'zlarini dasturga tuzgan, zarur bo'lgan taqdirda o'qish va qayta o'qish mahoratini egallagan bu kishilarning aksariyat qismi obro'li oliy o'quv yurtlarini bitirgan, biznesdagi va loyihalashtirishdagi shaxsiy ishtiroklari bayon etilgan salmoqli hujjatlarga ega mutaxassislardir.

Bugungi yangi dunyoda axborotlashgan mehnat asosiy qiymatni ishlab chiqaruvchi bo'lib qolmoqda va unga yuksak talablar qo'yiladi. Ilgarigi ishchilar sinfi tezda moslashuvga, sur'atni ushlab turishga va "sahnani" o'z vaqtida tark etishga qodir emasligi ochiq-oydin bo'lib qoldi. Globallashtirish dunyoda u o'zini nochor sezadi. Malakasiz va yaxshi tayyorgarlikdan o'tmagan ishchi kuchi jamiyat nazar-e'tiboridan chetda qoladi. Bu odamlar eng yaxshi deganda, o'zlariga kam haq to'lanadigan ish topa oladilar, omad kulib boqmasa - turli jinoyatkor guruhlar qo'liga, uyushgan jinoyatchilik muhitiga tushib qoladilar. G'arb mamlakatlarida, deb qayd etadi tadqiqotchi, bilimsiz, axborotlashuvchi kapitalizm koriga yaramaydigan odamlar "to'rtinchi dunyo"ni tashkil qiladi, chunki ular uchun globallashtirish kapitalizmda kerakli rol ham, ko'nikmalar ham qolmagan (shaharlik qashshoqlar,

AQSh va boshqa mamlakatlardagi gettolar aholisi shundaylar jumlasidandir). Natijada yirik megopolis-shaharlarda jahon iqtisodiy tizimining markaziga aylangan axborotlashgan xodimlar qatorida kambag‘allar, o‘z sinfi bilan aloqasini yo‘qotgan aholi qatlamlari yashashadi. Bunday ayanchli ahvoldan chiqish yo‘li faqat bir narsada ko‘rinadi: ilgari “umumiy tipdagi xodimlar” bilim olish va axborot-kommunikatsiya texnologiyalari bilan ishlash ko‘nikmalarini o‘zlashtirish orqaligina yangi iqtisodiyot talablarini qondira oladilar.

Tarmoq jamiyati o‘xshashlikning o‘tmishga murojaat qilinmaydigan yangi shaklini ham yaratadi. Bu yerda e’tibor markazida ijtimoiy harakatlar turadi, deb hisoblaydi Kastels. Ular qadriyatlarni, jamiyat institutlarini o‘zgartiradigan va insonga uning o‘xshashlik bobidagi asosiy unsurlarini ato etuvchi maqsadga yo‘nalgan jamoaviy harakatlarni namoyon qiladilar. Mehnat bozorida axborot xodimlari sanoatlashgan jamiyatning ilgari ishchilar sinfi o‘rnini bosgan o‘ziga xos yangi sinf bo‘lib qoldi, degan fikrga ham yo‘l beriladi. Ijtimoiy hayotda ham avvalgi sinfiy ajratishlar yo‘qolib, siyosiy jihatdan uyushuvning boshqa, yangi shakllari paydo bo‘layotir. Tarmoq jamiyati qarshilik ko‘rsatish harakatini va “loyihalashtirilgan o‘xshashlik” harakatini dunyoga keltiradi.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

- 1. Axborot asri deganda nimani tushunasiz?*
- 2. Axborotlashgan jamiyat bu nima?*
- 3. Tarmoq jamiyati nazariyasining paydo bo‘lishi nima sabab bldi?*
- 4. Media, madaniy va kasbiy-ijtimoiy darajadagi nomutanosiblik deganda nimani tushunasiz?*

Mustaqil ish uchun mavzular:

- 1. Axborot asrining mazmun-mohiyati.*
- 2. Axborotlashgan jamiyatga doir nazariyalar.*
- 3. Tarmoq jamiyati nazariyasining paydo bo‘lishi.*
- 4. Media, madaniy va kasbiy-ijtimoiy darajadagi nomutanosiblik.*

XI-BOB. AXBOROT SOHASI GLOBALLASHUVI SHAROITIDA ZAMONAVIY OCHIQ AXBOROT TIZIMLARI FAOLIYATINING PSIXOLOGIK XUSUSIYATLARI

Darsning maqsadi: “Globallashuv” soʻzining maʼnosi, axborot globallashuvi jarayoni, globallashuv jarayonining qonuniyatlari, axborot globallashuvining xarakterli xususiyatlari, axborotning globallashuvi sayyoramiz boʻylab keng yoyilishi. Globallashuv davrida ommaviy kommunikatsiya vositalari rivojlanishi, internetning ommaviy kommunikatsiya vositasi sifatidagi afzalliklari, internetning ommaviy axborot vositasi sifatidagi kamchiliklari. Dunyo axborot makonida davlatlarning oʻzaro hamdoʻstligi, axborot makonida davlatlarning oʻzaro kurashi, axborot davri texnologiyalarining rivojlanishi oqibatida sayyoramiz hududining geosiyosiy kurash maydoniga aylantirilishi. Axborot oqimlari sharoitida sivilizatsiyalar, iqtisodiy jihatdan rivojlangan mamlakatlar rioya qiladigan axborotning erkin oqimi, trafidorlarini koʻproq rivojlanayotgan mamlakatlar tashkil etadigan ikkinchi - yangi umumjahon axborot tartibi, Osiyo mamlakatlari va sivilizatsiya toʻgʻrisida maʼlumot yuerish.

REJA:

1. Axborot globallashuvi jarayonining mazmuni va xususiyatlari.
2. Globallashuv davrida ommaviy kommunikatsiya vositalari rivojlanishining yangi yoʻnalishlari.
3. Dunyo axborot makonida davlatlarning oʻzaro hamdoʻstligi va kurashi.
4. Axborot oqimlari sharoitida sivilizatsiyalar holati.

Tayanch tushuncha va atamalar: Globallashuv jarayoni, axborot oqimlari, ommaviy kommunikatsiya, axborot oqimlari, sivilizatsiya, ochiq axborot tizimlari, ommaviy axborot vositalari, axboriy tahdid, axborot sohasidagi milliy manfaatlarga,

axborot sohasida shaxs va jamiyat manfaatlariga tazyiq, axborot qarama-qarshiligi, jamiyatning axboriy xavfsizligi, davlatning axboriy xavfsizligi.

11.1. Axborot globallashuvining mazmuni va xususiyatlari

“Globallashuv” soʻzi lotincha (yer shari)dan olingan. Globallashuv deb, maʼlum bir gʻoya yoki maxsulotning sayyoramiz boʻylab tarqatilishiga aytiladi. Aksariyat mutaxassislar nazdida, globallashuv iqtisodiy jarayonlardan boshlangan. Bunga goʻyo amerikalik olim Tomas Levitt 1983 yilda “Harvard biznes revyu” jurnalida eʼlon qilgan “Bozorlar globallashuvi” nomli maqola sabab boʻlgan. Fikrimizcha, axborot globallashuvini davrlashtirishga bunday yondashuv uncha toʻgʻri kelmaydi.

Aslida, bu jarayon qachon boshlangani haqida gap borar ekan, aniq bir muddatni keltirish qiyin, albatta. Mazkur sohadagi globallashuv axborot tarqatishning texnik imkoniyatlariga muvofiq rivojlanib kelgan. Hatto alifbo va qoʻlyozmalar (varaqaalar, kitoblar) globallashuvning dastlabki koʻrinishlari oʻlaroq xizmat qildi desak, adashmasak kerak. Ushbu masalaning keskin rivojlanishi sifatida bosma kitob, radio va televideniening paydo boʻlishini aytishimiz mumkin. Balki, axborot globallashuvining zamonaviy bosqichi XX asrning oʻttizinchi yillarida nemis radiosi boshqa mamlakatlarga oʻz eshittirishlarini uzatishga kirishganidan va 1942 yilda “Amerika ovozi” radiostansiyasi ochilganidan boshlangandir.

Axborotning globallashuvi sayyoramiz boʻylab keng yoyilishi uchun “sovuq urush” yaxshigina xizmat qilib berdi. Bunday urush davomida boshqa (sotsialistik, kapitalistik, uchinchi dunyo) mamlakatlar aholisini zudlik bilan va keng koʻlamda tegishli axborot bilan taʼminlab turish zaruriyati paydo boʻldi. Mazkur raqobat natijasi oʻlaroq keskin rivojlanib ketgan axborot yetkazuvchi texnika globallashuvning nafaqat axborot, shu bilan bir qatorda barcha boshqa turlari ham avj olishiga sababchi boʻldi. Binobarin, ommaviy kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi axborotning keng tarqalishi va globallashuvini keltirib chiqardi. Buning oqibatida esa globallashuvning boshqa turlari vujudga keldi.

Hozirgi bosqichda axboriy globallashuv qanday aniq asosga ega? XX asrning 70-80-yillarida televidenie global hodisaga aylanolmadi. Chunki o'sha davrdagi teleko'rsatuvlar bir-biriga to'g'ri kelmaydigan to'rtta texnik tizimga asoslangan edi. Rivojlangan dunyo televideniesi sotsialistik mamlakatlar televideniesi tizimida faoliyat ko'rsatardi. Natijada bir texnik tizimga muvofiq yaratilgan televizorlar boshqa tizim signallarini qabul qilolmasdi.

Internetda esa bunday nomuvofiqlik bartaraf etildi. Bunga barcha Internetdan foydalanuvchilar yagona texnik standart (protokol)lar asosida ishlashlari yordam berdi. Albatta, Internet milliy sektorlarga bo'linadi. Lekin texnik jihatdan yagona tarmoq bo'lgan bu faoliyat maydonida bir sektordan boshqasiga o'tish hech qanday qiyinchilik tug'dirmaydi.

Ko'rib turganimizdek, globallashuv axborot shakliga asoslanib va undan boshlanib, keyinchalik iqtisodiy va moliyaviy, so'ngra siyosiy va harbiy, bora-bora esa madaniy va mafkuraviy sohalarga ham o'tib ketdi. Demak, bugungi kunda axborot globallashuvi bu jarayonning barcha qolgan turlari uchun yaxlit asos, matematiklar tili bilan aytganda, umumiy maxraj bo'lib xizmat qilmoqda.

Axborotning texnik usullar yordamida tarqatilishini mafkuraga nisbatan ikkinchi darajali ish deb hisoblash soddalik bo'lar edi, lekin, afsuski, bunday fikrlash tez-tez uchrab turadi. Ushbu masalada biz rossiyalik I.N. Panarinning fikrini to'g'riroq deb hisoblaymiz. Olim shunday deb yozadi: "Internetning global tarmoklari rivojlanishi axborot asri boshlanishining eng xarakterli misollaridan biridir. AQSh va Xitoyning geosiyosiy yutuklari ularning xarbiy va iqtisodiy kuch-qudratidan ko'ra eng avvalo axborot sohasidagi qudrati bilan va dunyoda sodir bo'layotgan asosiy axboriy, madaniy hamda ijobiy jarayonlar ustidan nazorat o'rnatganliklari bilan belgilanadi"². Muallifning yozishicha, axborot ta'siri har bir jamiyatda boshqa jarayonlarni belgilab beradi. Bunday fikrga qo'shilmasdan ilojimiz yo'q.

Globallashuv qonuniyatlarini o'zimiz tushunchanimizcha keltirishga harakat qilamiz.

² Панарин И.Н. Информационная война и дипломатия. - М.: ОАО "Издательский дом "Городец", 2004. - 445-б.

1. Faqat hammaga kerak bo'lgan, ya'ni *universal* konsepsiyalar, g'oyalar yoki tovarlar globallashadi. Masalan, achchiq qalampirning sayyoramiz bo'ylab tarkalishi yer sharining o'rta kengliklarga kelib sekinlashadi va shimoliy kengliklarda deyarli butunlay to'xtab qoladi, chunki bu yerda yashovchi halklar uni unchalik xush ko'rishmaydi. Jinsi shimlar kiyish esa butun yer yuzi aholisi uchun urf bo'lgan.

2. Globallashuv davomida, albatta, mamlakatlarning sivilizatsion o'ziga xos xususiyatlari emas, balki ushbu jarayonda *faol* mavqeni egallab turgan davlatlar uchun foydali bo'lgan, masalan, g'arbiy demokratiya prinsiplari singari g'oyalar keng tarqatiladi.

3. Globallashtirish tashabbuskorlari uchun ham, uning natijalarini qabul qilayotgan davlatlar uchun ham *xavfsiz* bo'lgan g'oya yoki buyumlar (masalan, kompyuterlar, lekin atom bombalari emas) globallashishi mumkin. Ayrim diniy akidalardan kelib chikuvchi shubhali g'oyalar yoki ma'lum bir halklar yaxshi ko'rgani holda, boshka halklar xushlamaydigan tadbirlar (masalan, ispaniyaliklarning korridasi) globallashmaydi.

4. Faqat *ilgor* turmush tarzi va hayotiy normalar, masalan, tenglik va demokratiya g'oyalari, gigiena koidalari va h.k. globallashadi.

5. *Qulayliklar* yaratadigan, ruhiy qoniqish yoki moddiy farovonlik olib keladigan narsalar: musiqa anjomlari va plastik oynalar, kliplar va h.k. buyumlar globallashtiriladi

Axborot globallashuvi ham bir qator xarakterli xususiyatlarga ega. Bularning asosiylari sifatida quyidagilarni sanab o'tish mumkin:

1. Barcha iste'molchilarga qiziqarli, ommaviy va foydali axborotni yetkazish.

2. Axborotni iste'molchining ona tilida yetkazish ("Amerika ovozi", "Ozodlik", "Ozod Yevropa" va Bi-bi-si radiostansiyalari o'zbek tilida eshittirishlar olib boradi va shu tildagi o'z saytlariga ega).

3. Ma'lumotni sayyoramizning barcha joylariga tezkorlik bilan yetkazish ("global qishloq" konsepsiyasi).

4. Ommaviy axborotni jurnalistikaning barcha turlari orqali: matbuot ("Interneshnl herald tribyun", "Faynenshl tayms"), televidenie (Sien-en, Bi-bi-si),

radio (“Amerika ovozi”, “Mayak”) yoki Internet yordamida tarqatish.

5. Axborot olishning arzonligi: 1000-3000 so‘m (15-30 sent)ga internet- kafeda katta hajmdagi ma’lumotlarni yozib olish mumkin. Keyingi o‘n yil mobaynida axborot narxi yuzlab marotaba arzonlashdi.

6. Auditoriyaning turli qatlamlariga aynan zarur bo‘lgan, ixtisoslashtirilgan axborotni yetkazish, ushbu qatlamlarni bevosita o‘zlariga kerakli ma’lumotlar bilan ta’minlash.

7. Axborot hech qanday chegara va bojxonalarni tan olmaydi, barcha mamlakatlar hududiga ruxsat so‘ramasdan kirib boraveradi.

Axborot bobida globallashuvni keltirib chiqarayotgan omillar sifatida quyidagilarni sanab o‘tish mumkin:

1. Dunyo bo‘yicha kompyuter texnikasi, sun’iy yo‘ldoshli antennalar va qo‘ldagi telefonlar sonining ko‘payishi, Internetga kirishning osonlashgani.

2. Axborot olish imkoniyatlari tobora osonlashib borayotgani, ko‘p hollarda axborot iste’molchining bevosita uyigacha yetkazilishi.

3. Sayyoramiz aholisi orasida dunyoviy tillarni egallaganlar soni ko‘payib borishi, ko‘pgina odamlar bir nechta dunyo tillarini o‘rganganligi.

4. Televizion va kino obrazlari baynalmilal xarakterga ega bo‘lib, tarjimaga muhtoj emasligi va h.k.

XX asr oxiri - XXI asr boshi dunyoda demokratik jarayonlarning kuchayishi bilan nishonlandi. Shaxs va halqlar huquqlarining obro‘yi oshishi, bir tomondan, diktaturalar va o‘ta markazlashgan davlatlar tarqalib ketishiga (Sobiq Sovet Ittifoqi, Yugoslaviya), ikkinchi tomondan esa - ularning o‘zaro manfaatli asosda birlashuviga (Yevropa Ittifoqi, Shanxay Hamkorligi Tashkiloti) olib keldi.

Globallashuv jarayoni axborot va tovarlarning shu qadar keng ko‘lamli va qudratli oqimidirki, u yo‘lida uchragan to‘siqlarni supirib tashlab, barcha halqlar va mamlakatlarni o‘z domiga tortishga qodirdir. Bugungi axborot davrida globallashuv dunyo halqlari turmush tarzini belgilab beruvchi asosiy omilga aylandi. Uning mayllari ta’sirida hatto davlatlarning qonunlari va jamiyatlarning urf-odatları o‘zgarib bormoqda.

Shu bilan bir qatorda globallashuv jarayonida uning faollari tomonidan boshqa mamlakatlarga yetkazib turiladigan ma'lumotlar o'z-o'zidan o'sha davlatlar uchun tahdid sifatida namoyon bo'lishini ta'kidlash joizdir. Chunki bu jarayon peshqadamlari boshqa davlatlar xududida o'z axboroti, moliyasi, tovarlari va xarbiy qurollarini tarqatar ekanlar, ma'lum darajada ularning suverenligini poymol etadilar.

Globallashuvning bosh xususiyatlaridan biri - uning uzluksiz ravishda kengayib va chuqurlashib borishidir. Turli mamlakatlarda yashaydigan halqlar va shaxslarning doimiy ravishda yangiliklardan xabardor bo'lishga, ularni o'z hayotlariga tatbiq etishga kuchli intilishlari globallashuvga asos bo'lib xizmat qiladi. O'z navbatida, har bir davlat, jamiyat va shaxs psixologik jihatdan axborotni qabul qilish uchun ochiq tizim ekanligi bunda bosh sabab vazifasini o'taydi.

O'zbekiston uchun globallashuvning zamonaviy (va, aytish mumkinki, asosiy) bosqichi 1996 yil may oyidan boshlandi. O'sha paytda O'zbekiston Respublikasi

Prezidenti devonining Axborot markazi tashabbusi bilan O'zPAK deb nomlangan milliy provayder tashkil etildi. O'zPAK O'zbekiston Axborot agentligi, gazeta va jurnallar tahririyatlarini, mamlakat radio va televideniesini Internet tarmog'iga ulab berdi. Davriy bosma nashrlarning aksariyati "Internet" ruknini ochishdi va shu yo'l bilan respublika aholisining keng qatlamlarini ushbu dunyoviy tarmoq bilan tanishtira boshlashdi.

11.2. Globallashuv davrida ommaviy kommunikatsiya vositalari rivojlanishining yangi yo'nalishlari

Internetni ommaviy kommunikatsiya vositasi deb hisoblash mumkinmi yoki yo'qmi? Olimlarning ushbu masala atrofidagi tortishuvlari ko'pdan beri davom etib kelyapti. Har xil mamlakatlar mazkur masalani turlicha hal qilmoqdalar. Bitta misol keltiraylik. "Internet-jurnalistika" kitobining mualliflari yozishlaricha, "Nyu-York shtatining Oliy sudi pretsedentli"^{3 4} qaror qabul qildi: sud barcha Internet saytlarini,

¹ П р е ц е д е н т - инглиз-саксон мамлакатларидаги ҳуқуқий қоида. Маълум бир воқеа юзасидан бирор обрўли суднинг чиқарган қарори бошқа судлар учун шундай воқеани кўришда асос, намуна, ибрат, ўрнак бўлиб хизмат қилиши мумкин.

⁴ Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. Уч. пос. для студ. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - Б.

ularning mazmuni va malakaviy darajasidan qati nazar, ommaviy axborot vositasi deb e'lon qildi. Endi Internetda o'z asari bilan qatnashayotgan har bir muallif Amerika yustitsiyasi nazarida jurnalist hisoblanadi va professional ommaviy axborot vositalarining xodimlari singari axborot olish va tarqatish huquqiga ega. Ekspertlarning aksariyati mazkur qarorni inqilobiy xarakterga ega, deb baholamoqdalar, chunki u globallashuv sharoitida jurnalistikaga bo'lgan qarashlarni tubdan o'zgartirib yubormoqda"¹.

Bir qator mamlakatlarda bo'lgani kabi, bizning respublikamizda ham faqat O'zbekiston Matbuot va axborot agentligi tuzilmalarida tegishli qayddan o'tgan Internet-saytlar ommaviy axborot vositasi deb hisoblanadi.

Predmetning bahstalabligi bu yerda faqat nashrning huquqiy maqomiga tegishli: qayddan o'tgan saytlar an'anaviy ommaviy axborot vositalari bilan teng huquq va majburiyatlarga ega bo'lib, qayd etilmaganlari bunday huquq va majburiyatlardan holidir, xolos. Masalaning asl mohiyatiga kelsak, aytish kerakki, agar biror bir axborot kanali keng jamoatchilik uchun ma'lumotlar tarqatar ekan, albatta, u ommaviy axborot vositasi bo'lib qolaveradi. Internetning auditoriyasi esa an'anaviy ommaviy axborot vositalarinikiga qaraganda ancha kengdir.

Global ommaviy kommunikatsiya vositasi sifatida Internet umummilliy (O'zbekiston), mintaqaviy (Markaziy Osiyo, Osiyo - Tinch okeani mamlakatlari), qit'aviy (Umumiy Yevropa) va sayyoraviy bo'ladi. Cheksiz axborot imkoniyatlariga ega Internet faoliyat bobida ham juda katta tuzilmaviy-funksional ko'pxillikka ega. Xohishi bor va qo'lidan keladigan har qanday odam Internet orqali axborot tarqatish yo'li bilan ommaga ta'sir etish imkoniyatiga ega.

Internet kengliklarida kasbiy globallashuv ham yuz bermoqda, chunki har bir kasb vakili o'z sohasida erishilgan yangiliklar va ilg'or texnologiyalarni barcha kasbdoshlariga yetkazish imkoniyatiga ega. Bunday xizmatlar faqat pulli asosda amalga oshiriladi deyish xato bo'lur edi, zero ko'pgina mutaxassislar puldan ko'ra o'z ixtirolari haqida boshqalar bilishini yoki o'z kashfiyotlari keng qanot yoyishini

istaydi. Virtual maydonlarda shuningdek til globallasuvi amalga oshmoqda - jahon tillari hisoblangan ingliz, xitoy, ispan tillari global tillarga aylanib borayapti.

Internetda jurnalistikaning doimiy maqsadi bo'lib kelgan ko'p adad (tiraj)likning maksimal, mutlaq darajasiga erishiladi. Jurnalistikaning o'zi ham, eng avvalo, aynan ommaviylik prinsipiga muvofiq paydo bo'lganligini eslash joizdir. Bundan tashqari, Internet an'anaviy jurnalistikaning chegaralari va imkoniyatlarini, turlari, shakllari hamda janrlarini keskin kengaytirdi. Hatto jurnalistika janrlari tarkibiga umuman kirmagan press-reliz Internet saytlarida eng keng tarqalgan janrlardan biriga aylandi. Internet - bu dunyoning zamon va makondagi bevosita borlig'idir, chunki u dunyoni 24 soatlik jamiyatga aylantirdi.

Internet - universal ommaviy kommunikatsiya vositasidir. Bizningcha, ushbu universallikning asosiy o'lchovlari quyidagilardan iborat:

1. Mazmun va shakl universalligi: a) mavzu, g'oya, muallif pozitsiyasi, uslub, janrlar; b) davriylik; v) ommaviylik; g) hammaboplik; d) tejamkorlik; ye) axborot yetkazishning ko'pxilligi.

2. Internet ko'plab turli xil funksiyalarni bajaradi: ommaviy kommunikatsiya vositasi, ma'lumotnoma, savdo-sotiq, reklama, pochta aloqasi.

3. Internet butun dunyoni aks ettirish qobiliyatiga ega, uning kengliklarida har bir iste'molchi aynan o'ziga kerakli ma'lumotlarni topa oladi - uning ohangrabo kuchi aynan shunda.

4. Internet nazorat va senzurdan ozoddir.

5. Saytlardagi ma'lumotlar tez-tez yangilanib turadi.

6. Internet halqaro yangiliklardan tortib bevosita shaxsiy ma'lumotlarga barcha darajalardagi axborotlarni o'zida mujassamlashtiradi.

7. Inson aqlining beqiyosligi Internetning beqiyosligini tashkil etadi va aksincha.

Internetning universalligi axborotning ko'pqirraligi, uni tayyorlash va joylashtirish osonligi, qabul qilish, tushunish, zohiran va aqlan tez ishlab chiqish qulayligi kabi jihatlarni qamrab oladi. Bu yerda barcha turdagi ma'lumotlarni - yangiliklar, tahliliy materiallar, kasbiy ma'lumotlar, statistika, foto, dam olishga oid

va hokazo axborotni topish mumkin. Shu kabi ishlarning barchasini uddalaydigan axborot vositasi universal OKV deb atashga loyiqdir. Internet aynan shunday xususiyatlarga ega.

Internet saytlari zanjirli reaksiya prinsipida ishlaydi: iste'molchi biror-bir saytni ochib, uning turli tomonlarida boshqa saytlarga ishoralarni ko'radi va ularga kirib, o'z qidiruvida davom etadi. Shu tariqa uchinchi, to'rtinchi saytlarga o'tib ketaveradi. Har bir saytning chetlarida Internet tilida giperishoralar va gipermatn deb ataladigan yangi-yangi havolalar paydo bo'ladi va har bir iste'molchi ular oralab o'zi xohlagan tarzda izlanishini davom ettiradi.

Internetning universalligi axborot manbalarining majmuiy xarakterga egaligi, mualliflar qarashlarining xilma-xilligi, axborot yetkazishning tezligi, ko'psaytligi, ko'pkanalligi singari xususiyatlarda ham o'z tasdig'ini topadi. Internetda iste'molchi foydalanishi mumkin bo'lgan arxivlar ham anchagina. Har bir inson virtual kengliklarda xohlaganicha saytlar sonini ochib quyishi mumkin. Tashkilotlar, vazirliklar yoki muayyan sohalar haqida gapirmasa ham bo'ladi, amalda tarmoqning elektron kengliklari cheksizdir.

Internet - har bir kishi uchun ochiq tizim. Ochiqlikning bunday darajasiga boshqa biror OKV erisholmagan. Ko'p hollarda iste'molchilar o'zlariga qulay bo'lgan paytda kerakli saytlarga kira oladilar va ularning mualliflari bilan bevosita so'zlashuv tarzida interaktiv muloqot olib bora oladilar. Mazkur imkoniyat - OKV faoliyatining jurnalistlar besh yuz yildan beri intilib kelgan noyob formulasidir.

Internetdan samarali foydalanish uchun uning kengliklarida to'g'ri yurish qoidalarini bilish, ya'ni navigatsiya mahoratiga ega bo'lish lozim. Navigatsiya - Internetning murakkab, lekin o'rganilishi zarur bo'lgan san'atidirki, uni egallamasdan turib Internetda ishlashning iloji yo'q.

Jahon Internet hamjamiyati sayyoramiz bo'yichabu tarmoqdan foydalanuvchilarning umumiy majmuini tashkil qiladi. Nihoyatda ulkan va ko'plab toifalarni o'z ichiga oluvchi hamjamiyat bo'lganligi sababli uni aniq bir tizim sifatida tavsiflash ancha mushkul. Shuning uchun Internet hamjamiyatining faqat umumiy xususiyatlari haqida gapirish mumkin.

1. Internetda butun dunyo hamjamiyati, unda ishlash uchun texnik imkoniyatlarga ega bo'lgan barcha mamlakatlar faoliyat ko'rsatishi mumkin.

2. Har bir mamlakat Internetda o'z maydoni (sektori)ga ega va o'z milliy tilidan foydalanadi.

3. Foydalanuvchilarning aksariyati virtual tarmoqda keng tarqalgan jahon tillarini imkon qadar bilishlari kerak.

4. Xoh katta mamlakat bo'lsin, xoh kichik mamlakat, barchasi, hamma foydalanuvchilar Internet oldida baravardir. Bu nihoyatda demokratik tabiatli ommaviy kommunikatsiya vositasi hisoblanadi.

5. Hech kim Internetda boshqa axborot manbalari huquqini cheklashga qodir emas, faqat nomaqbul sanalgan u yoki bu saytni o'z mamlakati hududida vaqtincha yopib qo'yititi mumkin, xolos.

Bugungi kunga kelib real borliqdagi barcha narsalarning virtual nusxasi Internetda o'z aksini topgan. Siyosiy partiyalar va uyushmalar, ahillik va qarama-qarshiliklar, kelishuv va bahslar, himoya va hujumlar elektron kengliklarga ko'chgan. Aytish mumkinki, sayyoramiz ijtimoiy fikri Internet timsolida o'zining virtual egizagiga ega bo'ldi.

Internet hamjamiyatida ham xuddi real dunyodagidek qonuniyatlar amal qilmoqda. Farqi faqat shundaki, real dunyoda real, Internetda esa virtual o'lchovlar ish ko'rsatayapti. Lekin axborot tarqatilishi tezligida farqlar juda katta: Internetda bu sur'at bir soniyada 300000 kilometrni tashkil etadi, real dunyoda esa bunday tezlikda faqat elektrosignal va nur taraladi.

Real dunyoda davlatlarning jismoniy chegaralari mavjud, virtual kengliklarda esa bunday chegaralar yo'q. Real olamda, masalan, AQSh okeandan sakrab o'tolmaydi, virtual tizimda esa ular dunyo bo'yicha hokimi mutlaq. Real hamjamiyat va Internet hamjamiyati o'rtasidagi barcha farqlarni axborot- kommunikatsiya texnologiyalari belgilab beradi. Kimki shunday texnologiyalarga ega bo'lsa, elektron kengliklarda ham o'sha yetakchilik qiladi.

Internetning ommaviy kommunikatsiya vositasi sifatidagi **afzalliklari** quyidagilardan iborat:

1. Axborotning o‘ta tezligi.
2. Senzuraning yo‘qligi.
3. Demokratikligi.
4. Universalligi.
5. Axborotni cheksiz joylashtirish imkoniyatlari.
6. Tarmoqning interaktiv xarakteri.
7. Foydalanuvchilar uchun qulayligi.
8. Arzonligi.
9. Materialni e‘lon qilishda byurokratik to‘siqlardan holiligi (imzolar yig‘ish shart emasligi).

10. Hokimiyat tomonidan nazorat yo‘qligi (ayrim saytlar bundan mustasno).

11. Ommaviy kommunikatsiya vositalari konvergensiya.

Internetning ommaviy axborot vositasi sifatidagi **kamchiliklari**:

1. Internetni boshqaradigan yagona halqaro markaz yo‘qligi. Bunday idorani Birlashgan Millatlar Tashkiloti qoshida ochish mumkin bo‘lardi.

2. Virtual axborotni tartiblashtirish uchun halqaro miqyosda yagona huquqiy baza mavjud emasligi.

3. Axborot tarqatish axloqining tez-tez buzilib turilishi. Tarmoqdan foydalanuvchilarning yagona halqaro axloqiy kodeksi yo‘qligi.

4. Tekshirilmagan, haqiqiy bo‘lmagan axborotning haddan tashqari ko‘pligi.

5. Virtual dunyo kengliklarida texnologik jihatdan kuchli davlatlar hukmronligi. Buning oqibatida xato-kamchiliklar, ishonchsizlik va begonalashishning kelib chiqishi.

6. Pornografiya, nomunosib latifalar va boshqa shu kabi g‘ayriijtimoiy axborotning ko‘pligi.

7. SPAM - keraksiz, ortiqcha axborot, ya‘ni axboriy ahlatning bisyorligi.

8. Axborot manbalarining haddan tashqari ko‘pligi, ularning betartibliigi, aralashib ketganligi.

9. Saytlarni qidirish va ochish uchun juda ko‘p vaqt sarflanishi.

10. Internetdan terroristik, qo‘poruvchilik va boshqa g‘ayrifuqaroviy

maqsadlarda foydalanilishi.

Har qaysi jamiyatning axboriy informatizatsiyasi ikkita asosiy mezonlardan - ilg'or axborot texnologiyalariga ega bo'lish zarurligidan va mamlakatning milliy xususiyatlaridan kelib chiqib belgilanadi. Texnologiyalar boshqa mamlakatlar tomonidan zudlik bilan ("nemis mo'jizasi" deb atalib, Yevropada katta tezlikda tarqalgan kitob bosmasiga o'xshab) o'zlashtiriladi, lekin milliy xususiyatlar borasida bunday hodisa yuz berishi juda qiyin, albatta.

Umuman olganda, axborot infratizatsiyasi ommaviy axborot tarqatuvchi sub'ektlar va texnik vositalardan tashkil topib, unga axborot agentliklari, televidiyo va radiokompaniyalar hamda studiyalar, respublika, viloyat, shahar va tuman gazetalari, Internet sektorlari, portallari va saytlari kiradi. Shu bilan bir qatorda axborot infratizatsiyasi tarkibida davlat va nodavlat tashkilotlar, ijodiy uyushmalar ham bor. Signallarni tarqatuvchi tashkilotlar - Aloqa va axborot agentligi, teleradiokompaniyalar va bosma ommaviy kommunikatsiya vositalarining tegishli xizmatlari uning texnik bo'linmalarini tashkil qiladi.

Ommaviy kommunikatsiya vositalari tizimi - bu jonli, doimo yangilanib turuvchi organizm bo'lib, uning ayrim qismlari vaqti kelganda faoliyat ko'rsatishga boshlasa, boshqalari faoliyatini to'xtatadi, uchinchilari o'z shaklini o'zgartiradi va h.k. Har bir mamlakat qanchalik ko'p axborot imkoniyatlari va texnologiyalariga ega bo'lsa, shu qadar kuchli bo'ladi. Axborot imkoniyatlariga hukumat, vazirlik, qo'mitalarning rasmiy materiallari, kutubxonalar, axborot va tahlil markazlari, mamlakat, tashkilotlar, muassasalar va OKV tahririyatlarining arxivlari, axborotlar banklari va bazalari, kataloglar, ma'lumotnomalar va boshqalar kiradi. Axborot texnologiyalari - bu sun'iy yo'ldosh va kabel orqali bog'lanishlar, kompyuter tarmoqlari, zamonaviy bosmaxonalar, raqamli videokameralar, fotoapparatlar, diktofonlar demakdir. Bularning hammasi jam bo'lib ommaviy kommunikatsiya vositalarining baza va majmuasini tashkil etadi.

Axborot infratizatsiyasi doimo jamiyat rivojiga mos ravishda yangilanib turadi - o'zgarishlarga javob tariqasida bosma nashrlar, teleradiokanallar va dasturlar, Internet saytlarining sonlari ham ko'payib boradi. Boshqacha aytganda, mazkur

infratuzilma har bir fuqaroga yetib borish maqsadida uzluksiz kengayib, chuqurlashib, tabaqalashib boraveradi. O'zbekiston axborot asriga qadam quyittti bilan bu tabiiy jarayon yanada kuchaydi.

Milliy axborot markazlari deb, mamlakat ichida faoliyat ko'rsatadigan axborot markazlariga aytiladi. Ular ko'p va turli darajada: umummilliy, milliy-sohaviy, ommaviy kommunikatsiya vositalarining turlari, faoliyat yo'nalishlari bo'yicha, viloyat, shahar hamda tuman miqyosida va h.k. bo'lishi mumkin. OKV jumlasiga matbuot xizmatlari, axborot va tahlil markazlari, bo'limlari va guruhlar, matbuot kotiblari ham qo'shilsa, mantiqan to'g'ri bo'ladi.

Halqaro markazlar to'g'risida shuni aytish zarurki, milliy markazlarga nisbatan yuqoriroq mavqega ega bo'lganliklari sababli ular o'z faoliyatlari uchun

“Jahon” axborot agentligi kabi axborot manbalariga egadir.

Kuchli halqaro markazlar jumlasiga yirik axborot agentliklarini (Assoshieyted Press, Yunayted Press Interneshnl, Reyter, Frans Press, ITAR-TASS va boshq.), dunyoda peshqadam teleradiokompaniyalarni (Si-en-en, Bi-bi-si, TV-5, “Al-Jazira”, transmilliy televidenie va radio) kiritishimiz mumkin. Aynan shular halqaro maydonda axborot tarqatuvchi asosiy sub'ektlardir. Ayrim tadqiqotchilar (Ye.L.Vartanova) ta'kidlaganlaridek, dunyoda yetakchilik qilayotgan teleradiokompaniyalar butun yer yuzi bo'ylab axborot tarqatsalar-da, ularning ma'lumotlari o'zlari mansub bo'lgan mamlakatlarning yagona umumdavlat axborot strategiyasi doirasida ishlab chiqiladi va eng avvalo, o'sha mamlakatlar manfaatlarini himoya qiladi. Bunday agentliklar va OAVni jahonda axborot ta'sirini ko'rsatishning asosiy markazlari deb atasak, yanglishmaymiz. Bir qarashda, mazkur markazlar tarqatadigan axborot guyoki bezarardek tuyuladi, chunki ularning xabarlar, asosan yangiliklardan iborat. Lekin bunday yangiliklar g'arbcha turmush tarzini kundankunga, oydan-oyga, yildan-yilga bir zaylda ko'klarga ko'tarib maqtashda davom qilarkan, bu neyrolingvistik dasturlash xarakterini kasb etib, tomoshabin, tinglovchi va gazetxonning ostki ongiga kirib boradi va shu bilan odamlarni axborot manipulyatsiyalari ob'ektiga aylantiradi. Bunday holda auditoriya ongida beixtiyor sayyoramizda qaerlardir (masalan, AQSh, Buyuk Britaniya) haqiqatdan ham shunday

jannatmonand diyorlar ekan degan tasavvur shakllanadi. Aslida esa bunday “jannat”lardagi ijtimoiy, ekologik va boshqa muammolar boshqa mamlakatlarnikidan kam emas.

Matbuot, radio, televidenie va, ayniqsa, Internet o‘z tabiatiga ko‘ra ochiq axborot tizimlaridir. Ular auditoriyani mo‘ljallab faoliyat yuritishadi, unga ta’sir qiladi va kerakli samaradorlikka erishadi ham. Ammo auditoriya - murakkab birlik. Uning qaysidir bir qismi axborot manbaiga e’tibor bersa, boshqa bo‘lagi axborotni umuman tinglamaydi yoki unga nisbatan befarqligicha qoladi. Auditoriyaning aksariyat qismi, odatda, ko‘rsatuv yoki ettittiritt to‘xtatilgan zahotiyoq yetkazilgan ma’lumotni esdan chiqaradi.

Tabiiyki, tahririyatlar o‘z faoliyatining samaradorligini oshirish borasida betinim ish olib borishadi. Ushbu maqsadga erishishning yo‘llaridan bittasi ommaviy kommunikatsiya vositalarining ochiq xarakteri bilan bog‘liq. Bu yerda biz auditoriya bilan ommaviy kommunikatsiya vositasi o‘rtasidagi interfaollik jarayonini nazarda tutmoqdamiz. Matbuot nashrlari o‘z muxlislariga murojaat qilib, ularning xatlarini chop etadi. Radio va televidenie auditoriya bilan bevosita efir rejimida tez -tez bog‘lanib turadi. Bu esa ikki karra, ya’ni OKVdan auditoriyaga qarab va auditoriyadan OKV tomon ochiqlikdir.

OKVning o‘z muxlisari bilan bog‘lanish usullari ko‘p - tahririyatlar shahar va qishloqlarga chiqib, mushtariylari bilan uchrashuvlar uyushtiradi, ular bilan anjumanlar, tanlovlar, viktorinalar, suhbat va baxslar o‘tkazadi va h.k.

Muayyan jamiyat axborot infratuzilmasi modelining belgilanishi tasnif uchun qanday asos tanlanishiga bog‘liq. Masalan, agar shunday mezon sifatida biror OKV turini oladigan bo‘lsak, birinchi modelga qarashli mamlakatlar uchun Internet, ikkinchi modelga mansublari uchun televidenie, uchinchlari uchun radio, to‘rtinchilari uchun matbuot ustunlik qiluvchi bo‘lib chiqadi. Bu holda dunyodagi mamlakatlarning aksariyati (jumladan, O‘zbekiston ham) ikkinchi - televizion modelga mansub ekanligi ma’lum bo‘ladi.

Biroq agar real hayotga yaqinroq turmoqchi bo‘lsak, axborot davrida mamlakatlar tasnifi uchun ikkinchi asosni, ya’ni davlatning axborot-texnologik

ta'minotini tanlashimiz zarur. Masalan, AQSh dunyoda nafaqat Internet, shu bilan bir qatorda televidenie va radio sohasida ham yetakchilik qilmoqda. Tasniflashga shu tarzda yondashilganida, rivojlangan davlatlar jahonda axborot ishlab chiqarish bobida peshqadamlik qilayotganliklari yaqqol ko'zga tashlanadi.

Konvergensiya ommaviy kommunikatsiya vositalari zamonaviy rivojlanishining muhim mayliga aylandi. OKV tarixan doimo matbuot, radio va televideniaga bo'linib keldi. Har qaysisi o'z original xususiyatlariga ega bu vositalar jamiyatda bir vaqtning o'zida mavjud bo'lib, o'zaro raqobatlashib faoliyat ko'rsatishardi. OKVning onlayn rejimidagi konvergensiyasi ilk bor to'la ravishda Internetda mujassam ifodasini toparkan, gazeta ovoz va tasvirga, radio va televidenie esa - bosma matnga ega bo'ldi. Bundan tashqari barcha ommaviy kommunikatsiya vositalari auditoriyaning har bir vakili foydalana oladigan o'z arxivini vujudga keltirdi. Natijada konvergensiya OKV uchun juda katta imkoniyat yaratdi, chunki undan foydalanuchi endi bir manbadan (masalan, gazeta saytidan) birdaniga uch xil axborotni: mantiqiy (matn), tovushli (audio) va tasvirli (video) axborotni olish imkoniyatiga ega bo'ldi.

11.3. Dunyo axborot makonida davlatlarning o'zaro hamdo'stligi va kurashi

Bugungi kunda butun dunyo yaxlit bir axborot makoniga aylandi, chunki Internet shunday vazifani uddalashga qodir bo'lib chiqdi. Shu tufayli sayyoramiz misoli turli mamlakatlar ma'lum chiziqlar bo'ylab har xil tezlikda, tegishli belgilarga rioya qilib harakatlanadigan yagona axborot shox yo'liga o'xshab qoldi.

Butun jahon bugun o'zaro axborot yo'llari, chorrahaları va svetoforlar orqali birlashtirilgan yaxlit axborot makonida yashamoqda. Ushbu yo'llardan yo'l xavfsizligi qoidalariga (ya'ni Internetning texnik protokollariga) amal qilmasdan yurish mumkin emas.

Elektron axborot olami cheksiz va keng imkoniyatli bo'lib, axborot sohasida milliy xukumatlarning har qanday qarshiligini yenga oladi. Axborot oqimlarini to'xtatib yoki taqiqlab bo'lmaydi. Yopiq davlat dunyo axborot makonida faqat

vaqtinchalik bir orolga aylanishi mumkin. Ammo axborot biribir turli yo‘llar orqali ushbu orolga kirib keladi, chunki u moddiy jism emas, efirdir.

Bunday global miqyosdagi tengsizlik ko‘plab har taraflama natijalarga, jumladan, salbiy oqibatlarga ham olib boradi. Texnologiya jihatidan baquvvat davlatlar kompyuter tarmoqlari orqali, sun‘iy yo‘ldoshli va simli bog‘lanishlar natijasida o‘z axborot oqimlarini bemaolol katta miqdorlarda sayyoramizning turli joylariga, jumladan, texnologiyalarga ega bo‘lmagan mamlakatlar hududlariga yuborib turishlari mumkin. Bunday imkoniyatlarga esa yer yuzi aholisining yetti milliardidan faqatgina bir milliard (“oltin milliard” nomini olgan qismi) ega, xolos. Qolganlarning ruhiy dunyosi va ma’naviy hayoti esa ushbu bir milliardning istaklariga bog‘liq bo‘lib qolmoqda.

Shu bilan bir qatorda yer yuzidagi davlatlarning axborot bilan ta’minlanish intensivligi o‘zgarib boryapti. Masalan, u juda katta hududlarga ega bo‘lgan Xitoy va Rossiyada asta-sekinlik bilan oshmoqda. Ammo AQSh va G‘arbiy Yevropa ham bir joyda to‘xtab qolgani yo‘q. Ular ushbu poygada oldingi saflarda borishayotir va bunday peshqadamlikni boy bermoqchi emaslar. Buning oqibatida sayyoramiz mamlakatlari o‘rtasidagi raqamli tengsizlik kundan-kunga kuchaymoqda.

DAM - bu kurrai zamindagi real holat tasviri. Ammo bu yerda gap faqat virtual tushunchalar, elektron shaklidagi ifoda haqida ketmoqda. Elektron jismlar o‘ta kichik bo‘lganligi sababli unda aks etgan ifodaning keng qamrovligini tasavvur qilish ham qiyin. Mutaxassislardan biri Internetning global tizim sifatidagi umumiy fizikaviy sig‘imini shartli ravishda hisoblab chiqib, unga 600 mln tarmoqni joylashtirish mumkin, degan xulosaga keldi. Bu yer yuzida yashovchi har bir odam Internetda o‘z saytiga ega bo‘lishi mumkinligini bildiradi. Demak, Internet haqiqatdan ham dunyo axborot makonidir.

DAM davlat chegaralariga mos keladigan milliy sektorlardan iborat. Internetning tabiiy va qulay tarzda shakllangan ko‘rinishi ana shunday. Bu yerda har bir davlat, uning barcha institutlari, turli guruh va shaxslar o‘z materiallarini joylashtirishi mumkin.

Internetda axborotni erkin, cheksiz, biron-bir hisobot bermasdan tarqatish mumkinligi sababli virtual maydonda nafaqat boshqalarga kerak bo'lgan, shu bilan bir qatorda tarqatuvchi nuqtai nazaridan foydali deb topilgan, aslida esa ikkinchi darajali ma'lumotlarni yoyish amaliyoti ham keng uchrayib turadi. Gohida ayrim axborot tarqatuvchilar shu kabi ikkilamchi ma'lumotlarni boshqalar uchun foydali va hatto majburiy deb ham hisoblaydilar. Bunday siyosat davlatlar miqyosida ham bemalol olib boriladi. Shunday davlatlar borki, boshqa mamlakatlar ham bizning milliy qadriyatlarimizni o'zlashtirishlari shart deb hisoblashadi. Ularning fikrlashicha, boshqalar bu qadriyatlar afzalligini tushunmaydilar yoki mahalliy hukumatlar ularning o'z halqlari tomonidan o'zlashtirilishiga yo'l qo'ymaydilar. Axborot tarqatuvchi davlatlar shunday bahona bilan o'z qadriyatlarini boshqa mamlakatlar aholisiga majburiy ravishda singdirishga harakat qiladilar. Guyoki boshqa mamlakatlar o'z rivojlanishida orqada qolib, demokratik tuzum yutuqlaridan foydalana olmayotgan emishlar. Shu tariqa inson xuquqlari imperiazmi deb nom olgan tajovuz yuzaga keladi.

Axborot davri texnologiyalarining rivojlanishi sayyoramiz hududining geosiyosiy kurash maydoniga aylantirilishi, texnikaviy jihatdan ustun davlatlar o'z qadriyatlarini keng tarqatishlari uchun imkoniyat yaratdi. Ushbu maydonda o'zgalar g'oyasi rad etiladi, qabul qilinmaydi (masalan, Rossiya g'oyalari AQSh tomonidan yoki aksincha) va bu normal holat deb tushuniladi. Aslida, yer kurrasi bundan avval, "sovuq urush" davrida ham geosiyosiy kurash maydoniga aylangan edi. "Sovuq urush" tugashi bilan kommunistik va kapitalistik mafkuralar o'rtasidagi raqobatga yakun yasalgan bo'lsa-da, milliy dunyoqarash hamda sivilizatsiyalar o'rtasidagi kurash davom etdi. Boshqacha aytganda, global miqyosda qarama-qarshilik saqlanib qoldi, faqat endi u avvalgidek yaqqol mafkuraviy bo'linishdan iborat bo'lmay, endi tafovutlar madaniy, tamadduniy mazmun kasb etdi.

"Kimki bizning ustimizga qilich ko'tarib kelsa, o'sha qilichdan halok bo'lg'usi", deyiladi Injilda. Ammo axborot globallasuvi bu dono so'zlarni ma'lum darajada inkor qilmoqda, chunki so'z quroli ko'zga unchalik tashlanmasligidan o'sha qurolni boshqalar ustiga ko'tarib kelganlar undan jazo topmay qolyaptilar.

Zamonaviy halqaro munosabatlar turli xavf-xatar va tahdidlardan iborat. Ularning ta'siri ham turlicha. Nazarimizda, eng tezkor xavflar jumlasiga siyosiy va mafkuraviy tahdidlarni kiritsak, mantiqan to'g'ri bo'ladi. Chunki bunday xavf-xatarlar bevosita inson manfaatlari, xohishlari va ehtirolari bilan bog'liq. Texnikaviy va iqtisodiy rivojlanish bilan vobasta xavflar oldini olish uchun esa ancha vaqt talab qilinadi. Tahdidlar ta'sir o'tkazish ob'ekti nuqtai nazaridan ham bir-biridan farqlanadi. Bunday ob'ektlarning eng zaifi insondir, chunki uning psixikasi ochiq, turli ta'sirlarga tez va to'liq beriluvchan tizim hisoblanadi.

DAM notinchlik holatining yana bir sababi - har bir mamlakat dunyo miqyosida o'z qadriyatlarini o'tkazishga harakat qilishidir. Bunday intilishlarning boshida AQSh turibdi. DAMning faol a'zolari sifatida yana Xitoy, Rossiya, Buyuk Britaniya, Germaniyani keltirish mumkin. Sayyoramizdagi aksariyat mamlakatlar aholisi ommaviy axborotni passiv qabul qiluvchi, muayyan g'oyaga ishonuvchi yo ishonmaydigan o'quvchi, tinglovchi va tomoshabinlardan iborat auditoriyadir. Boshqacha aytganda, dunyo aholisi u yoki bu tarzda axborot devlari (monstrlari) kurashi doirasiga tortilgan.

Halqaro geosiyosiy maydonda hech bir davlat boshqa bir davlat siyosatini to'laligicha va so'zsiz qabul qilmasligi hamda amalga oshirmasligi ravshan. Har qaysi mamlakat halqaro munosabatlarda eng avvalo o'z manfaatlarini ko'zlashga va DAMda o'z nuqtai nazarini o'tkazishga harakat qiladi. Buning natijasida halqa-ro geosiyosiy maydonda tabiiy ravishda karama -qarshilik vujudga keladi. Hozir-gi sharoitda ko'pgina davlatlar o'z qadriyatlarini dunyo hamjamiyati hayotiga tat-biq etish uchun an'anaviy quroldan voz kechib, axborot qurolini ishlatishga o'tgan.

G'oya va fikrlar bilan "kaynab" turgan DAM O'zbekistondek mamlakat uchun bir qator xavflarni tug'diradi. Bugungi kunda DAM davlatimiz mustahkamligini siyosiy, iqtisodiy, moliyaviy, mafkuraviy, texnikaviy, ilmiy, ta'limiy, milliy va boshqa ko'rsatkichlar orqali sinab kelmoqda. Ushbu ko'rsatkichlarning har biri bo'yicha O'zbekiston haqida xorijiy OAV va Internetda ko'pgina maqolalar chiqib turibdi. Ularning kuchi yoki zaifligi nimalardan iborat? Bu savolga to'g'ri javob berish muhim ahamiyatga ega.

Ushbu materiallarning kuchliligi yoki zaifligi tanlangan mezonlarga asosan aniqlanadi. Rivojlangan mamlakatlar kuchi ular qo‘lidagi texnologiyalarda bo‘lsa, bizning kuchimiz - noyob madaniyatga ega ekanligimizdadir. Agar vaziyatni texnologiyalar jihatidan ko‘rib chiqmoqchi bo‘lsak, aytish mumkinki, taraqqiy etgan mamlakatlar O‘zbekistonni axborot oqimlariga ko‘mib tashlay oladi. Mazkur munosabatlarni madaniy-tarixiy yutuqlar nuqtai nazaridan o‘lchasak, unda O‘zbekiston dunyoda uncha ko‘p bo‘lmagan - Xitoy, Xindiston, Eron, Gresiya, Italiya qatori - noyob madaniyat va turmush tarzi egasi bo‘lib chiqadi. Bugungi kunda axborot jihatidan kuchlilik hali AQSh, Buyuk Britaniyaga o‘xshagan davlatlar tarixiy musobaqani qaytarib bo‘lmas darajada yutib chiqdi degani emas.

DAMda faol bo‘lgan axborot egalarining maqsadi - o‘z siyosiy normalari, madaniyati va turmush tarzini dunyo hamjamiyati hayotiga singdirishdir. Bu peshqadamlar fikricha, ular juda to‘g‘ri yashashayapti, boshqalar esa ularning hayotini o‘rganib, xuddi shu zaylda yashashlari shart. Lekin ularning turmush tarzida nima yaxshi-yu, qancha vaqt davomida yaxshiligicha qoladi, nimani o‘zlashtirsa bo‘ladi-yu, nimadan voz kechish kerak - shu kabi savollarni ko‘pchilik o‘ziga bermaydi va ularga javob ham qidirib o‘tirmaydi. Holbuki, mazkur masalani chuqur o‘rganish bugungi kunda turli halqlarning turmush tarzini baholash mezonlarini jiddiy o‘zgartirishi mumkin.

11.4. Axborot oqimlari sharoitida sivilizatsiyalar holati

Dunyo miqyosida axborot almashinuviga tartib kiritish masalasi anchadan beri dolzarb bo‘lib kelmoqda. Mamlakatlar mafkuraviy jihatdan ikki tarafga bo‘lingan paytdan boshlab axborot texnologiyalari va ma‘lumotlar yetkazish usullari jiddiy rivojlana boshladi. Hokimiyatlari milliy iqtisodiyotini to‘g‘ri boshqargan davlatlar - AQSh va G‘arbiy Yevropa mamlakatlari katta yutuqlarga erishdilar va hozirgi bosqichda asosli ravishda rivojlangan mamlakatlar deb nom oldilar. “Sovuq urush” axborotni ommaviy hajmda va katta tezlik bilan uch yo‘nalish bo‘yicha: o‘z davlati, g‘oyaviy raqiblar va betaraf mamlakatlar aholisiga yetkazishni talab qildi. Uchinchi dunyoni yer yuzi aholisining aksariyat aholisi - Osiyoning asosiy qismi, Afrika va

Lotin Amerikasi tashkil etdi.

Iqtisodiy jihatdan rivojlangan mamlakatlar rioya qiladigan **axborotning erkin oqimi** (ruschasi: svobodnsh potok informatsii; 1946 y. joriy etilgan) konsepsiyasi mamlakatlar o'rtasida cheksiz axborot almashuvini nazarda tutadi. Bu masala bevosita texnik imkoniyatlarga bog'liq ekanligini e'tiborga olsak, axborotning erkin oqimi AQSh, Buyuk Britaniya, Germaniyadek mamlakatlar tomonidan ishlab chiqarilgan ma'lumotlar dunyoning har qaysi burchagiga hech qanday nazoratsiz yetkazilishi mumkinligini anglab olamiz. Bunday sharoitda boshqa davlatlar rivojlangan mamlakatlarga axborot jihatidan (demak, mafkuraviy jihatdan ham) qaram bo'lib qolishi aniq.

Tarafdorlarini ko'proq rivojlanayotgan mamlakatlar tashkil etadigan ikkinchi - **yangi umumjahon axborot tartibi** (ruschasi: novsh mirovoy informatsionnsh poryadok; 1976 y.) konsepsiyasining ma'nosi har qaysi alohida jamiyatning ichki axborot bozoriga halqaro axborot oqimlari kirishini nazorat qilish zarurligidan iborat. Bu tartibning maqsadi - milliy an'analarni va madaniyatni rivojlangan mamlakatlarning axborot xurujidan saqlashdir⁵.

Ikkinchi konsepsiya YuNESKO tomonidan qo'llab-quvvatlangan. Ushbu bob muallifi konsepsiyaning amalga oshirilishiga bag'ishlab 1979-yil sentabrda Toshkentda bo'lib o'tgan halqaro konferensiyada qatnashgan. Mazkur anjumanda YuNESKOning o'sha vaqtdagi Bosh direktori Amadu Maxtar M*Bou axborot almashuvini tartib asosida tashkil etish zarurligi haqida ma'ruza qilgan edi. Ma'ruza mazmuni va Bosh direktorning nuqtai nazari AQSh va uning tarafdorlariga yoqmaganligi sababli u zot keyinchalik o'z vazifasidan ustalik bilan chetlashtirildi, yangi Bosh direktor (Friderik Mayor) esa erkin axborot oqimining targ'ibotchisi bo'lib chiqdi.

Sivilizatsiyalarning zamonaviy holati haqida to'xtaladigan bo'lsak, quyidagilarga o'z e'tiborimizni qaratishimiz lozim. Bugungi kunda vaziyat shundayki, texnik jihatdan kuchli bo'lgan xristianlar tamadduni butun dunyo bo'ylab

⁵ Қаралсин: Муминова Ф.И.Международная журналистика: теория и практика. - Т.: - Университет мировой экономики и дипломатии, 2006. - Б. 18.

o‘z qadriyatlarini tarqatishga zo‘r berib intilmoqda. Aslida esa bu madaniy hujumdan o‘zga narsa emas. Buddaviylik ham (Xitoy, Yaponiya, Hindiston, Singapur, Gonkong misolida) kundan-kunga kuchayib borayotir. Islom diniga e‘tiqod qiluvchi mamlakatlar esa axborot jihatidan ular bilan teng kuchga ega emas. Shu sababli islomiy davlatlar, vaqtincha bo‘lsa-da, noiloj o‘zlarini himoya qilishga majburdirlar.

G‘arbiy mamlakatlarning yetakchiligi shak-shubhasiz va doimiy emas, albatta. Buning uchun Musulmon Renessansi davrini eslashning o‘zi kifoya. Darvoqe, “Musulmon Renessansi” iborasining o‘zi ham Sharqda emas, aynan G‘arbda paydo bo‘lgan, shveysariyalik olim Adam Mes mazkur sarlavha bilan barcha uchun birdek maqbul salmoqli kitob yozganligi bunga dalillardan biridir. Amerikalik mualliflar Heydi va Elvin Tofflerlar shunday yozadi: “G‘arb dunyo iqtisodiyotida uzoq vaqt davomida va ochiq-oydin peshqadamlik qilib kelganligi bois bundan besh asr muqaddam ilg‘or texnologiyalar sohasida Yevropa emas, balki Xitoy oldinda bo‘lgani nazardan chetda qoldiriladi. O‘sha vaqtlarda aynan Osiyo jahon yalpi mahsulotining 65 foizini ishlab chiqarib, dunyoning qolgan qismiga rivojlanish yo‘lini ko‘rsatib turgan”¹. Islom din va turmush tarzi o‘laroq umumsayyoraviy illatlarga (ekologiya, OITS, yadro quroli) qarshi tura olishining yuqori samarali bo‘lishi ham dunyo hamjamiyati uchun sir emas. Balki shuning uchundir, Yevropa aholisi o‘rtasida islomni qabul qilish davom etmoqda.

Hozirgi siyosatshunoslar oldida muhim bir masala ko‘ndalang turibdi. Bu “Sovet ittifoqi tarqalganidan keyin dunyo miqyosida yangi umumjahon tartibi qanday bo‘ladi?” degan masaladir. Harvard universitetining professori Samyuel Xantington fikricha⁶, halqaro maydonda davlatlarning o‘zaro munosabatlari sivilizatsiyalar “to‘qnashuvidan” iborat bo‘ladi. Olimning shu sarlavhali maqolasi 1993-yili “G‘ogetd Ayshgiz Keabeg” jurnalining yozgi sonida e‘lon qilingan edi. Keyinchalik u rus tiliga o‘girilib, Toshkentda nashr qilinadigan “Ekonomicheskoe obozrenie” jurnalida chop etildi⁷. Maqolaning asosiy g‘oyasi quyidagicha: mafkuralar kurashi

⁶ Тоффлер Э., Тоффлер Х. Революционное богатство. Ингл. тилидан М. Султанова, Н. Циркун. таржимаси. - М.: АСТ: АСТ Москва: ПРОФИЗДАТ, 2008. - Б. 99.

⁷ “Экономическое обозрение”. 1998. Январь. - Б. 78-84. Апрель. - Б. 62-73.

tugaganidan keyin keng tarqalgan dinlarga asoslangan 7-8 ta dunyo sivilizatsiyalari o'rtasida to'qnashuvlar boshlandi.

Ham birinchi, ham ikkinchi maqolalarga munosabat sifatida o'nlab mamlakatlarda turli janrlardagi asarlar chiqishi davom etdi. Natijada S. Xantington 1996-yilda ushbu nomdagi o'z kitobini chop etdi⁸. Afsuski, bu asardan maqbul fikrlar bilan bir qatorda ayrim noto'g'ri g'oyalar ham o'rin olgan. Kitobning oxirgi jumlasini keltiraylik: "Yetib kelayotgan davrda sivilizatsiyalar to'qnashuvi butun dunyo uchun eng katta xavf bo'lib xizmat qiladi. Shuning uchun sivilizatsiyalarga asoslangan umumdunyoviy tartib jahon urushining oldini olish uchun eng ishonarli choradir". Yetib kelayotgan davrni (bizningcha, axborot davri nazarda tutilmoqda) sivilizatsiyalar to'qnashuvi davri deb baholanishini ma'qullab bo'lmaydi. Kitob chop etilganidan keyin hozirgacha o'tgan davr sivilizatsiyalar to'qnashuvi achchiq qismat emasligini ko'rsatdi. Yaqin Sharq inqirozi, Iroqda bo'lib o'tgan ikkita urush va Afg'onistonda toliblarning davlat rahbarligidan chetlashtirilishi kabi voqealarni esa bunday to'qnashuvga nisbat berib bo'lmaydi. Aynan shu voqealar AQShdagi ayrim harbiylarni, jumladan mamlakat rahbariyatini hushyor torttirdi, buni ularning Eronga bostirib kirishga qaratilgan qat'iy rejalaridan qaytganliklaridan ham bilsa bo'ladi. Bu o'rinda o'zaro muloqot va sivilizatsiyalar tengligiga asoslangan halqaro tartib ustun keldi.

Lekin, boshqa mamlakatlarni o'ziga teng ko'rmaslik, dunyo miqyosida yetakchilikka intilish ayrim mamlakatlarga qimmatga tushmoqda. Misol tariqasida 2001 yil 11 sentabr kuni sodir bo'lgan fojiani keltirish mumkin. Ayrim mutaxassislar fikricha, Umumjahon savdo markazi binolariga uyushtirilgan hujumni AQShning global yetakchiligiga qarshi harakat deb baholasa bo'ladi. Ushbu hujumni ijobiy kayfiyat bilan qarshi olganlar soni kutilganidan ko'proq bo'lib chiqdi. Taniqli yozuvchi va rejissyor Tariq Ali bu haqda shunday deb yozadi: "Men o'ramoqchimanki, nega islom dunyosiga taalluqli bo'lmagan anchagina kishilar ushbu voqeaga befarq qoldilar, nega ko'p odamlar Usama ben Ladenning "Qudratli Allohning irodasi bilan Amerikaning eng muhim markazlariga zarba berildi" degan

⁸ Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. - М.: АСТ: АСТ, Москва, 2006.

dahshatli soʻzlariga xursand boʻldilar? Nikaraguaning poytaxti Managuada odamlar sukut aro bir-birlari bilan quchoqlasha ketdilar. Braziliyaning ichki hududlarida joylashgan Porto- Alegreda amerikalik qora tanli jaz musiqachi oʻz konsertini “Ey xudo, Amerikani yorlaqagin!” degan soʻzlar bilan boshlamoqchi boʻlganida, yoshlar bilan toʻlib-toshgan konsert zali gʻazabdan “Usama! Usama!” deb baqirishga tushdi. Konsertni bekor qilishga toʻgʻri keldi. Boliviya koʻchalarida ham odamlar xursandliklarini namoyish etishdi. Argentinada harbiy xizmatga chaqirilgan yoshlarning onalari davlat tomonidan uyushtirilgan motam marosimida qatnashishni xohlamadilar. Gresiya hukumati ommaviy soʻrovlar natijasini eʼlon qilishga ruxsat bermadi, chunki bu soʻrovlarda aholining asosiy qismi AQShga qaratilgan zarbalarni qoʻllab-quvvatladi, futbol ishqibozlari esa fojia munosabati bilan ikki daqiqa sukut saqlashdan bosh tortishdi. “Nyu-Yorker” muxbiri pekinlik talabalardan intervyu olganida, ular oʻz xursandchiliklarini ochiqdan-ochiq izhor etdilar. Bunga hayron qolgan jurnalistlarga talabalardan ayrimlari NATO samolyotlari Belgradda Xitoy elchixonasini bombardimon qilganini eslatishdi. Gʻarb ancha befarq ekanligini namoyish etgan oʻsha voqea oqibatida bor-yoʻgʻi olti nafar xitoylik oʻlgan boʻlsa-da, talabalar bu qurbonlar hayoti Nyu-Yorkda oʻldirilgan uch ming nafar amerikalik hayotidan kam emasligini uqtirdilar.

Yuqorida keltirilgan munosabatlarni tilga olishimizdan maqsad 11 sentabrda sodir etilgan vahshiylikni oqlash emas, albatta. Bu faqat AQSh tomonidan ilgari surilayotgan “ular bizni koʻrolmaydilar, ular bizning erkinliklarimiz va boyliklarimizga hasad bilan qaraydilar” kabi yengil-yelpi dalil-isbotlardan voz kechib, masalaga jiddiyroq qarashga intilishdir. Gap mutlaqo bunda (koʻrolmaslikda, hasadda) emas”⁹.

Xulosa sifatida quyidagilarni keltirish mumkin. Yuqorida aytib oʻtilganidek, axborotning globallashuvi uzoq tarixga ega: alifboning yaratilishi, kitob ixtirosi va h.k. yangiliklar bu boradagi dastlabki qadamlar boʻldi. Zamonaviy bosqichdagi axborot globallashuvi radio kashf etilganidan keyin, XX asrning 30-40 yillarida

⁹ Али, Тарик. Столкновение цивилизаций: крестовые походы, джихад и современность. - М.: Астрель: АСТ, 2006.

boshlandi. Ikkinchi jahon urushi yakun topib, dunyo mamlakatlarining katta qismi ikki xil mafkuraga tarafkashlik qila boshlaganlaridan so'ng ular o'rtasidagi axborot raqobati avj olib, axborot asrini keltirib chiqardi.

Globallashuvning ko'p ko'rinish va turlari mavjud. Ayrim mutaxassislar amerikalik olim T.Levitt fikridan kelib chiqib, globallashuv jarayonlariga iqtisodiy globallashuv asos solgan, deb hisoblashadi. Lekin bunday fikrga qo'shilish qiyin. Bizningcha, globallashuvning barcha boshqa turlariga axborot globallashuvi debocha bo'lgan va har doim madad berib turadi.

Globallashuv Internetda o'zining eng yuksak holatiga erishdi. Falsafa qonunlariga muvofiq, maksimal globallashuv o'z nihoyasiga yetib, degloballashuv (globallashuvdan qaytish, uni barbod qilish) jarayonlarini boshlab berdi. Bugungi kunda, bir tomondan, globallashuv davom etayotgan bo'lsa, ikkinchi tomondan, degloballashuv tamoyili ham asta-sekin kuchayib bormoqda.

Axborot globallashuvining eng yorqin ko'rinishi Internetdir. Mutlaq adad (tiraj)li, har tomonlama universal, barcha xohlovchilar uchun ochiq axborot tizimi bo'lmish Internetning ham ijobiy, ham salbiy tomonlari borligiga qaramasdan, musbat jihatlari ustunligiga shubha qismaslik kerak.

Kuchli axborot texnologiyalariga egalik hali dunyoga egalik qilish degani emas. Chunki ma'rifatli dunyoda bunday texnologiyalardan tashqari odamlarning go'zal hayoti uchun nihoyatda zarur bo'lgan madaniy boylik va ma'naviy qoniqish degan mezonlar ham barqarordir. Insonlar kelajagini axborot texnologiyalari bilan bir qatorda tamadduniy yutuqlar ham belgilab beradi. Bunday jihatlarga esa ko'proq madaniyati qadimiy bo'lgan davlatlar sohibdirlar. Ular safiga, shak-shubhasiz, O'zbekiston ham kiradi.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1.Axborot globallashuvi jarayonining mazmuni va xususiyatlari nimalardan iborat?

2.Globallashuv davrida ommaviy kommunikatsiya vositalari rivojlanishining yangi yo'nalishlari.

3.Dunyo axborot makonida davlatlarning o'zaro hamdo'stligi va kurashi deganda nimalar deyish mumkin?

4.Axborot oqimlari sharoitida sivilizatsiyalar holati haqida fikr bildiring?.

Mustaqil ish uchun mavzular:

1.Axborot globallashuvi jarayonining mazmuni va xususiyatlari.

2.Globallashuv davrida ommaviy kommunikatsiya vositalari rivojlanishining yangi yo'nalishlari.

3.Dunyo axborot makonida davlatlarning o'zaro hamdo'stligi va kurashi.

4.Axborot oqimlari sharoitida sivilizatsiyalar holati.

XII-BOB. AXBOROT KURASHI VA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI PSIXOLOGIYASI

Darsning maqsadi: *Axborot urishi, axborot-psixologik urish, axboriy tahdid, oddiy urush bilan axborot urushining farqli jihatlarini, axborot-psixologik urush axborot bobida qat'iy ustunlik qilish maqsadida olib borilishi. Axborot o'lchovlari tushunchasi haqida, axboriy hukmronlikning maqsadi, axborot oqimlari, "Birinci darajali" va "rivojlanmagan" davlatlar haqidagi afsona. OAV axborot-psixologik urushni olib borish vositasi sifatida, axborot-psixologik urushi, axborot urushining ta'rifi, OAV ning o'ziga xos psixologik ta'siri, internetning paydo bo'lishi va internet jurnalistikasi. O'zbekistonda ommaviy axborot vositalari taraqqiyoti holati va bu sohadagi muammolar, internet va insoniyat, jamiyat hayoti, OAVning aholiga psixologik ta'siri to'g'risida ma'lumot berish.*

REJA:

1. Axborot urishi va uning mohiyati.
2. Dunyoda axborot o'lchovlarining o'rganilishi.
3. OAV axborot-psixologik urushni olib borish vositasi sifatida.
4. O'zbekiston ommaviy axborot vositalari rivojlanish yo'lida.

Tayanch tushuncha va atamalar: Axborot urishi, axboriy tahdid, axborot-psixologik urush, ommaviy axborot vositalari, axborot o'lchovi, OAV axborot-psixologik urushni olib borish vositasi sifatida, axborot makoni, axborot-psixologik urush, axborot quroli, dezinformatsion, OAVlarning psixologik ta'siri, ommaviy kommunikatsiya, neyrolingvistik dasturlash, ommaviy psixologiyasi, axborot manipulyatsiyasi.

12.1. Axborot urushining mohiyati

Axborot urushi: Dushman axboroti, axborotga asoslangan jarayonlar va axborot tizimlariga zarar yetkazish harakatlari. Ayni paytda o'z axboroti, axborotga asoslangan jarayonlari va axborot tizimlarini muhofaza qilish orqali axborot ustunligiga erishish ko'zlanadi; tizimlarning moddiy, harbiy, siyosiy yoki mafkuraviy sohada ma'lum yutuqqa erishishga qaratilgan bir-biriga ochiqdan-ochiq yoki yashirincha qarshi qaratilgan axborot hujumlari"¹; axborotni qabul qilish qobiliyati odam tabiatiga xos. Insonning nerv tizimi amalda unga yetib boradigan har qanday signalni faol qabul qiladigan ochiq axborot tizimidan iborat bo'lib, ustiga muntazam ravishda yopirilib turadigan ta'sir oldida deyarli himoyasizdir.

Bundayn shunday xulosa kelib chiqadiki, odamlarga ko'rsatiladigan ijtimoiy, axborot-psixologik ta'sir turlicha - g'oyat ijobiydan keskin salbiygacha bo'lishi mumkin.

«**Axboriy tahdid** - jamiyat axborot sohasining faoliyatiga xavf tug'dirayotgan jami omillar va omillar guruhlari"^{10 11}.

Axborot-psixologik urush axborot tajovuzining oliy shakli hisoblanadi. Bu urush nimadan iborat ekanligini bilish uchun eng avvalo "urush" atamasining o'zini tushunib olish lozim bo'ladi.

Axborot-psixologik ta'sir kutilgan natijani bermagan hollarda, bosqinchi o'z maqsadini "olovli" urush usullari vositasida amalga oshirishga kirishgan. Biroq, qadimgi xitoy mutafakkiri Sun szi aytganidek, raqibni jangsiz taslim etish jangovor san'atning gultoji hisoblanadi. Albatta, u axborot urushi usullarini ishlatib qozoniladigan g'alabani nazarda tutgan.

Oddiy urush bilan axborot urushi mutlaqo farqli tashqi belgilarga ega. Ularning birinchisida o'qlar yog'ilib, zambaraklar portlaydi, imoratlar vayron bo'lib, odamlar o'ladi. Bunday urushning shu singari ochiq-oydin oqibatlarini uning jahon hamjamiyati tomonidan qoralanishiga olib keladi. Axborot urushi jarayonida ko'zga tashlanadigan

¹⁰ Аxbорот-коммуникация технологиялари изоҳли луғати. Қайта ишланган, тўлдирилган иккинчи нашр. Муаллифлар жамоаси: Амиров Д.М., Атаджанов А.Ю., Атаджанов Д.Ю. ва бошқ. - Т.: БМТТДнинг Ўзбекистондаги ваколатхонаси, 2010 - Б. 27.

¹¹ Ўша жойда. - Б. 26.

oqibatlar bo'lmay, o'zgarishlar faqat odamlar ongida yuz beradi. Lekin uning vayronavorlik natijasi oddiy urushnikidan qolishmaydi. Bunday urush izlarini ko'rish, ta'rif-tavsif etish va tasniflash hamda baholash mushkul. Uni tashkil etuvchilarga esa bu juda qo'l keladi.

Buning ustiga, oddiy va buzg'unchi axborot o'rtasidagi, shunchaki ta'sir bilan axborot bosqinchiligi orasidagi chegaraning o'zini aniqlash nihoyatda qiyin. Qisqacha aytish mumkinki, muntazam ravishda ta'sir o'tkazib turitt ba'zan bosqinchilikka o'tib ketadi, yopirilma bosqinchilik ayni axborot tajovuzi bo'lib, uning oliy ko'rinishi axborot-psixologik urush hisoblanadi. Biroq murakkablik shundaki, har doim ham bunday o'zgarishlar amalga oshirilavermaydi, shunchaki ta'sir ko'rsatishdan axborot bosqinchiligiga, tajovuzkorlikka yoki urushga o'tilgan paytni ko'pincha payqab bo'lmay qoladi.

Shu narsa haqida to'xtalish zarurki, oxir-oqibatda urushga aylanib ketadigan turli xil nizolar paydo bo'lishining potensial imkoniyatlari aslida insoniy munosabatlar tabiatining o'zida yashiringan. Buning ildizlari manfaatlar mos tushmasligi, raqobat, konkurensiya, ziddiyat, qarshi turish, qarshi kurash, to'qnashuv, ixtilof va boshqa shu singari tushunchalarga borib bog'lanadi. Ziddiyatlar tabiatining o'zi ziddiyatli - ular har doim faqat o'zaro mos kelmagan nuqtai nazarlar mohiyatini aniqlash uslubigina bo'lib qolmasdan, taraqqiyot sharti ham bo'lib kelgan. Qarama-qarshiliklar yagona bir narsa doirasida vujudga keladi va rivojlanadi. Mashhur qarama-qarshiliklar birligi va kurash qonunining mohiyati ham shundan iborat.

Biroq har qanday ziddiyat ham qarshi turish yoki kurashga o'sib o'tavermaydi. Buning uchun u eng kichik farqlardan tortib jiddiy tafovutlar va qarama -qarshilik orqali to kurashgacha bir necha bosqichlarni bosib o'tishi kerak.

Nizolarning turlicha tasnifi mavjud. Shaxslararo, guruhlararo, institutsional va davlatlararo, shuningdek bevosita va bilvosita mojarolar eng keng tarqalgan nizo turlari hisoblanadi.

Axborot ixtilofi unda qatnashuvchi tomonlarning yangi kuchlarni jalb qilishi bilan avj olib, mavjud ziddiyatlar chuqurlashadi va kengayadi, nizoga

kirishganlarning faollik darajasi oshadi, oxir-oqibatda bularning hammasi ochiqdan-ochiq axborot qarama-qarshiligi, kurash va urush bilan yakun topadi.

Axborot - psixologik urushining ta'rif. Mutaxassislar-ning fikricha, axborot-psixologiya urush - bu: dushmanning axboroti, axborot tizimlari va aholisining ongiga ta'sir qilib, ularni boshqarishga erishish; o'z axborot tizimlari himoya qilingan holda dushman axborot tizimiga ta'sir qila olish; zamonaviy dunyo siyosatining asosiy vositasi bo'lib, o'zga davlatlardan siyosat, iqtisodiyot va boshqa sohalarda ustunlik qilishning yaxshi vositasidir; davlatlararo aloqaning bir turi bo'lib, bunda o'rtadagi qarama-qarshilikni yechishda dushmanning axborot sohasiga yangi uslub, vosita va texnologiyalar bilan ta'sir etish tushuniladi.

Odatda, axborot urushi hujumkor tarzda amalga oshiriladi, biroq mudofaa tadbirlari ko'rinishida ham olib borilishi mumkin. Hujumkor urush haqida keng yoyilgan nuqtai nazarni keltiramiz. U radioelektron hujum ko'rinishida, Internet, televidenie, radio, matbuot va kino vositalari yordamida olib borilishi kuzatiladi. Bunda o'zgaralar hududida o'z axborotini faol tarqatish, boshqa tomonning ma'lumotlarni sir tutish qoidalarini, yaxlitligini va ishonchliligini buzish, raqibning dasturiy ta'minot tizimini barbod qilish va h.k. usullar vositasida olib borilishi mumkin.

Urush davomida radioelektron himoya, axborot vositalarini texnik jihatdan muhofaza qilish, aholining psixologik himoyasi, yashirin harakat qilish, soxta iz qoldirish singari mudofaa tadbirlaridan ham foydalaniladi.

O.A.Kolobov va V.N.Yasenev shunday yozishadi: "Axborot urushining himoyalani, hiyla-nayranglar ishlatish, degradatsiya va axborotni inkor etishni nazarda tutuvchi kamida yetti turini farqlash mumkin. Ularni qisqacha ta'riflab, quyidagilarga ajratsa bo'ladi:

1)komanda-boshqaruv urushi (Sottapyo apyo Sop1go1 - dushmanning "boshi" va "bo'yni"ga qarshi hujum);

2)razvedka urushi: harbiy jihatdan muhim axborotni to'plash va o'z axborotini himoya qilish;

3)psixologik urush, bunda axborotdan ittifoqchilar, betaraflikni qo'llab-

quvvatlovchi tomonlar va g‘animlar ongiga ta’sir ko‘rsatishda foydalaniladi;

4)xaker urushi: kompyuterlar va fuqarolik axborot makoniga hujum;

5)axboriy-iqtisodiy urush: iqtisodiy ustunlikka erishish maqsadida axborotni to‘siq qo‘yish;

6)elektron urush: dushmanning elektron kommunikatsiyalariga qarshi xatti-harakatlar;

7)kiberurush”¹².

Axborot-psixologik urushining siyosiy, iqtisodiy, madaniy, harbiy, texnik, ma’muriy, moliyaviy va h.k. ko‘plab yo‘nalishlari mavjud. Anchagina mutaxassislar ulardan siyosiy va iqtisodiy yo‘nalishlarni birinchi darajali deb hisoblaydilar. Biroq, o‘ylashimizcha, bunday urush davomida turli millatlar va elatlarning madaniy kodlarini vayron qilib tashlash yanada jiddiyoq xarakterga ega bo‘lsa borki, kam emas.

Urushning maqsadi ta’sir ko‘rsatilayotganlarni tushkunlikka solishdan iborat. Bu maqsadga bir qator aniq vazifalarni hal etish orqali erishiladi:

- dushmanning boshqaruv tuzilmalarini falaj qilib qo‘yish;
- o‘zga tomon aholisi ongida boshboshdoqliqni hosil qilish;
- odamlarda hokimlik tuzilmalariga, ularning mamlakat va jamiyatga rahbarlik qilish salohiyatlariga bo‘lgan ishonchni barbod qilish;
- siyosiy, iqtisodiy, madaniy va boshqa xarakterdagi milliy qadriyatlar obro‘yini ketkazish.

Hujum qilayotgan tomonning pirovard vazifasi ta’sir o‘tkazilayotgan mamlakat aholisida o‘zi uchun qulay milliy ongini va ijtimoiy fikrni shakllantirishdan iborat.

Uzluksiz ta’sir bilan bir qatorda ijtimoiy-siyosiy hayotning aniq masalalari yuzasidan “reyd” aksiyalarini o‘tkazishdan ham foydalaniladi. O‘zbekistonga nisbatan oladigan bo‘lsak, bizning mamlakatimizda demokratiya yo‘qligi to‘g‘risida Internetda muntazam ravishda paydo bo‘lib turadigan asossiz materiallarni doimiy hujum deb hisoblash mumkin. 2005 yil may oyida Andijonda bo‘lib o‘tgan fojiali

¹² Колобов О.А., Ясенов В.Н. Контртерроризм и информационная безопасность в современном мире. Монография. - Нижн. Новгород. Нижегород университети нашриёти, 2004. - Б. 145.

voqealarning bir yilligiga bag'ishlab o'tkazilgan aksiyani bir g'allik tadbir jumlasiga kiritish mumkin, bunda faqat Internetning o'zida O'zbekiston hokimiyatini isbot-dalilsiz tanqid qilishga asoslangan uch mingdan ko'proq maqola e'lon qilindi. Vaqt ko'rsatdiki, vatanimizning hamma siyosiy texnologlari va jurnalistlari ham o'sha paytda bu hujumlarga munosib javob qaytarishga qodir emas ekanlar.

Axborot-psixologik urush axborot bobida so'zsiz va qat'iy ustunlik qilish maqsadida olib boriladi. Buning uchun hamma vositalar - qabul qilsa bo'ladiganlari ham, o'ta qo'pollari ham ishga solinadi. "Urushda turish yo'q" - oddiy urush sharoitida tug'ilgan bu maqol hujum qiluvchi tomon o'zi uchun oddiy jangovar harakatlardagiga qaraganda ancha keng harakat maydoni ochib oladigan axboriy-psixologik urushga nisbatan qo'llashga ko'proq mos keladi, deyish mumkin. Insoniyat o'zining uzoq o'tmishi davomida hatto jangovar sharoitlarda xotin-qizlar, bolalar, qariyalar hamda harbiy asirlarni himoya qiluvchi muayyan qoidalarni ishlab chiqqan, biroq axborot urushi tashkilotchilari hech kimni farqlamay, yoppasiga barchaga ta'sir o'tkazaveradilar. Natijada ancha ko'ngilchan va qaror topmagan psixikaga ega o'smirlar tasavvur qila olishimizdan ham ko'proq uning domiga tushib qoladilar.

Bugungi kunda axborot bobidagi hukmronlik moddiy-texnologik ustunlikka asoslanadi. Masalan, ma'lumki, dunyodagi harbiy xarajatlarning 50 foizi AQSh zimmasiga to'g'ri keladi. Bunday moliyalashtirish, tabiiyki, mamlakatga axborot sohasida ham boshqalardan shak-shubhasiz ustun bo'lish imkoniyatini beradi. 1648 yilgi Vestfal bitimidan keyin milliy suverenlik halqaro munosabatlarning negiz prinsipi bo'lib kelgan esa-da, axborot asrining kirib kelishi bu halqaro an'anani ham beta'sir qilib qo'ydi. Bugungi kunda huquqlari va hatto quroli ko'p kishi emas, balki yer yuzi aholisining ko'proq qismiga so'zini tezroq va ishonchliroq yetkaza oladigan kishi haqdir.

Shu borada ayrim qudratli davlatlar tomonidan muayyan G'arb mamlakatlari ko'p yillardan buyon o'z namunalariga monand universal jahon madaniyatini shakllantirish borasida urinib keladilar. "sovuq urush" ham axborot urushidan boshqa narsa emasdir. sivilizatsiyalarning o'zaro munosabatlari tarixi va nazariyasi

to'g'risida gap ketar ekan, rossiyalik tadqiqotchi E.M.Brandmanning shunga doir fikriga e'tibor qaratish lozim bo'ladi. U shunday yozadi: "Agar G'arb nuqtai nazarini yoqlaydigan bo'lsak, tarixga va sivilizatsiyaga nihoyatda oddiy qarashga ega bo'lamiz. Formatsiyalar nazariyasi yuksalish uchun yagona g'arbcha tadrijiy rivojlanish bosqichlarini tan olib, tarixiy taraqqiyot jarayoni nazariyasini soddalashtirib qo'ydi. G'arb madaniyat plyuralizmini makonda emas, zamonda joylashtirdi. Barcha nog'arbiy madaniyatlar g'orlar madaniyatidir va ular insoniyatning yuksalish sari rivojlanishiga qarab yo'l bosib o'tishlari lozim deb e'lon qilinishi ham shundan kelib chiqqan. Umum bashariyat "avangardi" xato qilib qo'ysa-chi? Bu holda ikki yuz yillikdan sal ko'proq tarixga ega AQSh rivojlangan gegemon-davlat, qolgan dunyo uchun madaniyatlilik namunasi, ming yillik tarixga ega Hindiston va Xitoy tamaddunlari esa umumjahon jarayonidan panada qolib ketgan bo'lib chiqadi. Bunday soddalashtirish Sharq tamaddunlarining ma'naviy asoslarini va yutuqlarini avval boshidanoq taraqqiyot qavsidan tashqariga chiqarib qo'yadi... . Liberallar Sharq tamaddunlariga... g'oyat shubhali haqiqatni qo'shib qo'yadilar - G'arb o'z dasturlari asosida, Sharq esa - G'arbning madaniylashtiruvchi ta'siri negizida rivojlanmoqda". Bu fikrda bir qator mutaxassisilarning, shu jumladan amerikalik mutaxassislarning Sharq bilan G'arbning madaniy munosabatlariga nisbatan qarashlari mujassam ifodasini topgan. Shu o'rinda bir aniqlik kiritib o'tish lozim. "Avesto" tarixi ikki yarim ming yildan ko'proq vaqtni o'z ichiga oladi. Hindiston va Xitoy tamaddunlariga kelsak, ular muhtaram muallif aytganidan ko'ra ancha qadimiyroqdir. Ayniqsa, Karl Yungning nafaqat tibbiyot mutaxassislari, psixologlar va tarixchilar o'rtasida, balki mutaxassislarning ancha keng doirasida mashhur bo'lib ketgan arxetiplar nazariyasini e'tiborga oladigan bo'lsak, bu g'oyat salmoqli fakt hisoblanadi.

BMT Bosh Assambleyasi 1998 yil dekabrda kiberjinoyatchilik, kiberterrorizm va kiberurushga aloqador 53/70-sonli rezolyusiyani qabul qildi. Bu hujjatga binoan BMTga a'zo bo'lgan davlatlarga axborot xavfsizligi muammolari yuzasidan, shuningdek uning asosiy tushunchalarini izohlash borasida BMT Bosh kotibini xabardor qilib turishi taklif etildi. Rezolyusiya global axborot manzarasini

uyg'unlashtiruvchi va axborot terrorizmi va jinoyatchiligiga qarshi kurashni ta'minlovchi halqaro prinsiplarni yanada rivojlantirishni ko'zda tutgan.

O'zbekiston Respublikasi o'zining kundalik siyosatida halqaro bitimlarga, shuningdek o'zi imzolagan deklaratsiyalar hamda boshqa hujjatlarga og'ishmay amal qilib kelmoqda. Mamlakatimiz shuningdek yer yuzi miqyosidagi hozirgi geosiyosatning muhim markazi bo'lgan Markaziy Osiyo davlatlarini ham qo'titib hisoblaganda, axborot xavfsizligini va xavfsizlikning boshqa turlarini ta'minlashda boshqalarga namuna vazifasini o'tamoqda. Rossiyadagi "Politika" fondining prezidenti Vyacheslav Nikonov Toshkentda o'tkazilgan anjumanlardan birida so'zlagan nutqida Markaziy Osiyo mintaqasi dunyo siyosatida tobora ko'proq ahamiyat kasb etib borayotganini, uning muammolari esa mintaqada davlatlarining ham, global siyosiy maydonda ish olib borayotgan mamlakatlarning ham e'tiborini tortayotganini qayd etdi. Ayni paytda u shunday ta'kidladi: "Bu yerda, Markaziy Osiyoda ko'plar buyuk davlatlar raqobatchiligining da'vatlari bilan to'qnash kelmoqdalar. Keyingi yillarda hozirgi dunyoning barcha asosiy markazlari o'zlarini bu mintaqadagi faol "o'yinchilar" sifatida ko'rsatdilar, afsuski, ularning manfaatlari Markaziy Osiyo davlatlarining manfaatlariga har doim ham mos kelavermaydi".

Shu munosabat bilan fransuz faylasufi Klod Gelvesiyning so'zlarini eslash o'rinlidir. U XVIII asrdayoq shunday yozgan edi: "Har qanday odam mohiyatan hamisha o'z manfaatiga bo'yin egadi...Agar fizik dunyo harakatlar qonuniga bo'ysunsa, ma'naviy dunyo manfaat qonuniga bundan kam bo'yinsunmagan...Shaxsiy manfaat inson xatti-harakatlarining...birdan-bir va umumiy mezonidir"¹³ ¹⁴. Qo'shimcha qilish mumkinki, Sharq halqlari, jumladan o'zbekistonliklar hayotida shaxsiy manfaat u qadar umumiy kategoriya emas, bu yerda ko'p hollarda jamoat yoki oila manfaatlari ustun turadi.

¹³Проблемы безопасности в Центральной Азии. Материалы международной научно-практической конференции. Ташкент, 20-21 октября 2005г. - Б. 8.

¹⁴Гельвеций К. Сочинения. 1-т. - М.: "Наука", 1973. - Б. 186-187.

12.2. Dunyoda axborot o'lchovlarining o'rganilishi

Ma'lumki, bugungi kunda axborot oqimlari haddan tashqari jadal va keng ko'lamlidir. Bitta misol: oxirgi ellik yil ichida jamiyatda aylanadigan axborot hajmi million marta ko'paydi va kundan kunga yanada oshib bormoqda. Bu shunday bir katta raqamki, uni to'la darajada anglab olish ham qiyin. Shuni aytish zarurki, axborot bilan ishlash imkoniyati hamma davlatlarga ham xos emas.

Demak, texnikaviy jihatdan qudratli bo'lgan davlatlar kuchli axborot texnologiyalariga ega. Shuning evaziga ular o'zlari ishlab chiqqan axborotni tarqatish yo'li bilan boshqa mamlakatlar ustidan oldin g'oyaviy, keyin esa siyosiy, iqtisodiy va madaniy hukmronlik qilishga harakat qilmoqda. Bunday davlatlar sirasiga eng avvalo, rivojlangan mamlakatlar kiradi. Mazkur mamlakatlarning axborot manbalari sifatida birinchi o'rinda davlat axborot markazlari va milliy OAV xizmat qiladi.

Axboriy hukmronlikning maqsadi bitta – axborot tarqatadigan mamlakatning mafkurasini boshqa davlatlar va halqlar o'rtasida keng tarqatish va targ'ib qilish. Lekin bunday vazifa borligi haqida ular ochiq -oydin aytmaydi, aksincha, uni har xil yo'llar bilan yashiradi (Masalan, inson huquqlari yoki demokratik andozalar niqobi ostida).

“Birinchi darajali” va “rivojlanmagan” davlatlar haqidagi afsonaning yaratilish ehtimoli mavjudligi. “Birinchi darajali” va “rivojlanmagan” davlat haqidagi afsonalar aslida bir necha asrlik tarixga ega. Ammo sayyoramiz mamlakatlarini bunday toifalarga bo'lish uchun asos yo'q. Iqtisodiy, ilmiy va texnikaviy jihatlardan rivojlangan mamlakatlar aholisi yaxshi yashaydi, degan gapning o'zi uncha ham to'g'ri emas. “Yaxshi yashash” nima degani? Moddiy boylik yetarliligimi? Unda nega aholisi eng uzoq umr ko'radigan iqtisodiy rivojlangan Yaponiya bir necha o'n yilliklar davomida dunyo mamlakatlari ichida o'z joniga qasd qiluvchi fuqarolar soni jihatidan dunyoda birinchi o'rinda turadi? Nega Samarqand va Buxoro to'ylarini ko'rgan fransuz va nemislar bizning urf-odatlarimizga havas bilan qaraydilar va “Sizlarga Yevropa madaniyati kerak emas ekan” degan fikrlarni bildiradilar? Bu AQSh professori Samyuel Xantington aytgan madaniyatlar (sivilizatsiyalar) to'qnashuvi emas, aksincha, ular turfa xildir.

12.3. OAV axborot–psixologik urushni olib borish vositasi sifatida

Afsuski, ayrim OAV bugungi kunda shunday vositaga aylanganlar. Ushbu urushda OAV o'zni va rolini aniqlash uchun eng avvalo axborot-psixologik urushning ma'nosini anglab olishimiz zarur. "Axborot urushi" so'zlarining asoschisi fizik-olim Tomas Ron hisoblanadi, 1976 yilda u axborotni xarbiy kuchlarning eng zaif bug'ini deb ta'riflab, ushbu masalaga barcha davlat miqyosidagi mas'ul kishilarni e'tiborini qaratdi. Shundan beri mazkur tushunchaning ahamiyati kundan kunga kuchayib kelmoqda.

Bevosita axborot urushi ta'rifiga kelganda biz bir kitobdan iqtibos keltirmoqchimiz: "Axborot urushi deb, ijtimoiy, siyosiy, etnik va boshqa tizimlarning moddiy yutuqqa ega bo'lish maqsadida bir biriga ochiq va yashirin maqsadli axborot ta'sirlariga aytiladi. Shu bilan bir qatorda axborot urushi raqib ustidan axborot hukmronlikka erishish va shuning evaziga unga moddiy, mafkuraviy yoki boshkacha zarar yetkazish uchun davlatning xarbiy kuchlari, xukumati hamda xususiy tashkilotlari tomonidan amalga oshiriladigan tabdirlar va operatsiyalar majmuasidir"¹⁵.

Turli OAV (televidenie, radio, davriy matbuot)ning o'ziga xos psixologik ta'siri. Har bir OAV auditoriyaga o'ziga xos ta'sir etish kuchiga ega. Internetgacha ularning ichida eng samaralisi televidenie edi, chunki u tomoshabinga uch yo'l bilan axborot yetkazadi: 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 ketdi. Radio 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 bo'lib, bunday usul axborot manbai bilan tinglovchi o'rtasidagi masofani yo'qotadi. Inson ovozidagi hayajon va samimiylik radioning imkoniyatini keskin oshiradi.

¹⁵ Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. 2 - изд. М.: Горячая линия – Телеком. 2006, 203 б.

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

Psixologik ta'sir texnologiyasi. Yuqori texnologiya va ommaviy kommunikatsiya. Psixologik ta'sir insonning sezgilari bilan bog'liq: ko'rish, eshitish, ta'm bilish, hid sezish, qo'l bilan tegish, fikrlash va x.k. Axborot xavfsizligi masalasiga kelganda psixologik ta'sir ko'proq OAV yordamida amalga oshiriladi, shuning uchun ular mutaxassislar tomonidan doimiy mukammallashtiril-moqda. Natijada rivojlangan mamlakatlar matbuot, radio va televideniening barcha imkoniyatlarini o'zida mujassamlashtirgan internetdek yuqori texnologiyaga ega bo'ldilar.

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 va internet jurnalistikasining takomili. Internetni ko'p mutaxassislar harbiylarning ihtirosi 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. Va ihtirolarning imkoniyatlarini o'rganib, harbiy tizimni takomillashtirish maqsadida olimlarni jalb etgan holda, uni o'z maqsadlariga yo'naltirdi. Internetdan jurnalistlar ham foydalana boshladi. Natijada internet jurnalistikasi paydo bo'ldi.

Internet jurnalistikasi – katta va muhim mavzu. Uni bir mavzuda ochib berishning iloji yo'q. 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.

Neyrolingvistik dasturlash va doimiy, uzluksiz efirga uzatiladigan televizion xabarlar natijasida turli millat va halqlar ongiga ta'sirning o'sishi. Neyrolingvistik dasturlashni ayrim mutaxassislar (masalan, G.G.Pochepsov) unga hech narsani qarshi qo'yib bo'lmaydigan shpris ta'siriga qiyoslaydilar. Bunday o'xshatishda ma'lum bir haqiqat bor. Agar biror-bir g'oyani, u yolg'on bo'lsa ham, OAV haddan tashkari ko'p va turli shakllarda takrorlaversa, auditoriya (garchi u ushbu g'oyaga dastlabki bosqichda ishonmagan bo'lsa-da) borib-borib keyincha unga ishonadigan bo'ladi. Har xil uslublarda, barcha OAVda ma'lum bir fikrni takrorlash odamning ostki ongiga ta'sir etadi va u ushbu fikrga ishonaydigan bo'ladi. Mazkur jarayonni mutaxassislar neyrolingvistik dasturlash deb ataydi.

Agar radio, televidenie va matbuotda ayrim davlat, guruh yoki shaxs haqida qayta-qayta biror-bir noto'g'ri fikr takrorlanaversa, turli mamlakatlardagi halqlar, har xil millatlar unga ishonadilar. Neyrolingvistik dasturlash uchun eng qulay OAV televideniedir, chunki u auditoriyaga bir paytni o'zida uchta kanal orqali o'z ta'sirini o'tkazadi. AQSh kommunikativistlari televidenieni hatto trankvilizatorga ham o'xshatadilar.

Yangilik, uning ko'rinishi va shakllari. Chegaralanmagan jurnalistika; yangiliklarni tiklash yo'llari, faktlarni tartiblash va tahlil etish, yangiliklar blokining tartibi.

Yangiliklarning ko'rinishlari har xil bo'ladi: voqea, hodisa, fakt, dalil, raqam, nomlar aks ettirilgan xabar, lavha, reportaj, ma'lumotnomalar va x.k. Bugungi kunga kelib yangiliklarni yetkazish usullari g'oyaviy kurashning katta bir yo'nalishiga aylanib qoldi. Ushbu sohada esa nafaqat jurnalistlar, ular bilan bir qatorda siyosatshunoslar, polittexnologlar, iqtisodchilar, psixologlar, qisqasi, ommaviy axborotni ommaga yetkazadigan barcha mutaxassislar faoliyat olib bormoqdalar. Ularning mahorati shu qadar rivojlanib ketdiki, yangilik, uning mazmunidan qat'iy

nazar, qanday xulosa chiqarish kerak bo'lsa, shunday tarzda u auditoriyaga yetkaziladi. Faktlarni esa kerakli tartibda tizimlashtirish qiyin emas, ularning ketma-ketligining o'zi auditoriyaga kerakli ma'lumotni beradi va axborot yetkazuvchi uchun zarur bo'lgan dunyoqarashni shakllantiradi.

Axborotlashtirish jarayoni AQShda mehnat bilan band aholining 60% axborot sohasida mashg'ul bo'lishini ta'minlagan bo'lsa, qishloq ho'jaligida bu ko'rsatgich atigi 2,8 % ga teng. G'arbiy Yevropa axborot industriyasida esa 70 % dan 75 % gacha aholi band.

Axborotlashgan jamiyat yangicha fikrlashni, muloqotning yangicha shakllarini yuzaga chiqaradi, shunga muvofiq ravishda yangicha ijtimoiy va psixologik munosabatlar paydo bo'ladi. Bu insonning hayotiy faoliyati sifat jihatdan yangi bosqichga ko'tariladi deganidir.

Ta'lim, fan, ommaviy muloqot, axborot xizmatlari va axborot qurilmalariga xizmat ko'rsatit axboriy faoliyatning muhim sohalari hisoblanadi.

Mutaxassislar aholi turmush farovonligi yuksalgan, mamlakat samarali rivojlangan iqtisodga ega bo'lgan, shuningdek jamiyat amalda insonparvarlik tabiatini kasb etgan va demokratlashgan holdagina, axborotlashgan jamiyatni barpo etish mumkin, deb hisoblaydilar. Boshqaruvning tadbirkorlik va raqobat erkinligini monopoliyadan halos qilish uchun, axborot ishlab chiqish va tarqatish, qarorlar qabul qilishda fuqarolar qatnashuvi uchun siyosiy va huquqiy kafolatlarni ta'minlovchi demokratik mexanizmlari bunga yordam beradi.

Shunga ko'ra hozir dunyoda axborotlashgan jamiyatga o'tishning ikki modeli mavjud bo'lib, birinchisi - sharqiy, ikkinchisi - g'arbiy model hisoblanadi. G'arb modelida asosiy e'tibor axborot xizmati ko'rsatish bozorini erkinlashtirishga va bu xizmatning har tomonlama (universal) bo'lishiga qaratiladi. Sharqiy model esa mazkur sohada davlatlar va bozorlar hamkorligiga katta e'tibor berilishi bilan tavsiflanadi. Global axborotlashgan jamiyat qaror topishida an'anaviy madaniy qadriyatlar bilan yuzaga keladigan ijtimoiy o'zgarishlar o'rtasida aloqa o'rnatishga intilish kuzatiladi.

Demak, jurnalistika axboroti hamisha ijtimoiy mazmunga ega, ya'ni ijtimoiy yo'naltirilgan bo'ladi. Har qanday ijtimoiy tabaqalangan hodisa esa bir xil mazmunda bo'lavermaydi. U kimningdir manfaatlari, ko'rsatmalari, nuqtai nazari va hokazolarni o'z ichiga oladi. Shuning uchun ham ob'ektiv holda noto'liq, yolg'on, chalg'ituvchi, chalkashtiruvchi yoxud ishonarli, dolzarb, hujjatli va hokazo bo'lishi mumkin. Boshqacha aytganda, u keng omma - auditoriya foydasiga xizmat qilishga yoki unga zarar yetkazishga qodirdir. Xullas, jurnalistik axborot hamisha jamoatchilik fikrini shakllantirishga qaratilgan bo'ladi.

Hozirgi davrda shuni unutmaslik kerakki, deydi professor Ya.N. Zasurskiy, axborotlashgan jamiyat sarhadlari chegara ustunlari bo'ylabgina o'tmaydi, balki axborot maydoni, axboriy mazmun (kontent) uzra ham o'tad. Bugun u yoki bu mamlakat aholisi boshqa bir mamlakat ommaviy axborot kanallari ta'siri ostida qolar ekan, hodisalarni o'sha o'zga mamlakat talqinida qabul qiladi. Olim ta'kidlashicha, bu "xorijlik tadbirkorlar, ishchilar va boshqalarning bostirib kirishidan ko'ra davlat uchun ancha jiddiyoq xavfdir".

XXI asrda ommaviy axborot vositalari bosma, ko'rish, eshitish tarzida bo'lib, insonga, uning ongi, ruhiyati, his-tuyg'ulariga atroflicha ta'sir ko'rsatish imkoniga ega. Ular ko'p jihatdan turli milliy, shaxsiy, ijtimoiy va davlat manfaatlari hamda intilishlarining shakllanishini belgilab beradi.

Shuning uchun ham ommaviy axborot vositalari har qaysi davlat va halq hayotida muhim o'rin tutadi. Jamiyatning axboriy-ruhiy havfsizligi ko'p jihatdan ular faoliyatining sifatiga bog'liq. Bu esa bugungi kunda har bir mamlakat uchun jiddiy muammo bo'lib turibdi. Davlatlarning ko'pchiligi ommaviy axborot vositalari barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlashga, jamiyat faravonligini oshirishga, millatlararo murosani saqlashga, demokratiya va barqarorlikni mustahkamlashga to'liqroq xizmat qilishlari uchun o'z milliy manfaatlarini ularning infratuzilmalarini rivojlantirish, bu sohaga zamonaviy axborot texnologiyalarini tatbiq etish bilan chambarchas bog'laydilar.

12.4. O‘zbekiston ommaviy axborot vositalari rivojlanish yo‘lida

Endilikda axborot sohasida xavfsizlikni ta‘minlash milliy va halqaro xavfsizlik mazmunini belgilaydigan bo‘lib qoldi.

Shu munosabat bilan O‘zbekiston Respublikasi ommaviy axborot vositalari jamiyatimiz axborot-psixologik xavfsizligini ta‘minlashning bir qator vazifalarini hal qilishga da‘vat etilgan. Ularning hozirgi texnik-texnologik va son jihatdan rivojlanishi mamlakatimiz axborot maydonini o‘z mahsulotlarimiz bilan to‘ldirish imkonini beradi.

Xavfsizlikni ta‘minlashning asosiy yo‘llaridan biri - OAV bozorini monopollashtirishga yo‘l qo‘ymaslik. O‘zbekiston Respublikasining 2007 yil 15 yanvardagi O‘RQ-78 son bilan tasdiqlangan “Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida (yangi tahriri)” Qonunining 30-moddasida shunday deyilgan: “Bironta ham yuridik yoki jismoniy shaxs ommaviy axborot vositalarining tegishli markaziy yoki mahalliy bozoriga chiqariladigan ommaviy axborot vositalarining yigirma bez foizidan ortig‘iga muassis (hammuassis) bo‘lishga va (yoki) ularni shuncha miqdorda o‘z mulkida, egaligida, foydalanishida, tasarrufida, yurituvda yoxud boshqaruvida (bevosita yoki affillangan shaxslar orqali) saqlashga haqli emas”¹⁶.

Nashr turiga ko‘ra gazetalar tonggi va kechki; kundalik va haftalik; maqomiga ko‘ra respublika, viloyat, tuman, shahar; ixtisoslashuvi bo‘yicha ijtimoiy-siyosiy, partiyaviy, sohaviy, diniy-ma‘rifiy, axborot-ko‘ngilochar, axboriy-ma‘rifiy, reklama va ba‘zi boshqa gazetalarga ajraladi. Davriyligini istisno etganda, mazkur tasnif jurnallarga ham hosdir. Ularni chiqish muddatiga qarab haftalik, oylik, uch oylik, yarim yillikka ajratish mumkin.

Mamlakatimiz televideniesi bugungi kunda aholining 97-98 % ini qamrab olgan va 60dan ortiq kanalga ega.

Keyingi bir necha yil ichida O‘zbekiston Internet jurnalistikasi jadal rivojlanib borayapti. 2000 yilga nisbatan 2008 yilda Internetga kirish manzillarining soni 30 baravar ko‘paydi, undan foydalanuvchilar soni 15 baravar oshdi, umumjahon

¹⁶ 1 “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида” Ўзбекистон Республикасининг Қонуни (янги таҳрири). 15.01.2007. № ЎРҚ-78. // Оммавий ахборот воситалари фаолияти соҳасидаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. - Т.: “1Ѕбопсь Магкак 8егу1Ѕ”, 2009. - Б. 15.

tarmoqqa ulangan davlat boshqaruv organlari

7 marta ko‘paydi, yangi veb-saytlar soni 10 marta oshdi. Shu bilan birga global tarmoqqa ulanish narxi arzonlashdi. Keyingi bir necha yilda Internetga kirish narxi 1 soat uchun 5 barobardan ko‘proq pasaydi. Yuqoridagi vaziyatlar Internet-kontent va O‘zbekistondagi Internet-jurnalistika rivojiga keng imkoniyatlar beradi.

Xususiylar yangiliklar Internet portalari - O‘zbekistonda to‘ng‘ich hisolanadi. U 1999 yilda ochilgan bo‘lib, hozir 3 tilda (o‘zbek, ingliz, rus) faoliyat olib boradi va respublika hayotining turli sohalariga - jamiyat hayoti, siyosat, biznes, moliya, sug‘urta, birja, qimmatbaho qog‘ozlar bozori, madaniyat va sportga oid xabarlarini o‘zida jamlaydi. Bu saytda har kuni 100 ga yaqin axborot material joylashtiriladi, shuningdek turli press-revizlar va birinchi manbadan olingan boshqa matnlar ham kiritiladi. Bugunga kelib sayt 100dan ortiq mamlakatdan minglab kiruvchilarga xizmat ko‘rsatadi.

O‘zbekistonda O‘zA, “Jahon”, “Turkiston-press” axborot agentliklari faoliyat ko‘rsatayapti. Respublikamizda va undan tashqarida ommaviy axborotni yig‘ish va OAV tahririyatlari, davlat idoralari, jamoatchilik birlashmalari va yakka shaxslarga tarqatish O‘zAning bosh vazifasi hisoblanadi. Agentlik o‘z faoliyatini siyosiy va ijtimoiy tashkilotlardan mustaqil ravishda olib boradi, ishidagi tashkiliy masalalarni tasarrufidagi vositalar yordamida o‘zi hal etadi. O‘zA axborot ayrboshlash haqida bir qator xorijiy axborot agentliklari bilan ikki tomonlama shartnoma tuzgan.

“Jahon” axborot agentligi 1995 yilda O‘zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligi huzurida tashkil etilgan. Xorijiy mamlakatlarni O‘zbekistonning siyosiy, ijtimoiy-iqtisodiy hayoti haqidagi axborot bilan tezkor ta‘minlash, chet ellarda axborot byulletenlari, ma‘lumotnomalar, kataloglar, gazetalar, jurnallar va boshqa bosma, kompyuter, foto, audiovideo mahsulotlarni nashr qilish, tarqatish uchun milliy axborot agentliklari va halqaro axborot tarmoqlari bilan doimiy aloqani ta‘minlab turish uning asosiy vazifalaridan hisoblanadi. Mazkur materiallar O‘zbekistonning halqaro hamkorlik imkoniyatlari haqidagi ma‘lumotlarni o‘z ichiga oladi. Bundan tashqari agentlik halqaro tashkilotlar uchun respublika ichida iqtisodiy faoliyat shart-sharoitlariga oid ma‘lumotlarni to‘playdi va tarqatadi.

Tijoriy asosda faoliyat ko'rsatuvchi "Turkiston-press" nodavlat axborot agentligi ommaviy axborot vositalari tahririyatlari uchun jurnalistika materiallari tayyorlashga ixtisoslashgan.

OAVning bu keng tarmoqli tizimi mustaqillik yillarida deyarli yangidan tashkil etildi. Ushbu tizim jamiyatdagi turli guruhlar va tabaqalarni nazarda tutgan holda faoliyat olib boradi. U hukmron mafkuradan, davlatning yalpi hukmronligidan holi.

Mazkur ishda ommaviy axborot vositalari asosiy vosita, qurol hisoblanadi. Bu o'rinda gap ommaviy axborot vositalariaro yoki ular ichidagi yakdillik haqida emas, balki ularning jamiyat manfaatlari, millatning ahilligi, istiqboli, jamiyat va davlatning gullab-yashnashi uchun xizmat qilishi to'g'risida bormoqda. Mamlakatda barqarorlik saqlanishi ham bunga sabab bo'ladi. Shuning uchun matbuot, bir tomondan, davlat va jamiyat, ikkinchi tomondan, shaxs manfaatlarini mutanosiblashtirishda muhim rol o'ynamog'i kerak. O'z g'oya va manfaatlarini yoqlagan holda, faoliyat bobida konstitutsiyaviy tuzum va fuqarolarning konstitutsiyaviy huquqlarini himoya qilish zaruriyatidan kelib chiqib ish ko'rishi lozim. Bu esa jamiyat manfaatlarini ta'minlashning muhim shartidir.

Jurnalistlar, media-biznes va hokimiyat tuzilmalarining milliy manfaatlarni ifodalashdagi hamfikrligi jamiyatda totuvlikni saqlashda o'ta muhim hisoblanadi. Biroq o'zaro murosaga erishish yo'lidagi intilishni aslo murosasozlik deb tushunmaslik kerak. Ya'ni ommaviy axborot vositalari tinchlik va barqarorlikka erishish bahonasida demokratik qadriyatlardan yuz o'girmasliklari lozim. Ular insonlarni va jamiyatni bezovta qilayotgan keskin, dolzarb masalalarni jamoatchilik e'tiboriga yetkazishlari, muhim mavzularga qo'l urishlari kerak.

Lekin bu holda jurnalistdan butunlay boshqacha, yuqori darajasi kasbiy madaniyat talab etiladi. Ommaviy axborot vositalari hammani qiziqtiradigan, fikrlashga majbur etadigan masalalarni ko'tarish va ularni hal qilish yo'llarini taklif etish bilan birga o'zlari tayanadigan tamoyilni - jamiyatda tinchlik-totuvlikka erishish tamoyilini unutib qo'yimasliklari kerak. O'z navbatida, bu borada jamiyatdan ham, amaldorlardan ham o'zgacha, yuksak darajadagi madaniyat talab etiladi. Ular o'rinli tanqidni jazavaga tushmasdan, ortiqcha his-hayajonga berilmasdan, og'ir-vazminlik

bilan qabul qilishga o'rganishlari darkor. Asosli tanqidning yoki kamchiliklar fosh etilishining, ular qaerda bo'lmasin, olg'a intilish va shunga qo'shilgan hissa deb qabul qilinishi barcha uchun manfaatlidir. Ommaviy axborot vositalarining tanqidiy chiqishlari aslo u yoki bu jurnalistni yoki OAV kanalini dushman sifatida qarashga sabab bo'lmasligi kerak.

Tomonlar asrlar davomida shakllanib kelgan an'analar, ezgu niyatlar, intilishlar va maqsadlarga, bugun jamiyat oldida turgan ulug'vor vazifalarga asoslanib ish ko'rishlari lozim. Ommaviy axborot vositalari axborot-psixologik xavfsizlik haqida qayg'urishlari bilan birga butun halqni buyuk maqsadlarni amalga oshirishga da'vat etishlari darkor.

O'sib kelayotgan yot avlodni vatanparvarlik, o'z halqiga sadoqat ruhida tarbiyalashga, unga insonparvarlik, inson qadrini ulug'lash g'oyalarini singdirishga alohida e'tibor berish lozim. Shularga ko'ra jurnalistikamiz uchun halqning an'anaviy turmush tarzi va mentalitetini hisobga olishdek yana bir o'ziga xos muhim vazifa kelib chiqadi.

O'zbekiston ommaviy axborot vositalari o'z faoliyatida yangi ijtimoiy- siyosiy tizim konsepsiyasidan kelib chiqqan holda, halqning tarixiy xotirasini ham esdan chiqarmasliklari kerak.

O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan siyosiy partiyalar, ko'plab jamoatchilik tashkilotlari, turli nohukumat jamg'armalar va harakatlarning barchasi bo'lmasa-da, ko'pchiligi o'z ommaviy axborot kanaliga, shuningdek ommaviy aloqalar xizmatiga ega, umummilliy OAVga chiqa oladi. Tabiiyki, ular ijtimoiy-siyosiy, ommaviy va ixtisoslashgan nashrlar orqali o'z dunyoqarashlari, dasturiy maqsad hamda vazifalarini tarqatishga harakat qiladilar.

OAVning tahririyatlari o'z ishida auditoriya manfaatlari va ehtiyojlaridan kelib chiqmog'i, uning e'tiboriga mavjud har xil nuqtai nazar va fikrlarni havola qilmog'i, islohotlarning borishi, ularning turli ijtimoiy guruh, tabaqa va boshqa qatlamlarning hayotiga ta'siri haqida ma'lumotlar yetkazib turmog'i lozim. Afsuski, respublikamiz matbuoti ko'pincha, ayniqsa, kimningdir fikri umumiy qabul qilingan me'yorlarga

to'g'ri kelmagan hollarda ortiqcha ehtiyotkorlik ko'rsatib, uni rad etadilar, u haqda lom-lim demaydilar.

Holbuki, agar bunday fikr ba'zi kishilar ongida paydo bo'lib, boshqalarga ham ta'sir o'tkaza boshlasa, shunday vaziyat yuzaga keladiki, muayyan masalada axborot tanqisligi sababli turli-tuman mish-mishlar, noto'g'ri talqinlar, uydirmalar urchib ketadi. Bularning barchasi jamiyat axboriy xavfsizligiga tahdid tug'dirish uchun qulay muhitni yuzaga keltiradi. Natijada milliy manfaatlar ham xavf ostida qolishi mumkin.

Axborot, aloqa tarmoqlarini, jamiyat hayotini ta'minlovchi o'ta muhim infratuzilma tizimini murakkablashtirish ham yana bir xavf manbaidir. Bu xavflar ataylab qilingan yoki tushunmaslik oqibati, texnik va dasturiy ta'minotdagi uzilishlar yoki nuqsonlar, jinoiy uyushma yoxud jinoyatchi unsurlar tomonidan amalga oshirilgan zararli ta'sirlar bo'lishi mumkin.

Hozirgi dunyoda davlatlarning bir-biriga qarama-qarshi turishi hamon saqlanib qolayapti. Buni shu bilan izohlash mumkinki, mamlakatlardan har birining o'z manfaatlari bor va bu davlatlararo munosabatlarda u yoki bu siyosatni o'tkazishni taqozo etadi. Shu asosda kelib chiqadigan ziddiyat, albatta, axborot sohasida ham namoyon bo'ladi. Ilmiy adabiyotlarda "axborot qarama-qarshiligi" degan ta'rif qaror topgan: bu auditoriyaga atrofda bo'layotgan biror voqea-hodisaga nisbatan o'z mulohazasi, qarashlari, fikrlarini ikkinchi tomon g'oyasi va izohini rad etish yo'li bilan tiqishtirishga urinishni anglatadi.

Jurnalistning mahorati dolzarb muammolar va fikrlarning jamoatchilik hukmiga yetkazilishda, zarur bo'lsa, ular atrofida munozara uyushtirish va batafsil sharhlab berishda ko'rinadi. Garchi bahs-munozara haqiqatni to'liq yuzaga chiqarmasa-da, shu haqiqat izlanganining o'ziyoq muhimdir. Zero, bu auditoriyani o'ylashga, mulohaza qilishga, o'zini tashvishlantirayotgan masalalarga javob topishga undaydi. Aks holda jamoatchilik fikrida turg'unlashuv yuz beradi. Tafakkur qilmaydigan, mulohaza yuritmaydigan jamiyat chet ta'siriga tushib qolishi mumkin. Ayniqsa, O'zbekiston axborot kengligida ommaviy axborot vositalarining ko'pgina

chet el kanallari faollik ko'rsatayotgan hozirgi paytda bunday ehtimollik juda kuchlidir.

Ommaviy axborot vositalariga nisbatan yana shuni aytish zarurki, sport sohasida bo'lganidek, bu yerda ham eng yaxshi himoya - hujumdir, va noilojlikdan, ular xurujiga qarshi majburan qilinadigan hujum emas, balki sodir bo'layotgan voqea-hodisalarni o'z vaqtida, zudlik bilan holis yoritish orqali muholif tomonni "qurolsizlantirish", ularning fisq-fujur gaplariga o'rin qoldirmaslik, ya'ni ulardan ham ildamroq axborot yetkazit ma'nosidagi sa'y-harakatdir. Lekin, afsuski, jahon axborot maydonida o'quvchi, tinglovchi va tomoshabinning ongi-shuurini, qalbini ovlash uchun olib borilayotgan bu ko'zga ko'rinmas raqobat kurashida O'zbekiston jurnalistlari tashqi axborot kanallariga bo'sh kelib qolayotgan hollar kam emas. Bunday vaziyatni ma'muriy buyruqbozlik bilangina o'nглаb bo'lmaydi. Chunki bu erkin "bozor"da har kim o'zi xush ko'rganini xarid qiladi, o'qiydi, ko'ngliga yoqsa, eshitadi va ko'radi, chunki bu uning manfaatlariga, qiziqishlariga mos keladi.

O'tgan asrning 70-yillaridayoq G'arb OAVda quyidagicha tartib qaror topgan edi: axborot vositasining navbatdagi sonida joylashtiriladigan materialni taqdim etuvchi bo'limga beriladigan birinchi savol shunday bo'lardi.

Material kimlarga mo'ljallangan? Uni kimlar o'qiydi deb o'ylaysiz? Yoshi? Jinsi? Ma'lumoti? Auditoriya nimani kutadi, manfaati qanday? Uning ruhiy dasturi qanday? Moddiy ahvoli-chi? Va hokazo.

OAV ko'zlagan "nishoni" aniq, o'z dalil-isbotlari ishonarli bo'lishi haqida qayg'urishi lozim. "Men yozayotgan maqola kim uchun?" - jurnalist amal qiladigan asosiy qoidalardan biri shunday bo'lmog'i kerak. Mo'ljallagan auditoriyasini oldindan bilish jurnalistga o'z materiali yetkazayotgan xabar qanday qabul qilinishini to'g'ri taxminlash imkonini beradi.

Muayyan ruhiy holatni shakllantirish uchun hozir XX asr boshlaridagi singari ko'plab kunlar va haftalar talab etilmaydi. Telealoqa tizimi bunga bir necha soatda, hatto to'g'ridan-to'g'ri ko'rsatuvda erishishi mumkin. Buning uchun, masalan, Si-en-en telekanali mehmonxonalardan birining tomidan turib AQSh aviatsiyasi Iroq

poytaxti Bag‘dodni qanday bombardimon qilganini on- layn rejimida ko‘rsatganligini eslash kifoya.

Favqulodda holatlarda fuqarolarning axborot-psixologik xavfsizligini ta‘minlash haqida gapirganda, shuni afsus bilan ta‘kidlash kerakki, bunday paytda bizning matbuotimiz sarosimaga tushib, nima qilarini bilmay qoladi. Jurnalistlarimiz jadallik ko‘rsatish o‘rniga sustkashlik qilib, o‘zlarini yo‘qotib qo‘yishadi. Vaholanki, halqaro jurnalistikada favqulodda mazmunli axborot birinchi o‘rinda turishi kuzatiladi.

Yana bir juda muhim yo‘nalish borki, u ham xavotir uyg‘otmasligi mumkin emas. Aytib o‘tilganidek, bizda mo‘may daromad ketidan quvib, ommaviy auditoriya nog‘orasiga o‘ynovchi ko‘plab nashrlar paydo bo‘ldi va bo‘layotir, ular ayni o‘sha mijozlarining past saviyalari, to‘pori didlariga mos ravishda ish tutishadi.

Yaratuvchilik g‘oyalariga kelsak, ushbu nashrlardan ularni topib bo‘lmaydi. Bunday g‘oyalar har bir qalbdan paydo bo‘lishi uchun jamiyat ma‘naviyati va aql-zakovatini yuksaltirish kerakka o‘xshaydi. Lekin yuqori ma‘lumotli va ma‘naviyatli jamiyatda ham bo‘lar-bo‘lmasga hadeb yuzaki pand-nasihat qilinavermasligi, xulq-atvor tarbiyasiga, quruq o‘gitvozlikka ruju qo‘yilavermasligi lozim.

Axborot-psixologik xavfsizlikka erishish fuqarolar bilan davlat o‘rtasidagi yaqin aloqani amalga oshiruvchi jamoatchilik institutlarini tashkil etish bilan jips bog‘liq. OAV ana shunday institutlardan biri bo‘lmog‘i lozim. Hozirgi kunda bu soha asosan davlat ta‘sischiligidagi matbuot nashrlaridan iborat. Albatta, davlat o‘z manfaatlarini himoya qilish imkoniga ega bo‘lishi kerak, lekin bu holda OAV ishiga ma‘muriy buyruqbozlik uslubi asosida ta‘sir etish, aralashish ishtiyoqi sezilarli darajada saqlanib qoladi. Bundan qutulishning yo‘li ijtimoiy institutlar, Jurnalistlar ijodiy uyushmasi, Ommaviy axborot elektron vositalari milliy Assotsiatsiyasi, Mustaqil bosma ommaviy axborot vositalari va axborot agentliklarini qo‘llab-quvvatlash va rivojlantirish jamoat fondi, axborot agentliklari faoliyatini faollashtirishdan iborat.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

- 1. Axborot urishi va uning mohiyati haqida tushuncha bering?*
- 2. Dunyoda axborot o'lchovlarining o'rganilishi muammosi.*
- 3. "Birinchi darajali" va "rivojlanmagan" davlatlar haqidagi afsona deganda nimani tushunasiz?*
- 4. OAV axborot-psixologik urushni olib borish vositasi sifatida deganda nimalar nazarda tutialadi?.*
- 5. Axborot-psixologik urushi nima?*
- 6. OAV ning o'ziga xos psixologik ta'siri nimalarda namoyon bo'ladi?*
- 7. O'zbekiston ommaviy axborot vositalari rivojlanish yo'lida.*

Mustaqil ish uchun mavzular:

- 1. Axborot urishi va uning mohiyati haqida tushuncha.*
- 2. Dunyoda axborot o'lchovlarining o'rganilishi muammosi.*
- 3. "Birinchi darajali" va "rivojlanmagan" davlatlar haqidagi afsona haqida tushuncha.*
- 4. OAV axborot-psixologik urushni olib borish vositasi sifatida.*
- 5. Axborot-psixologik urushi.*
- 6. OAV ning o'ziga xos psixologik ta'siri.*
- 7. O'zbekiston ommaviy axborot vositalari rivojlanish yo'lida.*

XIII-BOB. AXBOROT – PSIXOLOGIK XAVFSIZLIK VA INTERNET

Mavzuning maqsadi: *Kompyuter va internet butun dunyo kashfiyotlaridan biri sifatida, internet kompyuter va kichik tizimlarning o‘zaro aloqa bog‘lab, global axborot infratuzilmasini shakllantiruvchi butunjahon kompyuter tarmog‘i sifatida. Ayrim G‘arb davlatlarining o‘z milliy manfaatlarini kengaytirishda “demokratiya eksporti, ikkilamchi me‘yor” kabi atamalarini qo‘llashi, axborot xuruji, hozirda turli usullarda olib borilayotgan mafkuraviy targ‘ibot va tashviqotlarning asl maqsadi inson qalbi va ongi uchun kurashga qaratilganligi. Internet tarmoqlarida texnik buzilishlar, kundalik ehtiyojimizga aylangan, internetning xavfli xususiyatlari, internet viruslari va ularning asl maqsadi to‘g‘risida ma‘lumot berish.*

REJA:

1. Kompyuter, internet ortidagi muammolar.
2. Axborot xurujlari va unda internetning ahamiyati.
3. Internet tarmoqlarida texnik buzilish mummlari.

Tayanch tushuncha va atamalar: Axborot, internet, internet ortidagi muammolar, butunjahon kompyuter tarmog‘i tizimi, Axborot xurujlari va undagi internetning o‘rni, axborot “demokratiya eksporti, ikkilamchi me‘yor” atamalarining mazmuni, Internet tarmoqlarida texnik buzilishlar, internetning xavfli xususiyatlari, internet viruslari va ularning asl maqsadi, dezinformatsion.

13.1. Kompyuter, internet ortidagi muammolar

Rivojlanish, kashfiyotlar insonni doimo hayratga solib kelgan. Ayrimlari ma‘lum davrdagina mashhur bo‘lib, keyin omma e‘tiboridan qolayotgan bo‘lsa, ba‘zilari butun insoniyatni hayratga solib, o‘zning orqasidan ergashtirmoqda. Tabiiylik qonuniga ko‘ra hayrat bilan boshlangan yangilik biroz vaqt o‘tgach, hayotning odatiy tarkibiy qismiga aylanib qoladi.

Insoniyat tarixida hayrat cho‘qqisida eng uzoq turgan kashfiyotlardan biri bu kompyuter va internet bo‘lsa, ajab emas. Kompyuter texnologiyalari bugun hayotga shiddat bilan kirib kelayapti. Yangi narsa esa yosh avlod uchun doim qiziqarli. Lekin o‘sha yosh avlod mazkur sohani ipidan ignasigacha mukammal egallashga xarakat kilayaptimi yoki uning quliga aylanib borayaptimi, buni ajratib olish mushkul. Kompyuterda o‘ynash uchun mo‘ljallangan o‘yinlar (disklar) turini o‘rgangan kishi qo‘yidagi xulosalarga keladi: Ayni paytda bozorda disk ko‘rinishida sotilayotgan o‘yinlarning deyarli 95% qotillik, o‘g‘rilik, zo‘ravonlik va shu kabi xatti-harakatlar asosiga qurilgan ekan. Albatta bunday holatlar bola psixologiyasiga o‘z ta‘sirini o‘tkazmasdan qolmaydi. O‘ynash jarayonida bola shu harakatga ko‘nikish paydo qiladi va asta-sekin eng dahshatli jinoyatlarni ham u oddiy holdek qabul qiladi.

Fan va texnikaning jadal rivojlanishi, faoliyatning barcha sohalarida axborot tizimlarining joriy etilishi va ularning keng qo‘llanilishi kishilarning odatiy, an‘anaviy turmush tarziga, ishlab chiqarish amaliyotiga ta‘sir etib, uning yaqqol yangi shakllarini yaratmoqda. Bizda savol tug‘iladi, bugun barchani qamrab olgan internet ahamiyati qanday? Undan biz nimani o‘rganyapmiz?

Internet bu, vaqt, makon va jug‘rofiy chegaralarning mavjudligiga qaramay, kompyuter va kichik tizimlarning o‘zaro aloqa bog‘lab, global axborot infratuzilmasini shakllantiruvchi butunjahon kompyuter tarmog‘idir. U kashf qilingach ma‘lum bir davr o‘tib noan‘anaviy interfaol jurnalistikaning rivojlanishiga sabab bo‘ldi. Multimedia xususiyatlariga ega bo‘lgan, milliy, mintaqaviy va davlat chegaralarini bilmaydigan internetning dunyoga kelishi, bugun barcha uchun qimmatli bo‘lgan axborotlarni tarqatishi esa o‘z navbatida katta bir kashfiyot ekanligidan dalolat. Bugun internetda bir vaqtning o‘zida bemalol ma‘lumot olish, tarqatish, qabul qilish kabi bir necha vazifalarni bajarish mumkin. Ammo, undan qay tarzda, qanday foydalanish esa mavhum bir tushunchadek chetda qolib ketmoqda.

Buyuk Britaniyalik Patrisiya Holland internet haqida shunday deydi: “Internet deb nomlanuvchi kompyuterlar zanjirida tashkil topgan butunjahon kommunikatsiya tarmog‘i cheksiz masofada bo‘lgan, o‘zaro notanish individiumlar o‘rtasidagi aloqa bog‘lashga zamin yaratadi. Internet makoni bo‘ylab harakatlanish – bu bo‘sh vaqtni

foydali va mazmunli o'tkazish yo'li, tadqiqot uchun ma'lumot yig'ishning samarali usuli, zarur ma'lumotlarni izlash va tahlil etishda yordam beruvchi bebaho vositadir"¹⁷.

Darhaqiqat, internetdan foydalanish har bir insonning o'ziga bog'liq. Kimdir undan ma'lumot olish, so'nggi kashfiyotlarni bilish maqsadida foydalansa, yana kimdir pornografik rasmlar joylashgan saytni ko'rish uchun foydalanadi. Ayrim paytlarda internet orqali tarqatilgan hamma axborotlar ham to'g'ri bo'lib chiqavermaydi. Chunki unda mualliflik huquqi mavjud emas. Kishi o'zi xohlagan xabarni tarqatishi mumkin. Kompyuter o'yinlari-yu internet tarmog'iga haddan ortiq bog'lanib qolishni mutaxassislar kasallik, deya baholashmokka. Garchi buning qay darajadagi ruhiy xastalik ekanligi noma'lum bo'lsa-da, lekin yuqori texnologiyalarsiz «yashay olmayotganlar» soni o'sib bormokka. Amerikada 2,5 ming kishi o'rtasida o'tkazilgan so'rov natijalariga ko'ra, 70 % odam internetsiz umuman yashay olmasligini bildirgan. Ularning 14 % butunjahon tarmog'isiz hayot kechirishlari mushkul kechishini aytgan, 12,3 % odam o'zini bu tarmoqda ishlashdan tiyishga urinayotganligini ma'lum qiladi. 8,7% kishi esa internetga bo'lgan qiziqishini do'stlari, hamkasblari va oila a'zolaridan sir tutishga urinadi. Ko'pchilik yoshlarning axborotga nisbatan extiyoji yuqori. Axborot olish imkoniyatlarining yuqoriligi bois internet ularni o'ziga ko'proq jalb etmokka. Biroq ular ma'lumotlar ahamiyatini ajrata olishmayapti. Shu bois tajovuzkor o'yinlar, axloqsizlikni targ'ib qiluvchi saytlar bilan band bo'lib qolishyapti. Afsuski ayrim yolg'on tarqatilgan ma'lumotlar insonlarning mafkuraviy ongiga katta ma'naviy ta'sir o'tkazmokka. Bu ma'lum bir ma'noda globballashuv davrida inson ongiga yot bo'lgan g'oyalarni singdirish, ularni ongini zaharlash orqali bir tomonlama fikrleydigan bo'lib o'sishiga xizmat qilmokka. XXI asr texnik yuksalishlar asri bo'lsada, bolaga samimiy tuyg'ular, go'zal narsalar, axloq me'yorlari haqida gapirish kerak. Ularga o'zingizning iqtisodiy muammolaringiz, ijtimoiy mavqeingiz nuqtai nazaridan emas, endi dunyoni anglab,

¹⁷ Рашидова Д., Муратова Н., Интернет журналистикаси. Тошкент 2007 й. 9-б.

unga nisbatan muayyan munosabati shakllanayotgan shaxs sifatida e'tibor berish katta ahamiyatga molik.

Olimlar radio, kamera, televideniya, koinotni o'zlashtirish sohalarida bir qator kashfiyotlarni amalga oshirdi. Kompyuter kashf qilish oqibatida uni boshqarish qiyinligi bugun barcha olimlarning oldida turgan muhim dolzarb muammoga aylandi.

Matbuot, radio va televideniedan ilgarilab ketgan internetda bugun chek-chegarasiz ma'lumotlarni ko'rish mumkin. Ammo bu sarhadini bilmagan maqola va xabarlar insonning axborotga bo'lgan ehtiyojini qondirib kelmoqda. Hozirgi paytda har qanday taraqqiyot va moderinizatsiya axborot texnologiyasiz ro'y bermaydi. Ishbilarmonlar, ishxonalar faoliyatini internetsiz tasavvur etish qiyin. Rivojlangan mamlakatlarning sog'liqni saqlash tizimidagi kasallik varaqalari ham aynan halqaro tarmoq orqali tarqalmoqda. Albatta, bunda ma'lum bir miqdordagi qog'oz, vaqt tejalganini anglash qiyin emas. Dunyodagi globallashuv hodisasi bevosita internet imkoniyatlari tufayli jadallik kasb etmoqda. Bugun internet bag'rida shu qadar axborot jamlanganki, dab-durustdan unga murojaat etgan inson shoshib qolishi xech gap emas. Ammo, ta'kidlanganidek, ba'zi paytlarda internet inson psixologiyaisga ta'sir o'tkazib, uni boshqarayotganligiga ham guvoh bo'lish mumkin.

Statistik manbalarning ko'rsatishicha, har bir 5 yoshli bolada (10-17 yoshgacha) internetda o'rgatilayotgan narsalar oqibatida zo'ravonlik qilish, odam o'ldirish holatlari va ularning pornografik rasmlardan bemalol foydalanib, hayotda chidab bo'lmaydigan jinoyatlarga qo'l urish holatlari o'sib borayotganligi kuzatiladi. Bu esa jamiyatda juda katta muammoga aylanmoqda.

Inson tabiatan shov-shuvli narsalarga qiziquvchan bo'ladi. Internetda bunday xabarlar ming-minglab mijozlar tomonidan o'qilgani ko'rsatiladi. Ayrim olingan xabarlari to'g'risida fikrlarini yozib, to'g'rirog'i uni sharhlab, qayta ishlab chiqish holatlari ham kuzatiladi. Xabarni tarqatgan odam shuni anglaydiki, bugun u yuborgan yangilik nazardan chetda qolmadi. U ommaviy auditoriyasini kengaytirish maqsadida yana ko'proq mish-mishlarga boy bo'lgan materiallarni tayyorlaydi. Axborot mazmuni esa ommaning qiziqishiga qarab tayyorlanadi. Uning to'g'ri yoki noto'g'riligi esa o'z isbotini talab qilmaydi.

Afsuski, internet xabarlari orasida mentalitetimizga to'g'ri kelmaydigan, milliyligimizga qarshi bo'lgan maqolalarni ham yo'q deya olmaymiz. Aynan mana shunday paytlarda insonning yagona unga qarshi immuniteti bu uning mustaqil fikrga ega ekanligi hisoblanadi. O'z fikri va g'oyasiga ega inson birinchi ma'lumotni o'zi baholaydi. Keyin esa unga o'z munosabatini bildiradi. Ayrim holarda ko'r-ko'rona bitta yangilikni o'qib olib, uni odamlarga tarqatish, o'zidagi savodxonligi yetmagandek, boshqalarni ham shunga jalb qiladigan do'stlarimiz yo'q deb ayta olmaymiz. Har qanday taraqqiyot mahsulidan ikki xil maqsadda - ezgulik va yovuzlik yo'lida foydalanish mumkin. Bu bir-biriga qarshi bo'lgan so'zlar o'rtasida kurash mavjudligini anglatadi. Bularni to'g'ri anglash va baholash esa inson ongiga va uning ma'naviy boyligiga bog'liq.

Zamon voqealigiga ochiq ko'z bilan qarash, real va ogoh turish, jahonda va qardosh mamlakatlarimizdagi mavjud bo'lgan, tobora kuchayib borayotgan ma'naviy tahdid va xatarlarni to'g'ri baholab, ulardan tegishli xulosa va saboqlar chiqarib yashash bugungi kun talabi hisoblanadi. Globallashuv jarayonida mafkuraviy imunitetni shakllantirish, milliy an'ana va qadriyatlarimizning mohiyatini yoshlar ongiga singdirish borasida, yoshlarni har xil internet klublarida vaqtlarini bekor o'tmasligi uchun, ular ongi va tafakkurini shakllantirishda ko'proq turli soha muxaxassilari, Vatan, mehnat qahramonlari kabilar bilan uchrashuvlar, tarixiy joylarga sayohat va seminar, treninglar olib borish har xil axborot xurujlaridan himoyalanihiga foyda beradi.

13.2. Axborot xurujlari va unda internetning o'rni

Bugun bir mintaqadagi salbiy, ijobi voqea-hodisalar dunyoning boshqa bir mintaqasiga juda tez tarqalib, o'z ta'sirini ko'rsatmoqda. Uning oqibatida, mintaqa xavfsizligi va barqarorligiga jiddiy tahdidlar vujudga kelmoqda. So'nggi davrlarga kelib geosiyosiy vaziyatning o'zgarishi hamda raqobat kuchayishi natijasida, yuqorida ko'rsatilgan omillardan tashqari ilgari kuzatilmagan tahdidlar yuzaga kela boshladi. Ayrim G'arb davlatlari tomonidan o'z milliy manfaatlarini kengaytirishda "demokratiya eksporti, ikkilamchi me'yor" kabi atamalar "axborot xuruji" kabi

asosiy vositaga aylanmoqda. Mutaxassislarning fikricha, hozirda axborot - iqtisodiyotning eng serdaromad manbaiga aylanib bormoqda.

AQSh Strategik tadqiqotlar institutining ma'lumotlariga ko'ra: "Axborot mahsulotiga sarflangan har bir dollar, yoqilg'i-energetika sohasiga sarmoya qilingan bir dollardan ko'ra, bir necha o'n barobar ko'p foyda beradi"¹⁸. "Hozirgi sharoitda globallashuv jarayonini mafkuraviy ta'sir o'tkazishning nihoyatda o'tkir quroliga aylanib, har xil siyosiy kuchlar va markazlarning manfaatlariga xizmat qilayotganini sog'lom fikrlaydigan har qanday odam, albatta, kuzatishi muqarrar". Agarda mustaqilligimizning dastlabki yillarida G'arb matbuotining respublikamizga bo'lgan munosabatini tahlil etadigan bo'lsak, "Ozodlik", "BBC" va boshqa bir qator OAVlar ko'proq ijtimoiy-iqtisodiy va maishiy sohalaridagi kamchiliklarga e'tibor qaratganini ko'rishimiz mumkin. Axborotni himoyalash masalalariga rivojlangan mamlakatlar katta ahamiyat beradi. Hozirgi paytga kelib halqaro munosabatlar yangi axborot texnologiyalari asosida shakllanayotgani bois, axborotni himoyalash, jamiyatning eng muhim vazifasi bo'lib kelmoqda.

AQShning Markaziy razvedka boshqarmasi tomonidan 20-asrning 50-60-yillarida "odamlarni qayta dasturlash", "ongni yuvish" borasida keng ko'lamli tadqiqotlar olib borilgan. Ijtimoiy ongga ta'sir etuvchi samarali usullarni o'ylab topish va ular orqali odamlarni boshqarish maqsadida bu sohada katta mablag' sarflangan. Shunday loyihalar ustida ishlagan olimlardan biri doktor Iven Kameron 1946 yil chop etilgan "Ijtimoiy psixiatriyaning chegaralari" asarida fuqarolar ustidan nazorat o'rnatishga xizmat qiladigan, ularda ijtimoiy fikr, e'tiqod va hayot tarzini shakllantiruvchi usullarni ta'kidlab o'tgan.¹⁹

Axborot xurujlarining tez-tez uyushtirilayotganligi aslida "urush"ga munosabat o'zgarganidan, qurolning yangi turi kashf qilinganidan darak beradi. Hozirda turli usullarda olib borilayotgan mafkuraviy targ'ibot va tashviqotlarning asl maqsadi inson qalbi va ongi uchun kurashga qaratilgan. Bu kurash natijasiga ko'ra **3ta asosiy bosqichdan** iborat:

¹⁸ [http:// www. Google.com](http://www.Google.com)

¹⁹ П.И.Иванов, М.Э.Зуфарова. Умумий психология. Ўзбекистон файласуфлари миллий жамияти нашриёти. Тошкент. 2008. 474-бет.

1) Muayyan axborot inson tomonidan qabul qilinmaydi.

2) Axborot inson ongida ma'lumot sifatida saqlanib qolishi va bundan boshqa bir masala yuzasidan qarorlar qabul qilishda solishtiruvchi manba sifatida foydalanish mumkin.

3) Axborot fikr yoki g'oya sifatida inson qalbini egallashi ma'naviy-ruhiy holatini uzviy qismiga aylanishi hamda bu uning amaliy faoliyatini asosini tashkil qiluvchi omil bo'lib qolishi mumkin.

Axborot uchinchi holatda insonni da'vat etuvchi, rag'batlantiruvchi kuchini to'la namoyon etadi. Hozirda axborot xurujlari haqida ko'p gapirilayotgan bo'lsada, mutaxassislar tomonidan hali bu tushunchaga to'la ta'rif berilgani yo'q. O'zbekistonning geosiyosiy joylashuvi, tabiiy resurslarga boyligi va boshqa iqtisodiy, ijtimoiy salohiyati uning manfaaddor kuchlar tomonidan "Axborot xurujlarining ob'ekti" sifatida qaralishi ehtimolini keltirib chiqaradi. Dunyoda kim axborot bozorini egallasa, o'sha hukmronlik tizginini tutadi, deyishadi. Chunki ayni paytda dunyoni inson emas, aynan axborot boshqarmoqda. Si-En-En va Bi-Bi-Sining ovozi yetmayotgan joyda "Al-Jazira"ning mahsulotlari sotilayotgan ekan, bu axborot bozorida yangicha qarashning paydo bo'lishiga imkon beradi.

Axborot qurolining universalligi, yashirinligi, dasturiy apparatning amalga oshirilishi shakllarining ko'p variantlilik, ta'sirlarning radikalligi, vaqt va joy tanlash imkonini yetarliligi, nihoyat tejamliligi uning juda xavfsizligini ko'rsatadi. Hozirgi davrda ishlab chiqarish va boshqarish, mudofaa va aloqa, transport va energetika, ta'lim va OAV - barchasi axborot almashinuvi jadalligiga, haqqoniyligiga, to'liqligi va tezligiga bog'liq. Hujum qiluvchi axborot quroli deb, quyidagilarni hisoblash mumkin:

- kompyuter viruslari;
- telekommunikatsion tarmoqlarda axborot almashinish vositalarini yo'q qilish, davlat va harbiy boshqaruv kanallarida axborotlarni qalbakilashtirish;
- dasturlarini buzish, ishdan chiqarish va h.k.

Jamiyat bir necha ming yillardan beri mavjud, lekin keng axborot urushlari asosan internet tizimi paydo bo'lgandan so'nggina keng ommalashdi. Bu borada

kompyuter viruslari yetakchi ahamiyatga ega. Kompyuter viruslari fuqarolik va harbiy axborot tizimlari va tarmoqlariga kiritishga ularni masofadan turib boshqarishga imkon beruvchi vositalardir. Bu vositalar haqiqiy vaqt davomida doimiy ishlab turadigan izlab topish va boshqarish avtomatlashtirilgan tizimlariga katta zarar ko'rsatadi. G'arb ekspertlarini hisoblashlari bo'yicha bunday tizimlar xususan ishdan chiqarilgan vazifalarni tiklash ehtimoli juda past, shuning uchun ularning ishlariga aniq maqsad bilan buzib kirish, ommaviy hujum qurolini oqibatlari bilan teng alohida og'ir oqibatlarga olib kelishi mumkin.

Axborot quroli bu, dushmanning axborot imkoniyatlarini yo'q qilish uchun qaratilgan dasturli axborot vositalari kompleksidan iboratdir. Bu aniqlik kirituvchi tushuncha jahonda qadimiy tarixga ega bo'lgan "dezinformatsiya" nomi bilan, hammaga ma'lum bo'lgan oddiy tashviqot-psixologik axborot quroli mavjudligi sababli ham muhimdir. Bugungi globallashuv asrida axborotga bo'lgan talab har qachongidan kuchayib bormoqda. Shu sababli ham dunyo aholisi muloqoti tilida "psixologik urush", "axborot urushi", "psixologik operatsiyalar", "axborot-psixologik kurash olib borish", "psixologik himoya singari atamalar" keng ommalashib bormoqda.

Strategik darajada psixologik operatsiyalar muayyan siyosiy yoki diplomatik qarashdarni, rasmiy bayonotlarni yoki davlat rahbarlarining xabarlarini tarqatish va targ'ib qilish bo'lishi mumkin. Axborot psixologik ta'sir o'tkazishda siyosiy va harbiy rahbarlar, shuningdek OAV, madaniyat va san'atning ko'zga ko'ringan vakillari asosiy ob'ekt bo'lib hisoblanadi. Shu o'rinda aytib o'tish joizki, keyingi paytlarda mamlakatimizga nisbatan ham axborot-psixologik tahdidlar sodir etilmoqda. Xulosa o'rnida shuni aytish joizki, o'z vaqtida va ishonchli axborotlarga ega bo'lish hamda ularni o'z vaqtida yetkazish va amaliyotda unumli foydalanish samarali boshqarishni ta'minlashning asosiy sharti hisoblanadi. Endilikda axborot-davlat faoliyatida boshqaruvchilik kuchini sezilarli darajada namoyon qiladi. Bugun jahon miqyosida bo'layotgan o'zgarishlar, iqtisodiy taraqqiyot, ilm-fandagi inson aqlini lol qoldiradigan yangiliklar, ixtirolar barcha-barchasi OAV orqali har bir xonadonga kirib borayotganligini inobatga olsak, OAV matbuot va internet yaxshilikka,

ezgulikka xizmat qilmoqda, deyishimiz mumkin. Halqaro munosabatlar tizimida ro'y berayotgan o'zgarishlar natijasida milliy xavfsizlik, mintaqaviy xavfsizlik va halqaro xavfsizlik kabi tushunchalar mohiyatini tushunishga, ularning o'zaro bog'liqligini anglashga, e'tibor ortib borilayotganini alohida ta'kidlash zarur. Odamlarning maqsadlari xilma-xil, halqlar orasida tortishish va talashishlar juda ko'p. Shunday holatlar ham bo'ladiki, jurnalistning zahirasi yolg'on xabardan boshqa xabar bo'lmaydi. Bunga qarshi kurashishning eng samarali quroli ham, aynan shu axborotdir. Shu bois axborotni o'z maqsadlariga xizmat qildirishga intilish keskin tus olmoqda. Axborot, uni uzatish, qayta ishlash va yig'ish bosqichlari o'ziga xos xususiyatga ega ekanligi bilan ham ahamiyatlidir. Ya'ni, insonning oddiy, kundalik ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan hatti-harakatlarining asosini ham, dunyo mamlakatlarining insoniyat taqdiriga dahldor bo'lgan qarorlarining manbaini ham axborot tashkil etadi. Bu esa o'z navbatida g'oyaviy ta'sir o'tkazish imkoniyatlarini yanada kengaytiradi.

13.3. Internet tarmoqlarida texnik buzilish mummolari

Hozirgi axborot texnologiyalari rivojlangan bir davrda, barcha radioelektron vositalar axborot kurashidan ommaviy foydalanish yo'li bilan erishiladi. Rivojlangan mamlakatlarning ko'pchilik tahlilchilari qurolning bu turini "zamonaviy dunyoga egalik qilishning hal qiluvchi omili" deb hisoblaydilar. Haqiqatdan ham, zamonaviy dunyoga egalik qilishning eng yaxshi vositasiga aylanib ulgurgan axborot vositalarisiz bugungi kunimizni tasavvur qilib bo'lmaydi.

Axborot xuruji – turli xil davlatlar tomonidan ishlab chiqilib boshqa davlatlarning axborot sohasiga havfli taxdid o'tkazish vositalarini yaratishni ko'zda tutadi²⁰. Axborot ob'ektlarini qamrab oladi va ularga ta'sir o'tkazishga harakat qiladi. Axborot xurujining kelib chiqishi 4 ta yo'nalishdan iborat: tashkiliy, huquqiy, siyosiy, texnologik yo'nalishlar²¹.

²⁰ Микрюков В.Ю., Безопасность жизнедеятельности человечества. 2006, изд-во Феникс, 419-425 стр.

²¹ Қосимов С.С., Ахборот технологиялари. Т.: Ўзбекистон, 2005й.

Biz bilamizki, axborot xurujining 2 ko‘rinishi mavjud: tasodifiy xato va rejalashtirilgan xatodir.

Tasodifiy xatolar operator xatosi, dasturchi yanglishishi, kompyuter ishdan chiqishi, tabiiy ofatlar natijasida bo‘lishi mumkin. Bunga misol qilib, Mars sayyorasi hududiga uchib ketgan “Fobos” fazoviy apparati keyingi vazifalarni bajarmadi. Chunki yuborilgan signalda faqatgina bir harf tushurilib qoldirilgan edi, natijada yo‘l ko‘rsatish tizimining o‘chib qolishi sodir bo‘lgan. Veneraga yo‘naltirilgan Amerika fazoviy kemasi boshqaruv tizimi modulida operator vergul o‘rniga nuqta qo‘yib qo‘ygani uchungina o‘z uchishini to‘xtatgan.

Rejalashtirilgan xato esa bilib turib, atayin buzilishlar bu aynan e‘tiborimizni tortayotgan axborot xurujidir. G‘arbiy Yevropa mamlakatlarining biridan Iroq sotib olgan PVO tizimlarida shunday ataluvchi xato ishlaydigan dastur atayin kiritib qo‘yilgan edi, buning natijasida 1991 yili Fors ko‘rfazi hududidagi urush paytida bu tizimlar ishga tushmadi.

Dezinformatsiya – bu tushuncha bizga uzoq o‘tmishdan ma’lum, 60-70 yillar davrida “oddiy” axborot quroliga “sun’iy intellekt” kirib keladi, axborot tizimlarini kompyuterni va mikrokompyuterni jihozlash sodir bo‘ladi. Natijada, axborot quroli faqatgina uni qo‘llash doirasini cheksiz kengaytirishga imkon beruvchi emas, balki, u ommaviy hujum vositalarining ham o‘rnini bosa oladigan xususiyatga ega bo‘ladi.

Rossiyalik ekspertlarning fikricha: “Axborot quroli bu - axborot massivlarini yo‘q qilish, buzish yoki o‘g‘irlash vositasi, himoya tizimini buzib kirgandan keyin ulardan kerakli malumotlarni bilib olish, ularga qonuniy foydalanuvchilarining kirishini taqiqlash yoki cheklash, texnik vositalarining ishlarini buzish, telekommunikatsion tarmoqlarni ishdan chiqarish, kompyuter tizimlarini, jamiyat hayotini yuqori texnologik ta’minlashni va davlat faoliyatining barcha bo‘g‘inlarini yo‘ldan chiqarishdir²²”. Bu kabi jarayonlarni axborot texnologiyalari, xususan, internet tarmoqlarida ishlaganimizda kuzatishimiz mumkin.

Kundalik ehtiyojimizga aylangan, internetning ikkita *muhim va xavfli xususiyatlarini* alohida ta’kidlash kerak: yashovchanligini va strategik ahamiyatdagi

²² Фозилов М. Аxbоротлар хавфсизлиги ҳақида. //Info.com.uz журнали, №2, 2005 й.

harbiy ob'ektlarni boshqarish tarmoqlariga o'zboshimchalik bilan ulanish mumkinligi.

Internetning yashovchanligi - internet tarmog'i 1973 yilda bombardimon yoki hatto yadro hujumi paytida ham qisman zararlanganda ishlay oladigan istiqbolli tadqiqotlar va AQSh mudofaa vazirligi loyihalar boshqarmasi doirasida "Arpanet" tarmog'i yaratilganda paydo bo'lgan. Keyinchalik bu tarmoqqa boshqa boshqarmalarning axborot tarmoqlari ulangan.

Fors ko'rfazi hududidagi urush paytida kuchli radioelektron bostirish qo'llanilishiga qaramay, Qo'shma Shtatlari Iroqni tashqi dunyodan to'liq uzib qo'ya olmadi. Iroq hukumati aynan "internet" tarmog'i orqali qurol sotib olgan, mahsulot yetkazib bergan, firmalarga chet ellardagi banklarda saqlangan pullarni o'tkazgan.

Hozirgi kunda internet tarmoqlaridan bir qancha ijobiy maqsadlarda, xususan, shu muqaddas zaminda turib ham internet orqali dunyoning nufuzli oliy ta'lim muassasalarida o'qish yoki jahonning nomdor kutubxonalaridan foydalanish, dongdor muzeylarini tomosha qilish imkoniyatini beradigan internet tarmoqlaridan foydalanish mumkin. Ba'zi bir qabix niyatli shaxslar esa o'zlarining nopok niyatlarini amalga oshiradilar. Bu huddi tanganing ikki tomonli ekanligidek gap.

Misol uchun, 1994 yili 16 yoshli Londonlik maktab o'quvchisi internet orqali AQShning havo hujumidan himoyalaniish tizimlaridan birining kompyuter tarmog'iga kirib oladi, keyin esa Nyu-York yaqinida joylashgan Amerika yadro tadqiqot markazi tarmog'iga ham ulanadi. "Axborot qaroqchi"ning aniqlanishicha, London magazinlarida sotiladigan ikkita oddiy kompyuter bo'lib chiqqan. Ammo, bu daliliy ashyolardan olingan axborotlar Amerika harbiy ob'ektlari haqida shunchalik ko'p maxfiy malumotlarga ega ekanki ular uch ming bet matn bo'lishi mumkin edi.

Kompyuter viruslari o'tgan asrning 70-80 yillarida kompyuterning hayotimizga kirib kelishi bilan paydo bo'lgan²³. O'lchami bo'yicha katta bo'lmagan maxsus yozilgan dasturdan iborat bo'lib, u o'zini boshqa dasturlarga "yozib qo'yishi", shuningdek, kompyuterda turli noxush amallarni bajara olishi mumkin. Bunday

²³ Каримов М.М. Ахборот хавфсизлиги масалалари. Тошкент.: Ахборот технологиялари нашриёти, 2006. 4-7 б.

dastur ishlashni boshlaganda, dastlab boshqaruvni virus oladi. Virus boshqa dasturlarni topadi va unga "yuqadi", shuningdek, qandaydir zararli amallarni bajaradi. Virus o'ziga tegishli amallarni bajarib bo'lgandan so'ng, boshqaruvni o'zi joylashgan dasturga uzatadi. Virus joylashgan dastur odatdagidek ishini davom ettiradi. Tashqaridan dasturning "kasallanganligi" bilinmaydi.

Ko'p turdagi viruslar shunday tuzilganki, kasallangan dasturni ishga tushirganda, virus kompyuter xotirasida doimiy qoladi va vaqti-vaqti bilan dasturlarni kasallaydi va kompyuterda zararli amallarni bajaradi. Bunga bir qancha virus turlarini sanab o'tish mumkin:

VIRUS №-666 deb ataluvchi virus, u EHM operatorining psixofizik holatiga tasir ko'rsatib, uni o'limga olib kelishi mumkin. Bu "qotil-virus" ekranga alohida maxsus ranglar kombinatsiyasini chiqaradi, u odamni o'ziga xos gipnotik karaxt holatga tushiradi va u yurak-qon tomir tizimining ishlashini keskin o'zgarishiga, bosh miya tomirlarini ishlatmay qo'yishgacha o'zgartiradi.

Troyan – xavfli virusning bir turi. Bu malumotlar olish uchun dushmanning axborot muhitiga yashirin, ruxsatsiz kirishni amalga oshirishga imkon beruvchi dasturdir.

Virusga qarshi dasturlar quvvatiga qarab bir necha turga bo'linadi. Quyidagi eng ko'p tarqalgan virusga qarshi DSAV 2.0 kompleksi yaratilgan. Uning tarkibiga quyidagilar kiradi:

1. *Kaspersky Internet Security* 2010 – kompyuterlarni barcha tarmoq xavflaridan ishonchli himoyalashni taminlovchi "Kasperskiy laboratorisi" yangi mahsuloti. Kasperskiy® 2010 Antivirusi samaradorligi butun dunyoda millionlab foydalanuvchilar tomonidan tekshirilgan, tayanch antivirus texnologiyalari bilan taminlangan mahsulot.

2. *Doctor WEB (Dr Web)* - yangidan yaratilgan, malum va nomalum viruslarni aniqlash va yo'qotish uchun ishlatiladigan virusga qarshi dastur. U arxivlangan va vaktsiyalangan fayllarda ham viruslarni aniqlay oladi (har oyda o'rtacha 2 marta yangilanadi).

3. *ADINF* - diskdagi barcha o'zgarishlarni nazorat qiluvchi, disklarning virusga qarshi revizor dasturi (bir yilda bir necha marta yangilanadi.) Diskdagi barcha dasturlarning fizik kamchiliklarini nazorat qiladi. Diskning tizimli sohasini va fayllar holatini eslab qoladi va qayta yuklashda diskdagi o'zgarishlarni aniqlaydi. Agar biror xavfli o'zgarishlar aniqlansa, foydalanuvchiga bu haqda xabar beradi.

4. *SHERIF* - qattiq diskdagi operatsion tizim, dasturlar va malumotlar faylini 100 % kafolat bilan himoyalovchi rezident dastur.

Amalda yuqoridagilarning bittasidan foydalanish maqsadga muvofiq. Biroq dasturni o'rnatib, uni doimiy ravishda yangilab borilsa, foydaliroq bo'ladi.

Xulosa o'rnida shuni aytib o'tish joizki, bejizga biz yashayotgan asr "axborot texnologiyalar asri" deb nomlanmagan. Darxaqiqat, rivojlanish, o'sish, yuksalish bir qancha omillarga bog'liqligi bilan bir qatorda, axborot texnologiyalari vositalari, radioelektron vositalarining ahamiyati g'oyat yuksak.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. *Kompyuter va internet texnologiyasi va uning insoniyat hayotida tutgan o'rni haqida nima deya olasiz?*
2. *Bu tarmoqlarning ijobiy va salbiy jihatlarini yozma tarzda bayon eting?*
3. *Internetning inson ruhiyatiga ta'siri deganda nimani tushunasiz?*
4. *Internet ortidagi muammolar deganda nitmani tushunasiz?*
5. *Internet xavfsizligini ta'minlash dasturlari haqidagi fikringiz?*

Mustaqil ish uchun mavzular:

1. *Kompyuter va internet texnologiyasi va uning insoniyat hayotida tutgan o'rni.*
2. *Bu tarmoqlarning ijobiy va salbiy jihatlari.*
3. *Internetning inson ruhiyatiga ta'siri.*
4. *Internet ortidagi muammolar.*
5. *Internet xavfsizligini ta'minlash dasturlari.*

XIV-BOB. OCHIQ OMMAVIY AXBOROT TIZIMLARI SHAROITIDA SHAXSNING PSIXOLOGIK O‘Z-O‘ZINI HIMOYALASHI

Mavzuning maqsadi: Individda shaxs sifatida axborot-psixologik ta’sir nishoni sifatida, inson har qanday ijtimoiy-siyosiy, sotsial-iqtisodiy va madaniy-ma’naviy tizimning bosh bo‘g‘ini, axborotlashuv davri individning axborot-ma’naviy mustaqilligi. Inson ongi va uning psixologik xususiyatlari, ongning murakkab mazmunga va tuzilishga ega ekanligi, ommaviy ong – ijtimoiy ongning ajralmas qismi sifatida, Individda axborot-psixologik ta’sir ko‘rsatish yo‘llari va shakllari. Individda axborot da’vatlarining turlari, mazmuni va ahamiyatidan yetarli darajada xabardor emasligi, ma’naviy-ma’rifiy sohada xorijdan turib axborot yordamida ta’sir ko‘rsatishning maqsadi to‘g‘riida ma’lumot berish.

REJA:

- 1.Individda axborot-psixologik himoyalanganlik tushunchasi.
- 2.Inson ongi uchun kurash - geosiyosatning bosh yo‘nalishi. Individda psixologiyasi ochiq tizim sifatida.
- 3.Individda yo‘naltirilgan axborot da’vatlarining turlari va mazmuni.
- 4.Individda oila, jamoa, ishlab chiqarish, jamiyat va davlat tomonidan himoyalash shakllari.

Tayanch tushuncha va atamalar: Axborot o‘lchovi, axborot makoni, ”Birinchida darajali” va ”Davlat sifatida shakllana olmagan” davlatlar, axborot urushi, axborot quroli, dezinformatsion, elektron, axborot ekspansiyasi, OAVlarning psixologik ta’siri, ommaviy kommunikatsiya, neyrolingvistik dasturlash, omma psixologiyasi, axborot manipulyatsiyasi, ”axborot iste’moli madaniyati”.

14.1. Individdning axborot-psixologik himoyalanganlik tushunchasi

Inson har qanday ijtimoiy-siyosiy, sotsial-iqtisodiy va madaniy-ma'naviy tizimning bosh bo'g'ini hisoblanadi. U faqat asosiy ishlab chiqaruvchi kuch bo'lib qolmasdan, shu bilan birga axloqiy qadriyatlarning, yoki, umumlashtirib aytganda, o'z millati, jamiyati, madaniyati, butun insoniyat madaniy kodining birdan-bir sohibidir. Tarkibida fan, ishlab chiqarish, siyosat, madaniyat va boshqa sohalarda chinakamiga kuchli shaxslar bo'lgan taqdirdagina jamiyat qudratga to'ladi. Ularni jamuljam qila bilgan va ularning ijodiy hamda jismoniy imkoniyatlaridan to'g'ri foydalana olgan har qanday jamiyat rivojlanish bobida yuksak darajalarga erishadi.

Individ shaxs sifatida axborot-psixologik ta'sirga nishon bo'ladigan yagona ob'ektdir. Hamma gap shundaki, faqat ugina ijtimoiy ongga ega bo'lib, ta'sir aynan shu ongga qaratiladi. Shuning uchun ham biz individni uning psixologik sifatleri va unga ko'rsatiladigan axborot ta'siri nuqtai nazaridan uchta asosiy mazmunda ko'rib chiqsak, to'g'ri bo'ladi: birinchidan, u maqsadli yo'naltirilgan axborot-psixologik ta'sirga duchor qilinadigan bosh ob'ekt hisoblanadi; ikkinchidan, ayni bir paytda u ijtimoiy axborot bobida birdan-bir ishlab chiqaruvchidir; uchinchidan, u axborot tajovuzidan davlat va jamiyat tomonidan himoya qilinttga. muhtoj sub'ektdir.

Birinchi toifaga mansub odamlar (shunday ma'lumotlarning iste'molchi-lari) har bir jamiyatda ko'pchilikni, ikkinchi toifa odamlar (ya'ni ommaviy axborotni ishlab chiqaruvchilar) esa kamchilikni tashkil qiladi. Ushbu muammoni ravshanroq tassavvur qilishimiz uchun shu ikki toifaga doir qisqacha tushuntirish berib, ularni ajratib ko'rsatish zarur bo'ladi.

Ommaviy axborotni ishlab chiqaruvchilar sirasiga o'z mamlakati va xorijiy mamlakatlar jamoatchiligini ommaviy axborot bilan ta'minlab turuvchilar: muayyan jamiyatning rahbar doiralari, deputatlar, jurnalistlar, o'qituvchilar va boshqalar kiradi. Qolgan barcha odamlar ommaviy axborotni qabul qiluvchilar hisoblanadi.

Bu hali gapning hammasi emas. Shuni ham ta'kidlash lozimki, ommaviy axborotni o'z auditoriyasiga yetkazish bilan kasbiy jihatdan shug'ullanadiganlarning kattagina qismi (jurnalistlar, o'qituvchilar) o'zlari axborotni turli manbalardan olib, qayta ishlab, shundan keyingina boshqalarga yoyadilar. Hech kimga qaram bo'lmay,

faqat bevosita ishlab chiqaruvchigagina bog‘liq bo‘lgan, professional jihatdan yuksak darajadagi dastlabki axborotni tayyorlash bilan har bir jamiyatda kamsonli kishilar davrasi shug‘ullanadi. Bunday insonlarga o‘zga axborot bilan ta’sir ko‘rsatish qiyin, chunki o‘z bilimlari, kasblari va egallab turgan lavozimlari tufayli ular kuchli ijtimoiy immunitetga ega bo‘lib, boshqa axborot manbalaridan keladigan ma’lumotlar ta’siriga deyarli berilmaydilar.

Demakki, har qanday davlat fuqarolarining aksariyat ko‘pchiligi asosan axborotni iste’mol qiluvchilardir. Shu tariqa uchinchi va asosiy muammo - individni axborot-psixologik muhofaza qilish zaruriyati kelib chiqadi. Birorta jamiyat o‘z a’zolariga ommaviy axborot manbalarining, buning ustiga nafaqat xorijiy, balki o‘z vatani axborot vositalarining ta’sirini e’tibordan chetda qoldira olmaydi. Shu bois davlat faqat axborot-psixologik ta’sir ko‘rsatiladigan ob’ekt bo‘libgina qolmasdan, ayni bir paytda o‘z fuqarolarini ularga yot axborot ta’sirdan himoyalash tashkilotchisi hamdir.

Insonning psixologik holati uning dunyoqarashiga, g‘oyalari, dini, e’tiqodi, jamoaviy va javobgarlik tuyg‘usi, moddiy ahvoli, ehtiyojlarini qondirishi va boshqa jihatlariga bevosita bog‘liq. U qanchalik bilimdon bo‘lsa, ijtimoiy-tarixiy taraqqiyot qonuniyatlarini shunchalik yaxshi tushunadi va har qanday tasodifiy, ishonchsiz axborotlarga qarshi shunchalik puxta qurollangandir. Bilim inson dunyoqarashining va ma’naviy-psixologik ahvolining asosi hisoblanadi.

Oilada va do‘stlar davrasida, maktabda va oliy o‘quv yurtida, mahalla va ishlab chiqarish jamoasida olinadigan bilim negizida individda o‘zi va yaqin odamlari inson hurmati joyiga qo‘yiladigan, fazilatlarini munosib baholanadigan jamiyatda yashayotganliklari to‘g‘risida muayyan g‘oyalar, imon, e’tiqod tarbiya topadi. Astasekin ular individ uchun g‘oyat ahamiyatli qoidalariga aylanib, uning hayotiy qadriyatlarini tizimini shakllantiradi.

Shaxs sifatida O‘zbekistonda kamol topadigan yosh kishi bolaligidanoq jamoaviy psixologiyani chuqur his qilib va xashar, birgalikda o‘tkaziladigan boshqa har xil tadbirlar, bayramlar hamda ommaviy marosimlarni yuksak qadrlaydigan bo‘lib o‘sadi. Bunday tadbirlarda shaxsan ishtirok etish bilan u qilmishlari uchun o‘zi

yashayotgan jamiyat, oila, mahalla yoki mehnat jamoasi oldidagi mas'uliyatini chuqur anglaydigan bo'lib voyaga yetadi. Bunday hayotiy kayfiyat, bunday psixologiya o'zbekistonliklarni boshqa mamalakatlar aholisidan ma'lum darajada farqlab turuvchi tengsiz qadriyat hisoblanadi. Shu boisdan bu xildagi an'analarni qo'llab-quvvatlash hamda rivojlantirish jamiyatimiz va davlatimizning muhim vazifasidir.

Axborotlashuv davri individning axborot-ma'naviy mustaqilligi xususida quyidagilarni aytish mumkin. Har qaysi zamon turli mamlakatlar halqlarining odatiy hayotiga ma'lum o'zgartishlar kiritish davri bo'lib kelgan. Biroq ularning hech biri bu borada axborotlashuv davridek katta yutuqqa erisha olmadi. Barcha davlatlar aholisi boshiga turli-tuman axborot oqimlari yopirildiki, ularning ko'plari esankirab qoldilar va hozir ham kimga va nimaga ishonishlarini bilolmay hayrondirlar. Shuning uchun turli mamlakatlarning fuqarolari axborotni tanlash va baholashda mustaqillik saqlashga, bunda aniq siyosiy ko'rsatmalardan va kimlarningdir taklifi bilan ish ko'ruvchi ommaviy kommunikatsiya vositalaridan holi bo'lishga intilmoqdalar. Axborot texnologiyalariga va katta miqdorda turli-tuman axborotga ega bo'lish ularga bu borada muvaffaqiyatli ish olib borishga imkon beradi.

Albatta, shaxs axborotni tanlash, qayta ishlash, iste'mol qilish va yoyishda mustaqil bo'lmog'i lozimki, bu insonning tamal huquqlaridan biridir. Biroq uning bunday erkinligi boshqalarga halal bermasligi yoki zarar yetkazmasligi kerak. Masalan, biror xabarni Internetda joylashtirish manbaning birdaniga juda keng jamoatchilik oldiga chiqishini bildiradi. Shuning uchun ham u qilayotgan ishini yaxshi anglashi, boshqalarga yetkazayotgan ma'lumotlari uchun javob berishi kerak. Davlat, undan ham ko'proq darajada jamiyat har bir fuqaroda shunday mas'uliyatni tarbiyalashi darkor. Axborotni ishlab chiqish va iste'mol qilish shaxs erkinligining muhim shartlaridan biridir, lekin bu borada ham me'yori tuyg'usi, o'z ishlari uchun mas'uliyat hissi bo'lishi lozim. Xullas, axborot asriga nisbatan shuni aytish kerakki, shaxsning axborot ishlab chiqishdagi erkinligi bunga oid mas'uliyati bilan uyg'unlashgan bo'lishi juda muhimdir.

Individning ommaviy axborot bilan ishlashidagi mustaqillik masalasida ham to'xtalib o'tish to'g'ri bo'ladi. Ma'lumotlarni iste'mol qilish va yoyishni davom ettirishda individlar erkin bo'lib qolganliklari shubhasizdir, chunki endilikda ular bu borada davlatga qaram emasdir. Ilgari davlat o'z xususiyati va holislik darajasidan kelib chiqib hamda me'yor va joizlik chegarasiga rioya qilgan holda, axborotni o'zi ishlab chiqar va taqsimlar edi. "Erkinlik texnologiyalari" deb nomlangan axborot texnologiyalari milliy davlat imkoniyatlaridan ustun chiqqaniga qadar shunday davom etib keldi.

Insonlarning axborot iste'mol qilish va ishlab chiqish bobidagi mustaqilligi keskin oshdi. Bu esa ko'plarning boshini aylantirib qo'ydi. Hamma o'zini Internetga urdi. Pornografiya, jinoyatchilik, odobsizlik, latifalar, mish-mishlardan iborat keraksiz, zararli axborotga ega juda ko'plab saytlar paydo bo'ldi. Bunday ma'lumotlarning asosiy qismi "sariq" axborotga kiradi. Biroq ommaviy auditoriya uni, ayniqsa, qiziqib o'qiydi. Bunday yengil-yelpi, sharmandali "yangiliklar" jamiyatni bosib ketmasligi uchun davlat va jamiyat zarur chora-tadbirlarni ko'rishi lozim.

Axborotni tanlash va u bilan ishlash salbiy yoki ijobiy oqibatlarga olib kelishi mumkin bo'lgan jarayondir. Bir tomondan, individ mustaqil bo'lishi lozim. Lekin, ikkinchi tomondan, u o'zining ma'naviy negizlariga putur yetkazisha oladigan yot ta'sirdan himoyalaniş dasturiga ega bo'lishi darkor. Individ axborotning soxtaligini o'z vaqtida payqamasligi ehtimol, sababiki bunday axborot, odatda, "yaltiroq qog'ozga yaxshilab o'ralgan" bo'ladi. Oqibatda insonning axborotdan foydalanishdagi erkinligi aks samara beradiki, bu individning o'zini ham bunday mustaqillikdan muhofaza qilish zarurligini ko'rsatadi. Oddiy fuqaro, odatda, axborotni iste'mol qilishga tayyorlanmagan bo'lib, yoppasiga hamma narsaga, shu jumladan, yolg'on -yashiq va bo'hton gaplarga ham ishonaveradi. Hech kimga sir emaski, bugungi kunda axborot bobida aldam-qaldam texnologiya-lari g'oyatda ko'p bo'lib, ular yuksak darajada. Davlatning muayyan axborot siyosatidan mustaqil bo'lish xorijiy ommaviy axborot kommunikatsiya-larining axborot ta'siri o'tkazish bobidagi ustamon siyosatiga qullikka o'sib o'tmasligi kerak.

Uch jildlik “Axborot asri” asarining muallifi, Janubiy Karolina universiteti professori Manuel Kastels shunday yozadi: “Bugungi kunda yer yuzida Internetdan foydalanuvchilar bir milliarddan ko‘proqni tashkil qiladi va ikki milliardga yaqin mobil telefon mavjud. Joriy (2006) yilning may oyigacha holatda 37 million blog bo‘lib, dunyoda har sekunda yana yangi bir blog, ya’ni yiliga 30 million blog yaratiladi... Shunday qilib, kommunikatsiyaning yangi, ommaviy bo‘lsa ham bir kishi tomonidan ishlab chiqariladigan, olinadigan va qabul qilinadigan ijtimoiy shakli vujudga keldi”²⁴.

Shundan ko‘rinib turibdiki, keyingi yillarda shaxsiy saytlar soni mislsiz darajada oshdi. Bugungi kunda xohlagan har bir kishi o‘z saytini ocha oladi. Bu jarayonni to‘xtatib bo‘lmaydi. Hozirgi paytda “bloggerlar Internetni to‘ldirib yuborishdi” degan gapni tez-tez eshitish mumkin.

Ayni bir paytda shaxsiy saytlarda ijodiy mas’uliyatsizlik chegarasidagi “o‘ta erkin” axborot aks etganligiga shubha yo‘q. Aslida, bu foydalanuvchilarning keng davrasiga qiziqarli bo‘lmagan shaxsiy mazmundagi axborotdan iborat. Ular, albatta, ko‘p jihatdan tekshirilmagan va ishonchsiz ekanligi to‘g‘risida gapirmasak ham bo‘ladi. Bugungi kunda ko‘pchilik ko‘ngliga kelgan narsani yozish va global tarmoqda joylashtirish bilan ovora.

An’anaviy jurnalistika sohalari bo‘lgan gazeta va jurnallarga, televidenie va radio efiriga yo‘l topish, shubhasiz, mushkulroq. Bu yerda axborot mazmuni tez-tez tekshirilib yoki hech bo‘lmaganda yo‘naltirib turiladi. Bundan tashqari Internetda axborot joylashtirish bilan kishi birdaniga jahon maydoniga chiqadi. Tabiiyki, bu odamlarni yo‘ldan uradi. Ko‘pgina kishilar o‘zlarini vatandoshlarimizga va hatto jahon jamoatchiligining keng davrasiga aytadigan gapimiz bor, deb hisoblaydilar. Biroq Internetdan foydalanuvchilarga faqat aniq va ishonchli faktlarni taqdim etish naqadar murakkab va mas’uliyatli ish ekanligi tushunarlidir.

²⁴ Кастелс М. Новме индивидуальньш масс-медиа // “Свободная ммсль”. 2006. №35. - Б. 62.

14.2. Inson ongi uchun kurash - geosiyosatning bosh yo‘nalishi. Individdning psixologiyasi ochiq tizim sifatida

Ong murakkab mazmunga va tuzilishga ega sifat hisoblanadi. Ushbu tushunchani yetarlicha anglab yetmasdan turib, insonning yurish -turishidagi uning rolini tasavvur qilish qiyin. Mazkur masalani izohlab beruvchi ayrim manbalarga murojaat qilaylik.

“Katta psixologik ensiklopediya” (“Bolshaya psixologicheskaya ensiklopediya”) mualliflari shunday yozishadi: “Ong - ob’ektiv voqelikka munosabat bildirishning insonga xos shakli bo‘lib, bu ijtimoiy-tarixiy amaliyot unsurlari vositachi, oraliq omil sifatida qabul qilinishida ifodalandi, inson olamning ob’ektiv (umum tomonidan qabul qilingan) manzaralarini shularga asosan quradi. Falsafa nuqtai nazaridan ong inson faoliyatining ob’ektiv mazmuniga (moddiy shart-sharoitlar, narsalar, hamda vositalarga) qarama-qarshi ravishda bu faoliyatning sub’ektiv jihati (maqsadga muvofiqligi) hisoblanadi”¹.

Bu yerda ongni ta’riflashda psixologlar va faylasuflar o’rtasida ma’lum farq borligi bejizga eslatilmagan. Haqiqatan ham, faylasuflarning ongni tushunishida go‘yoki ongga ega inson uni o‘ziga bo‘ysundirishda erkin ekanligi to‘g‘risidagi kuchli sub’ektiv jihat mavjud. Amalda esa garchi ong inson miyasining sifati bo‘lsa ham, unga har doim va to‘liq ravishda bo‘ysunavermaydi. Psixologlar tomonidan qayd etilgan bu jihat butun ushbu darsligimiz uchun muhim nuqta hisoblanadi. Ongni to‘g‘ri tushunibgina qolmasdan, uni qanday bo‘lsa, shundayligicha qabul qilish ham kerak.

Qiyoslash uchun “Falsafiy ensiklopedik lug‘at” (“Filosofskiy ensiklopedicheskiy slovar”) mualliflarining fikrini keltiramiz: “Ong-falsafa, psixologiya va sotsiologiyaning asosiy tushunchalaridan biri bo‘lib, ijtimoiy mavjudot bo‘lgan insonning oliy darajadagi psixik faolligini bildiradi. Bu faollikning o‘ziga xosligi shundan iboratki, reallikning o‘ta ta’sirchan va aqliy timsollar shaklidagi ifodasi insonning amaliy xatti-harakatlarini oldindan sezib, ularga aniq bir maqsadga yo‘nalganlik xarakterini baxsh etadi. Bu dastlab amaliyot sohasida, so‘ngra esa ichki planda tasavvurlar, fikrlar, g‘oyalarda hamda ongning mazmunini tashkil

qiluvchi hokazo ma'naviy fenomenlarda voqelikning ijodiy qayta o'zgartirilishini taqozo qiladiki, bunda ong madaniyat mahsulotlarida (jumladan, til va boshqa muhim tizimlarda) gavdalanib, ideal shakl kasb etadi va bilim sifatida maydonga chiqadi"²⁵,

²⁶.

Iqtibos keltirishni davom ettiraverish mumkin, lekin masalaning mohiyati ravshan bo'ldi, deb o'ylaymiz. Psixologlar bilan faylasuflar bosh masalada kelisha olmaydilar. Psixologlar ongni passiv-faol jihat deb bilsalar, faylasuflar ongni faol, zero, inson uning yordamida voqelikni qayta o'zgartiradi, deb hisoblaydilar. Bu yerda insonlarning faol, qayta o'zgartiruvchilik sifatlarini turli darajalarga ajratish lozim ko'rinadi. Jamiyatning kamsonli a'zolarigina yuksak darajadagi qayta o'zgartiruvchilik faoliyatiga egadirlar. Insonlarning aksariyat ko'pchiligiga esa voqelikni o'zlarining shaxsan turmush kechirishlarini ta'minlaydigan darajada yashashlariga yordam beradigan tarzdagi passiv ong xosdir. Bundan amalda jamiyatning kichik bir qismigina yuksak ongli faollikka ega bo'lib, qolganlar esa faqat iste'molchilar, jumladan, ma'naviy mahsulot, xususan, ommaviy axborot iste'molchilari ekanligi kelib chiqadi.

Bu fikrlardan inson psixologiyasi, yoki, kamida, aksariyat ko'pchilik kishilar psixologiyasi istalgan mazmundagi axborot ta'siriga duchor qilinishi mumkin bo'lgan ochiq tizimdir, degan muhim xulosa chiqadi. Individning ongi, modomiki u inson ijtimoiy faoliyatining natijasi, guruhii izlanishlar va olingan bilimlar mevasi hisoblanar ekan, tashqi ta'sir uchun ochiq bo'lmasligi hech mumkin emas. Mutlaq ma'noda olganda, ijtimoiy axborot har doim individ tomonidan qabul qilinadi va unga so'zsiz ta'sir o'tkazadi. Ommaviy axborot turli darajada ijobiy yoki salbiy bo'ladi. O'z navbatida, insonning amalda yurish-turishini ko'p jihatdan individ muayyan holatda qabul qilgan va o'zlashtirgan aniq axborotning mazmuni taqozo qiladi.

²⁵Большая психологическая энциклопедия. Муаллифлар жамоаси: Альмуханов А.Б., Гладков Е.С., Есина Е.В. ва бошқ. - М.: ЭКСМО, 2007. - Б. 433.

²⁶Философский энциклопедический словарь. Бош мухarrirlar: Ильичев Л.Ф., Федосеев Н.П., Ковалев С.М. ва бошқ. - М.: "Сов. Энциклопедия", 1983. - Б. 622.

Bunday ahvol inson to'g'risidagi faol, o'z xatti-harakatlarini nazorat qila biladigan ongli mavjudot degan an'anaviy tushunchani o'zgartirib yuboradi. Bundan kelib chiqadiki, biz ishonch hosil qilganimizdek, ochiq, qabul qiluvchi ongga ega bo'lgan individlarni ham salbiy, buzg'unchi ommaviy axborot ta'siridan muhofaza qilish kerak ekan.

Axborot asrida individni va jamiyatni manfiy ma'lumotlardan muhofaza qilish zaruriyati keskin oshadi va murakkablashadi. Bunday davr ommaviy axborotni nazorat qilish ishining ahvolini tubdan o'zgartiradi. Axborot texnologiyalarining soni va sifati jadal oshib borishi ularga egalik qiluvchilarning nafaqat o'z mamlakatlari, balki butun dunyodagi fuqarolarga ta'sir o'tkazish imkoniyatlarini cheksiz-chegarasiz qilib qo'yadi. Bugungi kunda ommaviy axborot hadsiz miqdorda ishlab chiqarilib, sayyoramiz bo'ylab juda katta tezlikda tarqatilmoqda. Biroq bu ishni faqat shunday texnologiyalarga ega bo'lgan mamlakatlar amalga oshira oladi. Boshqa davlatlar esa bu borada ularga bevosita bog'liq bo'lib qolishayapti. Shu boisdan inson ongi uchun, uning muayyan ideallarga tarafdorligi uchun kurash hozirgi zamon geosiyosatining eng muhim masalasiga aylandi.

Axborotlashgan davrda ommaviy axborot manbalari uchun individlar bilan to'g'ridan-to'g'ri ish olib borish imkoniyati sezilarli darajada yuksaladi. **Birinchidan**, bevosita texnika tufayli ularning iste'molchiga ro'para bo'lish imkoniyati keskin oshadi. Kimningdir hududida ommaviy axborot tarqatilishiga asrlar davomida to'siq bo'lib kelgan davlat chegarasi endi bu vazifani bajara olmay qoldi. Jarayon davomida radio va televidenie yoki Internet materiallariga aylanadigan elektr signallari har qanday g'ovni osongina yengib o'tadi.

Ikkinchidan, axborot sifat jihatidan ham turli-tuman bo'lib borayapti. Axborot yetkazish texnologiyasi va axborot sifati uni ishlab chiqaruvchilarga aynan o'z mahalliy auditoriyasini topishga va davlat hamda uning tuzilmalarini chetlab o'tgan holda, shu "mijozlari" bilan bevosita ish olib borishga imkon beradi. Bu borada ommaviy axborot va ishora-ma'lumotnoma materiallar shu darajada ko'pki, har qaysi iste'molchi o'zini qiziqtirgan manbani topishi va xohlagan axborotni olishi mumkin. Hozirgi paytda ommaviy axborotni ishlab chiquvchilar istalgan mamlakatdagi har

qanday siyosiy qatlamni: talabalar, o'rta yoshdagilar, pensionerlar va boshqa toifalarni o'z mahsuloti bilan ta'minlashga qodirdirlar.

Turli mamlakatlardagi auditoriyaning turli segmentlariga ommaviy axborotni bu tarzda tabaqalashtirib, aniq manzilni mo'ljallab yetkazib berish zamonaviy geosiyosatning muhim unsuri bo'lib qoldi. Ilgari fuqarolar ongi uchun kurash asosan har kimning o'z mamlakati doirasi bilan chegaralangan edi. Bugungi kunda bunday kurash globallashtirib ketdi. Bunga zamonaviy axborot texnologiyalari hal qiluvchi hissa qo'shdi. Natijada texnologiyalarga egalik qiluvchi mamlakatlar o'z qadriyatlari keng qamrovli va hammabob mazmunga ega ekanligi haqidagi fikrga borib, ularni butun dunyo bo'ylab ochiqdan-ochiq targ'ib qilishga kirishdilar. Bunday ish barcha kanallar: televidenie, radio, gazeta, jurnallar orqali, axborot agentliklari va matbuot markazlari yordamida olib borilmoqda. Internet ommaviy axborotni joylashtirish uchun yangi, qudratli va haqiqatdan ham chegara bilmas vosita bo'lib qoldi.

Mamlakat o'z aholisini unga yot axborotdan himoyalashni tashkil etishi uchun inson xulqidagi onglilik va beixtiyoriy onglilik omillarining nisbati masalasini aniqlab olishi juda muhimdir. Uzoq davr mobaynida individdagi onglilik ustun hisoblanib keldiki, bu uning tabiatidagi beixtiyoriy ongni bilishga to'sqinlik qilib turdi. Albatta, bundan yuz yil muqaddam ham insonda beixtiyoriy ongning ustun ekanligini isbotlovchi asarlar, misol uchun, Gyustav Lebon asarlari chiqib turardi. Biroq toki Zigmund Freyd va Karl Yung inson psixikasidagi beixtiyoriy ong mohiyatini ochib, mazkur murakkab ilmiy muammoni uzil-kesil hal qilib bermagunlaricha mutaxassislar uzoq vaqt bu fikr bilan murosasiz qilmay keldilar. Endilikda inson psixikasida beixtiyoriy ong shak-shubhasiz yetakchilik qilib, haqiqiy onglilik uchun zamin xizmatini o'tashi isbotlab berilgan fakt hisoblanadi.

Bundan tashqari, olimlar inson psixikasidagi onglilik va beixtiyoriy onglilikka doir turli nisbatlarni keltiradilar. Ba'zilar hatto beixtiyoriy ong haqiqiy ongga 90/10 foiz nisbatda degan fikrdadirlar. Ushbu masalada biror aniq raqamni aytish, qiyin, albatta. Ustiga-ustak, bu aniq individlarga bog'liq hodisa. Biroq, o'ylashimizcha, inson xulq-atvoridagi beixtiyoriy unsur kamida uchdan ikki hissaga teng deb taxmin qilsak, xato bo'lmas kerak. Bu, ayniqsa, Internet, audio-video vositalari va matbuot

ma'lumotlarining ommaviy ong tomonidan qabul qilinishida yaxshi ko'zga tashlanadi.

Ommaviy ong - ijtimoiy ongning zamonaviy tipdagi jamiyatlarda keng yoyilgan va g'oyat muhim ahamiyatga ega o'ziga xos turi. Sinfy, milliy, kasbiy va boshqa guruhij ijtimoiy ong shakllariga o'xshab, ommaviy ong o'zining gnoseologik xususiyatlari (mazmuni, darajasi hamda voqelikni aks ettirish jihati) bilan ajralmay, eng avvalo, uni tashuvchining, sub'ektning xususiyatlari bilan ajralib turadi. Bunda jamiyatning muayyan guruhlari (sinflar, millatlar va hokazo) tashuvchi ijtimoiy ongning yuqorida sanab o'tilgan shakllaridan farqli ravishda ommaviy ong holatida indvidlarning "omma" deb ataluvchi alohida majmui (ko'pligi, jamoasi) shunday sub'ekt sifatida maydonga chiqadi. Ommaning o'zi singari, ommaviy ong ham zamonaviy tipdagi jamiyatlarda birinchi navbatda asosiy shart-sharoitlarning, odamlar hayotiy faoliyati shakllarining (ishlab chiqarish, iste'mol, muloqot, ijtimoiy-siyosiy ishtirok, dam olish sohalari) ommalashuvi jarayonida vujudga keladi va shakllanadiki, bunday ommalashuv bir xil yoki shunga o'xshagan intilishlar, qiziqishlar, ehtiyojlar, ko'nikmalar, moyilliklar va hokazo jihatlarni yuzaga keltiradi"²⁷.

Shundan xulosa qilish mumkinki, indvid omma orasida bo'lganida, uning ommaviy kommunikatsiya vositalari xabarlarini tanqidiy qabul qila boshlashi sezilarli darajada pasayadi. Psixik yuqtirish jarayoni sababli boshqa kishilar ta'siri ostida u axborot mazmunini o'shalarga o'xshab qabul qiladi, garchi mazkur masalada ancha mustaqil bo'lishi lozim esa-da. Har holda inson tabiati va uning OAV xabarlarini qabul qilishidagi qonuniyat ana shunday.

Indvidga axborot-psixologik ta'sir ko'rsatish yo'llari va shakllari juda ko'p bo'lib, ularga bitta mavzu doirasida ta'rif-tavsif berish imkonsizdir. Ularning asosiylarini sanab o'tamiz. Ta'sirning barcha turlari universal shaklda hissiy va ratsional, ifodali va mantiqiy ta'sirlarni o'zida umumlashtiradi. Hissiy ta'sir obrazlar, hissiyotlar, tasviriy-ifodali va satirik-yumoristik vositalar yordamida amalga

²⁷ Новая философская энциклопедия. 4 жылдик. Тахрир кенгаши: Стёпин В.С. (раис) ва бошқ. 2 -ж. - М.: "Ммсль", 2001.

oshiriladi. O‘z navbatida, ratsional ta’sir fikr yurgizish mantiqi va bayon etish mantiqiga bo‘linadi.

Yuqorida zikr etib o‘tilgan ta’sir ko‘rsatish uslublarining har biriga oid ko‘plab adabiyotlar mavjud, shuning uchun ular haqida to‘xtalib o‘tirmaymiz.

Shunday qilib, biz individga ta’sir ko‘rsatishning ko‘plab uslublaridan ayrimlari haqida so‘z ochdik, xolos. Bundan tashqari, “mayin” targ‘ibot, manipulyativ texnologiyalar va allaqancha hokazo uslublar mavjud.

14.3. Individga yo‘naltirilgan axborot da’vatlarining turlari va mazmuni

Ikkinchi masala yuzasidan bayon etilgan materialdan bu borada yetarli tayyorgarlikka ega bo‘lmagan inson amalda o‘z ustiga har tomondan yopiriladigan axboriy ta’sir oldida ojizdir, deya to‘liq ishonchli xulosa chiqarish mumkin. U televizor tomosha qiladi, radio eshitadi, gazeta o‘qiydi va matbuot sahifalaridan, teleradio efiridan o‘ziga qarata yo‘naltirilayotgan gaplarga ishonadi.

Buning ustiga ommaviy axborot vositalari o‘z xabarlarini yetarlicha professional darajada uzatadilar, ya’ni bosma matnni to‘g‘ri shakllantirishni, radio va televidenie xabarini yaxshilab montaj qilishni, xarakterli dalillar tanlashni hamda ularni keraklicha tartibda bir qatorga tizib, zarur sharh bilan to‘ldirishni va hokazo usullarni qoyillatib bajaradilar. Auditoriyaning oddiy vakili tahririyatlar o‘z ma’lumotlarini ishonchli, asosli, zarur ta’sir kuchiga ega bo‘ladigan darajada tayyorlashlari uchun qanchalik ko‘p ish olib borishlarini ko‘pincha tasavvur ham qilmaydi. Ta’sir kuchi yuqori bo‘lishiga erishish uchun juda katta ish olib boriladiki, bu haqda radio va televidenie efirida yoki matbuot sahifasida hech nima deyilmaydi.

Shuning uchun, ommaviy auditoriya bilan olib boriladigan professional ishni hisobga olgan holda, individning yagona o‘zi axborot tajovuzidan o‘zini omon saqlab qololmaydi, deya yetarlicha ishonch bilan aytishga to‘liq asos bor. Bu ishni shu darajada hiyla-nayranglar va kutilmagan usullar ishlatib tashkillashtirittt mumkinki, hatto mazkur sohada bilimdon kishi ham unda aynan tajovuz yashiringanligini sezmay qolishi ehtimol.

Buni biz axborot da'vatlarning turlari va mazmuni, ahamiyatini eslatish bilan masala nomining o'zidayoq aks ettirdik. O'z oldimizga bir oddiy savol qo'yaylik: "Kichik bir maqolachada qutqu bo'lishi mumkinmi?" Masalan: "AQSh Prezidenti Si-en-en muxbiriga bergan intervyusida o'z mamlakatida ishsizlik darajasi pasayganini ma'lum qildi. Albatta, bu yerda hech qanday qutqu yoki tahdid yo'q. Lekin shunga o'xshash xabarlar Si-en-en, "Assoshieyted Press", "Yunayted Press" Interneshnl, Reyter tomonidan har oyda va ko'plab martadan berib turilsa-chi?! Ya'ni har kuni ishsizlik va inflyatsiya kamaygani, maoshlar va dollar kursi oshgani, yalpi mahsulot hajmi ko'paygani va hokazo -hokazo yutuqlar haqida izchil ravishda gapirilaversa-chi?!

Bu holda auditoriyada tabiiy ravishda oltin milliard jamiyatlarida (rivojlangan mamlakatlarni shunday atashadi) hamma narsa yaxshi, boshqalarida esa unchalik emas, deb o'ylaydi. Shu tariqa ko'zga ko'p tashlanavermaydigan tarzda, asta-sekin boshqa mamlakatlarga noto'g'ri axborot yo'llanadi - bilib qo'yingki, bizga hamma sohada muvaffaqiyatlar yor, sizda esa unday emas. Vaholanki, ishsizlik va inflyatsiya, shuningdek mehnat haqi va milliy valyuta kursi ham muntazam ravishda ko'tarilib-tushib turishi ma'lum narsa. Biroq kamchiliklar to'g'risida, odatda, gapirishni u qadar yoqtirishmaydi, ko'proq g'arbcha turmush tarzining afzalliklarini ta'kidlashga harakat qiladilar.

Ushbu qonuniyat, ya'ni xabarlar soni pirovardida zarur sifatni berishi jahon axborot bozorida ko'p yillardan beri amalda. Sayyoramiz G'arbiy Yevropa va AQSh halqlari qanchalar yaxshi yashayotgani va dunyoning qolgan qismida hamma narsa ham u qadar muvaffaqiyatli emasligi haqida yildan-yilga ko'rib, eshitib va o'qib kelmoqda. Jahondagi yetakchi axborot agentliklari va kompaniyalari hamda radiotelekompaniyalar, bir tomondan, hayotning iste'molchilik xarakteri, yoshlarning o'z ideallaridan qoniqmasligi oshib borayotganligi, o'sha ishsizlik va inflyatsiya, an'anaviy dindan yuz o'girish, G'arbiy Yevropa mamlakatlari va AQSh halqlari hayotidagi boshqa salbiy jihatlar haqida, ikkinchi tomondan, boshqa davlatlarning siyosiy, iqtisodiy va madaniy hayotidagi yutuqlar to'g'risida juda kam gapirishadi.

O'zbekiston fuqarosiga xorijiy OAV tomonidan amalga oshirilayotgan kundalik yopirilma bosimni tajovuz deb atasak, to'g'ri bo'ladi. Bunday ta'sir o'tkazishni boshqacha ta'riflab ham bo'lmaydi. Endi shu fikrni isbotlashga harakat qilaylik.

Har bir inson o'z jamiyatida yashaydi, muayyan ijtimoy institutlar va guruhlar muhitida bo'lib turadi. Umumga dahldor bo'lish - ijtimoiylashuv (sotsializatsiya), ya'ni tug'ilgan kundan to 25-29 yoshga kirguniga qadar davom etadigan jamiyatga kirishish davrida u mazkur muhitda barcha tomonidan qabul qilingan qadriyatlar va me'yorlarni o'zlashtirib oladi. Bu davr oxiriga borib u o'zi o'sib-ulg'aygan va shaxs sifatida kamol topgan muhitga xos qimmatli yo'l-yo'riqlar majmuini egallagan bo'ladi.

Mana endi u xorijiy OAV ta'sirida o'zi amal qilishga o'rgatilgan qadriyatlarning to'g'riligiga shubhalana boshlaydi. Individdning shaxs sifatida o'z mo'ljalini yo'qotib qo'yitti uni halokatli oqibatlarga olib kelishi mumkin. Natijada unda hamma narsaga ishonchsizlik, nihilizm, boshqa odamlar taqdiriga beparvolik, hayosizlik, madaniyatsizlik va hokazo illatlar namoyon bo'lishi hech gap emas.

Qolaversa, xorijiy qadriyatlar ham har xil bo'ladi. Ularning ko'pgina qismi O'zbekistonning katta yoshdagi aholisi va yoshlari tomonidan muvaffaqiyatli o'zlashtirilmoqda. Lekin shundaylari ham borki, ular bizda ko'karib keta olmaydi. Birinchi navbatda bu protestantchilikda qo'llab-quvvatlanadigan va G'arbiy Yevropa hamda AQShda jamiyatlarning gullab-yashnashiga yordam bergan egotsentrizm, individualizm, karerizm va boshqa shunga o'xttattt sifatlariga taalluqlidir. Protestant odobining mohiyatiga xos xususiyatlardan biri shundan iborat bo'lib, taniqli sotsiolog M.Veber bu haqida yozib, mazkur mamlakatlarda juda mashhur bo'lib ketdi.

Biroq bu jamoaviy hayot tarziga ega mamlakatlar tomonidan so'zsiz qabul qilinishi mumkin emaski, O'zbekiston ham shunday davlatlar jumlasiga kiradi. Bizda agar oila, mahalla, mehnat jamoasi manfaatlariga to'g'ri kelmasa, insonning yakka holda va shaxsan o'zini ko'zlab muvaffaqiyatga intilishi ma'qullanmaydi. Bu yerda qavmning vazifalari, jamoa miqyosidagi ijobiy natija shaxs darajasidagi yutuqqa qaraganda yuksak qadrlanadi.

Shuning uchun agar xorijiy OAV mahalliy shart-sharoitlarni nazar-pisand qilmasdan, puxta yo'lga qo'yilgan axborot yordamida o'z ko'rsatmalarini o'zbekistonliklar ongiga singdiradigan bo'lsalar, vatandoshlarimiz azaliy tanlangan hayotiy mo'ljallarini yo'qotib qo'yadilar va bu jiddiy salbiy oqibatlariga olib keladi.

Aslida, xorijiy ommaviy axborot manbalari ko'pincha ayni shu maqsadni ko'zlab ish olib boradilar. Lekin ular o'zbekistonliklarning aniq qadriyatlarini, masalan, madhiyamiz mazmunini, Toshkentning ko'rki-tarovatini yoki tarixdagi yutuqlarimizni maqsadli obro'sizlantirishga intilmaydilar. Yo'q, chet el OAV boshqacha yo'l tutadilar. Ular O'zbekistonda demokratiya yo'q, ommaviy axborotni tarqatish nazorat qilinadi, odamlar o'z fikrlari, orzu -umidlarini erkin izhor qila olmaydilar, degan gaplarni qilishadi. Haqiqatan ham bizdagi gazeta va jurnallarning muharrirlari, radioeshittirish va teleko'rsatuvlarni efirga chiqarish uchun mas'ul kishilar, agar behayolarcha, dag'al yoki axloq-odob qoidalariga to'g'ri kelmaydigan, ya'ni jamoaviy hayot tarzi an'analariga zid bo'lsa, bunday ishlar qilinishiga ijozat bermaydilar. Boshqa barcha masalalarda ommaviy kommunikatsiya vositalarida chiqish qiluvchi mualliflarga mamlakatimiz qonunlari amal qilish uchun zarur erkinlik berib qo'ygan.

Ma'naviy-ma'rifiy sohada xorijdan turib axborot yordamida ta'sir ko'rsatishning maqsadi bo'lgan O'zbekiston fuqarolarining umum tomonidan qabul qilingan qadriyatlari, istaklari va yo'l-yo'riqlari buzilishi jamiyatning barqaror rivojlanishi uchun ma'lum xavf tug'diradi. Bu kategoriyalar o'zbekistonliklarning hayotiy dasturlari bo'lganligidan biz ularning xorijiy axborot manbalari tomonidan surbetlarcha poymol etilishiga befarq qarab turolmaymiz. Barcha tomonidan qabul qilingan huquqiy va axloq-odob me'yorlarini obro'sizlantirish maqsadida mamlakatimizga qarshi amalga oshirilayotgan turli hujumlarni fosh etish ma'naviy-ma'rifiy ish va axborot-psixologik xavfsizlikni ta'minlash sohasi har bir mutaxassisning eng muhim vazifasi hisoblanadi.

Shu ma'noda O'zbekiston fuqarosining axborot hujumlaridan davlat va jamoatchilik tomonidan himoyalaniishi zarurligi kunday ravshan bo'lib turibdi. Yuqorida tushuntirish berib o'tganimizdek, individga yopirilayotgan axborot to'lqini

hajman kattaligi va mazmunan murakkabligi bois bu masalani uning yolg'iz o'zi hal qilishga ojizdir.

14.4. Individdni oila, jamoa, ishlab chiqarish, jamiyat va davlat tomonidan himoyalash shakllari

Individdning axborot-psixologik himoyasi shu qadar murakkab ishki, bu borada hammaning: oila, mahalla, ishlab chiqarish jamoasi, do'stlar davrasi, jamiyat va davlatning kuch-g'ayratini birlashtirish zarur. Albatta, individdning o'z-o'ziini himoya qilishi ham katta rol o'ynashi lozim.

Axborotdan himoyaning ushbu har bir turida umumiy xususiyatlar, barcha shakllarga to'g'ri keladigan jihatlar mavjud. Biroq muayyan bir tur uchun maxsus, o'ziga xos xususiyatlar ham bor. Shuning uchun ham bu yerda mazkur shakllarning biri ikkinchisining to'liq o'rnini bosishi, o'zaro bir-birini almashtirishi mumkin emas. Ushbu tizimda ularning har qaysi o'z o'rniga ega va o'zining mustaqil rolini o'ynaydi.

Oilada yot axborotdan o'zini himoya qilish nimani anglatadi? Bola tug'ilganidan balog'at yoshiga yetgunigacha oila sharoitida o'sib -ulg'ayadi. Bu ancha uzoq muddat bo'lib, vaqti-vaqtida hovliga o'ynashga chiqishini hisobga olmaganida, bolalar bog'chasiga borguniga qadar u doimo mazkur yagona axborot muhitida kun kechiradi. Psixologlar bekorga bu davrni inson hayotining eng mas'uliyatli davri deb hisoblamaydi. Hayotining dastlabki yillarida individd juda tez sur'atlarda bilim va dunyoni bilish ko'nikmalarini egallab boradi. U ko'proq instinktiv darajada bo'lsa ham, atrofdagi voqelikni o'rganadi. Biroq keyingi ilmiy yutuqlar, aniqrog'i Karl Yung ishlab chiqqan arxetiplar ilmi nuqtai nazaridan qaraganda, bilishning qaysi darajasi, onglimi yoki instinktiv daraja to'g'riroq va faolroq ekanligi hali noma'lum, deyish mumkin.

Oilada bola ilk qadamlarini qo'yadi, o'yinchoqlar o'ynay boshlaydi, dastlabki teleko'rsatuvlarga tikiladi, qiziqarli rasmlarni tomosha qiladi, bo'yashga mo'ljallangan albomlarga chizadi. Aynan shu tariqa u ilk bosqichda juda katta axborot hajmini o'ziga singdirib, shaxs sifatida shakllanadi. Albatta, bunday

shakllanish ommaviy axborot vositasining ishtirokisiz yuz bermaydi, garchi bu hali Bi-bi-si yoki O'zbekiston teleradiokompaniyalarning siyosiy eshittirish yoki ko'rsatuvlari bo'lmasa ham.

G'oyat muhim jihat shundan iboratki, individning umumiy ijtimoiy davraga kirishish davri yakuniga yetguniga qadar oila, bolalar bog'chasi, maktab va oliy o'quv yurti bilan bir qatorda ko'cha ham unga yetarlicha kuchli ta'sir ko'rsatadi, shuning uchun u ommaviy axborot vositalarining bu muhitga oid ma'lumotlarini ham o'ziga, ayniqsa, faollik bilan singdirib boradi. "Murakkab yosh" deb ataladigan davrda "ko'cha axboroti" samaradorligi yuqori cho'qqisiga chiqadi.

Jamoa-qavm (mahalla) himoyasi ham individ uchun juda muhim hisoblanadi. Jamoa boshqa sharoitlarda, masalan, o'rganish qiyin bo'lgan narsalarni - jamoachilik tuyg'usini, o'zaro yordam va biri-birini qo'llab-quvvatlashni o'rgatadi. Bu hali hammasi emas, boz ustiga - asosiysi ham emas. Individ mahallada oila sharoitida berilmaydigan yoki berish imkoni bo'lmagan dastlabki bilimlarni, aniqroq aytganda - "hayot" deb atalmish o'yinning holis, ba'zida esa ayovsiz qoidalarini egallay boshlaydi. Ota-onalar o'z farzandlarini ana shunday ayozli shamollar oqimidan asrashga intiladilar. Mahalla va ko'cha individ o'zi uchun yangi, noma'lum dunyoni ocha borishiga yordam beradiki, oilada o'qtirganlaridek, unda hamma narsa ham silliq va ko'ngildagidek emasligi ayon bo'ladi. Shuning uchun mahalla va ko'cha ham insonning ustozlaridir.

Individning oila, bolalar bog'chasi, mahalla, maktab va oliy o'quv yurtidan keyingi o'qituvchisi uning ishlab chiqarish jamoasidir. Maktab va oliy yurtidagi singari bu yerda ham rasmiy siyosat qo'shiladi, shaxsga nisbatan davlat va jamoatchilik nazorati, rag'bat va jazosi namoyon bo'ladi. Inson ishlab chiqarish jamoasi bag'rida ancha uzoq davr, butun yetuk hayoti davomida, o'rta hisobda 20 yoshdan to pensiya yoshigacha, ko'pincha hatto undan uzoqroq muddat bo'ladi. Mehnat jamoasi muhim va jiddiy tarbiyachi hisoblanib, bu yerda endi oilaga va mahallaga xos "kechirishlar" bo'lmaydi. Bu yerda o'zaro axborot almashuvi yuz beradi, individning olayotgan ma'lumotlarini elakdan o'tkazadi. U hamkasblari tajribasida o'zi eshitgan xabarlarni, jumladan ommaviy axborotni tanqidiy baholashni

o'rganadi. Odatda, mehnat jamoasida barcha yangiliklar qizg'in muhokama qilinib, ularga holis baho beriladi, voqealarga qo'shib, orttirib aytilgan, ishonchsiz, ochiqchasiga yolg'on jihatlar chiqitga chiqariladi. Jamoa mavjud ommaviy axborotni tanqidiy baholagan holda, hamma narsani joy-joyiga qo'yishga harakat qiladi.

Jamoaning beshinchi turi ijtimoiy himoya bo'lib, axborotlashuv davriga qadar u hal qiluvchi ahamiyatga ega emasdi. Individdning yot axborotdan davlat tomonidan muhofaza qilinishi bosh masala edi. Lekin axborotlashgan zamon ustuvorliklarni keskin o'zgartirib yubordi. Endilikda insonga yaqinroq bo'lgan va uni erkin dunyoga xos bosh mezonlar - umuminsoniy va milliy qadriyatlar asosida himoya qila oladigan jamiyat, jamoatchilik asosiy kuchga aylandi.

Axborotlashgan davr birinchi darajali bo'lmasa, o'z ahamiyatini saqlab qolmoqda. Davlatsiz samarali himoya bo'lishi mumkin emas, chunki u jamiyatning birinchi mudofaachisi hisoblanadi. Afsuski, ko'pgina mamlakatlarda salbiy ommaviy axborotdan davlat muhofazasi - bu saytlarni taqiqlash, oliy o'quv yurtlari va maktablarda nazorat qilish va o'z vatanigagina tegishli axborotni targ'ib etishdan iborat bo'lib qolayotir. Davlatning tabiati unga fuqaro bilan so'zsiz ishonch qozongudek masofada yaqinlashuvga doimiy, uzluksiz yo'l qo'ymaydi. Bunday masofaga erishish har bir mamlakat uchun nihoyatda muhim vazifa deb hisoblaymiz. Bu masofani jamiyat tashkillashtirishi mumkin. Modomiki davlat eng avvalo kuch sanalar ekan, bu yerda o'zaro ishonch bo'lishi lozim va muhimroqdir. Bu ishonchni esa jamiyat hosil qiladi.

Individni xorijiy ommaviy kommunikatsiya vositalaridan himoya qilishning o'ziga xos xususiyatlari nimalardan iborat? Bu yerda asosiy xususiyat shundaki, ular o'zlari bilmagan holda bizning milliy qadriyatlarimizni unutittga. harakat qilishadi. O'zbekistonliklar milliy qadriyatlar ikkinchi darajali hisoblanib, mavjud bo'lmagan ilmiy kommunizm va KPSS tarixi qadriyatlari ilgari surilgan sobiq Ittifoq davrida buni boshdan o'tkazgan edilar. Halqaro OAV beadablarcha, lekin mohirona ish qilishadi. Kishilarga yot bo'lgan axborotni shu tarzda yetkazadilarki, odamlar unga ishonib qo'ya qoladilar.

Bu o'rinda bir necha omillar halqaro ommaviy axborot vositalari foydasiga ishlaydi. **Birinchidan**, bu sayyoramiz panoramasi. Shubhasizki, insonga boshqa qit'alar, mamlakatlarda nimalar bo'layotgani har doim qiziq. Unga o'z mamlakati yangiliklari yetarli emas, u ko'proq narsani bilgisi keladi va xorijiy ommaviy axborot vositalari shundan ustalik bilan foydalanadilar. **Ikkinchidan**, ular yangiliklarni juda mohirona taqdim etishadi. Buning uchun zarur bo'ladigan texnologiyalarga, maxsus effektlarga egadirlar. **Uchinchidan**, axborotning mavzu jihatdan keng qamrovli bo'lishi ta'minlanadi, materiallarga qarab ko'z uzib bo'lmaydigan mavzularni kiritadilar. **To'rtinchidan**, materiallarni ishlash yuksak darajada yo'lga qo'yilgan: faktlar, talqinlar, umumlashtirishlar, samarali qabul qilinishi ancha oldindan ko'zlab qilingan hisob-kitoblar. **Beshinchidan**, tushitirish, ishontirish, o'z tomoniga tortish mahorati.

Shu bilan birga ta'kidlash kerakki, shaxs nafaqat xorijiy, balki o'z vatani OAVdan himoyalaniishga muhtoj.

O'zbekistonda vatanimiz telekanallariga qaragandachet el telekanallarining reytingi ayrim paytlari yuqori bo'lar ekan, bu mamlakatimiz milliy xavfsizligiga tahdiddir, chunki yurtdoshlarimiz o'zimiznikiga qaraganda o'sha manbalarga ishonib qolishadi. Demakki, birinchidan, vatanimiz ommaviy axborot kommunikatsiyalari dunyodagi muhim yangiliklar haqida o'z vaqtida ma'lumot berishga bevosita burchlidirlar. Agar shunday qilmasalar, "axborot ochligi" xavfini tug'dirib, vatandoshlarimizning chet el OAV murojaat qilishlarini muqarrar qilib qo'ygan bo'ladilar.

Ikkinchidan, vatanimiz ommaviy axborot vositalari haqiqatni gapirishlari lozim, aks holda birinchi manzara takrorlanadi - o'zimizning kanallar to'g'ri gapni aytmasliklariga amin bo'lgan iste'molchilar xorijiy manbalarga yuzlanadilar.

Uchinchidan, mamlakatimiz ommaviy axborot vositalari auditoriyada qo'rquv tuyg'usini uyg'otmasliklari kerak. Ukrainalik olim V.V.Siganov Moskvaning Dubrovka maydonidagi Teatr markazi qurollangan terrorchilar tomonidan bosib olinganida Rossiya telekanallari o'zlarini qanday tutganliklarini yaxshi tahlil qilib berdi. Muallif shunday yozadi: "Televidenie zo'ravonlik haqida shunchaki xabar qilib

qo'ymadi, dahshatni uzatish, millionlab xonadonlarga yetkazish orqali qayta jonlantirdi va ko'paytirib berdi"²⁸. Mediaterrorizm siyosatshunoslikdagi yangi yo'nalish hisoblanadi. Bugungi kunda u juda dolzarb bo'lib qolganligidan hatto maktablar va oliy o'quv yurtlarida mediata'lim va mediapedagogika nomli yangi fan kiritish ehtiyojini tug'dirdi.

Vatanimiz ommaviy axborot vositalari auditoriyani ijobiy misollarda o'rgatishi, har kuni har bir mamlakatda yuz berib turadigan turli favqulodda hodisalar munosabati bilan vaziyatni keskinlashtirmasligi lozim. Auditoriyada shundoq ham xavfsirash uchun sabablar yetarli: umumjahon iqtisodiy va shu kabi bo'hronlar, narxlarning oshib borishi, sayyoramizning qizg'in nuqtalaridagi notinch vaziyatlar, yer yuzi bo'ylab yadro qurolining tarqalib borishi, giyohvandlik, terrorizmning avj olayotgani, ekologiya yomonlashayotgani, OITS va hokazo.

Milliy mafkura va asli-naslga o'xshashlik, aynanlik (identivlik) shaxs, jamiyat va davlatni himoya qilishning asosiy shakllari hisoblanadi. Bu tushunchalar yuzaki qarashdagina oddiy va tushunarli ko'rinadi. Biroq, aslida, ular nihoyatda yuksak samaradorlikka va shu boisdan axborotlashuv davriga endi kirib kelayotgan O'zbekiston uchun g'oyat muhim ahamiyatga ega, u qadar oddiy bo'lmagan masalalardir. Shu ma'noda O'zbekiston qisqa muddatda milliy istiqlool mafkurasini yaratib, o'zini ko'rsata oldi, hozir uni mamlakat aholisi oddiy qilib "milliy mafkura" deb ataydi..

Individning o'z jonajon tamadduni-madaniyati muhitida yashab turganidagi psixologik ahvoli katta rol o'ynaydi. U qadrdon madaniyati iqlimida o'sib voyaga yetdi, shaxs sifatida shakllandi, bu yerda uning o'zi, qarindosh-urug'lari, yoru do'stlari, atrofidagi odamlar yashaydi. O'z-o'zidan tushunarliki, bunday sharoitda individning psixologik ahvoli badastir, o'ng'ay va boshqa afzalliklar og'ushida bo'ladi.

Insonning jonajon sivilizatsiyasi - uning uchun o'rganib qolingani urf-odatlar, an'analar, boshqalarga nisbatan guruhiiy va ijtimoiy farqlanish demakdir. Qadrdon sivilizatsiya individning o'z ma'naviy dunyosi, o'z axborot olish qulayligi, o'zaro

²⁸ Цыганов В.В. Медиа-терроризм: терроризм и средства массовой информации. - К.: Ника-Центр, 2004. Б. 503

ishonchdan putur ketgan hozirgi davrda ma'naviy taraqqiyotning boshni aylantirib yuboruvchi siljishlari, nobarqaror narxlar zamonida uning ruhiyatiga, ruhiy ahvoliga bag'oyat qadrdon bir xilqatdir.

Jonajon sivilizatsiya - bu yon-atrofdagi odamlar bilan umumiy til topishuvni, ma'naviy-ruhiy osoyishtalikni, tushunarli va qalbga yaqin qadriyatlar va munosabatlarni bildiradi. Insonning o'z qadrdon madaniyati uning qonida, arxetiplarda o'rnashib qolganligi, onglilik darajasidagina emas, balki ostki ong darajasida ham bo'lib va his qilib turilishi vaqti kelganda hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi.

Ma'lumki, turli xil - siyosiy, iqtisodiy, madaniy, etnik, fuqaroviy va boshqa aynanlik, o'xshashliklar mavjud. Hozirgi paytda dunyo madaniyati va siyosatshunosligida asosan etnik va milliy asliga o'xshashlik bilan bu nasliga monandlikni nazar-pisand qilmaydigan, inkor etadigan kosmopolitizm o'rtasida bahs borayotir. Biz ham shu xususda to'xtalamiz.

Milliy va fuqaroviy asliga o'xshashliklar o'rtasidagi bahs ildizlari butun bir davrni tashkil etadigan tushunchalar bo'lgan milliylikka tarafdorlik bilan kosmopolitizm orasidagi tub-negizli mubohasaga borib taqaladi. Ko'pgina tadqiqotchilar fikriga ko'ra, insoniyat taraqqiyoti shunga olib keladiki, sayyoramizdagi millatlarning barchasi bir millatga - zamin ahliga birlashadi, kosmopolitizm milliy mansublikdan ustun keladi. Vatanparvarlik g'ururini ma'naviy jihatdan xavfli hissiyot deb hisoblaydigan olimlar ham yo'q emas¹. Bu g'oyat jiddiy masala bo'lib, undan quruq bayonotlar bilan qutulib bo'lmaydi.

Haqiqatan ham, dunyo taraqqiyoti shunday yo'ldan ketmoqdaki, asta-sekin hamma narsa - kiyim-kechak, uylar, mashinalar va boshqa narsalar bir xil bo'lib borayapti. Yagona umumjahon standartlari, siyosiy, iqtisodiy va madaniy hayotning umumiy shakllari: demokratik me'yorlar va tamoyillarning rivojlanishi, erkaklar va ayollarning teng huquqliligi, parlamentga saylovlar va hokazolar barcha mamlakatlarni qamrab olmoqda. Natijada yaqin orada dunyo madaniyati ozmi-ko'pmi farqlar bilan bir xillashib, fuqaroviy o'xshashlik etnik farqlardan ustunlik qiladi, deb fikr bildirishga amaliy va nazariy asos yuzaga keladi.

Nihoyatda jiddiy bitta holatni soqit qilganda, hamma narsa yaxshi bo'lardi, albatta. Gap shundaki, madaniyatlarning bu tarzda qo'shiluvi ularning xilma-xilligi yoki boshqacha so'z bilan aytganda, sayyoramiz madaniy ekologiyasi uchun o'ta salbiy oqibatlarga olib keladi. Hamma narsa universallashtirib, umumiy qiyofa va mazmun kasb etib, kuchli davlatlar bilan iqtisodiy raqobatga dosh berolmaydigan kichik millatlarning ko'lam va ahamiyat jihatdan juda ulkan madaniyatlari yo'q bo'lib ketishi mumkin. Bu sayyoramiz uchun katta yo'qotish bo'ladi. Hamma bir xil uy, mashina, kiyim-kechakka va hokazo mulkka ega bo'ladi, lekin inson hayotida eng muhimi shumi? Sanoatlashuv asrining "seriyali" tartibi yana, biroq bu safar ancha yuksak darajada qaytib keladi. Bu kelajakdagi dunyo taraqqiyotining o'ta nomaqbul yo'lidirki, bunga yo'l qo'ymaslik kerak. Misol uchun oladigan bo'lsak, O'zbekistonda o'zbeklar bilan bir qatorda tatarlar, qozoqlar, ruslar, koreyslar va boshqa millatlar yashashadi. Fuqaroviy o'xshashlikning ustunlik qilishi shuni anglatadiki, hozir Amerikada bo'layotganidek, ular o'zlarini tatarlar, koreyslar, ruslardan chiqqan o'zbekistonliklar deb atay boshlaydilar. Asta-sekin kiyinish, taomlar, urf-odatlar va hokazo sohalarda milliy o'ziga xos xususiyatlarni yo'qotish yuz beradi. Hamma narsa universallashtirib, umumlashib ketadi va ma'lum yillar o'tib o'zbekni rusdan, tojikni tatardan ajratib bo'lmay qoladi. Bundan kim yutadiyu, kim yutqazadi? O'ylaymizki, shunday holat yuz bergan, ayniqsa, dunyo miqyosida voqe bo'lgan taqdirda, butun jahon madaniyati uchun jiddiy yo'qotish kelib chiqadi, chunki boy xilma-xillik, rang-baranglik yo'qqa chiqariladi.

Individning o'z-o'ziini himoya qilishining shaxsiy ko'rinishlari haqida gapiradigan bo'lsak, ularning turlari juda ko'p. Mutaxassislar ulardan yettitasini negiziy turlar sifatida ajratib ko'rsatadilar: o'rnini egallash, proeksiya, o'rnini qoplash, regressiya, bostirish, inkor etish, munosabat bildirish va aql-zakovatni ishga solish. Psixologiyaga oid adabiyotlarda ²⁹ ularning har biriga doir tushuntirishlar beriladi. Umumlashtirib baholanadigan bo'lsa, ularni individ ongiga yot axborot bostirib kirishiga qarshi muhofaza mexanizmi, deb ta'riflash mumkin.

²⁹ Қаранг: Хантингтон С. Кто мы? Вызовм американской национальной идентичности. Ингл. тилидан А.Башкиров таржимаси. - М.: ООО "Издательство АСТ"; ООО "Транзиткнига", 2004. - Б. 423.

Davlat, jamiyat va individning o'z kuchlari birlashtirilgan holdagina individni axborot-psixologik himolash algoritmini yaxlit bir dastur sifatida ishlab chiqish mumkin bo'ladi. Ushbu ijtimoiy birliklarning har biri o'ziga xos vazifalarni va shu bilan birga himoya tadbirlarini amalga oshirishning umumiy, jamlangan ravishda o'sha himoyani ta'minlaydigan qoidalarini bajaradi. Ushbu birliklarning hech biri alohida holda himoyani ta'minlashga qodir emas. Buning sababi shundaki, inson ongiga ta'sir o'tkazish quyidagi ikki jihatga ko'ra g'oyat mushkul sanaladi:

- 1) inson ongi murakkab strukturaviy-funksional tuzilma hisoblanadi;
- 2) ongga ko'rsatiladigan axborot-psixologik ta'sir turlari ham murakkabdir.

Aniqroq qilib shunday deyish mumkin: faqat davlat-jamiyat himoya mexanizmi negizidagina individ o'z-o'zini himoya qilishni tashkil eta oladi. Ayni bir vaqtda shubhasizki, agar shaxs o'zida axborot immuniteti tizimini hosil qilishni xohlamasa, o'z-o'ziini muhofaza qilmasa, unga hech bir qonun yoki axloqiy yo'riqnoma yordam bera olmaydi.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. *Inson-ijtimoiy - siyosiy, iqtisodiy va madaniy-ma'rifiy tizimlar asosi.*
2. *Insonning psixologik holati uning bilimi, tajribasi, ishonchi va moddiy farovonligiga bog'liqligi.*
3. *Axborot asrida ommaviy axborotni qabul qilish va uni o'zlashtirishda inson mustaqilligining oshishi.*
4. *Inson ongi uchun kurash geosiyosatning yo'nalishi sifatida.*
5. *Inson ruhiyatida onglilik va beixtiyoriy ongning nisbati va ko'rinishlari.*
6. *Shaxsning axborot xurujlaridan davlat va jamiyat tomonidan himoyalaniishi zarurligi.*
7. *Shaxsning o'z-o'zini himoyalash mexanizmlari va ularni amalga oshirish yo'llari.*

Mustaqil ish uchun mavzular:

- 1. Inson-ijtimoiy - siyosiy, iqtisodiy va madaniy-ma'rifiy tizimlar asosi.*
- 2. Insonning psixologik holati uning bilimi, tajribasi, ishonchi va moddiy farovonligiga bog'liqligi.*
- 3. Axborot asrida ommaviy axborotni qabul qilish va uni o'zlashtirishda inson mustaqilligining oshishi.*
- 4. Inson ongi uchun kurash geosiyosatning yo'nalishi sifatida.*
- 5. Inson ruhiyatida onglilik va beixtiyoriy ongning nisbati va ko'rinishlari.*
- 6. Shaxsning axborot xurujlaridan davlat va jamiyat tomonidan himoyalaniishi zarurligi.*
- 7. Shaxsning o'z-o'zini himoyalash mexanizmlari va ularni amalga oshirish yo'llari.*

XV-BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYALARDA AXBOROT- PSIXOLOGIK XAVFSIZLIKNI TA'MINLASHNING VAZIFALARI, ASOSIY YO'NALISHLARI VA USULLARI

Mavzuning maqsadi: *Axborot xavfsizligini ta'minlash-ning asosiy vazifalari, axborot xavfsizligi sub'ektlarining kategoriyalari, shaxsning, jamiyatning va davlatning axborot muhitidagi manfaatlarini himoyalash to'g'riida ma'lumot berish.*

REJA:

1. Axborot xavfsizligini ta'minlashning asosiy vazifalari va darajalari
2. Davlat, jamiyat va shaxs axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlash yo'nalishlari

Tayanch tushuncha va atamalar: Axborot xavfsizligini ta'minlashning asosiy vazifalari, axborot xavfsizligi sub'ektlarining kategoriyalari, axborot-psixologik ta'sir, uning xavfsizlik tug'diruchi sub'ektlari va omillari Axborot-psixologik ta'sir, xborot-psixologik ta'sirning xavfsizlik tug'diruchi sub'ektlari, Davlat, jamiyat va shaxs axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlash yo'nalishlari. Davlat, jamiyat va shaxs axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlash yo'nalishlari, O'zbekistonning axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlashda shaxs, jamiyat va davlat xavfsizligini belgilovchi asosiy huquqiy hujjatlar.

15.1. Axborot xavfsizligini ta'minlashning asosiy vazifalari va darajalari

Axborot xavfsizligini ta'minlash muntazam va kompleks xarakterga ega ko'p qirrali faoliyatni amalga oshirishni ko'zda tutadi. Uni amalga oshirishda axborot xavfsizligidan manfaatdor taraflar oldiga qo'yiladigan vazifalarga alohida e'tibor berish zarur. Ushbu turli-tuman vazifalarni bir necha quyidagi asosiy guruhlariga

ajratish mumkin:

1) **axborotdan foydalanishni ta'minlash**, ya'ni maqbul vaqt mobaynida axborot xizmatini olish hamda axborotni olishda ruxsatsiz taqiqlashni bartaraf etish;

2) **axborot yaxlitligini ta'minlash**, ya'ni axborotning ruxsatsiz modifikatsiyalanishini yoki buzilishini bartaraf etish;

3) **axborot konfidensialligini ta'minlash**, ya'ni axborotdan ruxsatsiz tanishishni bartaraf etish.

Odatda, bir-biridan axborot xavfsizligining huquqiy, texnik, moliyaviy, tashkiliy va boshqa resursli ta'minoti bilan farqlanuvchi axborot xavfsizligi sub'ektlarining quyidagi to'rtta kategoriyasi ajratiladi:

- butun bir davlat;
- davlat tashkilotlari;
- tijorat tuzilmalari;
- alohida fuqarolar.

Yuqorida keltirilgan axborot xavfsizligini ta'minlashdagi asosiy vazifalar qamrab olgan quyidagi keng spektrli masalalarni ko'rib chiqish joiz hisoblanadi:

- konfidensiallik;
- yaxlitlik;
- identifikatsiya;
- autentifikatsiya;
- vakolat berish;
- foydalanishni nazoratlash;
- mulklik huquqi;
- sertifikatsiya;
- imzo;
- voz kechmaslik;
- sanasini yozish;
- olganligiga tilxat berish;
- bekor qilish;
- anonimlik.

Axborotning konfidensialligi – himoyaning eng kerakli vazifalaridan biri. Har bir insonda yoki tashkilotda shunday hujjatlar borki, ularning jamoa mulkiga aylanmasligi ta'minlanishi shart. Bunday hujjatlarni saqlashda qog'oz, fotoplenka ishlatilsa, konfidensiallik ma'muriy usullar yordamida amalga oshiriladi.

Axborot kompyuterda ishlanib, ochiq aloqa kanali orqali uzatilsa, ma'muriy usullar o'zlashtirish qiladi va yordamga axborot xavfsizligini ta'minlash usullari keladi. Konfidensiallikni ta'minlash masalasiga binoan ma'lumotlar shunday ko'rinishda uzatiladiki, hatto niyati buzilgan eltuvchidan yoki uzatish muhitidan foydalana olganida ham himoyalangan ma'lumotlarni o'lashtiradi.

Axborotning yaxlitligi. Ma'lumotlar, ishlanishi va aloqa kanali bo'yicha uzatilishi jarayonida, tasodifan yoki atayin buzilishi mumkin. Axborot eltuvchida saqlanadigan joyidayoq buzilishi mumkin. Yaxlitlikni ta'minlashga (yaxlitlikni nazoratlashga) binoan ma'lumotlar saqlanishi va uzatilishi jarayonida modifikatsiyalanmaganligini tasdiqlash yoki ma'lumotlar buzilganligini aniqlash talab etiladi. Boshqacha aytganda, ma'lumotlarning har qanday o'zgarishi sezilmasdan qolmasligi zarur.

Identifikatsiya foydalanuvchini qandaydir noyob identifikator bilan aynanligini tasdiqlash uchun kerak. Undan so'ng identifikatorga yuklangan barcha harakatlarga ushbu identifikator birlashtirilgan foydalanuvchi javobgar hisoblanadi.

Autentifikatsiya identifikatsiyaga zaruriy qo'shimcha hisoblanadi va identifikatorni taqdim etgan foydalanuvchining haqiqiylikni (autentligini) tasdiqlashga mo'ljallangan. Anonim bo'lmagan foydalanuvchi autentifikatsiyadan muvaffaqiyatli o'tgandagina ishlash imkoniyatiga ega bo'lishi shart.

Vakolat berishga binoan birorta ham foydalanuvchi autentifikatsiyadan muvaffaqiyatli o'tmagunicha tizimdan foydalanmasligi va birorta ham foydalanuvchi, agar u maxsus ruxsatnoma bilan vakolatga ega bo'lmasa, resurslardan foydalanmasligi shart.

Foydalanishni nazoratlash kompleks tushuncha hisoblanadi va resurslardan foydalanishni cheklashga mo'ljallangan usullar va vositalarni anglatadi.

Mulkchilik huquqi – foydalanuvchiga qandaydir resurslardan foydalanishga

qonuniy huquqni va u istasa, ushbu resursni boshqa foydalanuvchiga o'tkazish imkoniyatini taqdim etishga mo'ljallangan. Mulklik huquqi odatda foydalanishni nazoratlash tizimining tarkibiy qismi hisoblanadi.

Sertifikatsiya – foydalanuvchi ishonadigan taraf tomonidan qandaydir faktni tasdiqlash jarayoni. Ko'pincha sertifikatliya ochiq kalitning muayyan foydalanuvchiga yoki shirkatga tegishli ekanligini tasdiqlashda ishlatiladi, chunki ochiq kalitlar infrastrukturasiidan faqat sertifikatliya tizimining mavjudligida samarali foydalanish mumkin. Sertifikatlar foydalanuvchilar so'rovi bo'yicha maxsus vakolatli tashkilot – sertifikatliya markazi tomonidan, ma'lum shartlar bajarilganida beriladi.

Imzo hujjat qabul qiluvchiga ushbu hujjatning aynan uzatuvchi tomonidan imzolanganligini isbotlashga imkon beradi. Bunda imzoni boshqa hujjatga o'tkazish va uzatuvchi o'zining imzosidan voz kechishi mumkin emas. Hujjatning har qanday o'zgarishi imzoning buzilishiga sabab bo'ladi va har qanday foydalanuvchi mustaqil tarzda imzoning haqiqiyligini tekshirishi mumkin.

Voz kechmaslik – axborot almashish sxemasining xususiyati hisoblanadi. Unga binoan xabar qabul qiluvchining uchinchi tarafning xabar uzatuvchining kimligini tekshirishga jalb qilishi qobiliyatiga ega ekanligining isboti mavjud. Boshqacha aytganda, xabarni uzatuvchi mualliflikdan voz kechish imkoniyatiga ega emas.

Sanasini yozish ko'pincha imzo bilan birgalikda ishlatiladi va hujjat imzolangan onni qaydlaydi. Bu bitta hujjat bir necha foydalanuvchilar tomonidan imzolanganda, birinchilikni isbot qilishda foydali hisoblanadi, chunki har bir foydalanuvchi hujjat muallifligiga da'vo qiladi. Undan tashqari sanasini yozish muddatli sertifikatlarda keng qo'llaniladi.

Olganligiga tilxat berish – qabul qiluvchidan uzatuvchiga uzatiladi va uzatuvchi tomonidan uzatilgan axborot qabul qiluvchiga tilxatda ko'rsatilgan ondan kechikmasdan yetkazganligini isbotlashda ishlatilishi mumkin.

Bekor qilish – sertifikatlar, vakolatlar va imzolar ta'sir kuchini bekor qilish. Agar axborot almashishda ishtirok etuvchi yoki unga tegishli kalitlar va sertifikatlar obro'sizlansa, ushbu foydalanuvchini resurslardan foydalanishga yo'l qo'ymaslik va mos sertifikatlariga ishonmaslik zarur, chunki bu sertifikatlardan niyati buzuq

foydalanishi mumkin. Bekor qilish muolajasi sertifikatga markaziga nisbatan ham qo'llanishi mumkin.

Anonimlik kamdan kam uchraydi. Hukumatlar va shirkatlar uchun foydalanuvchining axborot muhitida qandaydir harakatlarining anonim bo'lib qolishligi foyda bermaydi. Shu sababli anonimlikni ta'minlovchi loyihalar kamdan kam uchraydi va odatda uzoq yashamaydi. Kommunikatsiya vositalari ko'pincha u yoki bu xabarning uzatilishi marshrutini, uzatuvchini aniqlashga imkon beradi.

Yuqorida keltirilgan vazifalar mavjud axborot dunyosi ehtiyojiga asosan tavsiflangan. Vaqt o'tishi bilan ba'zi vazifalar o'z dolzarbligini yo'qotishi va, aksincha, yechimini kutuvchi yangi vazifalar paydo bo'lishi mumkin.

Sivilizatsiya rivojining zamonaviy bosqichida axborot nafaqat jamiyat va davlat institutlari faoliyatida, balki har bir shaxs hayotida hal qiluvchi rolni o'ynaydi.

Shaxsning axborot muhitidagi manfaatlari inson va fuqaroning axborotdan foydalanishdagi konstitutsiyaviy huquqlarining amalga oshirilishini, qonun taqiqlamagan faoliyatni, fizik, ma'naviy va intellektual rivojini hamda shaxsiy xavfsizligini ta'minlashni ko'zda tutadi.

Jamiyatning axborot muhitidagi manfaatlari ushbu muhitda shaxs manfaatlarini ta'minlashni, demokratiyani mustahkamlashni, huquqiy ijtimoiy davlatni yaratishni, jamiyat inoqligiga erishish va uni madadlashni, mamlakatning ma'naviy yangilanishini ko'zda tutadi.

Davlatning axborot muhitidagi manfaatlari inson va fuqaroning axborot olishidagi konstitutsiyaviy huquq va erkinligini ta'minlashni, olingan axborotdan konstitutsiyaviy tuzumning mustaxkamligini, davlat suvereniteti va hududiy yaxlitligini, siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy barqarorlikni hamda qonuniylikni va huquqiy tartibni, teng huquqli va o'zaro foydali halqaro hamkorlikni ta'minlash maqsadida foydalanishdagi shart-sharoitlarni yaratish uchun axborot infrastrukturasining garmonik rivojini ko'zda tutadi.

15.2. Davlat, jamiyat va shaxs axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlash yo'nalishlari

Davlat, jamiyat va shaxs axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlash bu sohada muayyan tizim tashkil etishni taqozo qiladi. Bunday tizim asosan uch qismdan iborat bo'ladi: me'yoriy-huquqiy, tashkiliy va texnologik tizimlar.

Xavfsizlikning me'yoriy-huquqiy jihatlari axborot-psixologik xavfsizlikka, tahdidga qarshi tegishli kurash vositalarini ishlab chiqishni o'z ichiga oladi. Bu vositalar me'yoriy-huquqiy aktlar, davlat, jamiyat va shaxs xavfsizligiga tahdid uyg'otuvchi holatlarga qarshi me'yoriy hujjatlar, shuningdek, fuqarolarning konstitutsiyaviy huquq va erkinliklarini ruyobga chiqarishga xizmat qiladigan qonunlar va qonun osti hujjatlarini ishlab chiqishni ko'zda tutadi. Mazkur hujjatlarning barchasi fuqarolarning ruhiy salomatligini himoya qilishga, jamiyatda ijtimoiy osoyishtalik hukm surishini ta'minlashga qaratilgan bo'ladi. Mazkur jarayon O'zbekistonda samarali amalga oshirilayotgani hammaga ma'lum.

Axborot-psixologik xavfsizlikni ta'minlashning tashkiliy qismi tarkibiga mazkur sohadagi huquqiy me'yorlarga amal qilishini ta'minlash bilan shug'ullanuvchi davlat organlari va jamoat tashkilotlari, shuningdek alohida fuqarolar kiradi. O'zbekistonda fuqarolik jamiyati tarkib topa borgani sari boshqa sohalarda bo'lgani singari, xavfsizlikni ta'minlash sohasida ham fuqarolik jamiyati tuzilmalarining roli oshib bormoqda. Shu o'rinda O'zbekistondagi fuqarolik jamiyatining o'ziga xos ko'rinishlaridan bo'lgan mahalla institutining rolini alohida ta'kidlab o'tish joiz. Fuqarolarning o'z - o'zini boshqarish tizimidagi muhim tarkibiy qism sifatida mahalla turar joylardagi ma'naviy-ruhiy iqlimni tartibga solish bilan birga, xavfsizlikni ta'minlashda ham muhim rol o'ynayotir. Fuqarolarni, birinchi navbatda yoshlarni, turli xil g'ayriqonuniy diniy oqimlar ta'siridan asrashda mahalla borgan sari faolroq ishtirok etmoqda. Aholining axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlashda, ayniqsa, turli xil mish-mishlar oldini olish va g'ayriqonuniy diniy oqimlarning vakillari tomonidan varaqalar tarqatilishini bartaraf etishda mahalla fuqarolar yig'ini muhim vazifalarni bajaradi. Mahalla fuqarolar yig'inlari raislarining

ma'naviy-ma'rifiy va diniy-tarbiyaviy ishlar bo'yicha maslahatchilari lavozimining joriy etilishi bu yo'nalishdagi ishlarning yanada jonlanishiga katta turtki berdi.

O'zbekistonda axborot-psixologik xavfsizlikni ta'minlashda tashkiliy masalalarning o'рни ayniqsa, muhim. Dunyodagi ko'pchilik mamlakatlarda o'rnatilgan tartibga ko'ra, xavfsizlik masalalari bilan davlat shug'ullanadi. Bu borada davlatning roli jamoat tashkilotlari va alohida fuqarolarni bu muhim masala yechimidan chetlatishda emas, balki ularni shu jabhaga jalb etish va uyushtirishda namoyon bo'ladi. Mamlakatimizda O'zbekiston Respublikasi Prezidenti boshchiligidagi davlat hokimiyati qonun chiqaruvchi, ijroiya va sud hokimiyati organlari, shuningdek jamoat tashkilotlari va alohida fuqarolar davlatni boshqarishdek yagona maqsad yo'lida o'z vakolat va huquqlari doirasida samarali faoliyat yuritib kelmoqda.

Tashkiliy tuzilmaning muhim tarkibiy qismlaridan biri - kadrlar masalasi bo'lib, davlat tashkilotlari va xususiy sektordagi tashkilotlarning axborot-psixologik xavfsizligi ko'p jihatdan ularga bog'liqdir. Shu nuqtai nazardan yetarli salohiyatga ega bo'lgan kadrlar tizimini shakllantirish va qo'llab-quvvatlash davlatning axborot-psixologik xavfsizlikni ta'minlash yo'lidagi faoliyatida yuksak samaradorlikka erishishda juda muhim omil hisoblanadi.

Davlat, jamiyat va alohida shaxsning axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlashda bir qator muammolar mavjud bo'lib, ularning asosiylari quyidagilardan iborat. Eng avvalo, bu mazkur sohada davlat siyosati asoslarini ishlab chiqish muammosidirki, uning murakkabligi xavfsizlikni ta'minlash ob'ekti va sub'ektining o'ziga xosligi bilan bog'liq. Shaxs va jamiyat ma'naviyatining shakllanishi va rivojlanishi uchun sharoitlar yaratish sohasida vujudga keladigan ijtimoiy munosabatlar, avvalo, jamiyatning o'zi tomonidan huquqiy mezonlarni belgilash va qo'llab-quvvatlash, fuqarolar xulq-atvoridagi ijtimoiy maqbul stereotiplarni qo'llash mexanizmlarini yaratish orqali amalga oshiriladi. Ayni paytda davlatning ommaviy huquq yordamida mazkur sohadagi eng xavfli xatti-harakatlar oldini olish borasida muttasil faoliyat ko'rsatishi shu sohadagi eng muhim yo'nalishlardan birini tashkil etadi. Mazkur sohada davlat va jamoat tashkilotlarining o'zaro munosabatlari

chegasini aniq belgilab olish juda zarur bo'lib, uning buzilishi, bir tomondan, hokimiyatni obro'sizlantirib qo'yishi, ikkinchi tomondan, jamoat tashkilotlarining befarqligi va loqaydligiga sabab bo'lishi mumkin.

Individual va ijtimoiy ongga jiddiy ta'sir o'tkazishi mumkin bo'lgan ommaviy axborot vositalari tizimini takomillashtirish ham muhim ahamiyat kasb etadi. Muammoning murakkabligi avvalo shundaki, fuqarolik jamiyatining asosi bo'lgan jamoat tashkilotlari ommaviy axborot vositalariga ta'sir o'tkazish uchun samarali vositalarga ega emas. Ayni paytda davlat organlarining ommaviy axborot vositalari faoliyatiga bevosita va muntazam aralashuvi bu vositalar faoliyatida biryoqlamalikka olib kelishi mumkin. Demokratik institutlar taraqqiy topgan mamlakatlarda, shu jumladan, O'zbekistonda aholining keng qatlamlari uchun holis va ob'ektiv axborot olish imkoniyatlari yaratildi.

Vaziyatni tahlil qilish shundan guvohlik beradiki, bir qator mamlakatlar ommaviy axborot vositalari (televidenie, radio, gazeta va jurnallar, Internet)dan axborot yordamida ta'sir qilish quroli sifatida foydalanmoqdalar.

Axborot qurollari sirasida elektron vositalar (televidenie, radio, Internet) alohida o'rin tutadi. Hozirgi kunda psixotron qurollarning ishlab chiqarilishi va tarqala boshlashi elektron ommaviy axborot vositalaridan xatarli qurol sifatida foydalanishning ehtimoliy xavfini keskin oshirmoqda. Bugungi kunga kelib aytish mumkinki, axborot qurolining xavfi ommaviy qirg'in quroli xavfidan kam bo'lmay qoldi.

Hozirgi kundagi mavjud tasavvurlarga ko'ra, individual ong va ijtimoiy ongni buzg'unchi axborot ta'siridan (bunday axborotni insonlar ongiga yoki ostki ongiga kiritish yo'li bilan ularning atrof-voqelikni noadekvat idrok qilishiga olib kelish), shuningdek, shaxs, jamiyat va davlatning axborot sohasidagi hayotiy muhim manfaatlarini himoyalash zarur. Bunday manfaatlar jumlasiga quyidagilarni kiritish mumkin:

1.Shaxs manfaatlari: fuqarolarning ob'ektiv axborotni izlash, olish, uzatish va yaratishga bo'lgan konstitutsiyaviy huquq va erkinliklarini; ularning o'z shaxsiy hayotlari dahlsizligiga bo'lgan huquqini; o'z salomatliklarini zararli axborotdan

saqlashga bo'lgan huquqini ta'minlash.

2.Jamiyat manfaatlari: axborot jamiyatini shakllantirish; milliy ma'naviy qadriyatlarni himoya qilish, milliy madaniy merosni targ'ib qilish, ommaviy ong ustida o'tkaziladigan manipulyatsiyalarga yo'l qo'ymaslik va ularning oldini olish.

3.Davlat manfaatlari: shaxs va jamiyat manfaatlarini himoyalash; davlat hokimiyati organlari ustidan jamoatchilik nazorat institutlarini shakllantirish, fuqarolarning huquqiy ongi va huquqiy madaniyatini rivojlantirish, huquqiy davlat tuzish.

Tahdidlar jumlasiga quyidagilarni kiritish mumkin:

- inson salomatligiga zarar yetkazish;
- shaxs erkini anglab bo'lmaydigan darajada to'sib qo'yish, unga tobelik sindromini singdirit va buning natijasida g'ayriqonuniy xatti-harakatlar sodir etishga majburlash;
- insonning axloqiy, madaniy, siyosiy qiyofasini buzish;
- maxsus ta'sir o'tkazish vositalari yordamida ijtimoiy ong ustida manipulyatsiyalar o'tkazish;
- O'zbekistondagi yagona ma'naviyat va axborot makonini parokanda qilib tashlashga urinish;
- ijtimoiy axloq me'yorlari va jamiyatning an'anaviy qadriyatlariga zarar yetkazish.

Bu tahdidlar salbiy axborot-psixologik ta'sir o'tkazish, maxsus vosita va usullarni ishlab chiqish, O'zbekiston davlatining ichki siyosatiga chetdan turib maqsadga yo'naltirilgan tarzda aralashish axborot urushiga tayyorlanish va axborot qurolidan foydalanish shakllarida amalga oshiriladi. Bunday tahdidlar oldini olish va ularning zararli oqibatlarini minimal darajaga yo'naltirish uchun davlat siyosati quyidagi tamoyillarga asoslanishi lozim:

- mavjud tahdidlarga mos ravishda xavfsizlik choralarini ko'rish;
- foydalanish faqatgina qonunda ko'rsatilgan holatlarda mumkin bo'lgan axborot-psixologik ta'sir o'tkazishning maxsus vositalarini ishlab chiqish, yaratish va qo'llashga davlat va jamiyat monopoliyasini o'rnatish;

- axborot-psixologik xavfsizlikni ta'minlash borasida oshkoralik va fuqarolik nazoratini joriy etish;

- axborot-psixologik xavfsizlikni ta'minlash sohasidagi faoliyatda jamoat tashkilotlarining faol ishtirokini ta'minlash zarurligi.

Axborot-psixologik xavfsizlikni ta'minlashning quyidagi vazifa va funksiyalarni bajarish zarur:

1.O'zbekiston Respublikasining axborot-psixologik xavfsizlikni ta'minlashga oid qonunchiligini takomillashtirish.

2.Axborot-psixologik xavfsizlikni ta'minlash tizimini shakllantirish va rivojlantirishi.

3.Davlat hokimiyati organlari va jamoat tashkilotlarining axborot- psixologik xavfsizlikni ta'minlat borasidagi faoliyatini muvofiqlashtirish.

4.Fuqarolarning axborot-psixologik xavfsizlikni ta'minlash borasidagi huquqiy ongi va huquqiy madaniyatini rivojlantirishi.

5.Axborot-psixologik xavfsizlikni ta'minlash sohasida halqaro hamkorlikni tashkil etish.

6.O'quv muassasalari tomonidan axborot-psixologik xavfsizlikni ta'minlash sohasida kadrlarini tayyorlashni yo'lga qo'yish.

Davlat, jamiyat va shaxs axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlashning muhim vositalaridan biri - shu yo'nalishda o'tkaziladigan ekspertizalardir. Axborot-psixologik xavfsizlikni ta'minlash buyicha o'tkaziladigan ekspertiza tizimi O'zbekistonda endigina shakllanib kelmoqda. Mamlakatimizda davlat, jamiyat va shaxsning axborot-psixologik xavfsizligi to'g'risida maxsus qonun qabul qilish vaqti yetdi. Bunday qonun mazkur yo'nalishdagi me'yoriy-huquqiy hujjatlar tizimini takomillashtirishga xizmat qiladi. Chunonchi, "O'zbekiston Respublikasining Jinoyat kodeksi", "O'zbekiston Respublikasining Ma'muriy kodeksi" singari me'yoriy-huquqiy hujjatlarga ham tegishli o'zgartishlar kiritit zaruriyatini ham keltirib chiqaradi.

Davlat, jamiyat va shaxs axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlashning muhim yo'nalishlaridan biri, shuningdek, halqaro huquqiy-me'yoriy hujjatlarni

takomillashtirishdan iborat. Hozirgi kunda mamlakatimizga turli kanallar orqali xorijda tayyorlangan va nashr etilgan gazeta-jurnallar, adabiyotlar, eshittirish va ko'rsatuvlar kirib kelmoqda. Ularning muayyan qismi tarkibida mamlakatimiz aholisi uchun yot bo'lgan stereotiplar, ustanovkalar, qadriyatlar yo'qligiga kafolat berib bo'lmaydi.

Yurtimizga qarshi axborot-psixologik xurujlar imkoniyat vujudga keldi deguncha amalga oshirilmoqda. Ma'furaviy kurash keskinlashib borayotgan hozirgi sharoitda axborot qurollaridan g'animlarimiz foydalanishlarining ehtimoli ortib bormoqda. Shuni ham nazarda tutish lozimki, "kibermakon" degan kenglikda hech qanday chegara yo'q. Bu makonda foydali va zarur axborot bilan bir qatorda yoshlar uchun zararli, umuman aholi uchun xavfli bo'lgan axborot, psixotron qurollar ham bimalol aylanib yuribdi.

Hozirgi kunda fan va texnologiya taraqqiyoti shu qadar tezlashib ketdiki, psixotron qurollarning yangidan-yangi turlari yaratilmoqda. Masalan, ular orasida uzoq masofadan turib odamlar ongi, tafakkuri, xotirasi, his- tuyg'ulariga kuchli ta'sir o'tkaza oladiganlari ham bor. Misol uchun, UYuCh (o'ta yuqori chastotali) qurollar uzoq masofadan turib shaxsning psixikasi, xotirasiga, hatto ichki va jinsiy a'zolariga ta'sir qilishi mumkin. Bayon etilganlarning barchasini nazarda tutib, davlat tomonidan halqaro axborot ayirboshlash jarayoni uchun tegishli me'yorlar, taqiqlar va cheklovlar o'rnatilishi maqsadga muvofiqdir. Bunga erishish uchun halqaro hamjamiyatning diqqat-e'tiborini mazkur masalaga qaratish, milliy davlatlar qonunchiligini unifikatsiya qilish talab etiladi.

Mamlakatimizda keng tarmoq otayotgan kompyuter klublaridagi o'yinlar orasida halqimizga yot bo'lgan zo'ravonlik, faht va axloqsizliklarni targ'ib etadiganlari tobora ko'payib borayapti. Bunday holat mazkur masalaga nafaqat davlat idoralarining, balki ota-onalar qo'mitalari, mahalla, qishloq fuqarolar yig'inlari va boshqa jamoat tashkilotlarining e'tiborini tortish maqsadga muvofiqligidan guvohlik bermoqda.

Yuqorida bayon qilinganlardan quyidagi xulosalarni chiqarish mumkin:

- axborot xavfsizligi sohasidagi jarayonlar va munosabatlarning o'sit sur'atlari

qonunchilikning takomillashish sur'atlaridan bir oz ildamlab ketdi. Bunday holat davlat, jamiyat va shaxsning axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlashga oid qonunlarni ishlab chiqish va qo'llash amaliyotini rivojlantirish zarurligini ko'rsatadi;

- davlat, jamiyat va shaxsning axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlat borasida yagona siyosat asoslarini ishlab chiqish va mazkur yo'nalishda tegishli qonun qabul qilish, shuningdek mazkur yo'nalishdagi qonunlarga tegishli o'zgartishlar kiritish muhim ehtiyojga aylandi;

- halqaro axborot almashuv jarayonida vujudga kelishi mumkin bo'lgan tahdidlardan samarali himoyalaniish uchun halqaro hamjamiyatning harakatlarini muvofiqlashtirish hamda milliy davlatlar qonunchiligini unifikatsiyalash, "Axborot urushlari xavfining oldini olish va axborot quroli muomalasini cheklash haqida" halqaro konvensiya yaratish yo'lidagi faoliyatlarni birlashtirish zaruriyati paydo bo'ldi.

Inson ongi mohiyatan ochik tizimdir. U tashqi dunyo bilan axborot almashish jarayonida rivojlanib boradi. Ongning bunday ochiqqligidan buzg'unchi kuchlar ham foydalanib qolishga urinadilar. Zotan, hozirgi kunda global tarmoqning, yangi jihozlar va texnologiyalarning vujudga kelishi bunday kuchlar tomonidan faqat alohida shaxs ongiga emas, millionlab kishilar ongi-shuuriga vayronkor ta'sir o'tkazilishi uchun imkoniyat yaratdi.

Axborotni qayta ishlash va aloqa bobidagi zamonaviy vositalar insoniyat mavjudligining prinsipial yangi sharoitlarini vujudga keltirdi. Hozirgi kunda milliy axborot va telekommunikatsiyalar tizimini global axborot infratuzilmasiga birlashtirish singari ulkan loyihalar yuzaga chiqdi. Bu loyihalarning amalga oshirilishi har bir shaxs uchun, u qaysi mamlakat va mintaqada yashamasin, dunyoning xohlagan burchagidagi odamlar bilan axborot almashish imkonini vujudga keltirdi. Bunday infratuzilmaning barpo etilishi insoniyat taraqqiyoti uchun misli ko'rilmagan imkoniyatlar eshigini ochadi. Ayni paytda bu infratuzilma vayronkor kuchlarga ham juda qo'l kelishini unutmaslik kerak.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Axborot xavfsizligini ta'minlashning asosiy vazifalariga nimalar kiradi?
2. Axborot xavfsizligi sub'ektlarining kategoriyalari haqida nimalarni bilasiz?
3. Shaxsning, jamiyatning va davlatning axborot muhitidagi manfaatlarini himoyalash deganda nimalar nazarda tutildi?
4. Axborot-psixologik ta'sir, uning xavfsizlik tug'diruchi sub'ektlari va omillari.
5. Jamiyat taraqqiyoti va axborot muhitining rivojlanishi, buzg'unchi axborotlarning manbalari nimalar hisoblanadi?
7. Davlat, jamiyat va shaxs axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlash yo'nalishlari.
8. O'zbekistonning axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlashda shaxs, jamiyat va davlat xavfsizligini belgilovchi asosiy huquqiy hujjatlar haqida gapiring?
9. Davlat, jamiyat va shaxs axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlashdagi manfaatlar nimalardan iborat?

Mustaqil ish uchun mavzular:

1. Axborot xavfsizligini ta'minlashning asosiy vazifalari.
2. Axborot xavfsizligi sub'ektlarining kategoriyalari.
3. Shaxsning, jamiyatning va davlatning axborot muhitidagi manfaatlarini himoyalash.
4. Axborot-psixologik ta'sir, uning xavfsizlik tug'diruchi sub'ektlari va omillari.
5. Jamiyat taraqqiyoti va axborot muhitining rivojlanishi, buzg'unchi axborotlarning manbalari.
7. O'zbekistonning axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlashda shaxs, jamiyat va davlat xavfsizligini belgilovchi asosiy huquqiy asoslari.
8. Davlat, jamiyat va shaxs axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlashdagi manfaatlari.

XVI-BOB. AXBORIY TAHDIDLAR VA ULARNING IJTIMOIIY- PSIXOLOGIK XUSUSIYATLARI

Mavzuning maqsadi: *Axborot xurujlari haqida tushuncha, "Axborot urushi" atamasi, axborot xurujlarining psixologik mazmuni, axborot xurujlarini amalga oshirish usullari. Shaxsning axboriy-psixologik xavfsizligi tahdidlari va ulardan himoya qilishning maqsadi, shaxsga axborot-psixologik ta'sir turlari, axborot-psixologik ta'sirning darajasi: nazariy-mafkuraviy va kundalik-psixologik darajalari to'g'riisda ma'lumot berish.*

REJA:

1. Axborot xurujlari.
2. Tahdidlar va ularning tasnifi.
3. Axborot-psixologik xavfsizlikka tahdidlar.

Asosiy atamalar va tushunchalar: Axborot; axborot xurujlari, axborot urushi, axborot xurujlarining psixologik mazmuni, axborot xurujlarini amalga oshirish usullari, Tahdidlar va ularning tasnifi, shaxsning axborot-psixologik xavfsizligiga tahdidning manbalari, shaxsning axborot-psixologik xavfsizligiga tahdidning manbalari, axborot-psixologik xavfsizlikka tahdidlar, fuqaroning psixologik himoyasi va o'z-o'zini muhofaza etishi, milliy mustaqillik mafkurasi.

16.1. Axborot xurujlari.

Axborot texnologiyalari va telekommunikatsiya vositalari-ning yuqori suratlarda rivojlanishi, jamiyat va davlat hayotida keskin ijobiy o'zgarishlarning yuz berishiga sabab bo'lib insoniyat taraqqiyotini yangi bosqichlarga olib chiqdi.

Insoniyat axborot texnologiyalari yordamida ma'lumotlarni to'plash, qayta ishlash va uzatish bilan chegaralanmay, jamiyatda iqtisodiy, siyosiy, xarbiy va

boshqa sohalarni boshqarish, ularga ta'sir etish va istiqbolini belgilash imkoniyatiga ham ega bo'lib bormoqda.

Bu jarayonlar negizida davlatlararo hamkorlik yangi bosqichga kiritib, o'zaro munosabatlarning bir-biriga nisbatan bog'liq holatlarni kuchaytirmoqda. Shu bois, axborot davlatning milliy boyligi, halqaro maydonda esa strategik resursga aylangan. Ammo, zamonaviy axborot texnologiyalari jamiyat hayotida ko'plab qulaylik va imkoniyatlar yaratishi bilan birga, ayrim muammolarni ham keltirib chiqarmoqda. Aksariyat hollarda ushbu muammolar axborot komunikatsiya vositalaridan va ularning imkoniyatlaridan g'arazli maqsadlarda foydalanish oqibatida yuzaga chiqmokka. Bu esa axborot xurujlariga qarshi kurashning zarur yo'nalishlarini ishlab chiqish, axborot xavfsizligini ta'minlashning yagona tizimini yaratish, atrofimizda ro'y berayotgan o'zgarishlarni har taraflama chuqur tahlil qilish va axborot sohasida ilmiy izlanishlar olib borish vazifasini qo'yadi.

O'zbekiston Respublikasida xavfsizlikni ta'minlashning ustuvor vazifalaridan biri axborot xujjatlarining ortishi sharoitida jahon axborot tizimiga integratsiyalashish, axborotni erkin olishning kafolatini yaratish va axborot tahdidlariga qarshi kurashishning samarali tizimini ishlab chiqishdir. Har bir davlatning axborot makoni shaxs, jamiyat va davlatning manfaatlaridan kelib chiqqan holda, ularga tegishli bo'lgan axborotni o'zgartirish, ruxsatsiz tarqatish, ma'naviy va ruhiy borlig'iga ta'sir ko'rsatish, konstitutsiyaviy tuzumga qarshi bo'lgan g'oyalardan millatlararo va diniy konfessional, kuch ishlatish va boshqa ko'rinishdagi harakatlardan qonuniy ravishda himoyalangan.

Axborot xavfsizligi milliy xavfsizlikning ajralmas qismi sifatida tarmoqlararo xususiyatga ega, ya'ni siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, harbiy, madaniy sohalarda ham axborot xavfsizligini ta'minlanganligi ushbu yo'nalishlarning barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi. Bizga ma'lumki, globallashtirish davrida voqelik hech nima, aloqa esa hamma narsadan ustun. sivilizatsiyalarning taqlidi esa axborot yetkazib berish tezligiga bog'liq hisoblanadi. O'z vaqtida axborotga va uni yetkazib berish, tarqatish texnologiyasiga ega bo'lgan davlat eng qudratlidir. Ayrim nazariyalarga ko'ra davlatning qudrati moddiy boyliklar bilan emas, balki o'zga

davlatlar axborot hududi (o'z hududining himoya qilinganligi) va fuqarolarning ongini egallaganligi bilan farqlanib turadi.

"Axborot urushi" atamasi ilk bor 1967 yil tilga olingan bo'lib, bu iboraning muallifi sobiq sovet Ittifoqiga qarshi boshlagan axborot urushining asoschilaridan biri Allen Dallesdir. Axborot urushi nazariyasining asoschilaridan yana biri Uinn Shvartou fikricha: "Zamonaviy jamiyat axborotga asoslanganligi sababli, ertami, kechmi, har kim axborothurujining qurboniga aylanadi",-deb ta'kidlaydi. Uinn Shvartou axborot urushini olib borishda barcha xatti-harakatlarning uchta sub'ektga qaratilganligini ta'kidlaydi: shaxsga (individual holatda), tashkiliy tuzilmaga (tashkilot-muassasaga qaratilgan) va global ko'rinishda (davlatlar o'rtasidagi ziddiyatga qaratilgan).

"Axborot xuruji" iborasi birinchi marta 1976 yil Tomas Ronning "Boeing" kompaniyasi uchun mo'ljallangan "qurollar tuzumi va axborot urushi" nomli hisobotida qayd etilgan. Tomas Ron AQSh iqtisodiyotida infratuzilma asosiy komponent bo'lib, keyinchalik uning harbiy, siyosiy sohalar kabi zaif nuqta bo'lib qolishini ta'kidlaydi. Axborot xurujining muhim jihati esa "qarshi davlatning-korxonalari rahbarlariga, a'zolariga psixologik bosim o'tkazib, ularni "kerakli" qarorlarni qabul qilishga majbur qila bilishdir" deydi. Shunga ko'ra "axborot xuruji" nima, degan savolga javob berish mumkin. Axborot xuruji bu raqib sanalgan shaxsga, jamiyatga va davlatga siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy sohalarda qabul qilingan qarorlarga ta'sir ko'rsatish, ijtimoiy faktlar va jamoatchilik ongini o'ziga kerakli yo'nalishda shakllantirishga urinishdir. Axborot xurujlarining amalga oshirishda raqiblar asosan quyidagi usullardan foydalanadi:

- dezinformatsiya (yolg'on axborot tarqatish) - psixologik ta'sir ko'rsatishning bir ko'rinishi bo'lib, raqib tarafni chalg'itish maqsadida yolg'on axborot tarqatiladi. Bunda haqiqiy axborot bilan yolg'on axborot aralash ko'rinishida bo'ladi;

- manipulyatsiya (omma ongini boshqarish) - omma ongini tuli g'oyalar, ko'rsatmalar, motivlar, stereotiplar, taqlid orqali sub'ekt manfaatlariga moslashtirish. Voqelikni noto'g'ri idrok qilish orqali soxta, yolg'on tushuncha yoki tasavvur hosil qilinadi;

- targ'ibot - omma ongida OAV yordamida ma'lum g'oyalarni tarqatish va ommalashtirish;

- inqirozli holatlarni boshqarish - asosan iqtisodiy va siyosiy sohalarga qaratilgan bo'lib, ma'lum guruh yoki davlat qiziqishlarini ko'zlaydi. Avvaldan tanlab olingan shaxslarga yashirin ko'rinishida ta'sir ko'rsatiladi;

- ig'vogarlik - ma'lum guruhlar va shaxslar tomonidan davlatning konstitutsion tuzumiga yoki qonuniy asoslariga qarshi harakatlarni amalga oshirish;

- tuxmat (bo'hton)-biror ob'ektni obro'sizlantirish, sha'nini bulg'ash maqsadida yolg'on ma'lumotlarni tarqatish;

- diskreditatsiya (obro'sizlantirish) - omma orasida davlat raxbarlari, jamoat tashkilotlari, ayrim shaxslar obro'sini, siyosiy yechimlar, tadbirlar ahamiyatini tushuntirish va ularga salbiy ta'sir ko'rsatish;

- omma diqqatini jalb etish - biror voqea, hodisa, ish yuzasidan huquqiy ma'lumot panadaqoldiriladi, shov-shuvga sabab bo'ladigan tadbirlar amalga oshiriladi;

- mish-mish gaplarni tarqatish - mavjud bo'lmagan ma'lumotlarni tarqatish. Asosan davlat va jamiyadagi bo'shliq joylarga asosiy zarba beriladi hamda siyosiy va ma'naviy yetuk bo'lmagan shaxslar ob'ekt sifatida tanlab olinadi;

- fitna - maxsus axborot harakati bo'lib raqib muvaffaqiyatsizlikka (mag'lub bo'lish) olib boruvchi variantni tanlashga majburlanadi.

Demak, yuqorida keltirilgan usullar ma'lum amallar ketma-ketligidan iborat bo'lib, ularni amalga oshirishdan axborot xurujining ob'ekti va sub'ekti, kuch va vositalar, resurslar va vaqt omilini aniqlab olish muhim ahamiyat kasb etadi. Yuqori darajada axborot xurujidan ko'zlangan asosiy maqsad - raqib davlat axborot maydonini egallab olish, halqaro maydonda davlat imidjini tushurish, jamiyat hayotini beqarorlashtirish, shaxsni obrusizlan-tirishga qaratilgan axborotlarni tarqatish kabilardir. Hozirgi bosqichda maqsadga erishish uchun asosiy vositalar sifatida OAV va axborot-kommunikatsion texnologiyalardan foydalaniladi.

Hozirgi kunda biror davlatda axborot xurujlarini amalga oshirish usullariga qarshi yagona bir kompleks tadbirlari ketma-ketligi ishlab chiqilmagan.

Bunga sabab qilib axborot-komunikatsion texnologiyalarining juda tez sur'atlarda rivojlanib borayotganligi, tezkorligi, turlichaligi, chegara bilmasligi, millat tanlamasligi, yashirinligi (qanday vaqay ko'rinishda yakunlanishining noma'lumligi) kabilarni keltirish mumkin.

Xulosa o'rnida aytish ma'lumki bugungi kunda axborot-komunikatsion texnologiyalaridan jamiyat sohalarining barcha jabhalarida foydalanishning kengayib borilayotganligi axborotga bo'lgan ehtiyojning ortib borishi hamda axborot xurujlarining kuchayib borishi va ularning yopiq xarakterga ega ekanligini inobatga olib, u bizdan axborotga bo'lgan taqchillikning oldini olish (milliy axborot makonini rivojlantirish), sodir bo'lgan voqelikka to'g'ri va holis baho berish (amalga oshirilayotgan axborot hujumlarini tahlil qilish va bashoratlar berish), turli yot g'oyalarga (qo'poruvchilik ruhidagi) qarshi kurashish va bu sohada yetuk mutaxassislarni tayyorlashni talab qiladi. Har bir axborotni qabul qilayotgan shaxslar uni haqiqat yoki yolg'on ekanligini dastlabki o'qishda ajratish darjasiga yetkazish talab qilinadi. Ushbu omillar shakllanganda turli destruktiv kuchlar tomonidan amalga oshirilayotgan targ'ibot va qo'poruvchilik harakatlariga barham berishimiz mumkin.

16.2. Tahdidlar va ularning tasnifi

Tahdidlar: ob'ekt va unga munosabat, kelib chiqishi, ta'sir xususiyati, zarar ko'lam va miqdori bo'yicha tasnif qilinadi. Tahdidlar aslida turlicha bo'lishi mumkin: shaxs, jamiyat va davlatga, ichki va tashqi, katta va kichik, uzoq va yaqin, siyosiy, xarbiy, iqtisodiy, madaniy, ekologik, milliy va boshq.

Axboriy faoliyatning sub'ektlari sifatida davlat tuzilmalari, ommaviy axborot vositalari, turli katta (korporatsiya, assotsiatsiya, birlashma, konsern...) va kichik (korxona, idora, vakolatxona...) tashkilotlar xizmat qilishi mumkin. Zamonaviy bosqichda, ya'ni, internet paydo bo'lganidan keyin, shunday sub'ekt sifatida alohida shaxslar ham faoliyat ko'rsatishi mumkin.

Tahdid ob'ektlarini tasniflashda ikki yondashuv mavjud. Birinchi va keng tarqalgan nuqtai nazar bo'yicha bunday ob'ektlar uchta: *davlat, jamiyat va shaxs*.

Ikkinchi qarashning tarafdorlari fikricha, tahdid ob'ektlari sotsiologik tasniflashga mos tushsa, to'g'riroq bo'ladi. Ya'ni, bunday ob'ektlarga jamiyat, ijtimoiy sinf, katta va kichik ijtimoiy guruhlar hamda shaxslarni kiritish maqsadga muvofiq, deb hisoblanadi.

Ta'sir ko'rsatish yo'llari ta'sir etuvchi tomonidan ob'ektga mos ravishda tanlanadi, barcha ob'ektlar uchun bir xil usul to'g'ri kelmaydi. Davlatga ta'sir bir yo'l bilan amalga oshirilsa, shaxsga ta'sir etish uchun boshqacha usul tanlanadi.

Zararning ko'lami va miqdori ham juda katta darajadan uncha ahamiyatli bo'lmagan hajmgacha bo'lishi mumkin,. Bu esa o'z navbatida ta'sir etuvchining maqsadi, moddiy, ilmiy, psixologik va texnik imkoniyatlariga bog'liq.

Shaxs, jamiyat va davlat manfaatlari, jamoatchilik fikri va mamlakat ma'naviy yuksalishiga axborot tahdidi. Axborot tahdidi shunday bir universal xarakterga egaki, uning barcha boshqa sohalarga jiddiy salbiy ta'sir qilish imkoniyati bor: shaxs dunyoqarashiga, jamiyat barqarorligiga, davlat tinchligiga, jamoatchilik fikrini chalg'itishga va oxir-oqibatda har bir mamlakatning ma'naviy, siyosiy, iqtisodiy, madaniy yuksalishiga ham. Chunki axborotning jamiyat, tashkilot, oila, shaxs ongiga kirib kelishi uncha ham ko'zga tashlanmaydi. Ijobiy va salbiy axborotni farqlash, yaxshi ma'lumotni o'zlashtirish va zararlisini rad etish uchun inson ongi rivojlangan, uning o'zi esa mustahkam irodali bo'lishi zarur. Har bir mamlakat aholisining asosiy qismi esa bunday imkoniyatga ega emas. Shuning uchun axboriy-psixologik barqarorlikka birinchi o'rinda axborot tarqatuvchilar ya'ni, davlat tuzilmalari xizmatchilari, jurnalistlar, pedagoglar, jamoat tashkilotlari xodimlari va boshqalar ega bo'lishi shart.

Davlat siyosatini ta'minlashdagi axboriy tahdid. Axboriy tahdidlar-ning eng xavflisi davlat siyosatini ta'minlashga halaqit berayotganlaridir. Chunki agar shaxsga salbiy ta'sir tor doiradagi odamlarni qamrab olsa, davlat va jamiyatga tahdid butun bir mamlakat, halq tinchligini xavf ostiga qo'yadi. Bu juda katta va jiddiy muammodir, shuning uchun biz uni mazkur fanni o'zlashtirish jarayonida turli nuqtai nazardan o'rganmoqdamiz.

Mamlakat axborot takomilidagi tahdidlar; ichki bozorni axborot bilan ta'minlash; milliy axborot texnologiyalari va resurslaridan foydalanish hamda uni to'plash. Axboriy tahdidlarga qarshi kurashning yaxshi yo'llaridan biri – mamlakat o'zini o'zi axborot bilan ta'minlashi. Albatta, bunday axborot to'liq, sifatli va haqqoniy bo'lishi shart, aks holda jamiyat a'zolari yanada xorijiy manbalarga murojaat etadilar va bunga hech kim to'siqlik qilolmaydi. Aslida ichki xududni axborot bilan yetarli darajada ta'minlash uncha ham qiyin emas, chunki bugungi kunda axborot texnologiyalari juda keng ishlatilmoqda va axborot tarqatadigan sub'ektlar mamlakatning hamda dunyoning turli burchaklaridan xohlagan ma'lumotlarni olib, mamlakat ichida tarqatishi mumkin. Faqat ushbu ishda loqaydlik va o'zibo'larchilikka yo'l qo'yimaslik zarur. Chunki inson psixologiyasining shunday bir xususiyati borki, agar u biror bir voqea bo'yicha uch-to'rt soat ichida ma'lumot (jumladan, rasmiy) ololmasa, paydo bo'lgan axborot bo'shlig'ini har xil uydirma va mish-mishlar to'ldiradi.

Axborot va telekommunikatsiya vosita va tizimlari xavfsizligiga tahdidlar. Birinchi Iroq urushi paytida Iroqning o'sha davrdagi prezidenti Saddam Husaynning kuchli armiyasi bor edi. Ammo mazkur armiya bir necha kun ichida AQSh harbiylari tomonidan tor-mor qilindi. Buning sababi nimada? Birinchi o'rinda AQSh harbiylari Iroq armiyasining harbiy kommunikatsiyalarini, jumladan, kompyuterlarini ishdan chiqardilar. Bunday keyin texnika va askarlarni yengish qiyin bo'lmadi.

Mazkur misoldan har bir mamlakat o'z axborot tizimlarini xavfsizligini ta'minlashi naqadar muhim ekanligini anglab olish qiyin emas. Axborot asrining muhim ko'rsatkichlaridan biri – davlat va jamiyatning barcha bo'g'inlari uchun tezkor axborot almashinuvi birinchi hayotiy zaruratga aylanishi. Bu ishni qila olganlar zamona bilan hamnafas yashaydi, eplolmaganlar esa orqada qolib ketaveradi va qoloqlik kundan kunga oshadi. Demak, rivojlanishni xohlagan davlat birinchi o'rinda o'z kommunikatsiya tizimlari faoliyatini, butunligini, ularni xavfsizligini ta'minlashi zarur.

O'zbekistonda axborot xavfsizligini ta'minlashga qaratilgan qator Qonunlar va me'yoriy hujjatlar qabul qilingan bo'lib, ularda davlat va fuqarolar manfaatini

himoyalashni nazarda tutuvchi axborotlar, siyosiy, harbiy, ilmiy-texnik sohalaridagi axborotlarni sir saqlash, fuqarolarning shaxsiy hayotiga doir axborotlarni sir saqlash hamda yuridik va jismoniy shaxslarning mulki hisoblangan axborotlarni sir saqlash tartiblari o'z aksini topgan.

Axborot – psixologik ta'sir vositasi sifatida. Inson uchun axborot – eng ta'sirchan vositadir, chunki uning ongi bor. Mantiqiy isbot, qolaversa, axborot yetkazishning eng oddiy usullari shu qadar katta kuchga egaki, unga hech kim hech narsani qarshi qo'ya olmaydi. Shuning uchun targ'iboti haddan kuchli mamlakatning aholisi fanatiklarga o'xshaydi. Masalan, Gitler davridagi nemis byurgerlari haqiqiy aqidaparastlar bo'lishgan. Insonning tabiati shunday yaratilganki, u axborotni qabul qilmasdan, uni tushunishga harakat qilmasdan yasholmaydi. har bir odam ma'lumotni ko'radi, eshitadi, o'qiydi va, eng muhimi, doimo, uzluksiz ravishda, kechayu-kunduz axborotning ta'sirida yashaydi. Shuning uchun axborot yordamida kimgadir ruhiy ta'sir qilmoqchi bo'lganlarga agar ushbu inson axborotni o'ylamasdan qabul qilaversa o'sha odamning psixologiyasi ko'maklashadi.

Shaxsning axborot-psixologik xavfsizligiga tahdidning manbalari va umumiy tavsifi: tashqi va ichki tahdid, uning tuzilishi hamda mohiyati. Yuqorida aytganimizdek, shaxs tomonidan axborotni qabul qilishning hal etuvchi mezon – bu insonning ongi borligidir. Mazkur ongdan foydalanib, mantiqiy isbot yordamida odamga xohlagan, eng noma'qul g'oyani ham “to'g'riligini” isbotlash mumkin, bu qiyin emas. Buning uchun dalillarni ustalik tanlab, isbot jarayonini yaxshi tuzish kifoya. Demak, axborot-psixologik xavfsizlikka tahdidning birinchi manbasi – bu, insonning o'zidir.

Undan tashqari boshqa manbalar ham bor. Ular, eng avvalo, tashqi va ichki manbalarga bo'linadi. Tashqilari boshqa mamlakatlarning O'zbekiston axborot hududida hukmronlik qilishga yo'naltirilgan harakatlaridan hosil bo'ladi va turli noholis siyosiy, harbiy, iqtisodiy, jamoaviy tuzilmalar vakillarining O'zbekiston fuqarolariga nisbatan salbiy ta'sir ko'rsatishidan iborat. Bunday harakatlar, jumladan, xorijiy OAV, turli nodavlat, jamoaviy tashkilotlar, jamg'armalar, guruhlar va h.k. tomonidan amalga oshiriladi.

Ichki tahdidlar sirasiga aholini axborot bilan ta'minlashning huquqiy va iqtisodiy asoslari yetarli emasligi, fuqarolik jamiyatining institutlari rivojlanmayotganligi va fuqarolarning davlat va nodavlat tashkilotlariga murojaatlari javobsiz qolib ketishi, axborot bozori qanday rivojlanishi davlat tomonidan nazorat qilinmasligi, fuqarolar davlat tuzilmalari faoliyati haqida yetarli axborot ololmasligi hamda yuqori tashkilotlar tomonidan qabul qilingan qarorlar ularga tushuntirib berilmasligi va boshq. kiradi.

Shaxs ruhiyatining bioijtimoiy tabiati, uning xususiyati, shakllanishi va boshqariluv, kishining shaxsiy tavsifi va axborot-psixologik xavfsizlik tahdidi tizimida uning ahamiyati. Inson ruhiyati bioijtimoiy tabiatga ega ekanligini ko'pchilik bilsa-da, bu holatga va bundan kelib chiqadigan oqibatlarga uncha ham e'tibor berilmaydi. Bioijtimoiy tabiat esa inson xulqi va ongi uchun yetakchi omil. Demak, keng auditoriya bilan ishlash jarayonida psixologiya qonunlarini bilmasdan samarali faoliyat ko'rsatib bo'lmaydi. Inson psixologiyasining negizini biologik fazilatlar tashkil etadi. Odatda biologik jihatdan kamchiliksiz bo'lgan oddiy odam ijtimoiy sifatlarga ega bo'lishga qodir. Zigmund Freyd, Karl Yung va shular kabi faylasuf-psixologlar isbotlab bergani bo'yicha, inson ongining fundamentini ongsiz biologik xususiyatlar (shaxsiy va jamoaviy ongsizlik) tashkil etadi. Shunday ekan, axborot xavfsizligi sohasida ixtisoslashayotgan mutaxassislar buni e'tiborga olishlari zarur.

Masalan, har bir inson xulqi, nuqtai nazari va pozitsiyasi turli axborot yordamida har xil boshqarilishi mumkin. Siyosatshunoslar yoki jurnalistlar bir voqeani, bitta faktni shunday talqin qila oladiki, undan keng auditoriya ijobiy yoki, teskarisi, salbiy xulosa chiqarishi odatiy hol bo'lib qolgan. Shunday ekan, axborot-psixologik xavfsizlik tahdidi tizimida faoliyat ko'rsatadigan O'zbekiston OAV uchun eng muhim omillar bo'lgan tezkorlik va haqiqatgo'ylik prinsiplari asosida ish olib borishlari nihoyatda muhim ahamiyat kasb etadi.

Jamiyat axborot-psixologik xavfsizligiga tahdidning manbalari. Bunday manbalar ko'p, ularning asosiy qismi shaxs axborot-psixologik xavfsizligiga tahdidning manbalari tarkibida keltirildi. Qo'shimcha ravishda butun jamiyat va

millatga xavf solayotgan manbalar sifatida keltirish mumkin, masalan, millatchilikni, shovinizmni, imperiyaviy tafakkur, mafkuraviy ekspansionizm va boshqa shu kabi illatlarni qo'zg'atuvchi davlatlar, tashkilotlar va shaxslarni keltirish mumkin.

Axborotda xududiy munosabatlar: axborot olish xududini ta'minlash; shaxsiy hayot va oila siri, sirli yozishmalar dahlsizligini ta'minlash. Eng avvalo aytish kerakki, axboriy xurujni hudud jihatdan oltita asosiy turga ajratish mumkin:

1) umumsayyoraviy (bir qutbli, ya'ni "odnopolyarnyy" dunyoni tashkil etishga harakat qiluvchi davlatlar tomonidan amalga oshiriladi);

2) qit'aviy (Osiyo yoki boshqa qit'aga nisbatan amalga oshiriladi);

3) regionli (o'zaro chegaradosh, masalan, Markaziy Osiyo mamlakatlariga nisbatan tushuniladi);

4) davlat (O'zbekiston)ga nisbatanyo'naltiriladi;

5) mintaqaviy (masalan, Farg'ona vodiysi) xususiyatlar ko'zda tutiladi;

6) mahalliy (viloyat, shahar, tumanga nisbatan amalga oshiriladi).

Tabiiyki, har bir davlat o'z axborot hududini o'zi tashkil etadi. Boshqa davlat tomonidan ushbu mamlakat hududida intensiv ravishda axborot tarqatish axboriy xuruj hisoblanadi. Bunday harakat ushbu davlatni o'z axboriy makonini haqli ravishda himoya qilishga undaydi. Himoya qilinadigan sohalarga davlat va jamiyat manfaatlaridan tashqari shaxsiy hayot dahlsizligini, oilani asrash va yozishmalarni asrash ham kiradi.

O'zbekiston davlati dunyo hamjamiyatining teng vakili sifatida mustaqillikning birinchi kunlaridan boshlab turli yo'nalishlar bo'yicha o'z oqilona siyosatini ishlab chiqdi va unga amal qilib kelmoqda. Mamlakatimiz ichki va halqaro miqyosidagi axborot almashinuvida o'ziga xos va mos hamda boshqa mamlakatlarga zarar yetkazmaydigan davlat siyosatidan foydalanmoqda. Shuni ham aytish kerakki, shu siyosatga muvofiq ish olib borish davlat tuzilmalari, OAV, jamoat tashkilotlari, qolaversa, butun mamlakat uchun foyda berishi muqarrar. Ushbu siyosatdan cheklanish esa davlat miqyosidagi birlikka, hamjihatlikka putur yetkazadi.

Ma'lumki, insoniyat rivojlanishining "uchinchi to'lqin" bosqichida davlatlarning asosiy boyligi axborotdir. Demak, har bir mamlakatga axborot bilan

ishlaydigan mutaxassislar ham kerak. Odatda bunday odamlar sifatida jurnalistlar tilga olinadi. Lekin bu masalaning faqat bir qirrasidir. Undan tashqari axborot bilan samarali tarzda siyosatshunoslar, politexnologlar, o'qituvchilar va boshqalar ham ishlaydi. Oxirgi yillarda bunday mutaxassislar safiga piarmentlar (jamoatchilik bilan aloqalar olib borish bo'yicha mutaxassislar) ham qo'shildi. Lekin axborot texnologiyalari rivojlangan davrda eng kerakli mutaxassislar kompyuter dasturchilaridir. O'z davlatini rivojlantirmoqchi bo'lgan hukumat axborot asrida birinchi o'rinda ushbu toifadagi mutaxassislarni tayyorlash zarurligini anglaydi va kun tartibiga quyadi.

16.3. Axborot-psixologik xavfsizlikka tahdidlar

XX asr oxiriga qadar axborot xavfsizligi deganda, davlat, iqtisodiy va huquqiy tuzilmalar xavfsizligi tushunilgan. Shaxs xavfsizligi degan ibora deyarli ishlatilmagan. Aslida esa shaxs kamoloti, uning ijodiy salohiyati ro'yobga chiqishi taraqqiyotning oliy maqsadi hisoblanadi. Shu nuqtai nazardan shaxsning axborot-psixologik xavfsizligi tahdidlardan himoya qilishning birinchi maqsadi bo'lishi lozim.

Shaxs ongiga, ayniqsa, uning ostki ongiga axborot-psixologik ta'sir o'tkazish xavfi kundan-kunga ortib bormoqda. Shaxsga o'tkazilishi mumkin bo'lgan bunday ta'sirning bir necha turlari mavjud:

- axborot tuzilmalari faoliyatining texnologik ko'rsatkichlari bilan bog'liq bo'lgan beixtiyoriy ta'sir (masalan, kompyuter yoki videotexnikaning ish faoliyati va jarayonida elektromagnit nurlanishi xavfi mavjudligi);

- shaxs ongi va ostki ongiga uni muayyan xatti-harakatlarni bajarish yoki bajarmaslikka undash maqsadida oldindan o'ylab va rejalashtirib o'tkaziladigan ta'sir (psixotrop ta'sir);

- psixotrop ta'sir odamlar psixikasiga farmakologik preparatlar, narkologik vositalar yordamida o'tkaziladi. Bu vositalar inson asab tizimidagi biokimik jarayonlarga va uning uyqusiga, uyg'oqlik davriga, faolligiga, atrof-muhitni idrok qilish sifatiga ta'sir o'tkazadi;

- psixoanalitik ta'sir insonning ostki ongiga uyg'qlik paytida, uyqusida yoki gipnoz holatida o'tkaziladigan ta'sirdir. Shaxs psixikasiga uning diqqatini chetlab o'tib ta'sir o'tkazish jarayoni shaxsning nazoratidan tashqarida bo'ladi;

- neyrolingvistik ta'sir odamlar ongiga maxsus lingvistik dasturlarni kiritish yo'li bilan ularning e'tiqodlari, qarashlari va tasavvurlarini tegishli yo'nalishda o'zgartirishni ko'zda tutadi;

- psixotron ta'sir - odamlar psixikasiga sezgidan tashqari, anglanmaydigan ta'sir o'tkazish.

Axborot-targ'ibot ta'siri so'zni, axborot yordamida muayyan qarashlar, e'tiqodlarni shakllantirishni nazarda tutadi.

Axborot-psixologik ta'sir o'tkazishning sanab o'tilgan turlariga oddiy odamlar qarshilik ko'rsatishlari qiyin. Ularning biri bo'lmasa ikkinchisi, ikkinchi bo'lmasa uchinchisi odamlar ongida muayyan o'zgarishlarni keltirib chiqaradi. Mana shu bayon qilinganlardan kelib chiqib, shaxsning axborot- psixologik xavfsizligi - bu uning irodasiga va hohishiga qarshi ongini o'zgartirishni ko'zlaydigan axborot-psixologik ta'sirlardan himoyalanganligi deyish mumkin.

Axborot-psixologik ta'sirlar kuchayib borayotgan hozirgi davrda psixikaning rivojlanishi qonuniyatlaridan hech bo'lmaganda asosiylarini bilish umumiy madaniyatning tarkibiy qismi bo'libgina qolmasdan, balki xavfsizlik va yashash uchun kurashning ham muhim shartiga aylanib bormokda.

Psixologiyadan hech bo'lmaganda tayanch bilimlarga ega bo'lgan odamlar o'z onglariga o'tkaziladigan tashqi ta'sirdan himoyalaniish bobida dastlabki psixologik to'siqni qo'yitt imkoniga ega bo'ladilar.

Axborot-psixologik ta'siri ikki xil darajada: nazariy-mafkuraviy va kundalik-psixologik darajalarda namoyon bo'ladi. Nazariy-mafkuraviy darajada dunyoqarashlar, ilmiy konsepsiyalar, madaniy qadriyatlar o'rtasida kurash yuz beradi va bunda ta'sir shaxsning intellektual salohiyatiga targ'ibot, mantiqiy dalillar yordamida o'tkaziladi.

Kundalik-psixologik darajada esa kurash odamlarning kayfiyatini tegishli yo'nalishda o'zgartirish maqsadida amalga oshiriladi. Bunda uqtirish usuli asosiy

vosita hisoblanadi. Ishontirish usuli asosli dalillar keltirish yordamida shaxs e'tiqodiga ta'sir o'tkazishni maqsad qilib qo'ysa, uqtirish yordamida inson psixikasiga e'tiborni tortmasdan kirib boriladi.

O'tkazilayotgan axborot-psixologik ta'sirni bir necha xil mezonlar asosida tasnif qilish mumkin. Ana shunday mezonlardan biri - ta'sirning ochiq yoki xufyaligi. Buzg'unchi ta'sirlar ko'pincha ob'ektga sezdirmasdan maxsus texnologiyalar (masalan, manipulyativ texnologiyalar, NLP texnologiyalar, suggestiv texnologiyalar va h.k.) yordamida o'tkaziladi. Bunda asosiy e'tibor sub'ektning ongiga emas, ostki ongiga qaratiladi. Bunday ta'sirlardan himoyalaniish uchun odamlar psixologiyadan hech bo'lmasa boshlang'ich ma'lumotga ega bo'lishlari zarur.

Ostki ongiga xufya tarzda o'tkazilgan ta'sir shaxsning xarakterini, xulq-atvorini o'zgartirib, aql-zakovati va ijodiy imkoniyatlarini keskin pasaytirish yuborishi mumkin. Bunday ta'sir turli darajadagi rahbarlar ostki ongiga o'tkazilganda, uning vayronkorlik miqyosi yana ham kengroq bo'ladi.

Odamlar psixologik ta'sirga turli darajada beriluvchan bo'ladi. Bu ularning yoshi, hayotiy tajribasi, shaxsiy (individual) psixologik xususiyatlari bilan bog'liq. Shaxsning hayotiy tajribasi va bilimlari ortgani sari psixologik ta'sirga beriluvchanligi ham kamayib boradi. Biroq, shuni ham nazarda tutish kerakki, barcha odamlar u yoki bu darajada uqtirish ta'siriga moyil bo'ladi. Farq faqatgina birovlarining bu ta'sir girdobigaga tezroq, boshqalarning esa sekinroq tushib qolishida.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

- 1.Axborot xurujlari deganda nimani tushunasiz?*
- 2.Axborot xurujlarining psixologik mazmuni haqida tushuncha bering?*
- 3.Axborot xurujlarini amalga oshirish usullari haqida gapiring?*
- 4.Tahdidlar va ularning tasnifi*
- 5.Tahdidlarning ob'ekti va unga munosabat, ta'sir xususiyati, zarar ko'lam va miqdori bo'yicha tasniflanishi haqida fikr bildiring?*

6.Shaxsning axborot–psixologik xavfsizligiga tahdidning manbalari va umumiy tavsifi nima deb ataladi?

7.Axboriy tahdidlarning ob'ektlari va ularni tasniflash, shaxs, jamiyat va davlat manfaatlari, jamoatchilik fikri va mamlakat ma'naviy yuksalishiga axborot tahdid deganda nimalar nazarda tutiladi?

8.Axborot-psixologik xavfsizlikka tahdidlar deganda nimalar nazarda tutiladi?

9.Shaxsning axboriy-psixologik xavfsizligi tahdidlari va ulardan himoya qilishning maqsadi nima?

10.Shaxsga axborot-psixologik ta'sir turlari, axborot-psixologik ta'sirning darajasi: nazariy-mafkuraviy va kundalik-psixologik darajalari haqida fikr bildiring?

Mustaqil ish uchun mavzular:

1.Axborot xurujlari haqida tushuncha.

2.Axborot xurujlarining psixologik mazmuni.

3.Axborot xurujlarini amalga oshirish usullari.

4.Tahdidlar va ularning tasnifi.

5.Tahdidlarning ob'ekti va unga munosabat, ta'sir xususiyati, zarar ko'lam va miqdori bo'yicha tasniflanishi.

6.Shaxsning axborot–psixologik xavfsizligiga tahdidning manbalari va umumiy tavsifi.

7.Axboriy tahdidlarning ob'ektlari va ularni tasniflanishi.

8.Shaxs, jamiyat va davlat manfaatlari, jamoatchilik fikri va mamlakat ma'naviy yuksalishiga axborot tahdidi.

9.Axborot-psixologik xavfsizlikka tahdidlar.

XVII-BOB. OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI VA AXBOROT QARAMA-QARSHILIGI PSIXOLOGIYASI

Mavzuning maqsadi: Axborot urushining xususiyatlari, axborot quroli, uning o'ziga xosligi, zamonaviy dunyoda uni qo'llash imkoniyati va ko'lami, axboriy qarama-qarshilikning maqsadi, vosita va shakllari, uni nazorat etish, jamiyatning umumiy holatiga keltiradigan psixologik zararlari to'g'risida ma'lumot berish.

REJA:

1. Axborot urushi va axborot qarama qarshiligi.
2. Mamlakatimiz ommaviy axborot vositalarining milliy manfaatlarni himoya qilish sohasidagi vazifalari.

Tayanch tushuncha va atamalar: Axborot urushi, axborot qarama-qarshiligi, axborot sohasidagi milliy mafaatlar, ochiq axborot tizimlari, ommaviy axborot vositalari, axboriy tahdid, axborot sohasidagi milliy manfaatlarga, axborot sohasida shaxs va jamiyat manfaatlariga tazyiq, axborot qarama-qarshiligi, jamiyatning axboriy xavfsizligi, davlatning axboriy xavfsizligi.

17.1. Axborot urushi va axborot qarama – qarshiligi

Axborot urushi ta'rifini biz yuqorida keltirgan edik. Ushbu fikrni davom ettiramiz. Axborot urushining xususiyatlari quyidagilardan iborat. Birinchidan, axborot qurolini ishlab chiqish uncha ham qimmat emas va bu ishni turli soha mutaxassislari bajarishi mumkin. Ikkinchidan, chegaralar nisbiyligi: davlatlar, qonuniy va noqonuniy harakatlar, harbiy va noharbiy janglar o'rtasida va h.k. Uchinchidan, hujumning oldini olish noilojligi. To'rtinchidan, zararni hisoblab

chiqish murakkabligi. Beshinchidan, harbiy bloklar, birlashmalar tuzish imkoniyati mavjud.

Axborot quroli, uning o'ziga xosligi, zamonaviy dunyoda uni qo'llash imkoniyati va ko'lami. Axborot qurolining keng va tor ma'nolarda tushunilishi mumkin. Keng ma'noda axborot quroli deb raqibni kerakli yo'nalishda fikrlashga undaydigan, uning nuqtai nazarini o'zgartirishga qodir bo'lgan va tegishli axborot yordamida amalga oshiriladigan harakatlarga aytiladi. Tor ma'noda axborot quroli deb rakibning axborot zahiralari 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.

Axboriy qarama-qarshilikning maqsadi, vosita va shakllari, uni nazorat etish, jamiyatning umumiy holatiga keltiradigan psixologik zararlari. Axboriy qarama-qarshilikning maqsadi – dunyoviy (global) axborot maydonida milliy manfaatlar himoyasini ta'minlash. Mazkur masqadga erishish esa turli mamlakatlar tomonidan turlicha amalga oshiriladi: texnologik kuchli davlatlar hukmronlik qilishga intiladi, rivojlanayotgan davlatlar esa o'zini himoyalashga harakat qiladi. Ikkala tomon ham o'ziga qulay keladigan usullardan foydalanadi.

Ammo shuni ham aytish kerakki, texnologik jihatdan kuchli davlatning axboriy hujumi boshqa mamlakatlar aholisiga katta psixologik zarar yetkazadi. Chunki bunday urushni to'xtataydigan va agressor-davlatga nisbatan chora ko'rish uchun imkoniyat yaratadigan halqaro me'yoriy hujjat yo'q. Rivojlangan mamlakatlar ushbu vaziyatdan keng foydalanmoqdalar.

Ommaviy kommunikatsiya – xorij OAVda axborot ekspansiyasidan himoyalash, fikrlash va o'zini tutish vositasi sifatida. Xorijiy OAV ekspansiyasidan himoyalash uchun eng qulay choralardan biri – mahalliy OAV. o'zbekiston sharoitida buning uchun milliy gazeta, radio va televideniemizning

imkoniyatlari bor, faqat ulardan samarali foydalanishimiz zarur. Buning uchun bosh omil va mustahkam asos – milliy istiqlol g‘oyasidir.

OAV doirasida halqaro korporatsiya; dunyo hamjamiyati va ayrim davlatlarda jamoatchilik fikrini shakllantirish mexanizmi sifatida. OAV sohasida bevosita halqaro 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 Velle”larni tilga olishimiz o‘rinliroq bo‘lardi. Ushbu axborot manbalari AqSh, Buyuk Britaniya, Fransiya, Germaniya va Rossiyaga 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” radiostansiyasining esa o‘zbek tilidagi bo‘limi bor. Biz ular o‘zbekiston haqida tarqatadigan materiallarga befarq bo‘la olmaymiz.

17.2. Mamlakatimiz ommaviy axborot vositalarining milliy manfaatlarni himoya qilish sohasidagi vazifalari

O‘zbekistonda faoliyat yuritayotgan siyosiy partiyalar, ko‘plab jamoatchilik tashkilotlari, turli nohukumat jamg‘armalar va harakatlarning barchasi bo‘lmasa-da, ko‘pchiligi o‘z ommaviy axborot kanaliga, shuningdek ommaviy aloqalar xizmatiga ega, umummilliy OAVga chiqa oladi. Tabiiyki, ular ijtimoiy-siyosiy, ommaviy va ixtisoslashgan nashrlar orqali o‘z dunyoqarashlari, dasturiy maqsad hamda vazifalarini tarqatishga harakat qiladilar.

Lekin har qanday siyosiy yoki boshqacha tuzilma, agar u Konstitutsiyaga, qonunchilik hujjatlariga zid bo‘lmasa, bir umumiy maqsad - mamlakat mustaqilligini mustahkamlash, bozor iqtisodiyoti munosabatlarini qaror toptirish, jamiyatning barqaror rivojlanishini ta’minlash, fuqarolar farovonligiga erishish, ularning huquq va erkinliklarini ro‘yobga chiqarish, O‘zbekistonning jahon hamjamiyatida munosib o‘rin egallashiga hissa qo‘shish nuqtai nazaridan amal qilsa, maqsadga muvofiq bo‘ladi. Biroq bu tashkilotlarning hammasining ham faoliyati respublika ommaviy

axborot vositalarida munosib ravishda aks ettirilavermaydi. Faqat davlat tomonidan moliyalashtiriluvchi axborot vositalarigagina emas, balki partiyaviy nashrlarga ham shu fikr taalluqlidir. Kamdan-kam istisno hollarni hisobga olmaganda, ularning ishga yondashuvlari bir xil yo‘nalishda bo‘lib qolmoqda. Jurnalistlar har doim ham partiya hayotidagi o‘tkir masalalarni ko‘tarib chiqavermaydilar, ko‘targan hollarida ham hech bir munozarasiz, muhokamasiz, chuqur tahlillsiz, biror masalaga aniq urg‘u bermay, ziddiyatlarni xaspo‘shlash yo‘lidan boradilar.

Buning oqibati o‘laroq partiyalarning, ular matbuotining chetdan uyushtiriladigan mafkuraviy, g‘oyaviy tazyiqlarga (ba’zida O‘zbekistonga nisbatan shunday holatlar kuzatiladi) qarshi samarali ishi ko‘rinmaydi. Vaholanki, axborot-psixologik xavfsizlikni ta’minlash nuqtai nazaridan bunday ish ular tomonidan o‘ta zarur deb qaralmog‘i lozim.

Shunday ekan, OAVning tahririyatlari o‘z ishida auditoriya manfaatlari va ehtiyojlaridan kelib chiqmog‘i, uning e’tiboriga mavjud har xil nuqtai nazar va fikrlarni havola qilmog‘i, islohotlarning borishi, ularning turli ijtimoiy guruh, tabaqa va boshqa qatlamlarning hayotiga ta’siri haqida ma’lumotlar yetkazib turmog‘i lozim. Afsuski, respublikamiz matbuoti ko‘pincha, ayniqsa, kimningdir fikri umumiy qabul qilingan me’yorlarga to‘g‘ri kelmagan hollarda ortiqcha ehtiyotkorlik ko‘rsatib, uni rad etadilar, u haqda lom-lim demaydilar.

Holbuki, agar bunday fikr ba’zi kishilar ongida paydo bo‘lib, boshqalarga ham ta’sir o‘tkaza boshlasa, shunday vaziyat yuzaga keladiki, muayyan masalada axborot tanqisligi sababli turli-tuman mish-mishlar, noto‘g‘ri talqinlar, uydirmalar urchib ketadi. Bularning barchasi jamiyat axboriy xavfsizligiga tahdid tug‘dirish uchun qulay muhitni yuzaga keltiradi. Natijada milliy manfaatlar ham xavf ostida qolishi mumkin.

Axborot, aloqa tarmoqlarini, jamiyat hayotini ta’minlovchi o‘ta muhim infratuzilma tizimini murakkablashtirish ham yana bir xavf manbaidir. Bu xavflar ataylab qilingan yoki tushunmaslik oqibati, texnik va dasturiy ta’minotdagi uzilishlar yoki nuqsonlar, jinoiy uyushma yoxud jinoyatchi unsurlar tomonidan amalga oshirilgan zararli ta’sirlar bo‘lishi mumkin.

Mulk egalarining kichik bir guruhi qo'lda ommaviy axborot vositalari to'planib qolishi ham xavf manbai bo'la oladi. Bu sohadagi monopoliya, odatda, biror ijtimoiy ahamiyatga molik voqea haqida jamoatchilikda noto'g'ri fikr uyg'otish, shuningdek jamiyatning axloqiy negizlarini barbod qilish uchun zamin yaratadi.

Hozirgi dunyoda davlatlarning bir-biriga qarama-qarshi turishi hamon saqlanib qolayapti. Buni shu bilan izohlash mumkinki, mamlakatlardan har birining o'z manfaatlari bor va bu davlatlararo munosabatlarda u yoki bu siyosatni o'tkazishni taqozo etadi. Shu asosda kelib chiqadigan ziddiyat, albatta, axborot sohasida ham namoyon bo'ladi. Ilmiy adabiyotlarda "axborot qarama- qarshiligi" degan ta'rif qaror topgan: bu auditoriyaga atrofda bo'layotgan biror voqea-hodisaga nisbatan o'z mulohazasi, qarashlari, fikrlarini ikkinchi tomon g'oyasi va izohini rad etish yo'li bilan tiqishtirishga urinishni anglatadi.

Jurnalistning mahorati dolzarb muammolar va fikrlarning jamoatchilik hukmiga yetkazilishda, zarur bo'lsa, ular atrofida munozara uyushtirish va batafsil sharhlab berishda ko'rinadi. Garchi bahs-munozara haqiqatni to'liq yuzaga chiqarmasa-da, shu haqiqat izlanganining o'ziyoq muhimdir. Zero, bu auditoriyani o'ylashga, mulohaza qilishga, o'zini tashvishlantirayotgan masalalarga javob topishga undaydi. Aks holda jamoatchilik fikrida turg'unlashuv yuz beradi. Tafakkur qilmaydigan, mulohaza yuritmaydigan jamiyat chet ta'siriga tushib qolishi mumkin. Ayniqsa, O'zbekiston axborot kengligida ommaviy axborot vositalarining ko'pgina chet el kanallari faollik ko'rsatayotgan hozirgi paytda bunday ehtimollik juda kuchlidir. Oldingi boblarda sanab o'tilgan yetakchi xorijiy ommaviy axborot vositalari bu borada o'zaro raqobatlashibgina qolmay, bizning axborot bozorimiz uchun O'zbekiston OAV bilan ham kurash olib bormoqdalar. O'z-o'zidan ravshanki, ular auditoriya ongiga ko'pincha o'z mamlakatlarining manfaatlari buyurgan g'oyaviy qarashlarni singdirish payidan bo'ladilar, agar mamlakatimiz OAV biror xususda jimlik saqlashni yoki biror narsani e'tiborsiz qoldirishni afzal biladigan bo'lsalar, ularning xorijlik hamkasblari ayni shu narsa haqida o'zlaricha sharhlab va talqin qilib jar soladilar. O'zbekiston matbuoti bayon etishi mumkin va joiz bo'lgan nuqtai nazarning yo'qligi yoki ancha kechikib munosabat bildirilishi shunga olib

keladiki, dastlabki axborot tufayli paydo bo'lgan fikrni o'zgartirish mushkullashadi, chunki bu yerda gap biror narsaga ishonch hosil qilgan kishini qayta ishontirishdek qiyin vazifa ustida boradi.

Ommaviy axborot vositalariga nisbatan yana shuni aytish zarurki, sport sohasida bo'lganidek, bu yerda ham eng yaxshi himoya - hujumdir, va noilojlikdan, ular xurujiga qarshi majburan qilinadigan hujum emas, balki sodir bo'layotgan voqea-hodisalarni o'z vaqtida, zudlik bilan holis yoritish orqali muholif tomonni "qurolsizlantirish", ularning fisq-fujur gaplariga o'rin qoldirmaslik, ya'ni ulardan ham ildamroq axborot yetkazit ma'nosidagi sa'y-harakatdir. Lekin, afsuski, jahon axborot maydonida o'quvchi, tinglovchi va tomoshabinning ongi-shuurini, qalbini ovlash uchun olib borilayotgan bu ko'zga ko'rinmas raqobat kurashida O'zbekiston jurnalistlari tashqi axborot kanallariga bo'sh kelib qolayotgan hollar kam emas. Bunday vaziyatni ma'muriy buyruqbozlik bilangina o'nqlab bo'lmaydi. Chunki bu erkin "bozor"da har kim o'zi xush ko'rganini xarid qiladi, o'qiydi, ko'ngliga yoqsa, eshitadi va ko'radi, chunki bu uning manfaatlariga, qiziqishlariga mos keladi.

Bugungi bozor iqtisodiyoti sharoitida jamiyatning ijtimoiy tabaqalashuvi yuz bermoqda. Har bir qatlamning o'z ijtimoiy mo'ljallari bor. Lekin bizda ommaviy axborot vositalari ma'lum darajada tarmoqlangan, zamonaviy jamiyatning o'ziga xosliklarini go'yo hisobga olgandek bo'lsa-da, barchasi bir qiyofada ko'rinadi. O'zbekiston auditoriyasi mamlakatimiz OAV kanallariga murojaat etib, ko'pincha ularda bizni qurshab olgan olam bilan, kishilik jamiyatining hozirgi rivojlanish darajasi bilan mutanosiblikni ko'rmaydi.

Muayyan ruhiy holatni shakllantirish uchun hozir XX asr boshlaridagi singari ko'plab kunlar va haftalar talab etilmaydi. Telealoqa tizimi bunga bir necha soatda, hatto to'g'ridan-to'g'ri ko'rsatuvda erishishi mumkin. Buning uchun, masalan, Si-en-en telekanali mehmonxonalardan birining tomidan turib AQSh aviatsiyasi Iroq poytaxti Bag'dodni qanday bombardimon qilganini onlayn rejimida ko'rsatganligini eslash kifoya.

Kishilarning yashash joylaridan qat'i nazar, yuqori texnologiyalar ular turmushining barcha sohalarini turli tarzda va turli shaklda qamrab olib, ta'sir

ko'rsatish uchun imkoniyat yaratadi. Shu boisdan shaxs va jamiyatning axborot-texnologik xavfsizligi maqsadlarida tashqi kanallar noxush ta'sirining oldini olishni ko'zlab, axborotga erkin ega bo'lish uchun sharoit va kafolat yaratish, g'ayriqonuniy axborot-psixologik ta'sirdan himoyalanih, ommaviy axborot erkinligini ta'minlash zarur.

Agar mamlakatimiz ommaviy axborot vositalari o'z auditoriyasining axborotga bo'lgan xohish-istaklari, his-tuyg'ulari, ruhiyatlariga ayni kutilgan paytda to'liq javob bera olsa, yangiliklarning boshqa manbalarini qidirishga ehtiyoj ham, hoxish ham qolmaydi. Hatto tashqi axborot kanaliga to'qnash kelganlarida ham, u taqdim etayotgan ma'lumotni ko'r -ko'rona qabul qilavermasdan, har bir narsani tanqidiy mulohaza qilib ko'rishga tayyor bo'lishadi.

Ayniqsa, favqulodda holatlarda fuqarolarning axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlash haqida gapirganda, shuni afsus bilan ta'kidlash kerakki, bunday paytda bizning matbuotimiz sarosimaga tushib, nima qilarini bilmay qoladi. Jurnalistlarimiz jadallik ko'rsatish o'rniga sustkashlik qilib, o'zlarini yo'qotib qo'yishadi. Vaholanki, halqaro jurnalistikada favqulodda mazmunli axborot birinchi o'rinda turishi kuzatiladi.

2000 yil avgustida Rossiya atom suvosti kemasi halokatga uchraganida, 2001 yil sentabrda Nyu-Yorkdagi egizak binolar - Jahon savdo markaziga hujum uyushtirilganida shunday bo'ldi. Amerikalik va rossiyalik jurnalistlar tufayli bu fojialar milliy doiradan chiqib, umumjahon, global fojiaga aylandi.

O'zbekistonda ham favqulodda hodisalar yuz bergan. 1999 yil fevralda, 2000 yil avgust, 2005 yil may oylarida shunday voqealar sodir bo'ldi. Afsuski, mamlakat OAV ular haqida xabar berishda o'zlarini ko'rsata bilmadilar. Faqat vaqt o'tgach, ularda ushbu hodisalar sabab-oqibatini ochib beruvchi materiallar paydo bo'lmadi. Keyinchalik rasmiy tergovlar va sud jarayonida bu qo'poruvchilik harakatlarini uyushtirgan ekstremistlar maqsadi faqat Markaziy Osiyoda beqarorlik paydo qilish bilangina cheklanib qolmasdan, O'zbekistonda davlat to'ntarishini ham amalga oshirish bo'lganligi tasdiqlandi. Agar jurnalistlar o'sha paytning o'zidayoq aniq

ma'lumotlar bilan chiqishlar qilganlarida, faqat mamlakatimizdagina emas, balki jahon miqyosida jamoatchilik fikri samarali shakllantirilgan bo'lar edi.

Yana bir juda muhim yo'nalish borki, u ham xavotir uyg'otmasligi mumkin emas. Aytib o'tilganidek, bizda mo'may daromad ketidan quvib, ommaviy auditoriya nog'orasiga o'ynovchi ko'plab nashrlar paydo bo'ldi va bo'layotir, ular ayni o'sha mijozlarining past saviyalari, to'pori didlariga mos ravishda ish tutishadi. Adadi yuqori va tinimsiz oshib borayotgan gazeta-jurnal tarzidagi mazkur nashrlarning o'ziga xos jihati shundaki, ular asosan chet el materiallarini ko'chirib bosish bilan shug'ullanishadi. Ustiga-ustak bu ishga bir tomonlama yondashadilar: har qaerdan yulqib olingan materiallari ko'pincha pornografiya, zo'ravonlik, maishiy janjallar yoki chet el kino, estrada, sport va boshqa soha "yulduzlari" turmushining ikir-chikirlari haqida bo'ladi. Natija shundayki, bugungi kunda yigit-qizlarimiz mamlakatimiz hayotidagi mavjud muhim muammolardan ko'ra yoshlarning g'arbdagi suyuqli peshvolari qanday yashashlariyu, nimalar yeb-ichishlari, qaelarga yo'llari tushib, qanday mashg'ulotlar bilan band bo'lishlarini yaxshiroq biladilar.

Yaratuvchilik g'oyalariga kelsak, ushbu nashrlardan ularni topib bo'lmaydi. Bunday g'oyalar har bir qalbdan paydo bo'lishi uchun jamiyat ma'naviyati va aql-zakovatini yuksaltirish kerakka o'xshaydi. Lekin yuqori ma'lumotli va ma'naviyatli jamiyatda ham bo'lar-bo'lmasga hadeb yuzaki pand-nasihati qilinavermasligi, xulq-atvor tarbiyasiga, quruq o'gitvozlikka ruju qo'yilavermasligi lozim. Chunki bu aks samara berishi mumkin. Bunday "aql o'rgataverish"lardan sho'rolar davrida omma bezor bo'lgan. Endilikda ekranda Rossiya telekanallarida, Bi-bi-si, "Diskaveri", "Neshnl geografik" kanallarida tayyorlaniladigan ma'rifiy ko'rsatuvlarga o'xshagan dasturlar sonini ko'paytirish maqbuldir.

Axborotlashgan jamiyat - bilimlar jamiyati, umr bo'yi davom etadigan uzluksiz ta'lim jamiyati bo'lib qolishi lozim. Bu axborot-psixologik xavfsizlikka bevosita daxldordir. Shuning uchun O'zbekiston televideniesi kadrlar tayyorlash, ularning madaniy va ta'lim darajasini oshirishga qaratilgan milliy dasturni amalga oshirish doirasida aholini zarur ma'lumotlar bilan ta'minlashdek muhim vazifani bajarishi kerak.

Axborot-psixologik xavfsizlikka erishish fuqarolar bilan davlat o'rtasidagi yaqin aloqani amalga oshiruvchi jamoatchilik institutlarini tashkil etish bilan jips bog'liq. OAV ana shunday institutlardan biri bo'lmog'i lozim. Hozirgi kunda bu soha asosan davlat ta'sischi ligidagi matbuot nashrlaridan iborat. Albatta, davlat o'z manfaatlarini himoya qilish imkoniga ega bo'lishi kerak, lekin bu holda OAV ishiga ma'muriy buyruqbozlik uslubi asosida ta'sir etish, aralashish ishtiyoqi sezilarli darajada saqlanib qoladi. Bundan qutulishning yo'li ijtimoiy institutlar, Jurnalistlar ijodiy uyushmasi, Ommaviy axborot elektron vositalari milliy Assotsiatsiyasi, Mustaqil bosma ommaviy axborot vositalari va axborot agentliklarini qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish jamoat fondi, axborot agentliklari faoliyatini faollashtirishdan iborat.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

- 1. Axborot urushi va axborot qarama qarshiligi deganda nimani tushunasiz?*
- 2. Axboriy qarama-qarshilikning maqsadi, vosita va shakllari va uni nazorat etish deganda nimalar nazarda tutiladi.*
- 3. Mamlakatimiz ommaviy axborot vositalarining milliy manfaatlarni himoya qilish sohasidagi vazifalari nimalardan iborat?*
- 4. Favqulodda holatlarda fuqarolarning axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlash uchun nimalaraga e'tibor berilishi lozim bo'ladi?*
- 5. Axborotlashgan jamiyat - bilimlar jamiyati, uzluksiz davom etadigan ta'lim jamiyati bo'lishi zarurligi deganda nimalar nazarda tutiladi?*
- 6. Axborot-psixologik xavfsizlikka erishish fuqarolar bilan davlat o'rtasidagi yaqin aloqani amalga oshiruvchi jamoatchilik institutlarini hamkorligini nima uchun zarur?*

Mustaqil ish uchun mavzular:

- 1. Axborot urushi va axborot qarama qarshiligi deganda nimani tushunasiz?*
- 2. Axboriy qarama-qarshilikning maqsadi, vosita va shakllari va uni nazorat etish deganda nimalar nazarda tutiladi.*

3. Mamlakatimiz ommaviy axborot vositalarining milliy manfaatlarini himoya qilish sohasidagi vazifalari nimalardan iborat?

4. Favqulodda holatlarda fuqarolarning axborot-psixologik xavfsizligini ta'minlash uchun nimalaraga e'tibor berilishi lozim bo'ladi?

5. Axborotlashgan jamiyat - bilimlar jamiyati, uzluksiz davom etadigan ta'lim jamiyati bo'lishi zarurligi deganda nimalar nazarda tutiladi?

6. Axborot-psixologik xavfsizlikka erishish fuqarolar bilan davlat o'rtasidagi yaqin aloqani amalga oshiruvchi jamoatchilik institutlarini hamkorligini nima uchun zarur?

XVIII-BOB. INTERNET VA UNDA FOYDALANISH MADANIYATI – AXBORIY TAHDIDLARDAN HIMOYALANISH OMILI SIFATIDA

Mavzuning maqsadi: “Madaniyat” soʻzining mazmuni, madaniyatga berilgan taʼriflar, “internet-madaniyat” haqida tushuncha, “ommaviy madaniyat” tushunchasi, milliy qonunchilikda shaxsni nosogʻlom axborotlardan himoyalash mexanizmlari. Internet bu – hozirgi zamon talabidagi yagona va ommabop kompyuter tarmogʻi ekanligi, internet va undan foydalanish madaniyati internet tarmogʻidagi ijobiylik va salbiylik, axborot sohasida milliy xavfsizlikni taʼminlashda internetdan foydalanish madaniyati. internet-kafelar, Internet provayder, davlat axborot resurslari, "Ziyonet" fortallari faoliyati toʻgʻrisida maʼlumot berish.

REJA:

1. Internet madaniyati tushunchasi.
2. Internet va undan foydalanish madaniyati.
3. Internet tarmogʻida mavjud aloqalarning himoyasini taʼminlash asoslari.

Tayanch tushuncha va atamalar: internet, internet madaniyati tushunchasi, “ommaviy madaniyat” tushunchasi, milliy qonunchilikda shaxsni nosogʻlom axborotlardan himoyalash mexanizmlari, Internet va undan foydalanish madaniyati, internet tarmogʻidagi ijobiylik va salbiylik, axborot sohasida milliy xavfsizlikni taʼminlashda internetdan foydalanish madaniyati, internet-kafelar, Internet provayder, davlat axborot resurslari, "Ziyonet" fortallari, internet tarmogʻida mavjud aloqalarning himoyasini taʼminlash muammolari.

18.1. Internet madaniyati tushunchasi

“Falsafa” qomusiy lugʻati boʻyicha “Madaniyat” soʻzi (arabcha- “madinalik”, yaʼni shaharlik, taʼlim-tarbiya koʻrganlik) degan maʼnolarni anglatadi va tabiat

hamda o'zaro munosabatlarda aks etadigan inson faoliyatining o'ziga xos usuli ekanligi ta'kidlanadi.

Madaniyat – nafaqat insonlarning ijodiy faoliyati tufayli yaratilgan moddiy va ma'naviy boyliklar majmui, ayni paytda u jamiyat taraqqiyotining darajasini ham ifodalaydi, ya'ni jamiyatdagi bilim, mezon va qadriyatlarning yig'indisidir.

Madaniyatga berilgan ta'riflar umumlashtirilsa, uning ma'no-mazmunini quyidagicha tushunish mumkin:

1. Madaniyat - uzoq tarixiy taraqqiyot jarayonida insoniyat tomonidan yaratilgan moddiy va ma'naviy boyliklar, asori-atikalar yigindisi.

2. Madaniyat - u yoki bu jamiyatga xos falsafiy karashlar, ilm, fan, maorif, san'at, axloq, din, huquq, siyosat maishiy xizmat ko'rsatish darajasini aks ettiruvchi omillar, ijtimoiy taraqqiyot darajasi.

3. Madaniyat - insonlar hayotida, jamiyat rivojida shakllangan milliy, umuminsoniy qadriyatlar majmui.

4. Madaniyat - har bir kishining tarbiyalanganligi, insoniylik fazilatlari va ijodiy faoliyatining ifodasidir.

Internet-madaniyat (ingliz tilida **Internet culture**) - bu internet orqali foydalanuvchilarning muloqot, axborot olish va uzatish madaniyatidir.

Internet-madaniyat (internet foydalanuvchilarining kibermadaniyati) deganda, shuningdek, ijtimoiy ongga salbiy ta'sir etuvchi, jumladan, amaldagi davlat tuzumiga qarshi qaratilgan, diniy-ekstremistik, terroristik va boshqa mazmundagi axborotlarni tarqatuvchi saytlardan foydalanilishning ongli ravishda cheklanilishi tushuniladi.

Ta'kidlab o'tish joizki, bugungi kunda internet olamida keng uchrayotgan "kiberjinoyatchilik", "kiberfiribgarlik"lar jinoyatchilar va jabrdiydalarning internet-madaniyat me'yor-lariga rioya qilmasligi oqibatida yuzaga kelmoqda.

Internet va ijtimoiy-tarmoqlar orqali foydalanuvchilar-ning istalgan (tekshirilmagan) axborotlarni almashishi hamda bir-birlari bilan o'ta erkin (filtrlanmagan) tarzda muloqotda bo'lishi "internet-madaniyat" va unga rioya etish muammosining kelib chiqishiga sabab bo'ldi.

Agar o'tgan asrning 90-yillari o'rtalarida yoshlarning eng sevimli mashg'ulotlari musiqa tinglash va teleko'rsatuvlar ko'rish bo'lgan bo'lsa, hozirgi paytda esa kompyuter va Internet avvalgi qiziqishlarni yosh avlod xayotidan siqib chiqardi. Zamonaviy yoshlarining 70 foizi o'z qiziqish va sevimli mashg'ulotlari haqida so'z yuritganda sport, do'stlar bilan suhbatlashish, ma'naviy va madaniy hordiq chiqarish bilan bir qatorda kompyuter texnologiyalari, Internetga bo'lgan qiziqishi birinchi o'rinda tilga olinadi.

Nielsen/Net Ratings kompaniyasi o'tkazgan so'nggi ilmiy tekshiruv natijalariga ko'ra, butun dunyo tarmog'iga ulanayotgan yosh bolalarning soni kun emas, soat sayin oshmokda: birgina 2007 yili Yevropada yosh avlod vakillarining uchdan bir qismi onlayn tizimidan foydalangani kuzatilgan. 2008 yili dunyo axborot tarmog'idan 10 million bola foydalangan bo'lsa, hozirda ularning soni allaqachon 18 milliondan oshib ketdi. Bu ko'rsatkich kundan-kunga ko'paymoqda. O'z hayot mazmunini bunday onlayn tizimida ko'rayotgan yoshlarning katta qismi - 4,5 millioni Buyuk Britaniyaga to'g'ri keladi. Ular har kuni elektron manzillarini tekshiradi, turli xil saytlardan ma'lumot izlaydi va chat (global tarmoqdagi suxbatxona)lar orqali muloqotda bo'lishadi. Germaniyada hozircha 3 million va Fransiyada esa 2,5 million bola vaqtini asosan onlayn tizimida o'tkazadi.

Kun tartibidagi mashg'ulotlarni darajaga bo'linsa, bunda yoshlar ilm olishni eng oxirgi o'ringa qo'yishi tasdiqlandi. Ular asosan internet orqali musiqa tinglaydi, elektron manzilni tekshiradi, xullas, vaqtichog'lik qiladi. Yoshlarning uchdan ikki qismi Internetga yangi do'stlar orttirish va kim bilandir suhbatlashish maqsadida ulanadi, ularning 15 foizi bu munosabatlarni keyinchalik real hayotda davom ettirar ekan.

Bugungi globallashuv davrida internet tizimi orqali o'zbek mentalitetiga mutlaqo yot mafkura va dunyoqarashni yoshlarimiz qalbi va ongiga singdirishga o'rinayotganlar borligi, ayniqsa, xatarlidir. Zero, mafkuraviy xurujlar, avvalo, yoshlarning ongini zaxarlashga qaratilgan bo'lib, "**ommaviy madaniyat**" deb atalayotgan illat halqimizning ma'naviy boyligi bo'lgan odob-axloq, ibo, or-nomus,

iroda, sharm-hayo, iffat-andisha kabi fazilatlarimizni nursizlantirib, ko‘p mingyillik milliy qadriyatlarga putur yetkazayotir.

1. Avvalo oilada farzandlar tarbiyasiga katta mas’uliyat bilan yondashish;
2. Internetdan yolg‘iz qolganda ham foydalanish ehtimoli bo‘lgan bolani ota-onaga qattiq nazorat ostiga olishi;
3. Kompyuterga nojuya axborotlarni qabul qilishga qarshi maxsus taqiqlov dasturlari o‘rnatish. Xorijda bunday tajriba keng yo‘lga quyilgan (bu yo‘nalishdagi eng mashhur dasturlar: Kiberpatrul yoki Kidskontrol);
4. O‘quv yurtlarida olib borilayotgan AKTga doir mashg‘ulotlarga internet-madaniyat targ‘ibotiga qaratilgan mavzularni kiritish;
5. Tegishli tashkilotlar tomonidan o‘quv muassasalari va davlat korxonalarida internet tarmog‘idan foydalanishda internet-madaniyatga, jumladan, odob-axloq me’yorlariga rioya qilinishi hamda fuqarolarni turli ma’naviy tahdidlardan saqlash, ularning ongida mafkuraviy immunitetni kuchaytirishga qaratilgan o‘quv seminarlari va tadbirlarning tashkil etilishi;
6. Ommaviy axborot vositalarida internet-madaniyatga doir materiallarning e’lon qilib borilishi.

Milliy qonunchilikda shaxsni nosog‘lom axborotlardan himoyalash mexanizmlari:

- O‘zbekiston Respublikasi “Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari tug‘risida”gi qonunning 14-moddasi talablariga ko‘ra, konunga xilof ravishda ijtimoiy ongga axborot vositasida ruhiy ta’sir ko‘rsatishga, uni chalg‘itishga yo‘l qo‘yilmaydi.
- “O‘zbekiston Respublikasida yoshlarga oid davlat siyosatining asoslari to‘g‘risida”gi qonunning 6-moddasida yoshlar orasida odob- axloqni buzishga, shu jumladan, xayosizlikni va shafqatsizlikni tashviqot qilishga qaratilgan xar qanday xatti-harakat man etilishi belgilab qo‘yilgan.
- O‘zbekiston Respublikasi “Bola hukuklarining kafolatlari to‘g‘risida”gi qonunining 16-moddasi talablariga ko‘ra, har bir voyaga yetmagan mushtariy

ommaviy axborot vositalarida axloqiy va ma'naviy kamol topishiga ziyon yetkazmaydigan axborot olish huquqiga ega.

O'zbekiston Respublikasi "Axborotlashtirish to'g'risida"gi qonunning 12¹-moddasi talablariga ko'ra, veb-saytning va (yoki) veb-sayt sahifasining egasi, shu jumladan blogger hamma erkin foydalanishi mumkin bo'lgan axborot joylashtiriladigan Internet jaxon axborot tarmog'idagi o'z veb-saytidan va (yoki) veb-sayt sahifasidan:

- O'zbekiston Respublikasining mavjud konstitutsiyaviy tuzumini, hududiy yaxlitligini zo'rlik bilan o'zgartirishga da'vat etish;

- urush, zo'ravonlik va terrorizmni, shuningdek diniy ekstremizm, separatizm va fundamentalizm g'oyalarini targ'ib qilish;

- davlat siri bo'lgan ma'lumotlarni yoki qonun bilan qo'riqlanadigan boshqa sirni oshkor etish;

- milliy, irqiy, etnik yoki diniy adovat qo'zg'atuvchi, shuningdek fuqarolarning sha'ni va qadr-qimmatiga yoki ishchanlik obro'siga putur yetkazuvchi, ularning shaxsiy hayotiga aralashishga yo'l qo'yuvchi axborotni tarqatish;

- giyohvandlik vositalari, psixotrop moddalar va prekursorlarni targ'ib qilish;

- qonunga muvofiq jinoiy va boshqa javobgarlikka sabab bo'ladigan boshqa harakatlarni sodir etish maqsadlarida foydalanilishiga yo'l quymasligi shart.

Veb-saytning va (yoki) veb-sayt sahifasining egasi, shu jumladan blogger hamma erkin foydalanishi mumkin bo'lgan axborot joylashtiriladigan Internet jahon axborot tarmog'idagi o'z veb-saytiga va (yoki) veb-sayt sahifasiga hamma erkin foydalanishi mumkin bo'lgan axborotni joylashtirishdan avval uning to'g'riligini tekshirishi, shuningdek joylashtirilgan axborotning noto'g'riligi aniqlangan taqdirda uni darhol o'chirib tashlashi shart.

Ushbu moddaning birinchi va ikkinchi qismlarida belgilangan majburiyatlar veb-saytning va (yoki) veb-sayt sahifasining egasi, shu jumladan blogger tomonidan bajarilmagan taqdirda mazkur veb-saytdan va (yoki) veb-sayt sahifasidan foydalanish O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi belgilagan tartibda maxsus vakolatli organ tomonidan cheklanishi mumkin. Ushbu moddaning birinchi va ikkinchi

qismlarida belgilangan talablarni buzganlik qonun hujjatlariga muvofiq javobgarlikka sabab bo'ladi.

18.2. Internet va undan foydalanish madaniyati

Internet bu – hozirgi zamon talabidagi yagona va ommabop kompyuter tarmog'i hisoblanib, bizga barcha sohalarga oid tushunchalar haqida ochiq –oydin va ravon ma'lumotlar beruvchi axborot manbaidir.

Tabiiyki, hozirgi kunda ushbu omilga bo'lgan ehtiyojmandlar soni kundan kunga ortib bormoqda. Mazkur tarmoq butun dunyo miqyosidagi global tarmoqdir. Zero unda mavjud yangiliklardan xabardor etuvchi matnlar, tasvir hamda ovoz xizmatlari va bir qator imkoniyatlar barcha jabhada katta yengilliklarni yuzaga keltirayotgan bo'lsa-da, ammo ikkinchi tomondan isoniyatni beihitvor virtual olamga jalb etib bormoqda.

Ayniqsa bu ta'sir doirasidan o'smir yoshlar ruhiyati ham bebahra qolayotgani yo'q. Oddiy misol qilib aytadigan bo'lsak, uning birgina talabalar hayotidagi salbiy va ijobiy ahamiyati haqida mutaxassis psixologlarning fikrlari qaysidir ma'noda haqiqat ekanligi haqida har-bir kishini o'yantirmasligi mumkin emas.

Bu borada psixologlarning so'zlari quyidagi natijalarni isbotlamoqda: internet tarmog'idagi ijobiylik talabalarning fan, soha va faoliyatiga bog'liq muhim aniq dalillarga ega bo'lishida, har tomonlama qulayligi va tegishli vaqt miqdorining tejallishiga olib kelishi kundek ravshan, lekin qiziquvchanlik sababli internet axborotlaridagi ortiqcha ma'lumotlarga haddan ziyod berilib ketishlari talabalardagi eng muhim insoniy xislatlar: izlanuvchanlik, fikriy rivojlanish, mushohda, tahlil qilish qobiliyati va xotiraning o'tkirlik darajasi susayishiga sabab bo'lmoqda.

Ma'lumki, internet vositasidan foydalanish hech kimga majburiy bo'lmagan va insonning o'z tafakkuridan kelib chiqqan qonun-qoidalar asosida bo'lishi kerakligi hamda undagi me'yor talablari, ya'ni internet tarmog'idagi axborotlarni to'g'ri tanlash har jihatdan o'rinlidir. Bundan ko'rinib turibdiki, ushbu tarmoq vositasining o'z ichiga qamrab olgan axborotlar miqyosi shu qadar keng va ko'p ekanligi gohida o'zimizga aynan kerakli bo'lgan ma'lumotlarni boshqa bir malumotlarga

almashtirib yuborishimiz yoki ularni ajrata olmasligimiz va yana bir qancha xatoliklar aynan internet tarmog‘i imkoniyatlaridan noto‘g‘ri foydalanishimiz orqali yuzaga kelayotgan kamchiliklardir.

Barchamizga ma’lumki, internetda ishlashimiz uchun qidiruv tizimining o‘rni beqiyos. O‘zingizga kerakli barcha ma’lumotlarni shu kabi biron bir saytning “izlash” katakchasiga yozib, chiqarilgan ko‘pgina ma’lumotlar ichidan o‘zingizga keraklisini tanlab olaverasiz yoki ma’lum bir saytning manzili yodingizdan ko‘tarildimi, yana o‘sha qidiruv sistemalari yordamga keladigan saytga aloqador kalit so‘zlarni terasiz va qarabsizki, o‘sha sayt qarshingizda namoyon bo‘ladi.

Internet tarmog‘ida Yahoo, Google, Ref.uz, singari yana boshqa nomlar bilan ataluvchi qidiruv dasturlari mavjud.

Yuqoridagi qidiruv dasturlari haqida batafsil va umumiy ta’rif berishda ularni biror bir tizim masalan, **Google** tizim orqali tushuntirish maqsadga muvofiqdir.

Bu kompaniya internetdagi yetakchi qidiruv tizimi hisoblanadi, dunyo bo‘ylab tarmoq foydalanuvchilarining o‘ntadan yettitasi u yoki bu ma’lumotlarni topish ilinjida aynan mana shu saytga murojat qilishadi. Tizim har kuni 50 millionga yaqin so‘rovlarni qabul qiladi, sakkiz milliardlab veb-sahifalarini indeksatsiya qiladi. U 101 tildagi axborotni izlab topishi mumkin. Keyingi yillarda butun dunyo Internet foydalanuvchilari orasida keng ommalashib borayotgan **Google** tizimi 1998 yil sentabrda ishga tushgan. Hozirda bu kompaniyaning qidiruv tizimidan tashqari yana bir qator foydali va qulay xizmatlari mavjud va ular soni ortib bormoqda.

Yaqinda **Google** ning 14 yilligi nishonlagan.³⁰ Darhaqiqat, hozirda nafaqat internet tarmog‘ining vujudga kelganligi, bundan tashqari shu kabi jahonlararo rivojlanib kelayotgan turli-tuman axborot texnologiyalarning yosh avlodga har tomonlama va qay holatda o‘z ta’sir kuchini o‘tkazayotganligi bir yoqlama quvonarli bo‘lsa-da, ikkinchi tomondan ularni turli salbiy saboqlardan asrash maqsadida tarbiyaviy muhitni kuchaytirishga undaydi.

“Bugungi kunda yoshlarimiz nafaqat o‘quv dargohlarida, balki radio - televidenie, matbuot internet kabi vositalar orqali ham rang barang axborot va

³⁰ www.google.uz. “google ҳақида”.

ma'lumotlarni olmoqda. Jahon axborot maydoni tobora kengayib borayotgan shunday bir sharoitda bolalarimizning ongini faqat o'rab-chirmab, uni o'qima, buni ko'rma, deb bir tomonlama tarbiya berish, ularning atrofini temir devor bilan o'rab olish hech shubhasiz zamonning talabiga ham bizning ezgu maqsad-muddaolarimizga ham to'g'ri kelmaydi. Nega deganda biz yurtimizda ochiq va erkin demokratik jamiyat qurish vazifasini o'z oldimizga qat'iy maqsad qilib qo'yganmiz va bu yo'ldan hech qachon qaytmaymiz.

Binobarin, biz davlatimiz kelajagini o'z qobig'imizga o'ralib qolgan holda emas, balki umumbashariy va demokratik qadriyatlarni chuqur o'zlashtirgan holda tasavvur etamiz. Biz istiqbolimizni taraqqiy topgan mamlakatlar tajribasidan foydalanib, davlat va jamiyat boshqaruvini erkinlashtirish inson huquq va erkinliklarini fikrlar rang - barangligini o'z hayotimizga yanada kengroq joriy qilishda ko'ramiz. Biz butun ma'rifatli dunyo, halqaro hamjamiyat bilan tinch-totuv, erkin va farovon hayot kechirish o'zaro manfaatli hamkorlik qilish tarafdorimiz.

Biz uchun shunday yo'l ma'qul, uning boshqa muqobili yo'q. Muxtasar qilib aytganda, yoshlarimizning ma'naviy olamida bo'shliq vujudga kelmasligi uchun ularning qalbi va ongida sog'lom hayot tarzi milliy va umummilliy qadriyatlarga hurmat-ehtirom tuyg'usini bolalik paytidan boshlab shakllantirishimiz zarur.

Shuni unutmash kerakki, bugungi kunda inson ma'naviyatiga qarshi yo'naltirilgan bir qarashda arziyas bo'lib tuyuladigan kichkina xabar ham axborot olamidagi globallashtirish shiddatidan kuch olib, ko'zga ko'rinmaydigan, lekin zararini hech narsa bilan qoplab bo'lmaydigan ulkan ziyon yetkazishi mumkin".

Hozirgi zamon axboroti tizimi, uning juda keng imkoniyatlaridan kelib chiqib aytish mumkinki, O'zbekistonda axborot olish, saqlash, foydalanish va tarqatishning umummilliy manfaat va umummilliy taraqqiyot nuqtai nazaridan boshqaruv mexanizmini yaratish, uning mohiyati va unsurlarni chuqur anglash zarur bo'lib qolmoqda. Ana shu hayotiy ehtiyojdan kelib chiqib axborot sohasida milliy xavfsizlikni ta'minlash tizimini yaratishning quyidagi usullarini qo'llash madaniyatini zarur deb hisoblaymiz:

Birinchidan, *sotsiologik yoʻnalish*. Bunda axborot olish va tarqatish jarayonida jamiyat taraqqiyotida axborotning ijtimoiy voqelik sifatidagi rolikdan kelib chiqib, jamiyatda shakllanayotgan ijtimoiy ong yoʻnalishlari ijtimoiy tafakkur darajasi va uning oqimlarini oʻrganishni yoʻlga qoʻyish kerak. Aholi turli qatlamlari, qarashlari, kasbiy va boshqa ijtimoiy holatlari asosidagi fikrlash tarzini aniqlab borish zarur.

Ikkinchidan, *statistik yoʻnalish*. Koʻp millatli mamlakatda, xususan, 130 dan ortiq millat va elat yashayotgan, 20 ga yaqin diniy konfessiyalar faoliyat koʻrsatayotgan Oʻzbekistonda millatlararo va dinlararo majorolarni turli siyosiy manfaatlar va buzgʻunchi gʻoyalar taʼsirida kelib chiqishi mumkin boʻlgan nizolar manbalarini oʻrganib borish, bu borada aniq hisob-kitoblarga tahliliy yechimlarga ega boʻlish.

Uchinchidan, *siyosiy konfliktologiya va siyosiy psixologiya*. Axborot psixologik xavf avj olayotgan bir paytda, turli buzgʻunchi gʻoyalar inson ongi va tafakkuriga oʻz taʼsirini oʻtkazayotgan bir sharoitda siyosiy majorolar kelib chiqishi mumkin boʻlgan manbalarni oʻrganish, omillarini aniqlash hamda uning natijasida jamiyatda shakllanishi mumkin boʻlgan jamoatchilik fikri siyosiy qarashlari, ruhiyati, ijtimoiy-siyosiy psixologik izchil ravishda oʻrganib borilmogʻi lozim.

Toʻrtinchidan, *mantiqiy tizimiy va funksional tahlil*. Axborot tizimi, xususan, axborot psixologik taʼsir axborot siyosati tizimi va vositasining muhim qismi sifatida baholanishi lozim. Voqelikka ana shu tarzda yondashib, ilmiy - tahliliy nazariy va amaliy xulosalar chiqarish kerak. Tigʻiz axborotlashgan jamiyatda axborot oqimi taʼsirida shakllanayotgan ijtimoiy fikr fan nuqtai nazaridan izchil oʻrganilmogʻi dozim. Uning predmeti va metodologiyasini ishlab chiqish muhim vazifa boʻlib qoldi.

Beshinchidan, *axborot tizimida milliy istiqlol gʻoyasining ustuvorligi*. Har qanday fuqaro axborot bozoridan “mahsulot” tanlash jarayonida uning qalbida, ruhiyatida, kayfiyatida, feʼl-atvorida, bularning barchasining oqibati sifatidagi xatti-harakati va munosabatida mafkuraviy immunitet ustuvorligini taʼminlash. Albatta, Oʻzbekistonda mustaqillikning oʻtgan 20 yili mobaynida ommaviy axborot kommunikatsiyasi sohasida jiddiy oʻzgarishlar yuz berdi. Eng avvalo har bir

fuqaroning soʻz va fikr erkinligi, axborot olish va tarqatish huquqi Konstitutsiya bilan kafolatlandi. Ommaviy axborot vositalari toʻgʻrisidagi bir qator qonunlar yaratildi va amalda qoʻllanilmoqda. Mustaqil nashrlar soni keskin koʻpaydi. Bularning hammasi mamlakat ichki hayotida milliy axborot tizimining oʻziga xos taraqqiyotidan dalolat beradi.³¹

Yana shuni taʼkidlash lozimki, internet vositalaridan oʻrin olgan jamiki axborot va maʼlumotlarning hammasi ham real haqqoniy emasligi ayni paytda ayon boʻlmoqda. Bundan kelib chiqib aytish joyizki, olinayotgan dalillarning qay darajada toʻgʻriligini ongli ravishda mushohada etish maqsadga muvofiqdir. Shundagina internet orqali egallayotgan bilimlarimizning hayotimizda ijobiy samara berishiga ishonch hosil qilish mumkin.

Bugungi kunda internet tarmogʻi va undan olinayotgan maʼlumotlar insoniyat hayotida muhim ahamiyat kasb etib ulgurdi. Shunday holatda internetdan foydalanish, internet xavfsizligi, internetning inson ruhiyatiga, tafakkuriga taʼsiri masalasi har qachongidanda dolzarb muammoga aylanib bormoqda. Shuning uchun talabalar internetdan foydalanish, internetning ijobiy va salbiy jihatlari, axborot isteʼmoli madaniyati tushunchalarini bilishlari muhim hisoblanadi.

Axborot mavzusi insoniyat taraqqiyotining barcha bosqichlarida muhim ahamiyat kasb etib, bugungi serqirra va intensiv hayotimiz, globallashuv jarayonlarida esa axborot yanada dolzarb masala boʻlib, endilikda axborotga egalik, zamonaviy tizimlarining shakllanganligi mamlakatning demokratik rivojini sifatlovchi omilga aylandi. Yurtboshimiz rahnamoligida oʻtkazilgan tizimli islohotlar, yaratilgan mukammal qonunchilik baza, aloqa va telekommunikatsiya sohasida olib borilgan texnologik modernizatsiya ishlari tufayli mamlakatimizda zamonaviy axborot sohasi barpo etildi.

Oʻtgan yillar davomida oʻsib kelayotgan yosh avlodning maʼnaviy yuksalishi, axborotga boʻlgan huquqlarini roʻyobga chiqarish, axborot erkinligini taʼminlash maqsadida zarur texnologik sharoitlar va huquqiy kafolatlar yaratildi. Har kimning

³¹ Жўраев Н., Тарих фалсафасининг назарий асослари. Тошкент. Маънавият. 2008. 7-боб, 2- қисм, 427-428- бетлар.

fikrlash va soʻz erkinligi, oʻzi istagan axborotni izlashi, olishi, uni tarqatish borasidagi konstitutsiyaviy normalar milliy qonunlarimizda rivojlantirildi. Shuningdek, halqaro axborot tarmoqlari va Internet jahon axborot tarmogʻidan erkin foydalanish uchun sharoit yaratilishini eʼtirof etuvchi normalar qonunlarimizda oʻz aksini topdi. Xususan, bugungi kunda axborot sohasida ommaviy axborot vositalari, shundan televideniya, Internet-kafelar, Internet provayder, davlat axborot resurslari, "ZiyoNET" yoshlar axborot portali va axborot-kutubxona muassasalari faoliyat yuritmoqda. Internetdan foydalanuvchilarning soni esa toʻqqiz milliondan ortiq ketdi. Bularning barchasi fuqarolarimiz, xususan, yoshlarimizning axborot sohasidagi konstitutsiyaviy huquqining ifodasidir. Global axborot makoniga real koʻz bilan qaraydigan boʻlsak, hozirda keng jamoatchilikni xavotir va tashvishga solib kelayotgan muammolardan biri, shubhasiz, axborot makonida nosogʻlom manfaatlar, ziddiyat va qarama-qarshiliklar taʼsiridagi agressiv axborotlarning (oʻz joniga qasd qilishning oson yoʻllarini targʻib qiluvchi 9 ming, erotik mazmunga ega 4 mingdan ziyod saytlar, kompyuter oʻyinlari zoʻravonlik va yovuzlik, oʻta jangari ruhdagi (beshafqat urushlar, oʻldirishlar, otishmalar, portlatishlar va hokazo) Internet saytlar mavjudligi), milliy axborot makonimizga kirib kelishidir. Axborotlar tezkor Internet orqali qabul qilinar ekan, uning aksariyat foydalanuvchilari yoshlar hisoblanadi. Ularning koʻpchiligi odnoklassniki.ru, facebook.com, mail.ru, tsitter.com, Vkontakte.ru kabi ijtimoiy saytlarning doimiy foydalanuvchilari sanaladi. Tan olish kerakki, Oʻzbekistondagi jami saytlarda roʻyxatdan oʻtganlar jamlansa ham yuqoridagi miqdorga yetmaydi. Ushbu raqamlar milliy saytlarimizni yoshlar uchun jozibador, mazmunli, saviyali, qiziqarli, oʻziga tortuvchi qilib yaratish masalasiga jiddiy eʼtibor qilishga undaydi. Milliy saytlarimiz oldinda yurmasada, boshqa chet el saytlardagi kabi "oʻziga jalb qilish" doirasini kengaytirsam, yoshlarimiz milliy saytlarga birinchi boʻlib murojaat qilishi mumkin boʻladi. Axborot sohasi liberallashtirilgan bir paytda, uzoq-yaqin mamlakatlardagi turli xil siyosiy, mafkuraviy va boshqa kuchlar (120 ga yaqin davlat axborot xurujlarini uyushtirish ustida ish olib bormoqda) oʻzlarining gʻarazli manfaatlari yoʻlida ommaviy kommunikatsiya vositalaridan foydalanib, axborot erkinligini suiisteʼmol qilib, oʻsib

kelayotgan yosh avlodga axborot tahdidlarini ko'rsatish orqali, hali ongi va hayotiy qarashlari shakllanib ulgurmagan yoshlarni chalg'itish, ularning ongi va qalbini egallash yo'lidagi intilishlarini kuchaytirayotgani sir emas. Nosog'lom axborot oqimlaridan yoshlarni himoyalashga oid dunyoda qator huquqiy mexanizmlar yaratilgan. Jumladan, halqaro amaliyotda "Kiber jinoyatlar to'g'risida" Konvensiya, "Voyaga yetmaganlar uchun xavfsiz Internet va onlayn resurslarni joriy qilish to'g'risida" Yevropa Ittifoqi Parlamenti Assambleyasining tavsiyalari, "Bola huquqlari to'g'risida" BMT Konvensiyasini, "Yoshlarni himoyalash to'g'risida" Germaniya, "Voyaga yetmaganlarni ommaviy axborotning salbiy ta'siridan himoyalash to'g'risida"gi, Litva "Bolalarning sog'ligi va rivojlanishiga ziyon yetkazuvchi axborotdan himoyalash to'g'risida"gi Rossiya qonunlarini tilga olishimiz mumkin.

Milliy qonunchiligimizda ham yoshlarni nosog'lom axborotlardan himoyalashning mexanizmlari mavjud. Xususan, "O'zbekiston Respublikasida yoshlarga oid davlat siyosatining asoslari to'g'risida"gi Qonunda "O'zbekiston Respublikasida yoshlar orasida odob-axloqni buzishga, shu jumladan, zo'ravonlikni, hayosizlikni va shafqatsizlikni tashviqot qilishga qaratilgan har qanday xatti-harakatlar man etilishi", "Bola huquqlarining kafolatlari to'g'risida"gi Qonunda "Pornografiya, shafqatsizlik va zo'ravonlikni namoyish etuvchi, inson qadr-qimmatini tahqirlovchi, bolalarga zararli ta'sir ko'rsatuvchi va huquqbuzarliklar sodir etilishiga sabab bo'luvchi ommaviy axborot vositalaridan foydalanish, adabiyotlarni tarqatish hamda filmlarni namoyish etish taqiqlanishi" belgilab berilgan.

Axborot asri davrida yoshlarga yopirilib kelayotgan axborotlardan foydalana olishlari, xususan, nosog'lom axborotlardan himoyalana olishlari, kommunikatsiya vositalaridan to'g'ri foydalana bilishlari uchun bilim va tajriba kerak bo'ladi. Aynan mana shu borada ular kattalar, ayniqsa, ota-onalar va pedagoglarning ma'naviy-ruhiy ko'magiga muhtoj. Biz o'sib kelayotgan yosh avlodning media savodxonligi va Internetdan foydalanish madaniyatini yuksaltirishimiz lozim.

Axborot makonining globallasuvi jarayonida yoshlarning ma'naviy-axloqiy tarbiyasini yanada takomillashtirishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar rejasini

ishlab chiqish, buni amalga oshirishda jamiyatimizning keng qatlamlari: davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari, fuqarolik jamiyati institutlari, jamoat tashkilotlari, fuqarolarning o'zini o'zi boshqarish organlari, ota-onalar va pedagoglarni keng jalb qilish maqsadga muvofiq.

Darhaqiqat, axborot makonida tahdidlar bor ekan, Milliy axborot makonimizga chegara qo'yib bo'lmaydi. Shunday ekan, yoshlarga sog'lom axborot muhitini yaratib, ular ma'naviy olamining daxlsizligini asrash asosiy vazifalarimizdan biridir. Zero, yoshlar ma'naviyatiga daxldor yumushlarda beparvolikka yo'l qo'yib bo'lmaydi.

18.3. Internet tarmog'ida mavjud aloqalarning himoyasini ta'minlash asoslari

Internet tarmoqlararo axborot almashuvini ta'minlovchi magistraldir. Uning yordamida dunyo bilimlar manbaiga kirish, qisqa vaqt ichida ko'plab malumotlarni yig'ish, ishlab chiqarishni va uning texnik vositalarini masofadan turib boshqarish mumkin. Shu bilan bir qatorda, Internetning ushbu imkoniyatlaridan foydalanib, tarmoqdagi begona kompyuterlarni boshqarish, ularning ma'lumotlar bazasiga kirish, nusxa ko'chirish, g'arazli maqsadda turli xil viruslar tarqatish kabi noqonuniy ishlarni ham amalga oshirish mumkin. Internetda mavjud bo'lgan ushbu xavf, axborot xavfsizligi muammolari bevosita tarmoqning xususiyatlaridan kelib chiqadi.

Ixtiyoriy tarmoq xizmatini o'zaro kelishilgan qoida («protokol») asosida ishlovchi juftlik «server» va «mijoz» dasturiy ta'minoti bajaradi. Ushbu protokollar miqyosida ham «server», ham «mijoz» dasturlari ruxsat etilgan amallarni (operatsiyalarni) bajarish vositalariga, masalan, **http** **protokolidagi** formatlash buyruqlari, **Web-sahifalarda** joylashtirilgan tovush, videoanima-siyalar va har xil aktiv ob'ektlar ko'rinishidagi mikrodasturlarga ega. Xuddi shunday ruxsat etilgan operatsiyalar, aktiv ob'ektlardan foydalanib Internetda ba'zi bir noqonuniy harakatlarni amalga oshirish, tarmoqdagi kompyuterlarga va ma'lumotlar bazasiga kirish hamda ularga tahdid qilish mumkin bo'ladi. Bu xavf va tahdid quyidagilardan iborat:

- Tarmoqdagi kompyuterlarga ruxsatsiz kirish va uni masofadan turib boshqarish, ularga sizning manfaatingizga zid bo'lgan dasturlarni joylashtirish;
- Web-sahifalarda joylashtirilgan «aktiv ob'ekt» lar agressiv dastur kodlari bo'lib, siz uchun xavfli «virus» yoki josus dasturlarni yuklash;
- Internetda uzatilayotgan ma'lumotlar yo'l-yo'lakay aloqa kanallari yoki tarmoq tugunlarida tutib olinishi, ulardan nusxa ko'chirilishi, almashtirish;
- Davlat muassasasi, korxona (firma)ning faoliyati, moliyaviy ahvoli va uning xodimlari haqidagi ma'lumotlarni razvedka qilishi, o'g'irlashi va shu orqali sizning shaxsiy hayotingizga, korxona rivojiga tahdid solish;
- Internetda e'lon qilinayotgan har qanday ma'lumot ham jamiyat uchun foydali bo'lmasligi.

Internet foydalanuvchisi, ushbu xavflarning oldini olish uchun, quyidagi texnik yechim va tashkiliy ishlarni amalga oshirishi zarur:

1. Shaxsiy kompyuterga va mahalliy kompyuter tarmog'iga hamda unda mavjud bo'lgan axborot resurslariga tashqaridan Internet orqali kirishni cheklovchi va ushbu jarayonni nazorat qilish imkonini beruvchi texnik va dasturiy usullardan foydalanish.
2. Tarmoqdagi axborot muloqot ishtirokchilari va ular uzatayotgan ma'lumotlarning asl nusxasiga mosligini tekshirish.
3. Ma'lumotlarni uzatish va qabul qilishda kriptografiya usullaridan foydalanish.
4. Viruslarga qarshi nazoratchi va davolovchi dasturlardan foydalanish.
5. Shaxsiy kompyuter va mahalliy kompyuter tarmog'iga begona shaxslarni qo'yimaslik va ularda mavjud bo'lgan ma'lumotlardan nusxa olish imkoniyatlarini cheklovchi tashkiliy ishlarni amalga oshirish.

Bundan tashqari, axborot xavfsizligini ta'minlash borasida Internet foydalanuvchilari orasida o'rnatilmagan tartib-qoidalar mavjud:

- Hech qachon hech kimga Internetdagi o'z nomingiz va parolingizni aytman;

➤ Hech qachon hech kimga o‘zingiz va oila a‘zolaringiz haqidagi shaxsiy hamda ishxonangizga oid ma’lumotlarni (ismi sharifingiz, uy adresingiz, bankdagi hisob raqamingiz, ish joyingiz va uning xodimlari haqidagi ma’lumotlarni va h.k) Internet orqali yubormang;

➤ Elektron adresingizdan (*E-mail*) maqsadli foydalaning. Internet orqali dasturlar almashmang;

➤ Internetda tarqatilayotgan duch kelgan dasturlardan foydalanmang;

➤ Dasturlarni faqat ishonchli, egasi maium boigan serverlardan ko‘chiring;

➤ Elektron pochta orqali yuborilgan «aktiv ob’ekt»lar va dasturlarni ishlatmang;

➤ EXE qo‘shimchali o‘z-o‘zidan ochiluvchi, sizga nomalum arxiv holidagi materiallarni ochmang;

➤ elektron pochta xizmatidan foydalanayotganingizda maiumotlarni shifrlash zarur, ya’ni kriptografiya usullaridan foydalaning;

➤ Egasi siz uchun nomaium boigan xatlarni ochmang;

➤ Egasi ma’lum bo‘lgan va uning sifatiga kafolat beruvchi antivims dasturlaridan foydalaning va ularni muntazam yangilab boring;

➤ Internetda mavjud boigan axborot resurslari va dasturlardan ularning mualliflari ruxsatisiz foydalanmang;

➤ Tarmoqdagi begona kompyuter va serverlarning IR adreslarini aniqlash va shu orqali ruxsat yetilmagan serverlar hamda axborot resurslariga kirish, nusxa ko‘chirish, viruslar tarqatish kabi noqonuniy dasturlashtirish ishlari bilan shug‘ullanmang, bu jinoyatdir.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. *Internet madaniyati tushunchasi haqida gapiring?*

2. *“Madaniyat” so‘zining mazmuni, madaniyatga berilgan ta’riflar haqida tushuncha bering?*

3. *“Internet-madaniyati” haqida tushuncha, “ommaviy madaniyat” haqida tushuncha bering?*

4. Internet va undan foydalanish madaniyati deganda nimalar nazarda tutiladi?
5. Internet tarmog'ida ijobiylik va salbiylik haqida nimalar deya olasiz?
6. Axborot sohasida milliy xavfsizlikni ta'minlashda internetdan foydalanish madaniyati nima?
7. Internet tarmog'ida mavjud aloqalarning himoyasini ta'minlash asoslari.
8. Internet tarmog'ida mavjud aloqalarning himoyasini ta'minlash muammolari nimalardan iborat?

Mustaqil ish uchun mavzular:

1. "Madaniyat" so'zining mazmuni, madaniyatga berilgan ta'riflar haqida tushuncha bering?
2. "Internet-madaniyati" haqida tushuncha, "ommaviy madaniyat" haqida tushuncha bering?
3. Internet va undan foydalanish madaniyati deganda nimalar nazarda tutiladi?
4. Internet tarmog'ida ijobiylik va salbiylik haqida nimalar deya olasiz?
5. Axborot sohasida milliy xavfsizlikni ta'minlashda internetdan foydalanish madaniyati nima?
6. Internet tarmog'ida mavjud aloqalarning himoyasini ta'minlash asoslari.
7. Internet tarmog'ida mavjud aloqalarning himoyasini ta'minlash muammolari.

**(OMMAVIY KOMMUNIKATSIYA PSIXOLOGIYASI KURSIGA OID
IZOHLI LUG‘AT)**

Ochiq axborot tizimlari (OAT) - axborot agentliklari, gazetalar, jurnallar, jurnal tarzidgai nashrlar, boshqa nashr mahsulotlar, radio, televidenie, audio va videomahsulotlar hisoblanadi. Internet, matbuot xizmati, jamoatchilik bilan aloqalar, davlat, jamoatchilik va boshqa tashkilotlar va muassasalar, reklama agentliklari bo‘yicha tuzilmalar ham shular jumlasidandir.

OAVlari - vaqtli matbuot, axborot tarqatishning audio va video vositalari, axborot agentliklari, internet-jurnalistika hisoblanadi. OAV OATning muhim asosiy qismini tashkil etadi.

Jamoatchilik fikri - bu hozirgi payt uchun dolzarb bo‘lgan turmush muammolariga kishilarning munosabatini ifoda etuvchi ijtimoiy ong shaklidir. Aslida tezkor bo‘lgan ongning bu shakli yuqori darajada jamiyat turli institutlari tomonidan ko‘rsatilayotgan ta’sir ostidadir. Demak, bu manipulyativ ta’sirga ham chalingandir.

Jamoatchilik fikrini manipulyatsiya qilish (chalg‘itish) - muayyan maqsadni ko‘zlab amalga oshiriladi. Bunda manipulyatsiya qilish (chalg‘itish) tushunchasining nisbiyligi haqida aytib o‘tish kerak, chunki istalgan tomon jamoatchilik fikriga har qanday ta’sirni manipulyatsiya deb baholash mumkin. Shuni alohida ta’kidlash joizki, hozirgi jamiyatda yagona bo‘lgan ijtimoiy fikr ehtimoladn yiroqdir. Demokratiyaning tamoyillaridan biri mana shudir.

Ijtimoiy ong - ayrim ijtimoiy guruhlar, butun jamiyat turmushi va ongining namoyon bo‘lish shaklidir. Ijtimoiy ongning mavjud bo‘lish shakllari bo‘lib, siyosiy g‘oyalar, huquq, falsafa, ahloq, din, fan, estetika va boshqalar hisoblanadilar. Afsuski, ma’lumotnoma va maxsus adabiyotlarda ijtimoiy ongga an’analarmi, odatlarmi, turli marosimlarni, turmush tarzimi, alohida-alohida yoki birgalikda bu qadriyatlar barchasi birgalikda ko‘proq ta’sir o‘tkazishi haqida lom-mim deyilmaydi. Vaholanki, bular oqibat natijada har bir kishining, etnos, elat va millatning o‘zligi (mentalitetini) belgilaydi.

Axborot - moddiy dunyoning organizmda yoki organizmlar jamoasida aks etgan hamda ular tomonidan atrof-muhit o'zgarishlariga moslashish uchun foydalaniladigan moddiy dunyo ob'ektlarining aksidir. U ma'lumotlar, xabarlar shaklida namoyon bo'ladi. Ma'lumotlar moddiy dunyo ob'ektlari organizatsiyasi aksi natijada hosil bo'ladi. Xabarlar esa boshqa organizmlarga xabar yetkazish uchun yuzaga keladi.

Ochiq axborot tizimlarida "xabar" termini kishilar, ijtimoiy guruhlar, umuman jamiyat qurshab turgan olamda mo'ljal topa bilishi uchun ijtimoiy ahamiyatga ega xabar ma'no ifodasini beradi. Shuningdek, muayyan jamiyat ijtimoiy tabiati belgilab beradigan ma'naviy qadriyatlarni qaror topdirish uchun xizmat qiladi.

Milliy manfaatlar - davlat tomonidan tan olingan hamda shaxs, jamiyat va davlat ijtimoiy manfaatlarining huquqiy jihatdan ta'minlangan mutanosiblashgan majmuidir. Bularni amalga oshirish muayyan tarixiy sharoitda millatning mavjudligi, xavfsizligi va kafolati hisoblanadi.

Jamiyat manfaatlari - jamiyat rivojlanishidagi kuchli ziddiyatlarni hal etishda, milliy o'ziga xoslikni saqlashda namoyon bo'ladigan jamiyat ehtiyoji hisoblanadi.

Davlat manfaati - jamiyat ishlarini boshqarishni sifatli amalga oshirishga, milliy o'ziga xoslikni saqlashga bo'lgan davlat ehtiyojini namoyoni hisoblanadi.

O'zini namoyon eta bilishlik, jamiyat ishlarida qatnashishlik, etnik o'ziga xoslikni saqlash shaxsiy ehtiyojlarni namoyon bo'lishi-shaxsning ijtimoiy manfaatlaridir.

Jamiyatning axboriy xavfsizligi uning ma'naviy, iqtisodiy, siyosiy sohalariga, madaniy qadriyatlariga, insonlar xulq-atvorini ijtimoiy tartibga soluvchilarga, axborot infratuzilmalariga va bular yordamida uzatilayotgan xabarlariga zarar yetkazish mumkin emasligidan iboratdir.

Davlatning axboriy xavfsizligi predmeti axborot va jamiyat axborot infratuzilmalaridan tashkil topgan jamiyat ishlarini boshqarishni bajarish bo'yicha davlat faoliyatiga zara yetkazish mumkin emasligidan iborat.

Tazyiq bu o‘zaro munosabatlar ob’ektlar o‘rtasidagi qarama-qarshiliklarni ob’ektlardan birining salbiy tomonga kuch bilan o‘zgartirish kritish maqsadida zarar yetkazish yo‘li bilan hal etish usulidir.

Milliy manfaatlarga tazyiq - mamlakat milliy manfaatlarini amalga oshirishga to‘sqinlik qiluvchi milliy qadriyatlar va milliy turmush tarziga xavf tug‘diruvchi shart-sharoitlar majmui tushuniladi.

Axborot sohasidagi milliy manfaatlarga tazyiq - axborot sohasida va manfaatlarni amalga oshirish bo‘yicha faoliyatda milliy manfaatlar ob’ektlariga zarar yetkazish xavfini tug‘diruvchi shart-sharoitlar majmui anglashiladi. Ya’ni axboriy faoliyat sohasida inson va fuqaro huqukiy mavqeini amalga oshirishga, axborotlar, axboriy infratuzilmaga, shuningdek, mazkur ob’ektlar bilan bog‘liq milliy manfaatlarni amalga oshirish bo‘yicha faoliyatga zarar yetkazish tazyiqidir.

Axborot sohasida shaxs va jamiyat manfaatlariga tazyiq - inson va fuqaroning ochiq axborotga ega bo‘lishi, qonun bilan ta’qiqlanmagan faoliyatni amalga oshirishda foydalanishga bo‘lgan huquqini cheklash tushuniladi. Bular esa shaxsiy xavfsizlik ma’naviy va aqliy rivojlanishni ta’minlovchi axborotlar hisoblanadi. Bundan tashqari individual, “virtual axborot” maydonini, uning ruhiy faoliyatiga ta’sir etish texnologiyalaridan foydalanish imkonini shakllantirish hisobiga jamoatchilik ongini chalg‘itish imkonini kengaytirish shaxsning manfaatlariga bo‘lgan eng xavfli tajovuz hisoblanadi.

Axboriy qarama-qarshilik - bu auditoriyaga atrof dunyodagi biror hodisaga nisbatan munosabatda bo‘lishga o‘z qarashlari, fikrini tiqishtirish hamda qarshi tomon g‘oyasi va nuqtai nazarini inkor etish roli bilan ta’sir etishga intilishdir.

Axboriy psixologik kurash - bu boshqa mamlakat yoki mamlakatlar guruhida mavjud ijtimoiy tuzumni bo‘shashtirish, jamiyat ahloqini izdan chiqarish, rivojlanish milliy programmasiga putur yetkazish, shuningdek o‘z qadriyatlari va turmush tarzini to‘g‘ridan-to‘g‘ri eksport qilish maqsadida axborot xizmati va qo‘poruvchilik bilan shug‘ullanuvchi xizmatlarni o‘zaro hamkorligidir.

Axborot (lotincha “informatio”-tushuntirmoq, bayon etmoq) zamonaviy fan va siyosatning asosiy tushunchalaridan biri; dastlab kishilar tomonidan og‘zaki,

keyinroq yozma yoki boshqa shakllarda uzatilgan ma'lumot: XX asrning o'rtalaridan boshlab insonlararo, inson-avtomat, avtomat-avtomat o'rtasidagi ma'lumot hamda hayvonlar va o'simliklardagi signal almashinuvi, xujayradan-xujayraga muayyan belgilarning uzatilishi va shu kabilarni anglata boshladi.

Ijtimoiy hayotga tatbiqan axborot - kishilar, predmetlar, faktlar, hodisalar, jarayonlar va shu kabilar haqidagi ma'lumotlar majmuini anglatadi.

Axborotlashtirish - axborot resurslarini shakllantirish va ulardan foydalanish hisobiga fuqarolar, davlat hokimiyati va o'z-o'zini boshqarish organlari, tashkilotlar va jamoat birlashmalarining axborot sohasidagi ehtiyojlarini qondirish, huquqlarini ro'yobga chiqarish maqsadida optimal sharoitlarni yaratish uchun tashkil etiladigan ijtimoiy-iqtisodiy va ilmiy-texnik jarayonlar majmui.

Informatsion jarayonlar - axborotni qidirish, yig'ish, qayta ishlash, to'plash, saqlash va tarqatish jarayoni.

Axborot tizimi (informatsion sistema) - informatsion jarayonlarni amalga oshiruvchi tartibga solingan xujjatlar hamda axborot texnologiyalari majmui.

Axborot resurslari - muayyan (kutubxona, arxiv, fond, ma'lumotlar banki kabi) axborot tizimlaridagi alohida hujjatlar va hujjatlar majmui.

Ijtimoiy-siyosiy axborot - ijtimoiy va siyosiy hayot borasida jamiyat a'zolari, ijtimoiy guruhlar, siyosiy tashkilotlar o'rtasida almashinuv predmeti hisoblangan va ular o'z faoliyatida foydalaniladigan bilimlar, ma'lumotlar va xabarlar majmui.

Ijtimoiy-siyosiy axborotlar - insonlar o'rtasida aloqalar, siyosiy jarayonlar, jamiyatni boshqarish, ilmiy, o'quv va tarbiyaviy ishlarni tashkil etish, targ'ibot va tashviqotni amalga oshirishda tobora muhim va ustuvor ahamiyat kasb etmoqda. To'laligi, asoslanganligi va ishonchliligi muhim ahamiyat kasb etadigan ijtimoiy-siyosiy axborotlarni ishlab chiqishda fan, ularni tarqatishda OAV muhim rol o'ynaydi.

Axborot madaniyati - texnik-texnologik va ijtimoiy-madaniy jihatlariga ega. Texnik-texnologik jihatdan axborot madaniyati axborotni olish, qayta ishlash, saqlash va yetkazib berishga xizmat qiladigan texnik-axborot vositalari va ulardan oqilona foydalanish usullari haqidagi bilimlar tizimini anglatadi.

Ijtimoiy-madaniy ma'noda axborot madaniyati insonning muayyan ma'naviy-ahloqiy, siyosiy, huquqiy va estetik qadriyatlarni o'zlashtirilgan holda axborot maydonida hayotiy faoliyat ko'rsatishini anglatadi.

Axborot iste'moli madaniyati - axborot dunyosidan ijtimoiy taraqqiyotga xizmat qiluvchi ma'lumotlarni saralab olish boasidagi bilimlar, qobiliyat va malakani o'zida ifoda etadi.

Axborotlashgan jamiyat - kishilik jamiyati rivojlanishining hozirgi bosqichida shakllanayotgan va ijtimoiy hayotning barcha sohalarida axborot hamda informatikadan oqilona foydalanishga asaoslangan sifatiy holatini tavsiflovchi tushuncha.

Axborot - manbalari va taqdim etilish shaklidan qat'i nazar, shaxslar, predmetlar, faktlar, voqealar, hodisalar va jarayonlar to'g'risidagi ma'lumotlardir.

Axborot mulkdori-o'z mablag'iga yoki boshqa qonuniy yo'l bilan olingan axborotga egalik qiluvchi, undan foydalanuvchi va uni tasarruf etuvchi yuridik yoki jismoniy shaxs.

Axborotni muhofaza etish - axborot borasidagi xavfsizlikka tahdidlarning oldini olish va ularning oqibatlarini bartaraf etish chora-tadbirlari.

Axborot resurslari - alohida hujjatlar, hujjatlarning alohida to'plamlari, axborot tizimlaridagi (kutubxonalaridagi, arxivlardagi, fondlardagi, ma'lumotlar banklaridagi va boshqa axborot tizimlaridagi) hujjatlar va hujjatlarning to'plamlari;

axborot sohasi-sub'ektlarning axborotni yaratish, qayta ishlash va undan foydalanish bilan bog'liq faoliyati sohasi.

Axborot borasidagi xavfsizlik - axborot sohasida shaxs, jamiyat va davlat manfaatlarining himoyalanganlik holati.

Axborot egasi - qonunda yoki axborot mulkdori tomonidan belgilangan huquqlar doirasida axborotga egalik qiluvchi, undan foydalanuvchi va uni tasarruf etuvchi yuridik va jismoniy shaxs.

Maxfiy axborot-foydalanilishi qonun hujjatlariga muvofiq cheklab qo'yiladigan hujjatlalashtirilgan axborot.

Ommaviy axborot-cheklanmagan doiradagi shaxslar uchun mo'ljallangan hujjatlashtirilgan axborot, bosma, audio, audiovizual hamda boshqa xabarlar va materiallar.

Hujjatlashtirilgan axborot-identifikatsiya qilish imkonini beruvchi rekvizitlari qo'yilgan holda moddiy jismda qayd etilgan axborot.

Usullar - bu yashirin axborotni himoya qilish yo'lida quyilgan maqsadlarga erishish uchun qo'llaniladigan kuch va vositalarning tartib qoidalari.

Elektron raqamli imzo - elektron hujjatdagi mazkur elektron hujjat axborotini elektron raqamli imzoning yopiq kalitidan foydalangan holda maxsus o'zgartirish natijasida hosil qilingan hamda elektron raqamli imzoning ochiq kaliti yordamida elektron hujjatdagi axborotda xatolik yo'qligini aniqlash va elektron raqamli imzo yopiq kalitining egasini identifikatsiya qilish imkoniyatini beradigan imzo.

Elektron raqamli imzoning yopiq kaliti - elektron raqamli imzo vositalaridan foydalangan holda xosil qilingan, faqat imzo qo'yuvchi shaxsning o'ziga ma'lum bo'lgan va elektron hujjatda elektron raqamli imzoni yaratish uchun mo'ljallangan belgilar ketma-ketligi.

Elektron raqamli imzoning ochiq kaliti - elektron raqamli imzo vositalaridan foydalangan holda hosil qilingan, elektron raqamli imzoning yopiq kalitiga mos keluvchi, axborot tizimining har qanday foydalanuvchisi foydalana oladigan va elektron hujjatdagi elektron raqamli imzoning haqiqiylikini tasdiqlash uchun mo'ljallangan belgilar ketma-ketligi.

Elektron raqamli imzoning haqiqiylikini tasdiqlash - elektron raqamli imzoning elektron raqamli imzo yopiq kalitining egasiga tegishliligi va elektron hujjatdagi axborotda xatolik yo'qligi tekshirilgandagi ijobiy natija.

Elektron hujjat - elektron shaklda qayd etilgan, elektron raqamli imzo bilan tasdiqlangan hamda elektron hujjatning uni identifikatsiya qilish imkonini beradigan boshqa rekvizitlariga ega bo'lgan axborot.

Axborotlashtirish - yuridik va jismoniy shaxslarning axborotga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish uchun axborot resurslari, axborot texnologiyalari hamda

axborot tizimlaridan foydalangan holda sharoit yaratishning tashkiliy ijtimoiy-iqtisodiy va ilmiy-texnikaviy jarayoni.

Axborot resursi - axborot tizimi tarkibidagi elektron shakldagi axborot, ma'lumotlar banki, ma'lumotlar bazasi.

Axborot resurslarining yoki axborot tizimlarining egasi - qonun bilan yoki axborot resurslarining, axborot tizimlarining mulkdori tomonidan belgilangan huquqlar doirasida axborot resurslariga yohud axborot tizimlariga egalik qiluvchi, ulardan foydalanuvchi va ularni tasarruf etuvchi yuridik yoki jismoniy shaxs.

Axborot texnologiyasi - axborotni to'plash, saqlash, izlash, unga ishlov berish va uni tarqatish uchun foydalaniladigan jami uslublar, qurilmalar, usullar va jarayonlar.

Axborot tizimi - axborotni to'plash, saqlash, izlash, unga ishlov berish hamda undan foydalanish imkonini beradigan, tashkiliy jihatdan tartibga solingan jami axborot resurslari, axborot texnologiyalari va aloqa vositalari.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi.T.: «O‘zbekiston», 2023.
2. “Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida” gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuni.
3. “Axborot olish erkinligi prinsiplari va kafolotlari to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuni.
4. “Jurnalistik faoliyatini himoya qilish to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuni.
5. “Reklama to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuni.
6. Mirziyoev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O‘zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti lavozimiga kirishish tantanali marosimiga bag‘ishlangan Oliy Majlis palatalarining qo‘shma majlisidagi nutq. – T.: 2016.
7. Mirziyoev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat’iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. Mamlakatimizni 2016 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017 yilga mo‘ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo‘nalishlariga bag‘ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma’ruza, 2017 yil 14 yanvar. – T.: 2017.
8. Mirziyoev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va oliyjanob xalqimiz bilan birga quramiz. - T.: 2017.
9. Mirziyoev Sh.M. Qonun ustuvorligi va manfaatlarini ta’minlash – yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. - T.: 2017.
- 10.“Axborot vositalarini ro‘yhatga olish tartibi to‘g‘risida” gi O‘zbekiston Respublikasi Nizomi.
- 11.O‘zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirsh Davlat qo‘mitasining “Reklamani joylashtirish to‘g‘risda”gi Qarori.
- 12.“Mualliflik huquqi va turdosh huquqlar to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuni.

13.“Faoliyatning ayrim turlarini litsenziyalash to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuni.

14.“Iste’molchilar huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuni.

15.Karimov I.A. O‘zbekiston XXI asr busag‘asida: xavfsizlikka tahdid, barqarorlik shartlari va taraqqiyot kafolatlari // Xavfsizlik va barqaror taraqqiyot yo‘lida. 6-jild. T.: “O‘zbekiston”, 1998. 31–261 b.

16.Законодательные акты Р.У, составляющие правовую основу государственной политики в информатсионной сфере.

17.Anvar Boboev «Axborot asrida informatsion xurujlar» maqolasidan «O‘zbekiston matbuot jurnali» 2006 yil, 6-son, 12-13-14-betlar

18.Babaeva YuM., Voyskunskiy A.Ye. Odarennyy rebenok za kompyuterom. M., 2003.

19.Богомоллова, Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации [Текст] / Н.Н. Богомоллова. - М.: Аспект-Пресс, 2008. - 191 с.

20.“Iqtisodiy va axborot xavfsizlik zamonaviy muammolari” mavzuidagi yosh olimlarning ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari to‘plami. Nashr uchun mas’ul N. Baxadirov. Toshkent.: JIDU, 2006 – 137 b.

21.Ермаков Ю.А. Манипуляться личностью: Смысл, приемы, последствия- Екатеринбург, 1995

22.Грачев Г.В. Информатсионно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты - М 2002

23.Войскунский А Е. Исследования Интернета в психологии. // Интернет и российское общество. / Под ред. И. Семенова. М. 2002

24.Jo’raev N.Q. Tarix falsafasining nazariy asoslari. Tos’hkent, “Ma’naviyat”, 2008.

25.Иванов П.И., Зуфарова М.Г. Умумий психология. О‘збекистон файласуфлари миллий жамийати нашрийоти. Toshkent, 2008. 474-бет.

26.Информатсия. Дипломатия. Психология. М.:“Известия”, 2002–616 б.

- 27.Хозиков В.И. Информативное оружие. Санкт-Петербург. Издательский дом “Нева”, 2003.
- 28.Лопатен В. Н. Информатсионная безопасности в России. Изд. МВД России и Санкт-Петербургского университета. 2000 – 311б.
- 29.Политология: Энциклопедический словарь/Общ.ред. и сост.: Ю.И.Аверьянов.-М.:1993
- 30.Психология массовой коммуникации: учебник для вузов [Текст] / под ред. акад. РАО А.А. Бодалёва, акад. РАО А.А. Деркача, д-ра психол. наук, проф. Л.Г. Лаптева. - М.: Гардарики, 2008. - 254 с.
- 31.“O‘zbekiston matbuoti” jurnali 1998 yil, №5 son.
- 32.Ras‘hidova D. N. Muratova. Internet jurnalistikasi T.: 2007 y. 9-bet.
- 33.Samarov R. Axborot xavfsizligining nazariy va metodologik asoslari. T.: “Akademiya”, 2010.
- 34.Safaev S.S. «Globallas‘huv s‘haroitida milliy xavfsizlikni ta‘minlas‘hning dolzarb masalalari» T. 2005, 1-bet
- 35.S‘hermuxamedov S., Ochildiev A. Madaniyat va sivilizatsiya.-Farg‘ona, 2000. - B.37
- 36.«Xalq so‘zi» gazetasi, 2005 yil, 11 may soni.
- 37.Musaxoniy A. Axborot makoni paydo bo‘lis‘hi mumkinmi? // Jamiyat va bos‘hqaruv, 2006 y. №1.
- 38.Jahon tarqqiyoti va globallas‘his‘h jarayonida informatsion xavfsizlik muammolari mavzusidagi ilmiy-amaliy konferensiya materiallari, 2006 yil noyabr, T.: 2007y. 2-jild, 40-bet.
- 39.Umarova N. Globallas‘huv sharoitida axborot xurujlariga qarshi kurash. Toshkent. Akademiya, 2005, 5-bet.
- 40.Mo‘minov F. “Axborot xavfsizligi va ijtimoiy taraqqiyot”. O‘zbekiston matbuoti jurnali, 2007 yil, №6
- 41.Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б. Государственная информатсионная политика в условиях информатсионно-психологической войны. 2 - нашр. М.: Горячая линия – Телеком. 2006,

42.Paxrutdinov S'h. Taraqqiyotga tahdid: nazariya va amaliyot. T.: "Akademiya", 2006. 73 b.).

43.Qosimov S.S., Axborot texnologiyalari. T.: O'zbekiston, 2005y.

44.Fozilov M., Axborotlar xavfsizligi haqida. /Info.com.uz jurnali, №2, 2005 y.

45.Karimov M.M. Axborot xavfsizligi masalalari. Toshkent.: Axborot texnologiyalari nas'hriyoti, 2006 y. 4-7 b.

46.Ярочкин В. И. Информационная безопасности. Учебник для студентов ВУЗов М.: Фонд "Мир", 2003 – 640 б.

47.Umarov B.M., Nazarov A.S. Ochiq axborot tizimlarida axborot-psixologik xavfsizlik. Darslik. Toshkent, 2020, 340 bet.

48.3. Харрис. Р. Психология массовых коммуникаций [Текст] / Р.Харрис. - Спб.: Питер, 2002. - 368 с.

Internet saytlari:

www.press-servis/.uz.

[www. Gov.uz](http://www.Gov.uz).

[www. Iscs.uz](http://www.Iscs.uz)

www. Edu.uz.

[www. Ziyonet. Uz](http://www. Ziyonet.Uz)

www. Typ.uz

www. Uza.uz

www.jahon.tiv.uz.

www.press-uz.info.

www.uzreport.com.

www.gzt.uz

MUNDARIJA

KIRISH	3
1-MODUL. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYA PSIXOLOGIYASI FANI MUAMMOSINING ILMIY-NAZARIY VA METODOLOGIK ASOSLARI.....	6
1-BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYALARDA MULOQOT JARAYONI .	6
1.1. Ommaviy kommunikatsiya sharoitidagi muloqotning xususiyatlari	6
1.2. Ommaviy kommunikatsiyalar sharoitida muloqot ijtimoiy-psixologik hodisa sifatida.....	8
1.3. Faoliyat bilan muloqotning o‘zaro aloqadorligi	10
1.4. Ommaviy kommunikatsiyalarda muloqotning asosiy funksiyalari	11
1.5. Ommaviy kommunikatsiyalardagi muloqotning psixologik tuzilishi	12
1.6. Ommaviy kommunikatsiyalarda rasmiy muloqotning xususiyatlari va shakllari.	19
2-BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYADA STEREOTIP VA USTANOVKALAR	25
2.1. Stereotip va ustanokalarning ijtimoiy-psixologik tabiati	25
2.2. Ommaviy kommunikatsiya axborotini idrok etishda stereotip va ustanovkaning ahamiyati	29
2.3. Stereotiplar va ustanovkalarni shakllantirishda reklama va PR kommunikatsiyalarining o‘rni.....	31
III BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYADA BILISH JARAYONLARI	35
3.1. Ommaviy axborot jarayonlarida diqqat muammosi.....	35
3.2. Xotira jarayonlari va ommaviy kommunikatsiya.	39
IV BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYANING MANIPULYATIV IMKONIYATLARI.....	46
4.1. Ommaviy kommunikatsiya jarayoni.....	46
4.2.“Manipulyatsiya” atamasining kelib chiqishi	48
4.3.Manipulyatsiya metaforasi.	50
V BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYADA REKLAMA TA’SIRINING PSIXOLOGIK ASOSLARI	55
5.1. Reklama ommaviy kommunikatsiya shakli sifatida.	55
5.2. Jamoat ongini boshqarish usullari.	57
5.3. Psixologiya reklamaning inson ruhiyatiga ta’sirini o‘rganuvchi fan sifatida.	59
VI BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYANING INSON SALOMATLIGI VA MA’NAVIY QIYOFASIGA TA’SIRI	64
6.1. Sog‘lom turmush tarzini shakllantirishda ommaviy axborot vositalarining o‘rni.	64
6.2. Inson salomatligi va ma’naviy qiyofa masalasini.	65
6.3. Ommaviy kommunikatsiyalar va sog‘lom turmush tarzi masalasi.....	66

6.4. Ommaviy axborot vositalari sogʻlom turmush tarzini shakllantirish vositasi sifatida.....	69
---	----

VII BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYA SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA YANGI AXBOROT TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH.72

7.1. Axborot va aloqa texnologiyalari OAV, reklama va PRda: konvergensiyaning zamonaviy tendensiyalarining ijtimoiy-psixologik jihatlari	72
7.2. Ommaviy kommunikatsiyalar rivojlanishi va taʼlimda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari masalalari.....	76
7.3. Axborot jamiyati sari AKTni joriy etish bosqichlari	77
7.4. Oʻzbekistonda Ommaviy kommunikatsiya samaradorligini oshirishda zamonaviy AKTni joriy etish masalasi	79

VIII BOB. OMMAVIY VAHIMA PSIXOLOGIYASI.....82

8.1. Vahima xulq-atvorining mohiyati	82
8.2. Vahima qoʻzgʻatuvchi omillar	85
8.3. Vahima rivojlanishining psixologik mexanizmlari.....	87
8.4. Ommaviy vahimani oldini olish va yoʻq qilishning psixologik chora-tadbirlari.	91

IX BOB. MAFKURAVIY TAʼSIR QILISHNING PSIXOLOGIK MEXANIZMLARI.....97

9.1. Mafkuraviy taʼsir etish samaradorligini taʼminlash muammosi.	97
9.2. “Zombi” holatidan chiqarish mexanizmi.....	99
9.3. Mafkuraviy immunitetni shakllantirish.	103
9.4. Psixologik himoya mexanizmlari.....	104

2-MODUL. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYALARDA AXBOROT-PSIXOLOGIK XAVFSIZLIK MUAMMOSINING ILMIY-NAZARIY VA METODOLOGIK ASOSLARI107

X-BOB. AXBOROT - PSIXOLOGIK XAVFSIZLIK TUSHUNCHASINING ILMIY-METODOLOGIK ASOSLARI107

10.1. Axborot asrining mazmun-mohiyati.....	107
10.2. Axborotlashgan jamiyatga doir nazariyalar.....	109
10.3. Tarmoq jamiyati nazariyasining paydo boʻlishi	112
10.4. Media, madaniy va kasbiy-ijtimoiy darajadagi nomutanosiblik	116

XI-BOB. AXBOROT SOHASI GLOBALLASHUVI SHAROITIDA ZAMONAVIY OCHIQ AXBOROT TIZIMLARI FAOLIYATINING PSIXOLOGIK XUSUSIYATLARI.....122

11.1. Axborot globallashuvining mazmuni va xususiyatlari.....	123
11.2. Globallashuv davrida ommaviy kommunikatsiya vositalari rivojlanishining yangi yoʻnalishlari.....	127

11.3. Dunyo axborot makonida davlatlarning o‘zaro hamdo‘stligi va kurashi.....	136
11.4. Axborot oqimlari sharoitida sivilizatsiyalar holati.....	140

XII-BOB. AXBOROT KURASHI VA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI PSIXOLOGIYASI.....147

12.1. Axborot urushining mohiyati	148
12.2. Dunyoda axborot o‘lchovlarining o‘rganilishi	155
12.3. OAV axborot–psixologik urushni olib borish vositasi sifatida	156
12.4. O‘zbekiston ommaviy axborot vositalari rivojlanish yo‘lida	161

XIII-BOB. AXBOROT – PSIXOLOGIK XAVFSIZLIK VA INTERNET169

13.1. Kompyuter, internet ortidagi muammolar	169
13.2. Axborot xurujlari va unda internetning o‘rni.....	173
13.3. Internet tarmoqlarida texnik buzilish mummlari	177

XIV-BOB. OCHIQ OMMAVIY AXBOROT TIZIMLARI SHAROITIDA SHAXSNING PSIXOLOGIK O‘Z-O‘ZINI HIMOYALASHI183

14.1. Individdning axborot-psixologik himoyalanganlik tushunchasi	184
14.2. Inson ongi uchun kurash - geosiyosatning bosh yo‘nalishi. Individdning psixologiyasi ochiq tizim sifatida	189
14.3. Individdga yo‘naltirilgan axborot da‘vatlarining turlari va mazmuni	194
14.4. Individdni oila, jamoa, ishlab chiqarish, jamiyat va davlat tomonidan himoyalash shakllari.....	198

XV-BOB. OMMAVIY KOMMUNIKATSIYALARDA AXBOROT-PSIXOLOGIK XAVFSIZLIKNI TA‘MINLASHNING VAZIFALARI, ASOSIY YO‘NALISHLARI VA USULLARI207

15.1. Axborot xavfsizligini ta‘minlashning asosiy vazifalari va darajalari	207
15.2. Davlat, jamiyat va shaxs axborot-psixologik xavfsizligini ta‘minlash yo‘nalishlari.....	212

XVI-BOB. AXBORIY TAHDIDLAR VA ULARNING IJTIMOIIY-PSIXOLOGIK XUSUSIYATLARI.....220

16.1. Axborot xurujlari.	220
16.2. Tahdidlar va ularning tasnifi	224
16.3. Axborot-psixologik xavfsizlikka tahdidlar	230

XVII-BOB. OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI VA AXBOROT QARAMA-QARSHILIGI PSIXOLOGIYASI.....234

17.1. Axborot urushi va axborot qarama – qarshiligi	234
17.2. Mamlakatimiz ommaviy axborot vositalarining milliy manfaatlarni himoya qilish sohasidagi vazifalari.....	236

XVIII-BOB. INTERNET VA UNDAN FOYDALANISH MADANIYATI – AXBORIY TAHDIDLARDAN HIMOYALANISH OMILI SIFATIDA244

18.1. Internet madaniyati tushunchasi.....	244
--	-----

18.2. Internet va undan foydalanish madaniyati	249
18.3. Internet tarmog‘ida mavjud aloqalarning himoyasini ta’minlash asoslari.....	256
GLOSSARIY	260
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR	267

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
МОДУЛЬ 1. НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОБЛЕМЫ ПСИХОЛОГИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	6
ГЛАВА 1. КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС В МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ.....	6
1.1. Особенности общения в условиях массовой коммуникации.....	6
1.2. Коммуникация как социально-психологический феномен в контексте массовых коммуникаций	8
1.3. Взаимодействие общения с деятельностью.....	10
1.4. Основные функции коммуникации в массовых коммуникациях	11
1.5. Психологическая структура общения в массовых коммуникациях	12
1.6. Особенности и формы официального общения в средствах массовой информации.....	19
ГЛАВА 2. СТЕРЕОТИПЫ И СТАНДАРТЫ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	25
2.1. Социально-психологическая природа стереотипов и мастерских	25
2.2. Значение стереотипов и стереотипов в восприятии массовой коммуникационной информации	29
2.3. Роль рекламы и PR-коммуникаций в формировании стереотипов и стереотипов	31
ГЛАВА III. КОГНИТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ	35
3.1. Проблема внимания в медиапроцессах.....	35
3.2. Процессы памяти и массовая коммуникация.....	39
ГЛАВА IV. МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ	46
4.1. Процесс массовой коммуникации.	46
4.2. Происхождение термина «Манипуляция»	48
4.3. Метафора манипуляции.	50
ГЛАВА V. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	55
5.1. Реклама как форма массовой коммуникации.....	55
5.2. Методы управления общественным сознанием.	57
5.3. Психология как наука, изучающая влияние рекламы на психику человека.	59
ГЛАВА VI. ВЛИЯНИЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ НА ЗДОРОВЬЕ И ДУХОВНЫЙ ОБРАЗ ЧЕЛОВЕКА	64

6.1. Роль средств массовой информации в формировании здорового образа жизни.	64
6.2. Проблема здоровья и духовного образа человека.	65
6.3. Проблема массовых коммуникаций и здорового образа жизни.....	66
6.4. Средства массовой информации как средство формирования здорового образа жизни.....	69

ГЛАВА VII. ИСПОЛЗОВАНИЕ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ.....72

7.1. Информационные и коммуникативные технологии в СМИ, рекламе и PR: социально-психологические аспекты современных тенденций конвергенции.....	72
7.2. Развитие массовых коммуникаций и проблемы информационно-коммуникационных технологий в образовании	76
7.3. Этапы внедрения ИКТ в информационное общество	77
7.4. Вопрос внедрения современных ИКТ в повышение эффективности массовой коммуникации в Узбекистане.....	79

ГЛАВА VIII. ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ ПАНИКИ..... 82

8.1. Сущность панического поведения	82
8.2. Факторы, вызывающие панику	85
8.3. Психологические механизмы развития паники	87
8.4. Психологические меры по предотвращению и ликвидации массовой паники	91

ГЛАВА IX. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ..... 97

9.1. Проблема обеспечения эффективности идеологического воздействия.....	97
9.2. Механизм выхода из состояния «зомби».....	99
9.3. Формирование идеологического иммунитета.....	103
9.4. Психологические защитные механизмы.....	104

МОДУЛЬ 2. НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ107

ГЛАВА X. ИНФОРМАЦИОННО - НАУЧНО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНЦЕПЦИИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ..... 107

10.1. Суть информационного века	107
10.2. Теории об информационном обществе	109
10.3. Появление теории сетевого общества	112
10.4. Медийное, культурное и профессионально-социальное неравенство	116

ГЛАВА XI. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РАБОТЫ СОВРЕМЕННЫХ ОТКРЫТЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ	122
11.1. Содержание и характеристики информационной глобализации	123
11.2. Новые тенденции развития средств массовой коммуникации в эпоху глобализации	127
11.3. Взаимное сотрудничество и борьба государств в мировом информационном пространстве	136
11.4. Состояние цивилизаций в условиях информационных потоков	140
ГЛАВА XII. ПСИХОЛОГИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ БОРБЫ И СМИ.....	147
12.1. Сущность информационной войны	148
12.2. Исследование информационных измерений в мире	155
12.3. СМИ как средство информационно-психологической войны	156
12.4. СМИ Узбекистана на пути к развитию	161
ГЛАВА XIII. ИНФОРМАЦИЯ – ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И ИНТЕРНЕТ	169
13.1. Проблемы с компьютером, интернетом	169
13.2. Информационные атаки и рол Интернета в них	173
13.3. Проблемы технических сбоев в сетях Интернет	177
ГЛАВА XIV. ЛИЧНОСТНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ САМОЗАЩИТА В УСЛОВИЯХ ОТКРЫТЫХ МАССОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ	183
14.1. Понятие информационно-психологической защиты личности	184
14.2. Борба за человеческое сознание – главное направление геополитики. Психология личности как открытая система	189
14.3. Виды и содержание личностно-ориентированных информационных звонков	194
14.4. Формы защиты личности семей, обществом, производством, обществом и государством	198
ГЛАВА XV. ЗАДАЧИ, ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И МЕТОДЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ И ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ	207
15.1. Основные задачи и уровни информационной безопасности	207
15.2. Направления обеспечения информационной и психологической безопасности государства, общества и личности	212
ГЛАВА XVI. ИНФОРМАЦИОННЫЕ УГРОЗЫ И ИХ СОЦИАЛЬНО- ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ	220
16.1 Информационные атаки.....	220

16.2. Угрозы и их классификация	224
16.3. Угрозы информационной и психологической безопасности	230
ГЛАВА XVII. ПСИХОЛОГИЯ СМИ И ИНФОРМАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ	234
17.1. Информационная война и информационный конфликт	234
17.2. Задачи средств массовой информации нашей страны в области защиты национальных интересов	236
ГЛАВА XVIII. ИНТЕРНЕТ И КУЛЬТУРА ЕГО ИСПОЛЗОВАНИЯ КАК ФАКТОР ЗАЩИТЫ ОТ ИНФОРМАЦИОННОЙ УГРОЗЫ	244
18.1. Понятие интернет-культуры	244
18.2. Интернет и культура его использования	249
18.3. Основы обеспечения защиты существующих коммуникаций в сети Интернет	256
ГЛОССАРИЙ	260
ССЫЛКИ	267

TABLE OF CONTENTS

INTRODUCTION.....	3
MODULE 1. SCIENTIFIC, THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF THE PROBLEM OF PSYCHOLOGY OF MASS COMMUNICATION	6
CHAPTER 1. COMMUNICATION PROCESS IN MASS COMMUNICATIONS	6
1.1. Features of communication in conditions of mass communication	6
1.2. Communication as a socio-psychological phenomenon in the context of mass communications	8
1.3. Interaction of communication with activity.....	10
1.4. Basic functions of communication in mass communications.....	11
1.5. Psychological structure of communication in mass communications	12
1.6. Features and forms of official communication in the media.....	19
CHAPTER II. STEREOTYPES AND STANDARDS IN MASS COMMUNICATION	25
2.1. The socio-psychological nature of stereotypes and workshops	25
2.2. The importance of stereotypes and stereotypes in the perception of mass communication information	29
2.3. The role of advertising and PR communications in the formation of stereotypes and stereotypes	31
CHAPTER III. COGNITIVE PROCESSES IN MASS COMMUNICATION.....	35
3.1. The problem of attention in media processes.....	35
3.2. Memory processes and mass communication.....	39
CHAPTER IV. MANIPULATIVE POSSIBILITIES OF MASS COMMUNICATION	46
4.1. The process of mass communication.....	46
4.2. Origin of the term “Manipulation”	48
4.3 Metaphor of manipulation.....	50
CHAPTER V. PSYCHOLOGICAL FOUNDATIONS OF ADVERTISING IMPACT IN MASS COMMUNICATION.....	55
5.1. Advertising as a form of mass communication.....	55
5.2. Methods of managing public consciousness.....	57
5.3. Psychology as a science that studies the influence of advertising on the human psyche	59
CHAPTER VI. THE INFLUENCE OF MASS COMMUNICATION ON HUMAN HEALTH AND SPIRITUAL IMAGE.....	64

6.1. The role of the media in promoting a healthy lifestyle.....	64
6.2. The problem of human health and spiritual image.....	65
6.3. The problem of mass communications and a healthy lifestyle.....	66
6.4. Mass media as a means of promoting a healthy lifestyle.....	69

CHAPTER VII. USING NEW INFORMATION TECHNOLOGIES TO INCREASE THE EFFICIENCY OF MASS COMMUNICATION.....72

7.1. Information and communication technologies in the media, advertising and PR: socio-psychological aspects of modern convergence trends.....	72
7.2. Development of mass communications and problems of information and communication technologies in education.....	76
7.3. Stages of ICT implementation in the information society.....	77
7.4. The issue of introducing modern ICT in increasing the efficiency of mass communication in Uzbekistan	79

CHAPTER VIII. PSYCHOLOGY OF PUBLIC PANIC..... 82

8.1. The essence of panic behavior	82
8.2. Factors causing panic.....	85
8.3. Psychological mechanisms of panic development	87
8.4. Psychological measures to prevent and eliminate mass panic	91

CHAPTER IX. PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF IDEOLOGICAL INFLUENCE.....97

9.1. The problem of ensuring the effectiveness of ideological influence.	97
9.2. The mechanism for exiting the “zombie” state.....	99
9.3. Formation of ideological immunity.....	103
9.4. Psychological defense mechanisms.....	104

MODULE 2. SCIENTIFIC, THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF THE PROBLEM OF INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL SECURITY IN MASS COMMUNICATIONS.....107

CHAPTER X. INFORMATIONAL - SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF THE CONCEPT OF PSYCHOLOGICAL SAFETY107

10.1. The essence of the information age	107
10.2. Theories about the information society	109
10.3. The emergence of the theory of the network society	112
10.4. Media, cultural and professional-social inequality	116

CHAPTER XI. PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF MODERN OPEN INFORMATION SYSTEMS IN CONDITIONS OF GLOBALIZATION OF THE INFORMATION FIELD..... 122

11.1. Contents and characteristics of information globalization	123
---	-----

11.2. New trends in the development of mass media in the era of globalization.....	127
11.3. Mutual cooperation and struggle of states in the global information space.....	136
11.4. The state of civilizations in the context of information flows.....	140

CHAPTER XII. PSYCHOLOGY OF INFORMATION WAR AND THE MEDIA.....147

12.1. The essence of information warfare.....	148
12.2. Study of information dimensions in the world.....	155
12.3. Media as a means of information and psychological warfare.....	156
12.4. Uzbekistan's media on the path to development.....	161

CHAPTER XIII. INFORMATION – PSYCHOLOGICAL SAFETY AND THE INTERNET.....169

13.1. Problems with computer, internet.....	169
13.2. Information attacks and the role of the Internet in them.....	173
13.3. Problems of technical failures on the Internet.....	177

CHAPTER XIV. PERSONAL AND PSYCHOLOGICAL SELF-DEFENSE IN CONDITIONS OF OPEN MASS INFORMATION SYSTEMS.....183

14.1. The concept of information and psychological protection of the individual.....	184
14.2. The struggle for human consciousness is the main direction of geopolitics. Personality psychology as an open system.....	189
14.3. Types and content of person-oriented information calls.....	194
14.4. Forms of personal protection by family, society, industry, society and state	198

CHAPTER XV. TASKS, MAIN DIRECTIONS AND METHODS OF ENSURING INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL SECURITY IN MASS COMMUNICATIONS.....207

15.1. Main tasks and levels of information security.....	207
15.2. Directions for ensuring information and psychological security of the state, society and the individual.....	212

CHAPTER XVI. INFORMATION THREATS AND THEIR SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS.....220

16.1 Information attacks.....	220
16.2. Threats and their classification.....	224
16.3. Threats to information and psychological security.....	230

CHAPTER XVII. PSYCHOLOGY OF MEDIA AND INFORMATION INTERACTION.....234

17.1. Information war and information conflict.....	234
17.2. Tasks of our country's media in the field of protecting national interests.....	236

**CHAPTER XVIII. THE INTERNET AND THE CULTURE OF ITS USE AS A
FACTOR OF PROTECTION AGAINST INFORMATION THREATS.....244**
18.1. The concept of Internet culture.....244
18.2. Internet and culture of its use.....249
18.3. Basics of ensuring the protection of existing communications on the Internet
.....256
GLOSSARY.....260
LINKS.....267

O'QUV ADABIYOTINING NASHR RUXSATNOMASI

O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligining 20 23 yil "06" Noyabr dagi "491"-sonli buyrug'iga asosan

A.S.NAZAROV. M.R.AKRAMOV

(muallifning familiyasi, ismi-sharifi)

60310900 - Ta'lim yo'nalishi: Psixologiya (faoliyat turlari bo'yicha)

(ta'lim yo'nalishi (mutaxassisligi))

_____ ning
talabalari (o'quvchilari) uchun tavsiya etilgan

OMMAVIY KOMMUNIKATSIYA PSIXOLOGIYASI

(o'quv adabiyotining nomi va turi: darslik, o'quv qo'llanma)

_____ ga
O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi
tomonidan litsenziya berilgan nashriyotlarda nashr
etishga ruxsat berildi.

Vazirning birinchi
o'rinbosari



K. Karimov

№ 900548

O‘ZBEKISTON OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI

O‘ZBEKISTON XALQARO ISLOM AKADEMIYASI

NAZAROV AZAMAT, AKRAMOV MIRMUXSIN

OMMAVIY KOMMUNIKATSIYA PSIXOLOGIYASI

DARSLIK

Taqrizchilar:

Sh.Dusmuxamedova O‘zbekiston xalsaro islom akademiyasi “Din psixologiyasi va pedagogika” kafedrasi dotsenti, psixologiya fanlari nomzodi

Sh.Abdullaeva Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti “Pedagogika va psixologiya” kafedrasi mudiri, psixologiya fanlari doktori, professor



Litsenziya AI № 032465 / 15.07.2022

Bosishga ruhsat etildi: 24.01.2024 Ofset qog‘oz.

qog‘oz bichimi 64x84 1/16 Times garniturası. Shartli bosma tabog‘i 17.75 Nashr xisob tabog‘i 16,50. Adadi 100

«ZAMON POLIGRAF» OK bosmaxonasida chop etildi.

Manzil: Tashkent shahri. Yunusobod tumani,
Bobodehqon mahallasi 45 uy.



9 789943 849402

**OMMAVIY KOMMUNIKATSIYA
PSIXOLOGIYASI**

**NAZAROV AZAMAT,
AKRAMOV MIRMUXSIN**