

O‘ZBEKISTONDA MEDIASAVODXONLIK HOLATI, MAVJUD MUAMMOLAR VA RIVOJLANISH TENDENSIYALARI

Boymurodov Dilovar Chori o‘g‘li

O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy

Kommunikatsiyalari Universiteti

Annotatsiya. Ushbu maqolada bugungi kunda aholi o‘rtasida mediasavodxonlik darajasi, uning turli xil manipulyatsiya va axborot xurujlariga qarshi kurashishda muhim vositalaridan ekanligi namoyon bo‘lishi haqida mulohazalar yuritilgan. Shu bilan birga mediasavodxonlikning foydali jihatlari hamda O‘zbekistonda uning bugungi holati, mavjud muammolari va istiqbollari o‘rganiladi.

Kalit so‘zlar: raqamli texnologiyalar, OAV, axborot xuruji, media, tanqidiy fikrlash, mediasavodxonlik, statistika.

Veb-saytlarni ko‘rib chiqish va chatlarda suhbatlashishdan boshlab, biz bugun jamiyatni manipulyatsiya qilish va beqarorlashtirish uchun ma‘lumotlar ulashish bosqichida turibmiz. Media landshaftining bunday o‘zgarishi ommaviy axborot vositalari va, umuman, axborot makonini tanqidiy idrok etishni rivojlantirishga qaratilgan ta‘limga bo‘lgan ehtiyoj ortib borayotganidan yana bir bor dalolat beradi. Bu nafaqat ommaviy axborot vositalari tushunchasini, balki ularning siyosiy va axloqiy asoslarini ham qayta ko‘rib chiqishga yordam beradi. Qadriyatlarni tanlashga ta‘sir qiluvchi tashqi omillarga quyidagilar kiradi: oila, jamiyat, ta‘lim tizimi, ommaviy axborot vositalari, diniy tizim. An‘anaviy jamiyatlarda oila va cherkov munosabatlari kuchli ta‘sirga ega bo‘lsa, zamonaviy davlatlarda ommaviy axborot vositalari tobora ta‘sirchan omilga aylanmoqda. Shu bilan birga, jamiyatda ko‘plab axborot oqimlari paydo bo‘lmoqda va ular kesishgan joyda shaxs o‘z qarashlarini shakllantiradi.

Xullas, ijtimoiy tarmoqlar va ular tomonidan yaratilgan “soxta xabarlar” mediata‘lim va mediasavodxonlik uchun aynan shunday holat bo‘lib, uni o‘rganish fundamental ko‘nikmalardan biri-tanqidiy fikrlashni talab qiladi. Biroq bu vaziyatda raqamli makonning o‘ziga xos xususiyatlarini aniq tushunish kerak: bir tomondan, bu interaktivlik, shaffoflik va ochiqlik bo‘lsa, ikkinchi tomondan, bu noto‘g‘ri ma‘lumotlar va foydalanuvchilarning fikriga ta‘sir ko‘rsatishga urinishdir. Shuning uchun tanqidiy fikrlashni targ‘ibotga qarshi kurash shakli sifatida qo‘llash uchun uni o‘rgatish kerak. Shuningdek, yoshlarda mas‘uliyat hissini shakllantirish zarur. Ular ijtimoiy tarmoqlardan qanday foydalanishlari haqida o‘ylashlari, ijtimoiy tarmoqlarda qilgan harakatlari oqibatlaridan xabardor bo‘lishlari, eng muhimi, tanqidni qabul

qilishni o'rganishlari kerak. Ta'lim jarayonida axloqiy tuyg'uni rivojlantirish ham muhim o'rin tutadi.

Bugun mediasavodxonlik-bu axborotning nega va nima uchun uzatilayotganligini bilish demakdir. Mediasavodxon inson o'ziga bu axborotni kim va nima maqsadda yaratgan, ushbu xabar men uchun zarurmi, degan savolni bera olishi va to'g'ri xulosa chiqarishi, unga nisbatan tanqidiy yondasha olishi lozim. Mazkur savollar nafaqat oila davrasida televizor ko'rayotgan, mashinada radio eshitayotgan yoki internetdagi xabarlarni tekshirayotgan paytda berilishi, balki har qanday axborotni qabul qilayotgan va unga baho berayotganda ham kerakdir. Ma'lumotlarda keltirilishicha, medialoglar media va mediatexnologiyalarni o'rganib chiqib, ularni shartli ravishda 5 turga bo'lganlar:

1. Dastlabki media-yozuv.
2. Bosma media-bosma nashrlar, litografiya, fotografiya.
3. Elektron media-telegraf, telefon, ovozli yozuv.
4. Mass-media-kinematograf, televidenie.
5. Raqamli media-kompyuter, internet.

Bu borada rivojlangan demokratik mamlakatlar tajribasi alohida e'tiborga molik, ularda mazkur masalalar quyidagi vazifalar orqali hal etiladi:

-yoshlar va bolalarni axborot makonida himoya qilishga qaratilgan milliy qonunchilikni rivojlantirish;

-mediasavodxonlik, tarmoqda muloqot qilish odobini yuksaltirish;

-internetda xavfsiz ishlashni qo'llab-quvvatlashning texnik mexanizmlarini yaratish;

-mazkur masalalarni hal etishda davlat organlari, ta'lim muassasalari, oila, fuqarolik jamiyati institutlari, OAV ning keng ishtiroki va o'zaro hamkorligini ta'minlash va boshqalar.

Bu borada Germaniyada ushbu masalalar yoshlarni himoya qilish to'g'risidagi qonun, inson qadr-qimmatini himoya qilish to'g'risidagi hamda teleradioeshittirish va telemediaxizmatlar sohasida yoshlarni muhofaza qilish to'g'risidagi davlat shartnomalari orqali tartibga solinadi. Nosog'lom axborot oqimlaridan yoshlarni himoyalashga oid dunyoda qator huquqiy mexanizmlar yaratilgan. Jumladan, xalqaro amaliyotda "Kiberjinoyatlar to'g'risida"gi Konvensiya, "Voyaga yetmaganlar uchun xavfsiz internet va onlayn resurslarni joriy qilish to'g'risida"gi Yevropa Ittifoqi Parlamenti Assambleyasining tavsiyalari, "Bola huquqlari to'g'risida" BMT Konvensiyasini, "Yoshlarni himoyalash to'g'risida"gi Germaniya, "Voyaga yetmaganlarni ommaviy axborotning salbiy ta'siridan himoyalash to'g'risida"gi Litva va "Bolalarning sog'lig'i va rivojlanishiga ziyon yetkazuvchi axborotdan himoyalash to'g'risida"gi Rossiya qonunlarini tilga olish mumkin.

Mediata'lim bo'yicha tadqiqotlar tanqidiy fikrlash qobiliyatlari va ba'zi hollarda xatti-harakatlarning o'zgarishi yaxshilanganligini ko'rsatdi. Mediasavodxonlik aralashuvining meta-tahlilida Jong Chova Hvang (2012) ommaviy axborot vositalari bilan bog'liq tanqidiy fikrlash natijalari (xabardorlik, tarafkashlik, vakillik) xulq-atvor natijalaridan (amalda o'zgarish) ko'proq ekanligini aniqladi. Ehtimol, mediasavodxonlik bo'yicha aralashuvlar odatda xatti-harakatni o'zgartirishga emas, balki tanqidiy fikrlashga qaratilgan. LosAnjelesdagi 2000 dan ortiq o'rta maktab o'quvchilari ishtirokida o'tkazilgan tadqiqot shuni ko'rsatdiki, mediasavodxonlik bo'yicha treninglar ommaviy axborot vositalariga tanqidiy munosabatni oshirishi, odamlarning OAVga boshqacha qarashlarini shakllantirishi va OAVdagi zo'ravonlik oqibatlarini tushunishiga yordam beradi. (Veb&Martin, 2012). Veb va Martinning tadqiqotlari tanqidiy fikrlash natijalariga qaratilgan bo'lsa-da, nemis tadqiqoti tajovuzkor xattiharakatlarni kamaytirish uchun mediasavodxonlikni oshirish imkoniyatlarini o'rgandi (Krahe&Busching, 2015). Tadqiqot 5 haftalik mediasavodxonlik kursidan so'ng 627 nafar o'rta maktab o'quvchilarini 7,18 va 30 oylik intervallarda sinab ko'rdi. Ishtirokchilar orasida OAVda zo'ravonlikni o'zida aks ettirgan materiallarga qiziqish yoki qidirish darajasi kamaydi. Qizig'i shundaki, Kraheva Bushning kursida o'qigan talabalar orasida jismoniy tajovuzning kamaygani ham aniqlandi. Nihoyat, ta'lim siyosati olimi Josef Kanva siyosatshunos Benjamin Boyer (2017) yaqinda 15 yoshdan 27 yoshgacha bo'lgan 2101 nafar yoshlar partiyaviy siyosiy lavozimlarni qanday egallashini o'rganishdi. Ularning aniqlashicha, mediasavodxonligi yuqori bo'lgan odamlar noto'g'ri ma'lumotni o'z ichiga olgan postlarga qaraganda faktik postlarni to'g'ri deb baholaydilar ¹.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, mediasavodxonlikni aholi o'rtasida, ayniqsa, yoshlar orasida rivojlantirishning bir nechta foydali jihatlarini ko'rib chiqdik. O'zbekistonda bugungi kunda mediasavodxonlik darajasi ham kundan-kunga rivojlanib bormoqda. Ammo hali-xanuz bu yo'nalishda bir qator islohotlar amalga oshirilishi lozim. Afsuski, bugungi kunda tarqatilayotgan axborotning rost yoki yolg'onligi ahamiyatga ega emas, ko'proq auditoriya ko'rsa va belgilangan resursga kirs bo'ldi. Auditoriyasi katta internet resurslari jamoatchilik fikrini boshqarish vositasi sifatida katta siyosiy va ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lmoqda. 2022 yil yanvar oyiga ko'ra, O'zbekistonda 24,05 million internet foydalanuvchisi mavjud. Kepios tahlili shuni ko'rsatadiki, 2021-2022 yillar oralig'ida O'zbekistonda internet foydalanuvchilari 321 ming nafarga (+1,4 foiz) oshgan. Ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari soni 6,25 millionni tashkil qilgan. O'zbekistonda 2022 yil boshida

¹ Bulger M., & Davison P. (2022). The Promises, Challenges, and Futures of Media Literacy. Retrieved from <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol10/iss1/1/>.

ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari soni jami aholining 18,3 foiziga teng bo‘lib, ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari soni 1,7 millionga (+35,9 foiz) oshdi. GSMA Intelligence ma’lumotlariga ko‘ra, 2022 yil yanvarda O‘zbekistondagi mobil aloqalar umumiy aholining 86,6 foiziga (29,59 million) teng bo‘lgan¹. Ushbu ko‘rsatkichlardan bilishimiz mumkinki, O‘zbekistonda internet va ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari yildan-yilga ko‘payib bormoqda. Bu esa aholining qabul qilayotgan axborotni filtrlay olish va tahlil qila olish qobiliyatini shakllantirish naqadar dolzarb ekanligini taqozo etmoqda.

Shu nuqtai nazardan, “Internews” xalqaro notijorat tashkiloti buyurtmasi bo‘yicha Qozog‘iston, O‘zbekiston va tojikistonlik hamkasblar tomonidan 2019 yilda o‘tkazilgan mediasavodxonlik bo‘yicha mamlakatlararo tadqiqot ma’lumotlarini tahlil qilish nihoyatda dolzarb ko‘rinadi. Ushbu loyihada katta darajada “SIRKON” guruhining tegishli tadqiqotlari metodologiyasidan foydalanildi. Unda har bir mamlakatdan 14 yoshdan 65 yoshgacha bo‘lgan 1000 nafar respondent ishtirok etdi.

“Siz qaysi axborot manbalariga ko‘proq ishonasiz?” degan savolga qozog‘istonlik respondentlarning 46%i, tojikistonliklarning 55%i va o‘zbekistonliklarning 64%i televizionmanbalarga ko‘proq ishonishlarini bildirishgan. Shu kabi so‘rovnomalarning natijasidan kelib chiqib, respondentlarning mediasavodxonlik darajasi ham aniqlangan. Unga ko‘ra, uchala davlat ishtirokchilarining mediasavodxonligi yuqori darajada bo‘lganlari 5-3% ni, o‘rta darajada 60-48 % ni va mediasavodxonligi past darajada bo‘lganlari 50-35%ni tashkil etgan². Bu esa ushbu yo‘nalishga bo‘lgan e‘tiborni yanada kuchaytirishni taqozo etmoqda. Yaqin orada mediasavodxonlik bo‘yicha bir nechta ishlar ham amalga oshirilgan. Masalan, O‘zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi tomonidan “Mediasavodxonlik va “fake-news”: huquq va mas’uliyat chegarasi” nomli qo‘llanma tayyorlagan. Bugungi kunda hukumat tomonidan faqatgina 2 ta “fakt-checking” resurslari ishlamoqda. Bular kovid holati bo‘yicha infodemictoolcit.org sayti va ijtimoiy tarmoqlardagi antifake.uz kanalidir ³. Albatta, ushbu resurslar 24 millionlik internet foydalanuvchilarini soxta xabarlar va axborot xurujlaridan himoya qilishni to‘liq ta‘minlay olmaydi.

Shu kabi muammolarni bartaraf etish uchun quyidagi choratadbirlarni amalga oshirish maqsadga muvofiq bo‘lar edi.

Birinchiidan, O‘zbekistonda mediasavodxonlik bo‘yicha maxsus markaz va kurslar mavjud emas. Shu bois aholi o‘rtasida mediasavodxonlikni rivojlantirish uchun

¹ Digital 2022: Uzbekistan – DataReportal – Global Digital Insights. (2022). Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-uzbekistan>.

² Задорин И.В., Сапонова А.В. Сравнительный анализ индексов медиаграмотности в странах центральной Азии© Коммуникатсии. Медиа. Дизайн, Том 5, Но3, 202083. Ретриевед фром хттпс://смл-журнал.хсе.ру/артисле/ виев/11850/12605

³ https://t.me/antifake_uz.

maktablarda va oliy ta'lim muassasalarida mediasavodxonlik kurslarini tashkil etish maqsadga muvofiqdir.

Ikkinchidan, axborotni tahlil qilish va mediasavodxonlik kurslarining video- va audioformatlarini yaratuvchi hamda targ'ibot qilish bilan shug'ullanuvchi maxsus markaz tashkil etilishi lozim.

Uchinchidan, soxta xabarlar, dezinformatsiya va manipulyatsion xarakterga ega bo'lgan postlarni joylashtirganlik, tarqatganlik uchun javobgarlikni yanada kuchaytirish kerak.

To'rtinchidan, mediasavodxonlik targ'iboti bo'yicha blogerlar bilan hamkorlikni kuchaytirish va ular uchun maxsus kurslarni tashkil etish lozim.

Beshinchidan, aholining siyosiy savodxonligini va mediasavodxonligini oshirishga xizmat qiluvchi tadqiqot loyihalarini ko'paytirish hamda ularni moliyalashtirishga grantlar e'lon qilinishi lozim.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, shuni qayd etish kerakki, mediasavodxonlik darajasini oshirish orqali bir qator raqamli makondagi huquqbuzarliklarning oldi olinadi, axborot xavfsizligi ta'minlanadi va jamiyat barqarorligi yanada mustahkamlanadi. O'zbekistonda esa mediasavodxonlikka bo'lgan e'tiborni har tomonlama kuchaytirish lozim. Ushbu yo'nalishda yetarlicha tadqiqot va ilmiy ishlar hali amalga oshirilmagan. Siyosiy va mediasavodxonlik darajasini oshirish bo'yicha mas'ul tashkilot yoki muassasa mavjud emas. Ushbu muammolarni bartaraf etish uchun maxsus targ'ibot va tashviqot ishlarini, ayniqsa, raqamli makonning o'zida yanada kuchaytirish lozimligi namoyon bo'lmoqda. O'zbekistonda aholining raqamli vositalardan foydalanish ko'rsatkichi tobora oshib borar ekan, mediasavodxonlik darajasini oshirish davlat axborot siyosatining ajralmas qismiga aylanishi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Bulger M., & Davison P. (2022). The Promises, Challenges, and Futures of Media Literacy. Retrieved from <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol10/iss1/1/>.
2. Digital 2022: Uzbekistan-DataReportal-Global Digital Insights. (2022). Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-uzbekistan>.
3. Задорин И.В., Сапонова А.В. Сравнительный анализ индексов медиаграмотности в странах центральной Азии© Коммуникатсии. Медиа. Дизайн, Том 5, Но3, 202083. Ретриевед фрром хттпс://смд-жоурнал.хсе.ру/артисле/виев/11850/12605
4. https://t.me/antifake_uz.
5. <https://infodemictoolkit.org/>