



UO‘K: 370.153 + 621.394.61

**OMMAVIY AXBOROT VOSITALARIDAGI MANIPULYATIV OMILLARNI INSON ONGIGA
TASIRINI O‘RGANISH****STUDYING THE EFFECT OF MANIPULATIVE FACTORS IN MASS MEDIA ON HUMAN
MIND****ИЗУЧЕНИЕ ВЛИЯНИЯ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ФАКТОРОВ В СМИ НА РАЗУМ
ЧЕЛОВЕКА****Mo‘minov Davronjon Marifjon o‘g‘li** 

Farg‘ona davlat universiteti, Psixologiya kafedrasida o‘qituvchisi

Annotatsiya

Ushbu maqolada manipulyatsiya muammosini nazariy jihatdan o‘rganish va shaxslar o‘rtasidagi ommaviy axborot vositalarini tasir etish belgilarini aniqlash yo‘llarini yoritib berilgan. Maqolani amaliy ahamiyatini oshirish maqsadida maktab o‘quvchilari orasida manipulyatsiyani o‘rganish bo‘yicha anketa o‘tkazilgan. Shu bilan birgalikda «Bass Darki» agressivlik dinamikasini aniqlovchi metod, shaxs aktsentuatsiyasini diagnostika qilish so‘rovnomasi (K.Leongard), «Xissiyot» va «Emotsiyalar»ni o‘rganish metodikalaridan foydalanilgan. Ommaviy axborot vositalarida manipulyatsiya xususiyatlarini tadqiq qilish masalasini amaliy izohlangan. Ommaviy axborot vositalari shaxslarning xulqidagi o‘ziga xos tomonlarini bilgan holda ularning psixik holatiga va ish harakatlariga tasir qilishi mumkinligi haqida ma‘lumot berilgan. Ushbu tadqiqotimiz orqali telekanallar tele dasturlarini taxlil qilganimizda vaqt reglamentini juda katta qismini chet-el film va seriallari bilan band qilinganligi, tarbiyaviy ahamiyatga molik bo‘lgan teleko‘rsatuvlarga esa juda oz vaqt ajratilganligiga alohida ahamiyat berilgan.

Abstract

This article sheds light on ways to theoretically study the problem of manipulation and identify signs of interpersonal media influence. In order to increase the practical value of the article, we conducted a questionnaire on the study of manipulation among schoolchildren. At the same time, the "Bass Darki" method for determining aggressiveness dynamics, the personality accentuation diagnosis questionnaire (K. Leongard), "feelings," and "emotions" research methods were used. The question of researching the characteristics of manipulation in mass media is explained practically. It is reported that the mass media can affect the mental state and work activities of individuals, knowing the specific aspects of their behavior. Through this research, when we analyzed the television programs of the TV channels, we paid special attention to the fact that a very large part of the time regulation was occupied by foreign films and serials, and very little time was allocated to the educational TV shows.

Аннотация

Данная статья проливает свет на пути теоретического изучения проблемы манипулирования и выявления признаков межличностного медиавливания. С целью повышения практической ценности статьи мы провели анкетирование по изучению манипулирования среди школьников. При этом использовались методика «Басс Дарки» для определения динамики агрессивности, опросник диагностики акцентуаций личности (К.Леонгард), методы исследования «Чувства» и «Эмоции». На практике объясняется вопрос исследования особенностей манипуляции в средствах массовой информации. Сообщается, что средства массовой информации могут влиять на психическое состояние и трудовую деятельность людей, зная особенности их поведения. В рамках данного исследования, когда мы анализировали телевизионные программы телеканалов, мы обратили особое внимание на то, что очень большую часть временного регламента занимали зарубежные фильмы и сериалы, а образовательным телепередачам отводилось очень мало времени.

Kalit so‘zlar: ommaviy axborot, manipulyatsiya, kommunikativ, regulativ, axborot, aksiologik, internet.**Key words:** media, manipulation, communicative, regulatory, information, axiological, internet.**Ключевые слова:** медиа, манипуляция, коммуникативный, регуляторный, информационный, аксиологический, интернет.**KIRISH**

Ommaviy axborot vositalari bugungi kunda to‘rtinchi hokimiyat sifatida xalqning minbariga aylanib bormoqda. Xalq endilikda ommaviy axborot vositalari orqali o‘z fikrini emin-erkin ifoda etib, unga ishona boshladi. Shuning uchun ham so‘nggi paytlarda ommaviy axborot vositalariga

bo'layotgan murojaatlarning soni keskin oshdi. Ommaviy axborot vositalarida jonli efirlar, real voqealar, masalaning ildizigacha borib o'rganilgan hayotiy haqiqatlar aks etmoqda[1, 2].

Prezident Shavkat Mirziyoyevning 2017-yil 3-avgust kuni milliy madaniyatimiz namoyandalari, ijod ahli bilan uchrashuvi ommaviy axborot vositalari sohasida ham yangi bosqichni boshlab berdi[1].

Bugungi shiddatli o'zgarishlar davrida yolg'on gapirish, muammolarni xaspo'shlash, balandparvoz gaplar bilan go'yoki muammolarni bezash, kimgadir yoqish maqsadida ko'rsatuv tayyorlash yoki maqola yozish davlatimiz rahbari ko'p ta'kidlaganidek kelajagimizga qilingan xiyonat bo'ladi. Chunki muammolarni ochiq, oshkora aytib, uni yechsak, kelajak oldida ham yuzimiz yorug' bo'ladi. Misol uchun, "Munosabat" ko'rsatuvida o'quvchilarni paxtaga olib chiqish, ko'cha supurtirish, daraxt oqlash kabi majburiy mehnat bo'yicha o'nlab ko'rsatuvlar tayyorladik. Bu ko'rsatuvlar xalqni qiynab kelayotgan og'riqli dard edi va bu narsalar mamlakat siyosati darajasiga ko'tarilib, oxir-oqibatda bartaraf etildi.

Bundan tashqari, mamlakatimiz oliy o'quv yurtlariga kirish imtihonlari – test tizimidagi adolatsizliklar, bunkerlar, paravozlar haqida ko'rsatuvlar qildik. Bu muayyan korrupsion elementlarning keskin qarshiligiga uchrasa-da, lekin xalqning e'tirofiga sazovor bo'ldi va bu narsalar ham ommaviy axborot vositalari xalqqa ko'prik bo'lib, xalqning dardini ma'lum ma'noda hukumat darajasiga yetkazishga erishdik.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA

Odam bolasida ulg'aygan sari ijtimoiylashuv jarayoni shakllanib, kengayib boradi va turli ijtimoiy muhit ta'siri ostiga tushadi hamda o'zaro munosabatlarga kirishish mobaynida axborot almashinuvi jarayoni kechadi. O'zaro munosabatlarga kirishish jarayonida esa, boshqa bir shaxsni ta'siri ostiga tushib, ongsiz ravishda boshqarilishi ham mumkin. Bu manipulyativ psixologiya deb atalib, axborot almashinuvi jarayoniga kirishishda psixologik manipulyasiyaning transformatsiyasi siyosat, diplomatiya, harbiy san'at, savdo-sotiq hamda ba'zi shaxslararo munosabatlarda ko'zga tashlanadi[7]. Manipulyasiya (lotinchadan tarjima qilinganda-hovuch ma'nosini anglatadi)[9] asosan odamni sirli boshqarish bo'lib, -aldov, ayyorlik deb ataladi. Bu yo'nalish bilan ishlashda shu narsani ta'kidlab o'tish joizki, Evropa va Amerika madaniyatlari Sharq mamlakatlariga qaraganda juda kech boshlangan, chunki buning oqibatlari va tarixiy malakaning yo'qligidir. Sharq mamlakatlarida bu yo'nalishning sir-asrorlari sir tutilib, maxfiy saqlangan va shaxsga bunday ta'sir o'tkazish usullari qat'iy nazorat qilingan[4].

Axborotlashuv jarayoni jamiyatdagi iqtisodiy hamda ijtimoiy-madaniy o'zgarishlarga jiddiy ta'sir ko'rsatadi. G'arb sotsiologlari fikriga ko'ra, axborotlashgan jamiyattexnika sohasida-ishlab chiqarish, iqtisodiyot, ta'lim va maishiy hayotga axborot texnologiyalarining keng joriy etilishi; iqtisodiy hayotda-axborotning tovarga aylanishi; ijtimoiy hayotda-axborot turmush, hayot darajasi o'zgarishining asosiy omiliga aylanishi; siyosiy sohada-keng miqyosda fikr almashishga zamin yaratuvchi xilma-xil axborotlarni erkin olishga yo'l ochilishi; madaniyat sohasida-axborot almashinuvi davr ehtiyojlariga javob beradigan normalar va qadriyatlarining shakllanishi bilan xarakterlanadi.

Shubhasiz, zarur axborotlarga ega bo'lishga intilish – davr talabi. Biroq, bugungi kunda, shaxs, ijtimoiy guruh, millat, jamiyat va davlatning o'zi haqida axborotlarni tarqatishi ham muhim ahamiyat kasb etadi. Buning ikki asosiy jihati mavjud. Birinchidan, masalan, Internet tarmog'i imkoniyatlari kengayib borayotgan hozirgi davrda, ulardan mamlakatimizning jahon hamjamiyatida tutgan o'rnini mustahkamlashda keng foydalanish zarur. Chunki, jahonga tanilish uchun nafaqat real dunyoda, balki, axborot dunyosi (virtual olam)da ham harakatlar olib borish zarur. Respublikamiz birinchi Prezidenti I.A.Karimov ta'kidlaganlaridek, «bu borada ishni to'g'ri tashkil etish uchun internet tizimidan samarali va oqilona foydalanish, uni o'zimizning ma'lumotlar bilan to'ldirish kerak...bizning zaif tomonimiz shundaki, internetda O'zbekiston bilan bog'liq ma'lumotlar juda kam[2]. Nega deganda, bizda bu jarayonning texnikasi va texnologiyasi talab darajasida emas. Milliy qadriyatlarimiz, tarix va merosimiz, bugungi fan, san'at va adabiyotimizning eng yaxshi namunalarini internetga kiritish dasturi ishlab chiqilmagan». Ikkinchi muhim jihat shundaki, yurtimiz hayotiga doir ayrim noxolis, tor doiradagi manfaatlardan kelib chiqib tarqatilayotgan ma'lumotlarga javoban axborotlarni global miqyosda targ'ib-tashviq etish tashqi axborot tahdidlariga qarshi o'ziga xos qalqon vazifasini bajaradi. Bu esa, turli geosiyosiy manfaatlar doirasidagi axborot tahdidlari ta'sirini kamaytirish va milliy axborot makoni xavfsizligi ta'minlanishining muhim sharti hisoblanadi.

Buning uchun, kishilarda axborot iste'moli madaniyatini yuksak darajada shakllantirishga erishish zarur. Shundagina ma'lumotlarga ko'r-ko'rona ergashish, ularni noto'g'ri talqin etishning oldi olinadi. Eng muhimi esa, axborot iste'moli madaniyatiga ega inson, jamiyat, xalq va millat g'arazli manfaatlar doirasidagi geoaxborotlar ta'siriga tushib qolmaydi. Albatta, axborot iste'moli madaniyatining shakllanishi murakkab jarayon bo'lib, ijtimoiy hayotning barcha sohalarida tizimli ravishda sa'y-harakatlarni olib borishni taqozo etadi.

Axborot iste'moli madaniyati ham madaniyatning boshqa shakllari kabi bir qator funksiyalarni bajaradi. Kommunikativ, regulyativ (tartibga solish), axborot, aksiologik (baholash) kabi funksiyalar shular jumlasidandir. Biz tahlil etayotgan muammo doirasida axborot iste'moli madaniyatining baholash funksiyasi alohida ahamiyatga ega. Masalan, internet orqali juda ko'p ijobiy ma'lumotlar bilan birga, Sharq madaniyatiga, xususan, kishilarimiz xulqu odobiga salbiy ta'sir etuvchi axborotlar ham uzatilayotgani, tabiiyki, kishilarimiz, ayniqsa, yoshlarimiz g'oyaviy tarbiyasiga salbiy ta'sir etishi mumkin. Axborot iste'moli madaniyatini shakllantirish orqaligina bunday ta'sirlarning oldini olish mumkin. Shuningdek, "biz ba'zan G'arb madaniyati to'xtovsiz kirib kelayotgani haqida taassuf bilan gapiramiz. Bu shunday kuchli oqimki, unga qarshi chiqish juda mushkul. Buning faqat bitta yo'li bor. U ham bo'lsa, Internetga o'zimizga mos bo'lgan ma'lumotlarni o'z vaqtida kiritishdan iborat".

NATIJA VA MUHOKAMA



Tadqiqotimizni amaliy qismida dastlabki faoliyatni ommaviy axborot vositalarini kuzatishdan boshladik. Buning uchun biz yurtimizda faoliyat olib borayotga tele kanallar ichidan eng ommabop bo'lib ulgurganlarini tanlab oldik. Bular quyidagi tele kanallardir:



- 1)Sevimli telekanali.
- 2)Mening yurtim telekanali.
- 3)Zo'r tv telekanali.
- 4)Milliy telekanali.

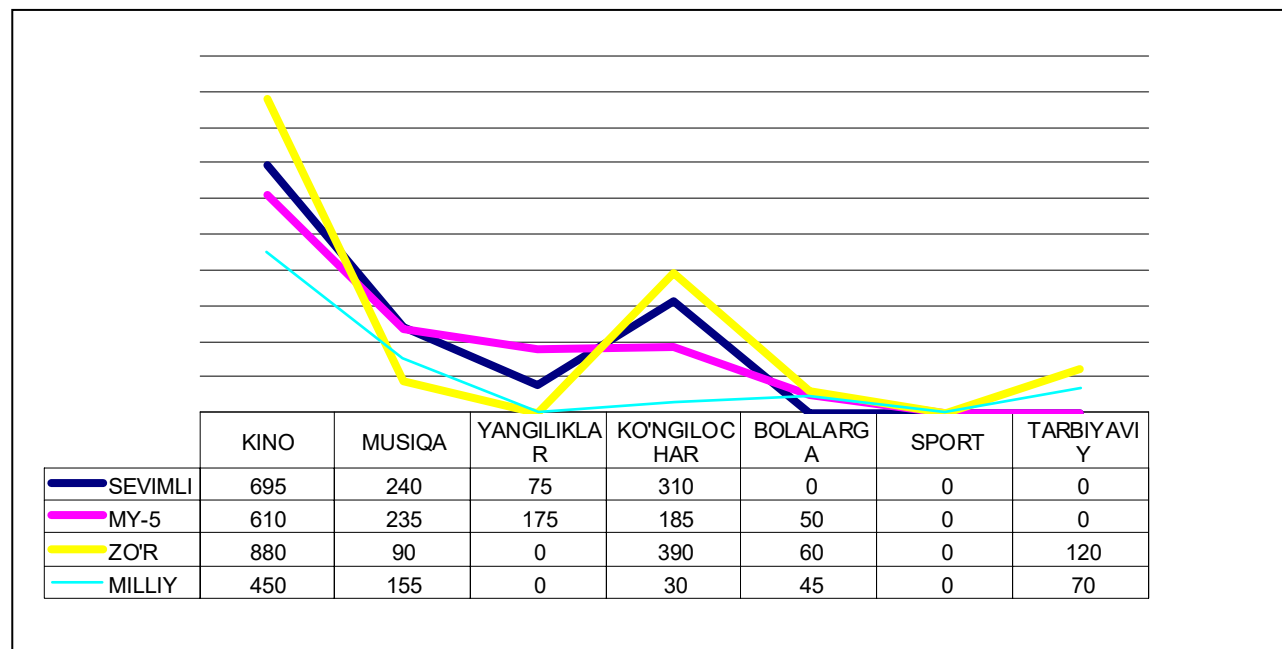
Yuqoridagi tele kanallar faoliyatini kuzatish maqsadida ular tomonidan berib borilayotgan tele dasturlar ro'yxatini taxlil qilib chiqdik. Buning uchun to'rttala telekanalning bir kunlik efirga uzatiladigan tele ko'rsatuvlar ro'yxati o'rganildi. Taxlilga ko'ra ko'rsatuvlarni kata qismini serial va filmlar tashkil qilmoqda. Undan quyi pog'onalarini esa ko'ngil ochar dasturlar va musiqa tashkil qilmoqda. Ommaviy madaniyatni targ'ib qiluvchi serial va filmlardagi saxna ko'rinishlari uni tomosha qilib turgan tomoshabinlar ruhiyatiga o'z ta'sirini ko'rsatmay qolmaydi albatta. Misol uchun telekanallar ichida Zo'r tv telekanali, serial va filmlarga qolganlaridan ko'ra ko'proq vaqt ajratib ro'yhatimizda birinchi o'rinni egalladi. Qariyb 880 minut vaqtni serial va filmlarga ajratgan bu telekanal, bizning mintalitetimizga yod bo'lgan g'oyalarni o'zida singdirgan saxna ko'rinishlariga boy bo'lgan filmlar begona millat g'oyalarini targ'ib qilishning asosiy qurollaridan ekanligini nahot bilmasalar. Bu kabi holatlarni yana bir qator ko'rib chiqilgani ma'qul bizning fikri ojizimizcha. Fikrlarimiz isboti sifatida quyidagi (1-jadval) jadvalda tele kanallarining bir kunlik (21.01.2024-yil) tele dasturlar taxlili keltirilgan.





Tadqiqot ishimizni so'ngiga kelib tele kanallar ustida olib borilga kichik taxlilimizni qayta o'tkazdik va quyidagi jadval (2-jadval) ga natijalarimizni kerakli qolipda joylashtirdik. Ushbu ma'lumot 18.05.2024 yil sanasida efirga uzatiladigan tele dasturlardan olindi. Taxlildan olina natijalarni o'zingiz ko'rishingiz mumkun. Bu safargi taxlilimizni ham kata qismini serial va filmlar band qilib turibdi, kegingi

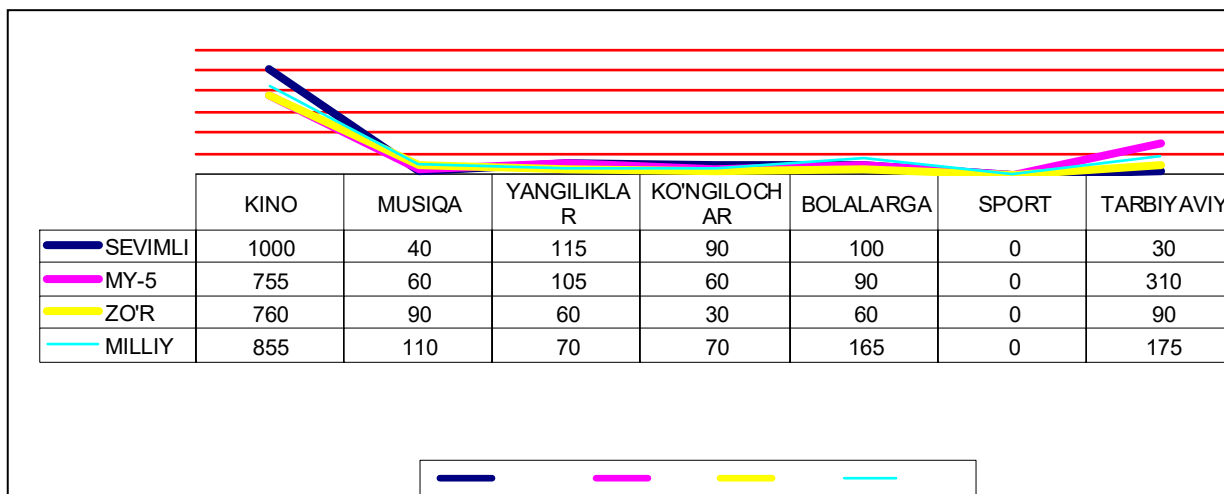
1-jadval

TV kanallar	KINO	MUSIQA	YANGILIKLAR	KO'NGIL OCHAR DASTURLAR	BOLALARGA	SPORT	TARBIYAVIY
	695	240	75	310	-	-	-
	610	235	175	185	50	-	-

	880	90	-	390	60	-	120
	450	155	-	30	45	-	70



TV kanallar	KINO	MUSIQA	YANGILIKLAR	KO'NGIL OCHAR DASTURLAR	BOLALARGA	SPORT	TARBIYAVIY
	1000	40	115	90	100	-	30
	755	60	105	60	90		310
	760	90	60	30	60		90
	855	110	70	70	165		175



Tatqiqot ishimizning empirik qismini taxlil qilishda kuzatishlar bilan bir qatorda bir necha metodikalar yordamida ommaviy axborot vositalarini shaxs shakllanishiga ta'sirini taxlilini o'tkazdik. Buning uchun Shaxs aktsentuatsiyasini diagnostika qilish so'rovnoma (K.Leongard), Bass – Darki so'rovnoma va ijtimoiy fikr so'rovnomalardan foydalanildi. Birinchi o'rinda ijtimoiy fikr so'rovnoma orqali biz tatqiqotimiz obekti bo'lgan o'spirin yigit va qizlarimizni hayotlarida ommaviy axborotga yo'nalganlik darajalarini aniqladik. Ushbu metodikamizning natijalarini quyidagi jadval (3-jadval) orqali ko'rishingiz mumkin. "Ijtimoiy fikr" so'rovnomasida jami 196 ta boladan 189 tasi ishtirok etib o'z javoblarini berdilar. Metodikamizning tahliliga binoan 45 ta ishtirokchi bilan " tengdoshlariga bo'lgan munosabat " eng yuqori o'rinni egalladi, keying o'rinni esa 36 ta ishtirokchi bilan "ommaviy axborot vositalariga bo'lgan munosabat" hamda "o'ziga bo'lgan munosabat" bo'limlari egalladi. Qolgan bo'limlar ham shu tartibda o'rinlarga ajratildi. So'rovnomaning taxlil qilish jarayonida bir narsaga duch keldik. Beshinchi bo'limning 5-savoliga yani Bugungi kunda ko'p miqdorda namoyish etilayotgan jangari va qo'rqinchli kinofilmlar inson ruhiyatiga salbiy ta'sir ko'rsatadi deb o'ylaysizmi? Degan savolga ishtirokchilarning 141 nafari qariyb 75% "Ha" deb javob berganlar. Shaxsning shakllanishida ommaviy axborot vositalarining o'rni katta deb o'ylaysizmi? Degan savolga esa ishtirokchilarning 151 nafari ya'ni 80% "Ha" deb javob berganlar. Bundan ko'rinadiki yoshlarimiz bugungi kunda ommaviy axborot vositalarini shaxs kamolotida tutgan o'rnini juda yaxshi anglab yetganlar.

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlash lozimki, Yuqorida olib borilgan tatqiqotlarimiz mobaynida bir narsaga guvoh bo'ldik. Bugungi kundagi shaxs psixikasiga o'zining sezilarli ta'sirini o'tkazib keluvchi Ommaviy axborot vositalaridagi berib borilayotgan ma'lumotlarni efirga yoki omma e'tiboriga uzatishdan oldin uning ta'sir doirasi qanday? Insonlarga, ayniqsa o'sib kelayotgan yosh avlod psixikasiga qay yo'sinda o'z ta'sirini o'tkazmoqda? Yoki bo'lmasa yoshlarimizga qanday stimuly berilmoqda? Sodda qilib aytganda qanday mativ berilmoqda?, degan savollarga javob bergan holatda ommaga taqdim qilinsa maqsadga muvofiq bo'lar edi. Yuqorida telekanallar teledasturlarini taxlil qilganimizda vaqt reglamentini juda katta qismini chet-el film va seriallari bilan band qilinganligi, tarbiyaviy axamiyatga molik bo'lgan teleko'rsatuvlarga esa juda oz vaqt ajratilganligi kishini o'ygatadi. Albatta bu yerda reklamaga ajratilgan vaqt ko'rsatilmagan. Biz natijalarni taxlil qilganimizda telekanallarining gazeta jurnalidagi programmalaridan foydalanganmiz. Reklamaga ajratilgan vaqt teledasturlar ro'yhatida berilmaydi albatta, lekin reklama ham anchagina vaqtni o'z ichiga oladi. Lekin bir narsani yodda tutishimiz kerakki reklama va e'lonlarda ham aslida manipulyatsiyaning bir ko'rinishidir. Doimiy ravishda bir hil narsani yoki bo'lmasam holatni namoyish qilinishi shu narsa yoki boshqa bir holatni ijtimoiy norma sifatida qabul qilinishiga olib keladi. Misol uchun bir reklama roligini taxlil qiladigan bo'lsak. "Pikovit" bolalar uchun vitamin maxsulotlari reklamasini oladigan bo'lsak. Bu reklamada pikovit maxsulotlarini istemol qilgan bolakay serg'ayrat va hushchaqchaqlik bilan devorga rasmlar chizib uyni betartib xolatga keltirganligi namoyish qilinadi. Ushbu reklama ommalashgan vaqtda ota-onalardan farzandi devorlarga chizib tashlayotganligi, sho'xligi haqida bir-birlariga noligan suhbatlarini eshitib qolardik. Shu kabi holatlarni ko'p kuzatganmiz albatta, farzandiga seryal bosh qaxramonlarini ismlarini qo'yish, yosh bolalarda kino film qahramonlariga bo'lgan taqlidlar yoki bolmasam reklamalardagi qiziqarli so'zlarni takrorlab yurish kabi holatlarni sanab o'tishimiz mumkin bo'ladi. Ommaviy axborot vositalarini faoliyatini cheklab qo'yolmaymiz albatta, lekin ushbu ishimiz orqali ularning ish

faoliyatlariga yuqori masuliyat bilan qarashlari zarurligini so'rab qolamiz. Zero sog'lom va teran fikrlovchi xalq ertamiz poydevoridir. Yuqorida aytib o'tilgan ob'ekt va sub'ektga munosabat jarayonidagi imperativ, manipulyativ hamda rivojlantirib boruvchi holatlarni to'g'ri baholay olsa to'g'ri anglay olsa, shaxsda psixologik himoyani shakllantirish, ruhiy tushkunlikka tushmaslik, tashqaridan turli voqea-hodisalar ta'siriga berilmaslik natijasida inson manipulyatsiya qurboniga aylanmasligi mumkin. Bundan tashqari suhbat davomida suhbatdoshning xatti-harakati, mimikasi, pantomimikasi hamda suhbatdoshning asl maqsadini to'g'ri anglay bilishi shart.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Shavkat Mirziyoyevning 2017-yil 3-avgust kuni milliy madaniyatimiz namoyandalari, ijod ahli bilan uchrashuvidan.
2. Mirziyoyev Sh. M. "Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak". Toshkent : O'zbekiston, 2017 y.
3. E. G'oziev. "Psixologiya metodologiyasi" Toshkent 2013 y
4. Волкогонов Д. А. Психологическая война. М., 1983.
5. Marifjon o'g, M. M. D. (2022). Ijtimoiy munosabatlarda manipulyativ ta'sirlarning psixologik asoslari. O'zbekistonda fanlararo innovatsiyalar va ilmiy tadqiqotlar jurnali, 2(13), 818-822.
6. Шостром Э. Анти-Карнеги, или Человек-манипулятор. Минск, 1992.
7. Muminov, D. (2022). Psychological and psychological and pedagogical aspects of human capital and social security. Uzbek Scholar Journal, 4, 60-62.