

**МАВЗУ: ИНТЕРНЕТ ТАРМОҚЛАРИДА  
МАНИПУЛЯТИВ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН  
ФОЙДАЛАНИШ УСУЛЛАРИ  
(ижтимоий тармоқлар мисолида)**

**ИРОДА ТОШМАТОВА**  
**401 гуруҳ талабаси**

# Тадқиқот мавзусининг долзарблиги

Интернет тармоғи бугунги кунда ахборотни тез, қулай ва арзон тарқатиш воситасига айланди.

Сўнгги ҳисоб-китобларга кўра, дунё бўйлаб интернетнинг умумий фойдаланувчилари сони 2.405.510.175дан ошган (34,5%). Ўзбекистонда эса бу кўрсаткич 5.573.148 нафарни ташкил этади (20%).



# Ижтимоий тармоқларнинг пайдо бўлиши ахборот оламида чинакам инқилобни юзага келтирди







Ижтимоий тармоқларнинг зарарлари ҳақида кўп бора бонг урилаётган бўлишига қарамасдан, журналистика учун у аудитория билан самарали алоқа ўрнатиш воситаси саналади.



# Битирув малакавий ишининг мақсади

Ижтимоий тармоқларнинг ОАВ сифатидаги ўрни қай даражада эканлигини аниқлаш, жамоатчилик онгига таъсир этишда манипулятив технологиялардан фойдаланиш усулларини таснифлаш ва муаммони бартараф этиш йўлларини кўриб чиқишдан иборат.



## Кўзланган мақсадни амалга оширишда қуйидаги вазифаларга таянилади:

- ижтимоий тармоқларнинг кенг жамоатчилик орасида муваффақият қозониши сабабларини аниқлаш ва таҳлил қилиш;
- “Твиттер” ижтимоий тармоғининг ОАВ сифатида жамият ҳаётидаги ўрнига баҳо бериш;
- ижтимоий тармоқларда қўлланилаётган манипулятив технологияларни аниқлаш, уларнинг таъсир этиш механизмларини кўриб чиқиш;
- интернетда ахборот тарқатишнинг ташкилий ва ахлоқий жиҳатларини ўрганиш;
- ахборот глобал таъсир этиш воситасига айланган шароитда ижтимоий тармоқларда маълумотлар кўламини чеклаш даражасини аниқлаш;
- йирик ахборот агентликлари ва порталлари, машҳур сиёсат арбоблари ва давлат раҳбарларининг ижтимоий тармоқлардан фойдаланиш имкониятини таҳлил этиш;
- ижтимоий тармоқларнинг манипулятив таъсиридан ҳимояланиш бўйича тавсиялар ишлаб чиқиш.



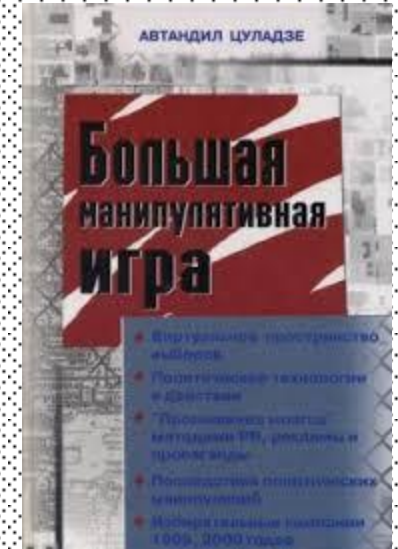
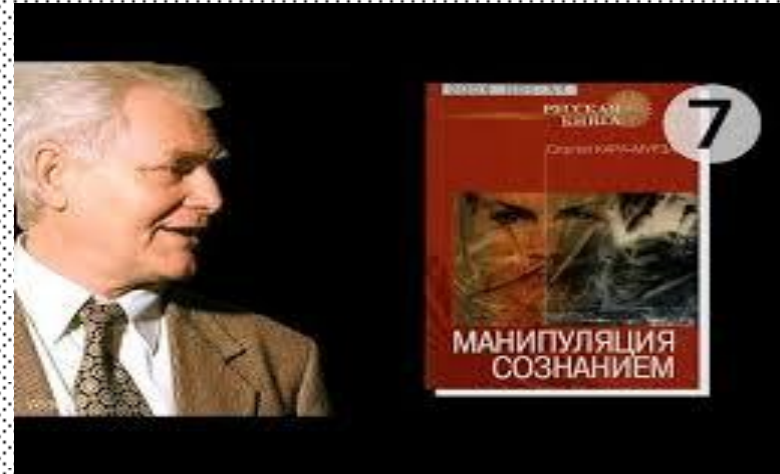
**Манипуляцияга ишораларни милоддан аввалги V асрларда Қадимги Юнонистонда яшаб ўтган римлик нотиклар – Аристотель, Цицерон ва Квинтилиан асарларида учратиш мумкин.**



“Хорижий сўзлар лугати”да берилган маълумотга кўра, манипуляция (фр. Manipulation — лот. Manipulatio — manipulus, яъни “ҳовуч, сиқим”) — 1) кўл ҳаракати, у орқали кўзланган мақсадни амалга оширмақ; 2) кўзбойламачилик(фокус кўрсатмақ), кўлнинг фавқулудда эпчиллиги эвазига томошабинлар нигоҳини шамғалат қилмақ, бир лаҳза фикрлашдан тўхтатиб қўймақ; 3) яширинча фирибгарлик, найранг сингари маъноларни англатади.



# Бу борадаги асосий илмий манбалар:



“Ижтимоий тармоқ” атамаси бевосита интернет билан боғлиқ бўлиб, унинг оммалашуви 2004 йилдан бошланган. Шу йили АҚШда машҳур “Facebook” ижтимоий тармоғига асос солинган эди.

Сўнгги йилларда ижтимоий тармоқлар мавзусида чоп этилган илмий адабиётларга мисол сифатида инглиз олимлари Питер Э.Мэюкс, Стив Жонс, рус олимлари Евгений Вайнер, Евгений Горный, Виктор Паско, Виктория Сухарова, шунингдек, ўзбек тадқиқотчиси, филология фанлари номзоди Д.Рашидованинг бир қатор қўлланмалари ва интернет манбаларини келтириш мумкин.







Тадқиқот объекти бугунги кунда дунё аҳолисининг асосий қисми орасида машҳур “Твиттер” ижтимоий тармоғидир. Лекин айрим ўринларда бошқа ижтимоий тармоқлар, жумладан, “Вконтакте”, “Facebook”, “odnoklassniki.ru” тармоқлари амалиёти ҳам қиёслаш мақсадида таҳлилга олинади.



Твиттер 2006 йилда АҚШда пайдо бўлди. Инсоният тарихидаги дастлабки “твит” (“tweet” – “Twitter” ҳажми 140 белгидан кўп бўлмаган қисқа хабар) 2006 йилнинг 21 март куни такси, курьер ва шунга ўхшаш хизматлар учун буюртмалар қабул қилувчи диспетчерлик компанияси раҳбари — Жек Дорси томонидан ёзилган эди. Маълумотларга кўра, бугунги кунда ушбу ижтимоий тармоқда рўйхатдан ўтганлар сони 500 миллион, фаол фойдаланувчилар сони эса 140 миллионни ташкил этади. Твиттер бошқа кўплаб ижтимоий тармоқлар каби ёш, ижтимоий мақом, дин ва касб танламагани, қолаверса, 140 белгидан ошмайдиган қисқа хабарлар алмашинувини назарда тутгани учун омма орасида тез машҳур бўлди.



# Тадқиқот ишининг илмий янгилиги

**Ижтимоий тармоқларда ОАВ хусусиятларининг намоён бўлиши, ижтимоий тармоқлар ва журналистиканинг ўзаро алоқадорлиги, ижтимоий тармоқларнинг жамоатчилик ҳаётидаги ўрни ва манипулятив таъсири каби масалалар чуқур ва батафсил ўрганишни талаб этади.**







Ижтимоий тармоқларнинг жамоатчилик онгини бошқариш воситаси сифатидаги аҳамияти, “Твиттер” тармоғининг жаҳондаги ижтимоий-сиёсий жараёнларга таъсири, тармоқ орқали ахборот тарқатишнинг қулайлик ва қусурларини ўрганиш орқали миллий журналистикамиз ривожига муносиб ҳисса қўшишдан умидвормиз ва бу битирув малакавий ишининг илмий янгилигини белгилаб беради.

# Ишнинг методологик асослари

Мазкур ишнинг методологик асослари бўлиб Ўзбекистон Республикаси Конституцияси, ОАВ тўғрисидаги қонунлар, Ўзбекистон Республикаси Президенти И. Каримовнинг асарлари ва нутқлари, шунингдек, ижтимоий тармоқлар ва жамоатчилик онгини манипуляция қилиш каби ҳолатларни атрофлича ўрганувчи мамлакатимиз ҳамда хориж тадқиқотчиларининг асарлари хизмат қилди. Интернет журналистикаси, ижтимоий тармоқлар ва манипулятив технологиялар ҳақида шу даврга қадар яратилган илмий адабиётлар, жумладан, С.Кара-Мурза, Р.Харрис, ўзбек олимларидан Х.Дўстмуҳамедов, Ф.Мўминов, Н.Қосимова, Д.Рашидова, Ш.Қудратхўжаев, Н.Муратоваларнинг ўқув қўлланмалари мазкур битирув малакавий иши учун назарий асос вазифасини бажаради.

# Ишнинг таркибий тузилиши

## Кириш

**I БОБ. ИНТЕРНЕТДАГИ ИЖТИМОЙ ТАРМОҚЛАР — АХБОРОТ ТАРҚАТИШНИНГ ЯНГИ ИМКОНИАТИ СИФАТИДА.**

**1.1- . Ижтимоий тармоқлар ва уларнинг таснифи**

**1.2- . Ижтимоий тармоқларда ахборот тарқатишнинг ташкилий ва ахлоқий асослари**

**1.3- . Ижтимоий тармоқларда ахборот тарқатиш технологиялари**

**II БОБ. ИНТЕРНЕТ ЖУРНАЛИСТИКАСИ ТАРМОҚЛАРИДА МАНИПУЛЯТИВ ТЕХНОЛОГИЯЛАРНИНГ НАМОЁН БЎЛИШИ.**

**2.1- . Ахборот тарқатишда манипулятив технологияларнинг кўриниши**

**2.2- . Ижтимоий тармоқлар(Twitter)да манипулятив технологияларнинг намоён бўлиш шакллари**

**2.3- . Ахборот хавфсизлигини таъминлаш ва аҳолининг ахборот олиш маданиятини ҳимоялашда манипуляцияга қарши чоралар кўриш зарурати**

## Хулоса

**Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

**Иловалар**



# ХУЛОСА

Ижтимоий тармоқлар жаҳон ҳамжамияти ва XXI аср инсонлари ҳаётига ўзига хос янгилик бўлиб кирди. Уларнинг ривожланиши ва истиқболи кўплаб омиллар, жумладан, инсонларга ўзлигини топиш, замонавий жамият ҳаётида фаол иштирок этиш, “фуқаролик журналистикаси”ни шакллантириш, хабарларни тезкор равишда узатиш каби имкониятларни бериши билан боғлиқ. Ҳар бир ижтимоий тармоқ фойдаланувчиси мавжуд техник имкониятлар ёрдамида бирор воқеа-ҳодиса ҳақида виртуал маконга ахборот жойлаши (аудио, видео ёки фотоматериал кўринишида) ва бу ахборот бир неча дақиқа ичида юзлаб кишиларга етиб бориши мумкин.



Интернет ва ижтимоий тармоқлардан фойдаланиш “эпидемия”си бутун дунёда авж олган бир пайтда инсонларни ёлғон ахборотлар ва манипуляциялардан ҳимоялаш эҳтиёжи вужудга келади. Бундай шароитда ОАВ зиммасига янада масъулиятлироқ вазифалар юкланади.



ЭЪТИБОРИНГИЗ  
УЧУН РАХЪМАТ!

