



ИЖТИМОЙ ТАРМОҚЛАРНИНГ ШАХС ИЖТИМОЙ СИЁСИЙ ДУНЁҚАРАШИГА ТАЪСИРИНИНГ АЙРИМ ЖИХАТЛАРИ

Ўлмасхўжаев Зоирхўжа Аббос ўғли
*Ижтимоий-маънавий тадқиқотлар
институтини Илмий-экспертиза бўлими
кичик илмий ҳодими*

Аннотация: Мақолада глобаллашув шароитида шахсларни ижтимоий тармоқлардаги салбий ахборотлардан ҳимоя қилишнинг айрим жиҳатлари турли хил манбалар асосида очиб берилган. Шунингдек, унда бугунги кунда интернет тармоғида фойдали маълумотлар билан бир қаторда арқалаётган бузғунчи ва ахлоқ меъёрларига тўғри келмайдиган ахборотлар тахлил қилинган.

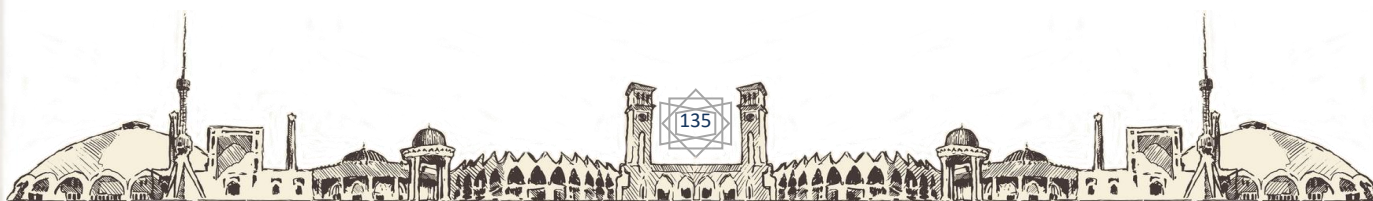
Калит сўзлар: глобаллашув, ахборот, ижтимоий тармоқ, интернет, электрон дунё, фейк ахборотлар.

Бугунги кунда глобаллашув шароитида дунё мамлакатлари барча соҳаларда, барқарор тараққиёт йўлида ўзларининг ўринларига эга бўлиб бормоқда. Албатта, бунда ҳар бир давлатнинг табиий ва иқтисодий омиллари билан бирга, инсон омили, жумладан, ёш авлодларни тарбиялаш, шарт-шароитлар яратиш, уларнинг интеллектуал салоҳиятидан самарали фойдаланиш муҳим. Давлат ва жамият бошқарувида ҳам, бизнесни тараққий эттиришда ҳам, умуман, бар-ча соҳа ривожига салоҳиятли ёшнинг алоҳида ўрни бор. Сабаби, улар жамият учун “янги қон” вазифасини ўтайди. Янгидан-янги ташаббус-ғояларни илгари суриш, замонавий иш юритиш услубларини жорий қилишда ана шу қатлам йигит-қизларнинг нуқтаи назари ва саъй-ҳаракатлари алоҳида аҳамият касб этади.

Дунё миқёсида 1,8 миллиард ёш авлод вакиллари бор. Жумладан, Ўзбекистон аҳолисининг деярли тенг ярмидан кўпроғини ёшлар ташкил этади.

Умуман Интернетнинг пайдо бўлиши билан ҳаётнинг жуда кўп аспекти, жумладан, кундалик маиший хизматлардан тортиб, бизнес ва менежмент, юридик ва консуллик хизматлари ва ҳатто давлат бошқарувига бача бирин-кетин виртуал дунёга кўча бошлади.

Энг муҳими, у ёшларнинг анъанавий мулоқот шаклини тубдан ўзгартириб юборди. Олис масофадан туриб нафақат эшитиш, балки кўриш имкониятининг юзага келиши виртуал суҳбатларни кескин оммалаштирди. Кейинги 15-20 йил давомида дунё мамлакатлари аҳолиси, шу жумладан, ўзбекистонлик ёшлар ҳаётида мобил алоқа урф тусини олган бўлса, ҳозирги даврга келиб мобил ускуналардаги WhatsApp, ICQ, MSN Messenger ва Telegram орқали матнли мулоқот (инг. text messaging) оммавийлик касб этмоқда.





Қайд этиш керак, бугунги кунда дунё аҳолисининг қарийб ярми – яъни 3 млрд.га яқин киши турли ижтимоий тармоқлардан фойдаланмоқда. Шулардан энг катта қисми – 2 млрд. одам “Facebook”да. <https://napoleoncat.com> сайти берган маълумотга кўра, Ўзбекистонда “Facebook” тармоғидан фойдаланувчилар 1 миллионга яқинлашиб қолган. Улар ўртача 25-34 ёшда бўлиб, 65,5 фоизини эркаклар, 34,5 фоизини хотин-қизларимиз ташкил этар экан.

Айни пайтда дунёда 1 млрд.лик аудиторияга эга Instagram Ўзбекистонда 1.586.500 нафар фойдаланувчига эга. 2.476.590 лик Facebook эса мамлакатимизда 686.400 кишини бирлаштирган. 200 млн.лик Telegram – Ўзбекистонда 18 млн.кишига хизмат кўрсатмоқда.

Қуйида сизга энг кўп фойдаланувчиларга эга бўлган ўн та ижтимоий тармоқни тақдим этамиз:

1. Facebook ижтимоий тармоғи бугунги кунда дунёдаги энг оммабоп ижтимоий тармоқ ҳисобланади. Бугунги кунда унинг фойдаланувчилари сони 2 миллиарддан ортиб кетди. Бугунги кунда бу ижтимоий тармоқдан интернет фойдаланувчиларининг 85 фоизи (Хитойдан ташқари), дунё аҳолисининг эса тўртдан бир қисми фойдаланади. Facebook фойдаланувчиларининг 94 фоизи ушбу ижтимоий тармоқнинг мобил телефонлар учун мўлжалланган иловасдан фойдаланишади.

2. YouTube. Ведио-алмашув платформаси бўлиб улгурган ушбу ижтимоий тармоққа кунига миллиардлаб фойдаланувчилар ташриф буюришади. Бугунги кунда бу ижтимоий тармоқдан фойдаланадиганлар сони 1,9 миллиарддир.

3. WhatsApp. 180 дан ортиқ мамлакат аҳолиси томонидан фойдаланиладиган хабар алмашув тизими. Дастлаб, WhatsApp фақат оила аъзолар ва дўстлар учун мулоқат алмашув тизими сифатида ишлатилган ва аста-секинлик билан бизнес алоқа қилиш тизимига айланиб борган. Ҳозирда бизнесда ушбу ижтимоий тармоқдан кенг фойдаланишади. Ҳозирги кунда WhatsApp ижтимоий тармоғидан фойдаланувчилар сони 1,5 миллиардга етди.

4. Messenger. Facebook даги хабар алмашиш тизими бўлган бу тармоқ 2011 йилдан буён Facebook нинг хусусиятларини сезиларли даражада кенгайтди. Бу тармоқда реклама қилиш, чатбоц яратиш, хабарномаларни юбориш хусусиятларига эга. Бугунги кунда бу ижтимоий тармоғи фойдаланувчилари 1,3 миллиардни ташлик қилади.

5. WeChat. WhatsApp ва Messenger каби хабар алмашув тизимини кенгайтириб онлайн харид қилиш, тўловларни амалга ошириш, пул ўрказиш кабиларни амалга оширади. Бу ижтимоий тармоқдан Хитой ва Осиёнинг айрим жойларида жуда кенг фойдаланилади. Ҳозирги кундаги фойдаланувчилари сони 1,06 миллиард киши.

6. Instagram. Бу ижтимоий тармоқ расм ва қисқа ведиороликлар алмашув тизими ҳисобланади. Бугунги кундаги фойдаланувчилари сони 1 миллиардни ташкил қилади.





7. QQ. Хитойликлар орасида оммалашган тезкор хабар алмашиш тизими. Бу ижтимоий тармоқ хабар алмашишдан ташқари онлайн кино кўриш, онлайн ўйинлар ўйнаш, онлайн харид қилиш, блог яратиш ва тўловларни амалга ошириш имконини беради. Бугунги кунги фойдаланувчилари сони 861 миллионни ташкил қилади.

8. Tumblr. Матн, фотосурат, ведиоролик, овозли хабарлар каби алмашув тизимига эга бўлган ижтимоий тармоқ. Ҳозирги кунги фойдаланувчилари 642 миллион.

9. Qzone. Фойдаланувчилар блоглар яратиш, ўйин ўйнашлари ва ўзларининг виртуал майдонларини безатиб олиши мумкин бўлган ижтимоий тармоқ. Фойдаланувчилари сони 632 миллионни ташкил қилади.

10. Tik Tok. Бу мусиқа ва видеога мўлжалланган ижтимоий тармоқдир. Бу ижтимоий тармоқ 2018 йилнинг биринчи чорагида Фасебоок, Instagram ва бошқа ижтимоий тармоқ иловаларини юклаб олишда улардан илгарилаб кетган. Ҳозирги фойдаланувчилари сони 500 миллион.

Бундан хулоса қилишимиз мумкинки, бизнинг ҳаётимизда ижтимоий тармоқлар муҳим аҳамиятга эга бўлиб улгурди.

Бугун ижтимоий тармоқлар аҳолининг ҳокимликлар билан мулоқот қилишлари учун майдон вазифасини ўтамоқда, у ёки бу ҳужжатлар, ҳодисалар ва жараёнлар бўйича жамоатчилик фикрини ўрганишда фойдаланиб келинмоқда. Хусусан, фуқаролар мансабдор шахсларга уларнинг шахсий ва у ишлайдиган давлат органининг саҳифалари орқали мурожаат қилмоқда, ижтимоий-иқтисодий муаммолари бўйича очиқ фикр билдирмоқда, деб ёзади «Юксалиш» умуммиллий ҳаракати ахборот хизмати.

Қайд этилишича, кўп ҳолларда бу муаммоларга блогерлар, алоҳида интернет-нашрлар, ижтимоий тармоқларнинг минглаб фойдаланувчиларининг фаол фуқаролик позицияси туфайли ўзаро мақбул ечимларни топишга эришилмоқда. Фуқароларнинг фикрлари, конструктив таклифлари, гарчи улар ижтимоий тармоқлар орқали билдирилган бўлса-да, инобатга олинмоқда, бу билан давлат ва жамоатчилик бошқарувида аҳолининг кенг иштироки таъминланмоқда.

Лекин ижтимоий тармоқлардаги мунозаралар ва ижтимоий ҳаёт аралаштириб юборилишининг салбий таъсирлари ҳам бор. Мисол тариқасида популизм, жамоат онгини манипуляция қилиш, “троллар фабрика”си, фейк (ёлғон) хабарлар, инсонларнинг шаъни ва қадр-қимматини, ташкилотларнинг ишчанлик обрўсини қораловчи ахборотларни тарқатиш, интернет-буллинг кабиларни айтиш мумкин.

Ёлғон хабарлар ишончли ва объектив ахборотларга қараганда тез тарқалади ва баъзан катта зарар келтиради. Янгиликдек туюладиган ёлғон хабарни тармоқ фойдаланувчилари тезроқ улашишга ҳаракат қилади, бу эса турли-туман миш-мишлар, уйдирмалар, агрессияни келтириб чиқаради, давлат





органлари, бизнесга ишончсизлик пайдо қилади. Хабар улашишда биринчи бўлиш амалда қўлланилади: ким биринчи айтган бўлса, у ҳақ. Агарда ёлғон хабар ортидан расман раддия билдирилса, бу одамлар унга ишонди, дегани эмас. Бунда рационал аргументлар ҳиссий қолипларга ютқзади. Британия сиёсатчиси Уинстон Черчилъ айтганидек: «Ҳақиқат иштонини кийгунча, ёлғон дунёнинг ярмини айланиб чиқишга улгуради».

Яна бир жиҳат борки бу — фейк, яъни сохта akkaунтлар. Тармоқларда ўз фикрларини очиқ баён қилишга, янги ташаббус ва таклифларини билдиришга тайёр фуқаролар билан бирга “троллар” деб аталадиганлар ҳам тез-тез майдонга чиқишади. Улар ўйлаб топилган исмлар остига яшириниб, кинояли постлар ёки жамоатчилик онгини бошқаришга уринувчи очиқ ёлғонларни тармоқларга жойлайди. Изоҳларда эса кўпинча адабий тилда ёзишмайди, шахсга ўтади, одамларни обрўсизлантиришга, адоватни авж олдиришга ҳаракат қилишади. Бу тартибсизлик ва ғалаёнларга, молиявий зарар кўришга олиб келиши мумкин.

Мисол учун, Замбияда аҳолининг 80 фоизини электр энергияси билан таъминловчи «ZESCO» давлат компанияси Хитойга сотилиши ҳақидаги ёлғон хабар Интернетда тарқалгач, минглаб одамлар кўчага чиқишди. Фейк ортидан юзага келган митинглар компания акцияларини қулатди.

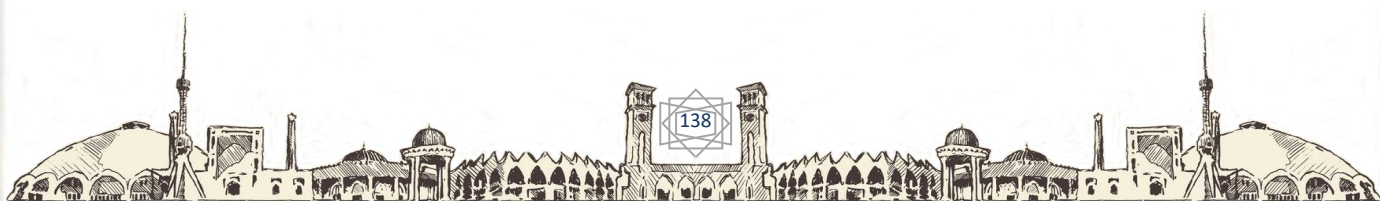
Баъзида ҳазил ҳам ҳалокатга олиб келади. Бундан икки йил аввал Ҳиндистонда “самосуд” ортидан ўнлаб кишилар вафот этди. Нотаниш кимсалар WhatsApp мессенжери орқали оддий одамларни қотил ва зўравон сифатида кўрсатувчи хабарлар тарқатган.

Ижтимоий тармоқларни суиистеъмол қилиш. Ижтимоий тармоқларда соатлаб ўтириш маънавий мақсадлар учун зарур бўлган бебаҳо вақтимизни ўғирлаши мумкин.

Шубҳали маълумотларни томоша қилиш. Ножўя истакларни уйғотувчи суратларни кўриш порнографияга қарам қилиши ёки ахлоқсизликка олиб келиши мумкин. Имондан қайтганларнинг веб-сайтларига кириш ва уларнинг ёзганларини ўқиш эътиқодимизга путур етказиши ҳеч гап эмас.

Ножўя шарҳ ва расмларни жойлаштириш. Одамнинг қалби алдамчи бўлгани боис, у ижтимоий тармоқларда ножўя шарҳ ва расмларни жойлаштиришга мойил бўлиши мумкин. Бироқ бу, одамнинг обрўсини тўкиши ёки маънавий ҳалокатга мубтало қилиши мумкин.

Ташвишланарлиси шуки, медиа-майдонда пайдо бўлган ҳар бир ижтимоий тармоқ муайян бир мақсадни кўзлайди. Қай бири глобал сиёсий кучларга, яна бири иқтисодий рақобатга хизмат қилади. Улар орасида террорчилик ва диний-экстремистик гуруҳларга хизмат қилаётганлари ҳам анчагина. Бундай ижтимоий гуруҳларнинг ва улар кўзлаган манфаатларни санаб адоғига етиб бўлмайди.





Кузатишлар бундай кучлар орасида Ўзбекистонга қаратилган, эндигина мустақиллик шароитида ривожланиб келаётган мамлакатнинг ҳам ижтимоий-сиёсий тузумини емириб ташлашга, ҳам иқтисодий барқарор ривожланишини барбод қилишга, ёшлар мафкурасига «оммавий маданият»ни ва ўз турмуш тарзини сингдиришга уринаётган кучлар ҳам анчагина эканлигини кўрсатди.

Бу кучлар кимлардан ташкил топганлиги кўпчилик учун қизиқарли бўлиши мумкин. Facebook, Instagram, YouTube, Telegram сингари ижтимоий тармоқларни ўрганганимизда уларнинг аксарияти ҳокимиятга интилувчилар – бир пайтлар раҳбарлик лавозимларида ишлаган ва бирон сабаб билан бўшатишган ёки жиноят қилиб қамалган, кейинчалик хориждан паноҳ излаб, ўзга юртларда яшаётган кимсалар эканлиги маълум бўлди. Бошқа бир қисми ҳам ўзларини жабрдийда, деб ҳисоблашади ва бунинг учун бошқаларни, асосан, Ўзбекистондаги юқори лавозимдаги раҳбарларни, ҳуқуқ-тартибот органларини, маҳаллий раҳбарларни айбдор деб билишади.

Умуман олганда, уларга бугун Ўзбекистон давлатчилиги, мамлакатда олиб борилаётган ишлар маъқул эмас, уни ўзгартиришни хоҳлашади. Эътиборлиси шундаки, ўзлари ўзбеклар бўлса-да, улар ҳам чет эллардан бошпана топишган. Улар ижтимоий тармоқларда ўзларининг АҚШда (Нью-Йорк), Литвада, Туркияда (Истанбул), Россияда (Москва) яшаётганлигини айтишган. Яна бир қисми Тошкентда, Қорақалпоғистонда, Андижонда, Қашқадарёда ва ҳоказо. Лекин буларнинг биронтаси ҳам ишонарли маълумотлар эмас.

Уларда асосан Ўзбекистонда олиб борилаётган сиёсатдан ёки ҳукуматдан норози бўлиб баъзан ошқора, баъзан киноя тарзида, баъзан эса диний руҳдаги фикрлар остига яширинган постлар қолдиришмоқда. Ачинарлиси шундаки, муаллифларининг савияси ва дунёқарашидан далолат бериб турган, саводсизларча ёзилган бу постлар нафақат ўқилмоқда, балки улар ортидан маъқуллайдиган изоҳлар ҳам қолдирилмоқда. Гаплар мазмунидан фикр билдираётганларнинг ҳам аксарияти ёшлар эканлиги билиниб туради. Чунки ёши улуғлар, зиёли қатлам бундай фикрламайди ва бу каби мазмунсиз постлар қолдирмайди.

Бизни ўйлантирадигани бугун замон билан ҳамнафас, мамлакатимиздаги бунёдкорлик ва яратувчилик ишларини ўз қўлига олаётган ёшлар билан бирга бу каби фикри саёз, мулоҳазаси ўзидан нарига чиқмайдиган, ким нима деса, шунга эргашиб кетаверадиган, айти пайтда, ўзининг борлигини ижтимоий тармоқлар орқали билдириб қўйгиси келадиган ёшларнинг борлигидир.

Уларда бу каби ғаразли фикрларни ўқишга мойиллик қаердан пайдо бўлганлиги кишини ўйлантиради. Ҳали улар ҳаётда нимани кўриб улгурибдики, ижтимоий тузумдан норози бўлсин. Назаримизда, уларда билим етишмайди, дунёқараши шаклланиб улгурмаган. Биз, ота-оналар ва мураббийлар эса бу билимларни талаб даражасида бера олмаяпмиз, уларда Ватан туйғусини шакллантира олмаяпмиз.





Бундай кимсаларнинг ҳаракатидан интернетнинг улкан имкониятидан оқилона ва самарали фойдалана билмаслик, тажрибанинг етишмаслиги, ижтимоий тармоқлардан фойдаланиш тартиби белгиланган амалдаги қонунларни яхши билмаслик сезилиб туради.

Президентимиз Ш.М.Мирзиёев таъкидлаганидек, ёшларни бундай ёт ғоялардан асрашнинг энг мақбул йўли, яъни ёшларга эътиборни кучайтириш, ёш авлодни маданият, санъат, жисмоний тарбия ва спортга кенг жалб этиш, уларда ахборот технологияларидан тўғри фойдаланиш кўникмасини шакллантириш, ёшлар ўртасида китобхонликни тарғиб қилиш, хотин-қизлар бандлигини таъминлашга қаратилган беш муҳим ташаббус илгари сурилган. Шу боис ёшларимиз дунёқарашини тўғри шакллантириш борасида мазкур формулани ёшларимиз орасида ривожлантиришимиз зарур.

Давлатимиз раҳбари айтганидек, биз янги Ўзбекистонни барпо этишга қарор қилган эканмиз, иккита мустаҳкам устунга таянамиз. Биринчиси – бозор тамойилларига асосланган кучли иқтисодиёт. Иккинчиси – аждодларимизнинг бой мероси ва миллий қадриятларга асосланган кучли маънавиятдир.

