



United Nations Educational,
Scientific and Cultural Organization

Birlashgan Millatlarning Ta'lim, fan va
madaniyat ishlari bo'yicha tashkiloti

Tashkent Office

O'zbekistondagi
vakolatxonasi



Britaniya Elchixonasi
Toshkent



O'ZBEKISTON JURNALISTIKA VA
OMMAVIY KOMMUNIKATSIYALAR
UNIVERSITETI

Нозима Муратова
Назира Тошпўлатова
Гулноза Алимова

FAKE NEWS: МЕДИАДА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ

*Журналистика ва коммуникация йўналишлари талабалари
учун қўлланма*



ЮНЕСКО нашрлари серияси

Ўзбекистонда оммавий ахборот воситаларини ривожлантиришни қўллаб-қувватлаш

Н.Ф.Муротова, Н.К.Тошпўлатова, Г.Б.Алимова

**FAKE NEWS:
МЕДИАДА
ДЕЗИНФОРМАЦИЯ**

Журналистика ва коммуникация йўналишлари
талабалари учун қўлланма

УДК 659.2(075)
ББК 76.0я73
М91

Муратова Н.

False news: медиада дезинформация [Матн]: қўлланма / Н. Муратова,
Н. Тошпулатова, Г. Алимова. – Ташкент: “Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi”, 2020. –104 б.
УДК 659.2(075)
ББК 76.0я73

“False news: медиада дезинформация” ўқув қўлланмаси талабаларга ахборот оқими мислсиз кучайган ҳозирги шароитда ОАВ орқали узатилаётган ахборотлар ичида fake news, яъни уйдирма, ёлгон ахборот ҳақида тушунча, унинг мазмун-моҳияти, келиб чиқиш тарихи, қўлланишдан кўзланган мақсади, бундай ахборот турлари, уларнинг аудиторияга кўрсатадиган таъсир, жамоатчилик фикрини бошқаришидаги роли билан боғлиқ тушунчалар ҳақида билимлар берилади, уларнинг олдини олиш юзасидан амалий кўникмалар ҳавола этади. Мазкур ўқув қўлланма ЮНЕСКОнинг Ўзбекистондаги ваколатхонаси ҳамда ЎзЖОКУ ҳамкорлигида Буюк Британия ҳукумати томонидан молиялаштирилаётган “Ўзбекистонда оммавий ахборот воситаларининг жамоатчилик манфаатларига хизмат қилиши имкониятларини ошириш” номли лойиҳа доирасида яратилган бўлиб, журналистика, оммавий коммуникациялар факультетлари талабалари ва амалий журналистика соҳасида фаолият олиб бораётган мутахассисларга мўлжалланади.

Тақризчилар:

Алишер Матяқубов – филология фанлари номзоди, ЎзЖОКУ ўқув ва тарбиявий ишлар бўйича проректори.

Муслим Мирзажонов – Human.uz сайти бош муҳаррири.

Мазкур қўлланма Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар Университетининг 30 декабрдаги 5-сонли Кенгаш байёномаси билан нашрга тавсия этилган.

Мазкур қўлланма Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Фан, таълим ва маданият ишлари бўйича ташкилоти (7, Place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France) ҳамда ЮНЕСКОнинг Ўзбекистондаги ваколатхонаси (Ўзбекистон, 100037, Ташкент ш., Эргашев кўчаси, 9) томонидан 2020 йилда чоп этилди.

Ушбу нашр очик манбаада Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>) лицензияси остида тақдим этилмоқда. Ушбу нашр материалларидан фойдаланар эканлар, фойдаланувчилар ЮНЕСКОнинг очик манба Репозиториясидан фойдаланиш қоидаларига риоя этадилар (<http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en>).

Қўлланмада ишлатилган номлар ва тақдим этилган материаллар ЮНЕСКО томонидан бирон-бир мамлакат, ҳудуд, шаҳар ёки туман ёхуд уларнинг тегишли бошқарув органлари, шунингдек, чекловлар ёки чегаралар чизиқлари ҳуқуқий мақомига нисбатан билдирилган фикр деб ҳисобланмайди.

Ушбу қўлланмада билдирилган қарашлар ҳамда фикрлар бўйича муаллифлар жавобгар ҳисобланади. Уларнинг нуқтаи назари ЮНЕСКОнинг позициясига тўғри келмаслиги мумкин ва ташкилотга ҳеч қандай масъулият юкламайди.

Ушбу қўлланма Буюк Британиянинг Ўзбекистондаги элчихонасининг техник ёрдами асосида чоп этилган. Нашрда билдирилган фикрлар элчихонанинг расмий нуқтаи назарини билдирмайди.

ISBN 978-9943-6348-0-0

© ЮНЕСКО

© Н. Муратова

© Н. Тошпулатова

© Г. Алимова

© “Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи”, 2020 й.

МУНДАРИЖА

СЎЗБОШИ	4
I БОБ. FAKE NEWS ТАРИХИДАН.....	7
1.1. Дезинформация тушунчаси.....	7
1.2. “Фейк янгилик”лар феномени: тарих ва тараққиёт	14
1.3. Маҳаллий ва халқаро медиамаконда “фейк”лар	30
II БОБ. FAKE NEWS БУГУН	39
2.1. Анъанавий ОАВда “фейк янгиликлар”нинг кўринишлари.....	39
2.2. Янги медиалар шароитида fake news, мистификация ва аудитория	43
2.3. Fact check платформалар ва уларнинг ишлаш мезонлари.....	55
2.4. Самарали fact checking: методлар ва инструментлар (кейслар таҳлили).....	58
III БОБ. FAKE NEWS ВА КЕЛАЖАК	68
3.1. “Фейк янгилик”дан ахборот охиратигача	68
3.2. “Фейк янгилик”ларсиз жамият назарияси	78
3.3. Fake news хусусида мутахассислар нима дейди?.....	88
АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ:.....	97

СЎЗБОШИ

Қўлингизга олган ўқув қўлланма бугун журналистика соҳаси тадқиқотчилари энг кўп мурожаат этаётган, жамоатчилик орасида кенг муҳокама қилинаётган, шунингдек жамиятни жиддий ташвишга солаётган “фейк янгиликлар”, яъни ёлғон, сохта ахборотларни тадқиқи ва таҳлилига бағишланади.

XXI асрга келиб ахборот технологияларнинг ривожланишига хос жадаллик оммавий ахборот воситалари фаолияти, у орқали ахборот алмашиш жараёнларига ҳам кўчди. Натижада, муайян маконда содир бўлган воқеа сониялар ичида ахборот истеъмолчиларига етиб бормоқда. Бу тезкорлик жамиятда интерактив муҳитни вужудга келтириб, аҳоли ҳам ахборот алмашиш жараёнларида тенг иштирок этиш имкониятига эга бўлди. Одатда, ахборот истеъмолчилари ҳар доим ҳам олаётган ёки узатаётган ахборотнинг тўғри ёки нотўғри экани ҳақида ўйлаш, уни текшириб кўришга эътибор қаратишмайди. Бу жамиятда ёлғон – “фейк” ахборотнинг кўпайишига сабаб бўляпти.

Эътиборлиси, бугун нафақат интернет, ижтимоий тармоқларда эълон қилинган янгиликлар, балки расмий ахборот сайтларидаги хабарлар ичида ҳам нотўғри ахборотлар кўп учрамоқда. Ёлғон, уйдирма, сохта ахборот эса аудитория онгини салбий таъсир кўрсатиб, одамлар орасидаги турли муносабатлар, жамиятда мавжуд тартиб-қоидалар, қадрият ва анъаналарнинг издан чиқишига олиб келади. Шу боис, ҳозирги шароитда сохта, ёлғон, уйдирма ахборотлар, яъни “фейк янгиликлар” масаласи замонавий журналистиканинг долзарб мавзуларидан бирига айланди.

Сўнгги пайтларда ижтимоий фанлар тизимида, олимлар ва журналистлар, ахборот хавфсизлиги бўйича мутахассислар “фейк янгиликлар” муаммоси билан жиддий шуғулланмоқдалар. Таъкидлаш керакки, шу пайтгача “фейк янгиликлар” муаммоси бўйича Ўзбекистонда журналистика йўналиши мавжуд олий таълим муассасаларида ёзилган санокли битирув маљакавий ишлари ва магистрлик диссертациялари ёки ОАВ ходимлари учун ташкил қилинган турли ўқувлар, семинар-тренинглари ҳисобга олмаганда жиддий адабиёт яратилмаган.

Шу нуқтаи назардан “Fake news: медиада дезинформация” ўқув қўлланмаси бу борада дастлабки қадам бўлиб, олий ўқув юртларининг журналистика, коммуникация факультетлари талабалари, шунингдек оммавий ахборот воситаларида фаолият олиб боровчи амалиётчи журналистларга

мўлжалланади. Қўлланма “фейк янгилик” тушунчаси, унинг келиб чиқиш тарихи, моҳияти, жамиятдаги ўрни, етказадиган зарари, ундан ҳимояланиш усуллари ва йўллари бўйича назарий билимларни ўзида ифода этади. Бу билимларни ўзлаштириш бўлғуси журналистларда “фейк янгилик” ҳақида кўпроқ билиш, ёлғон, сохта ахборотлардан рост, тўғри ахборотни ажрата олиш кўникмасини шакллантириш, холис ва ҳаққоний ахборот тайёрлаш малакасини ошириш, ахборот билан ишлаш маданиятини юксалтиришни назарда тутаяди.

Ўқув қўлланма қуйидаги вазифаларни амалга оширишни ўз олдига мақсад қилади:

– “Фейк янгиликлар” тушунчаси ва унинг келиб чиқиши ва ривожланиши тарихи, “фейк” турлари, миллий ва халқаро кўринишлари ҳақида хабардор қилиш;

– талабаларни журналистиканинг ривожланиш босқичларида ва янги медиалар шароитида “фейк янгиликлар”нинг кўринишларидан хабардор қилиш;

– талабаларни Fact check платформалари ва уларнинг ишлаш мезонлари, самарали методлар ва инструментлар (кейслар таҳлили) каби тушунчалар билан таништириш;

– ҳар қандай ОАВ турида ахборот манбалари билан ишлаш, таҳлилий материал тайёрлашда fact checking имкониятлардан фойдаланишга ўргатиш;

– талабаларда “фейк янгиликлар”сиз жамиятни яратиш хусусида мутахассисларнинг фикрларига таяниб ахборотнинг истиқболини башорат қилиш кўникмасини шакллантириш.

Шунингдек, қўлланма ахборотлар ичидан “фейк”ларни ажратиш, факт ва рақамларни текшириб кўриш бўйича батафсил маълумот бериш билан бирга, талаба ва журналистларда бу борада мустақил ҳаракат қилиш кўникмасини шакллантириш учун амалий топшириқларни бериш ҳам эътиборга олинади.

“Fake news: медиада дезинформация” курси асосан, маъруза ва амалий машғулотлардан иборат бўлиб, бир семестр давомида ўқитилади. Талаба-журналист билимларини аниқлаш учун оралик ва якуний назорат ўтказилади.

Маълумки, БМТнинг ЮНЕСКО ташкилоти фан, таълим, маданият ишлари бўйича дунё миқёсида глобал аҳамиятга эга бўлган (таълимни ривожлантириш, саводсизликни тугатиш, медиасаводхонлик ошириш) турли

хил ижтимоий-сиёсий, маънавий-маърифий масалаларни ҳал этишга катта ҳисса қўшадиган халқаро ташкилот. Унинг Ўзбекистондаги ваколатхонаси ҳам фаолияти доирасида таълимнинг долзарб масалаларига бағишланган мавзуларда мутахассисларни ўқитиш ва ўқув адабиётлари яратиш бўйича қатор лойиҳаларни амалга оширади.

БМТ барқарор ривожланишнинг минг йиллик режалари орасида ҳам таълим соҳаси сифатини ошириш, гендер масалалари алоҳида аҳамият касб этади. Бу борада эса ахборот узатиш ва тарқатиш воситаларининг алоҳида вазифалари бор.

Бўлғуси журналистларнинг касбий маҳоратини ошириш, журналистик материал тайёрлашда ахборотни текшириш ва тўғри манбалар билан ишлаш кўникмасини шакллантириш журналистика таълимида амалга оширилади. Бу эса ўқув жараёнини муттасил такомиллаштириб бориш, ўқув режаси, фан дастурларини замонавий билимлар асосида бойитиш, соҳанинг назарий билимлари билан бирга мунтазам амалий жараёнларни кузатиб, уларга мос тарзда замонавий ўқув-методик манбалар, ўқув қўлланмалари ва дарсликлар билан таъминлашни тақозо этади.

Мазкур ўқув қўлланма ана шу мақсадни амалга ошириш йўлидаги бир қадам бўлиб, журналистика ва оммавий коммуникация бўйича таҳсил олаётган талабалар ҳамда амалиётчи журналистлар қимматли манба сифатида хизмат қилади.

I БОБ. FAKE NEWS ТАРИХИДАН

1.1. ДЕЗИНФОРМАЦИЯ ТУШУНЧАСИ

Калит сўзлар: ахборот, масс медиа, fake news, дезинформация, мисинформация, интернет, аудитория, жамият, глобаллашув, уйдирма, сохта, веб сайт, ижтимоий тармоқлар, блог, блогер, форум, фото ва видео хостинг, ностандарт.

Инсоният истеъмол қиладиган маҳсулотлар ичида энг харидоргири – ахборотдир. Унга эҳтиёж ҳамиша юқори бўлган. Айниқса, ҳозирги шароитда, унинг ўрни ва аҳамияти ҳар қачонгидан ҳам ортиб бораяпти. Ахборотга бўлган талабнинг юқорилиги, нафақат уни узатиш воситалари, турларига, балки ахборотнинг асосий вазифаси, мазмун-моҳиятига ҳам ўз таъсирини ўтказмасдан қолмаяпти. Ахборот технологияларнинг ривожланиши, айниқса, интернетнинг пайдо бўлиши, **биринчидан**, ахборотни тайёрлаш ва етказиш тезлигини бир неча баробар оширган бўлса, **иккинчидан**, уни қабул қилиш имкониятларини мислсиз даражада кенгайтириб юборди. Шу боис бу жараёнда узатилаётган ахборотнинг тўғри ёки нотўғри эканлиги у қадар эътиборга олинмаяпти. Натижада, ахборот замиридаги мақсад-муддао мавҳумлашмоқда, ундан турли мақсад ва манфаатлар йўлида фойдаланилмоқда. Ёлғон, уйдирма, сохта ахборотлар эса аудитория онгини салбий таъсир кўрсатиб, одамлар орасидаги турли муносабатлар, жамиятда мавжуд тартиб-қоидалар, қадрият ва анъаналарнинг издан чиқишига олиб келаяпти. Қолаверса, бугунги кунда нафақат ижтимоий тармоқларда эълон қилинган янгиликлар, балки жиддий электрон ОАВ, айниқса ахборот сайтларидаги хабарлар ичида ҳам нотўғри ахборотлар кўп учрайди. Бу эса янгиликлар контенти истеъмолчилари уларни таҳлил қилмасдан қабул қилиш ва уларга кўр-кўрона ишонишларига олиб келаяпти.

“Охирги йилларда ОАВ ахборот узатиш каналларидан ҳам кўра фикр алмашиш воситасига айланиб қолмоқда. Ижтимоий тармоқларда борган сари блогерларнинг фаолият ортиб, жамоатчилик етакчиларининг фикрлари аудиторияни анъанавий ОАВ ва интернет ахборот ресурсларидан секин-аста тортиб олмоқдалар. Ижтимоий тармоқлар, блоглар, форумлар, фото ва видео хостингларда омма эътиборига ҳавола этилаётган материаллар фойдалувчилар орасида кенг муҳокама қилиняпти. Замонавий комму-

...

*“фейк” сўзининг
йигирмадан ортиқ
истилоҳи бор
бўлиб: сохта, ёлгон,
қалбаки, ҳақиқий
эмас, бўхтон,
алдоқчи, уйдирма,
нохолис, сунъий,
уюштирилган, айёр,
чалкаш, қутқу,
найранг, изво, хийла,
чалгитиш каби
сўзлар ана шулар
жумласидандир*

...

никация воситалари борган сари текширилмаган ёки миш-мишларга асосланиб тарқатилаётган ахборот манбаларига айланиб қолмоқда.¹ Ёлгон-яширик, уйдирма, сохта маълумотлардан иборат бундай ахборотлар журналистикада “фейк янгиликлар” дейилади.

Фейк – инглизча “fake” сўзнинг аналоги бўлиб, замонавий тилшуносликда кўпинча икки хил: “trick” – қув, айёр, алдов, ясама, сохта деган маъноларда қўлланади, шу билан бирга баъзан “swindle” – ҳазил, шўхлик, хушчақчақлик деган маъноларни ҳам ифода этади. Турли манбаларга мурожаат қилганда “фейк” сўзининг йигирмадан ортиқ истилоҳи борлигига гувоҳ бўлдик. *Сохта, ёлгон, қалбаки, ҳақиқий эмас, бўхтон, алдоқчи, уйдирма, нохолис, сунъий, уюштирилган, айёр, чалкаш, қутқу, найранг, изво, хийла, чалгитиш* каби сўзлар ана шулар жумласидандир.

Кенг маънода fake news – бор нарсани кўрсатишга қаратилган ҳар қандай қалбаки, сохта янгиликлар, ғийбат, уйдирма, ташвиқот ва махфий-яширин қоидалар аралашмасидан иборат. Бу ҳодиса ошкор этиш осонроқ бўлган азалдан мавжуд ёлгон ахборотдан кўра хавфлироқдир. “Фейк янгиликлар” ёлгон-яшиқ хабарлар тарқатишдан келиб чиқади, бироқ бу ҳодисанинг янгилиги зарар келтиришга астойдил уринишдан иборатдир. Ахборот имкониятлари уни чексизликка дахл этади. Асоссиз, уйдирма хабарларни тарқатишдан мақсад кимнидир ёки ниманидир ёмонлаб кўрсатиш, нотўғри, сохта ахборот тарқатиш орқали ахборот истеъмолчилари орасида, аудиторияда муайян ташкилот, идора, дав-

¹ Комиссаров М. А. “Проблема распространения недостоверной информации в СМИ и социальных медиа”// Тезисы к выступлению на 20-й Центрально-Азиатской Конференции СМИ “Будущее журналистики”. <https://www.osce.org/representative-on-freedom-of-media>

лат арбоби, сиёсий шахс, таниқли одамларга нисбатан ишончсизлик пайдо қилишдир.

Сўзлашув тилимизга кириб келганига ҳали унчалик кўп бўлмаган бундай янгиликлар, умуман ахборот маконини “фейк”лаштириш тушунчаси фирибгарлик, қалбакилик, алдаш сингари турли ҳаракатларни ўз ичига олади.

Халқ орасида норозилик кайфиятини уйғотиш мақсадида, фитна чиқариш илинжида турли уйдирмаларни оммавий ахборот воситалари орқали тарқатадилар.

XXI асрга келиб интернетнинг мислсиз ривожланиши туфайли “бутун олам бир қадам”га айланди. Эндиликда дунёнинг бир бурчагидан содир бўлган янгилик бошқа бурчагига бир неча сонияларда етиб боряпти. Ҳар куни жаҳонда саноксиз воқеа-ҳодисалар содир бўлади. Инсон ўзини ўраб турган борлиқдаги турли сигналлар таъсирини, ҳатто ОАВ орқали узатилаётган ахборотларнинг аксарият қисмини ҳам табиий қабул қилади. ОАВ, шунингдек ижтимоий тармоқлар орқали узатилаётган ҳар қандай ахборотни кўпчилик тўғри, деб ҳисоблайди. Ҳатто баъзан ўзини алдаётганини билиб туриб ҳам бунга қаршилиқ кўрсатмайди. Энг катта муаммо ҳам ана шунда. Тўғри, деб қабул қилган ахборотларнинг нотўғри бўлиб чиқарилади. Биттагина сохта, ёлғон ёки уйдирма ахборот бир инсон ҳаётини буткул издан чиқариб юбориши мумкин. Шунинг учун ҳозирги шароитда сохта, ёлғон, уйдирма ахборотлар, яъни “фейк янгиликлар” масаласи замонавий журналистиканинг, қолаверса ижтимоий ҳаётнинг энг кўп муҳокама қилинадиган долзарб мавзуларидан бирига айланди.

“Фейк янгиликлар” ер юзи аҳолиси, қайси қитъа, қайси мамлакатда яшашидан қатъи назар деярли ҳар бир инсон тўқнаш келиш эҳтимоли юқори бўлган фаол медиа платформадир. Хўш, у қандай платформа? Уни ким жорий этган, ким тайёрлайди, ким бошқаради? Ҳозирги ахборот алмашишуви жараёнларида “фейк янгиликлар”нинг ўрни қандай? У қандай мезонларга бўйсунди? “Фейк янгиликлар” жамият фуқароларига, омма онгига қандай таъсир кўрсатади? “Фейк янгиликлар”ни ҳаққоний ва тўғри ахборотдан ажратиш мумкинми? Жамиятни, одамларни ёлғон, сохта, уйдирма хабарлардан халос этиш учун нима қилиш керак? Нима сабабдан “фейк янгиликлар” замонавий медиа маконнинг ажралмас қисмига айланиб қолди? Бундай саволларнинг туғилиши ўз навбатида, “фейк янгиликлар” шунчаки ахборотнинг бир тури эмас, балки XXIда энг кўп муҳокама қилинаётган ахборотнинг янги феномени сифатида назарий ва амалий моҳиятини

аниқлаш, тадқиқ қилишни тақозо этади. Бу эса табиийки, журналистика соҳаси мутахассисларни ҳам бефарқ қолдирмайди. Сўнгги пайтларда замонавий ижтимоий фанлар тизимида, олимлар ва журналистлар, ахборот хавфсизлиги бўйича мутахассислар “фейк янгиликлар” муаммоси билан жиддий шуғилланмоқдалар.

Аслида “фейк янгиликлар” ҳам мавжудлиги ва моҳиятига кўра “янгилик” ҳисобланади. Аммо у инсоннинг онги ва кўнгилни мавҳ этиш учун шов-шув кўтариш белгиларини ўзида намоён этгани боис қисман ёки умуман текширилмаган ахборотдир. Бундай “янгиликлар”ни тарқатишда ҳар доим омма эркинлигини ҳисобга олинган ва маълум маънода муваффақият қозониш мумкинлиги мақсад қилинган. Ваҳоланки, “фейк янгиликлар”нинг ютуғи оммавий аудиторияда аксарият ҳолларда ҳақиқий янгиликларга нисбатан юқори туришидадир”.¹

“Фейк янгилик” нинг оҳанрабоси нимада?

Нега аудиториянинг бундай турдаги ахборот, янгиликка қизиқиши кучли?

Гап шундаки, оддий ўқувчи, томошабин, тингловчи ёки интернетдан фойдаланувчи бирданига тўғри ахборот билан “фейк янгиликлар”нинг фарқини ажрата олмайди. Айниқса, у ўзининг жозибали, қизиқтирувчи табиатига кўра, расмий, сийқаси чиққан, куруқ, фақат фактлардан иборат оддий хабарларга қараганда креативлиги, шов-шувлилиги, эътиборни тортиши билан оммани ўзига жалб этади.

Қизиғи, сўнгги пайтларда жамиятда, ахборот истеъмолчилари орасида шундай хабарлар туфайли оммавий аудиторияда текширилган ва расмий хабарларга нисбатан, ҳақиқатни тўлиқ ёритмайди, ниманидир яширишади, деган қараш устиворлик қилмоқда. Бунга одамлар ўзлари гувоҳи бўлган, билган, аниқ манбалардан эшитган воқелик ҳақида ОАВ бир томонлама ёритиши ёки фактларни йўқ қилиниши ёки индамай туриши ҳам сабабдир. Ҳатто яқингача ОАВда ишлайдиган маҳоратли журналистларнинг ўзлари ҳам хабарларнинг сохта, уюштирилган, қалбаки бўлиши мумкинлигига ишонмасдилар. Энди эса оммавий аудитория “фейк янгиликлар”ни кутади (авваллари бу вазифани миш-мишлар, овозалар бажарган) ва бундай ян-

¹ Ильченко С.Н. 2016. Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации. – Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. Т. 153. № 22-3. -С. 14-18.

гиликларни етказувчилар нияти яхши бўлмаган юридик ва жисмоний шахслардир.¹ Интернетнинг, айниқса ижтимоий тармоқларнинг пайдо бўлиши туфайли у аудиториянинг ўсишига хизмат қилувчи ахборот турларидан бирига айланди. “Фейк ньюс” ёзадиган муаллифлар содир бўлган воқеаларни таҳлил қилмайди, балки бундай воқеаларни ўйлаб топади ёки реал ҳаётда содир бўлган, аммо зерикарли воқеалар ифодасида кутилмаган ностандарт усулларни қўллайдилар. Оммани ушлаб туриш, даҳшатга солиш, ишонтириш, фактларни бир ёқлама ёритиш, “бузиб” кўрсатиш, фикрни бир ахборотдан бошқасига чалғитиш, кераксиз маълумотларни бериш, ахборот узатишнинг ана шундай усуллардан ҳисобланади. Одатда аниқ янгиликлардан фарқли ўлароқ “фейк янгиликлар” тўғри “нишон”га уради. Бунинг сири шундаки, оддий ўқувчиларнинг 90 фоизи одатий (иқтисод, маданият) янгиликларни ўтказиб юборади ва аксинча кўзга ташланадиган, эътиборни тортадиган ва ностандарт мазмунга эга янгиликларга қизиқиш билан қарайди. Ўқувчи ўткир сюжетни хоҳлайди, журналистлар уларни ишлаб чиқаради.

Биз яшаётган даврни мутахассислар “пост-правда” - ҳақиқатдан кейин давр деб аташмоқда. Бундай таъриф аслида одамларнинг ҳис-туйғуларига қараганда фактнинг қадрни пасайган замонавий рақамли жамиятнинг ҳолатига тааллуқли. Эндиликда ҳис-туйғу, баҳо, таъсир, шахсий иқроор каби субъективлик олдида ҳақиқатдан ҳаётда рўй берган воқеа-ҳодисалар ва уларга тегишли факт ва далилларга нисбатан аҳамиятсиз кўринади. Масалан, АҚШ ҳукумати *priori* жиноят содир этиши мумкин эмас, деган одамга уни

...

*“Фейк янгиликлар”
шунчаки
ахборотнинг бир
тури эмас, балки XXI
да энг кўп муҳокама
қилинаётган
ахборотнинг янги
феномени сифатида
назарий ва амалий
моҳиятини аниқлаш,
тадқиқ қилишни
тақозо этади*

...

¹ Иссерс О.С. Медиафейки: между правдой и мистификацией. – Коммуникативные исследования. - М. 2014. № 2. С. 112-123.

жиноят содир этиш мумкинлигини фактлар ёрдамида қайта исботлашга ишонтириш мушкул. Бундай шароитда фактларнинг аниқ ифодаси ўзининг ҳақиқий қадрини йўқотади, бироқ айнан ўша фактлар атрофида, фейк хабарларга тааллуқли турли ёндашувлар кўпаяди.

Анъанавий ОАВ “фейк”дан ҳолими?

Сўнгги пайтларда ёлғон, уйдирма хабарлар нафақат кўнгилочар нашрлар, интернет ёки ижтимоий тармоқларда, балки жиддий, расмий нашрлар, ҳатто обрўли ОАВда ҳам учрамоқда. Бунинг сабаби нимада?

Чунки охириги йигирма йилда таниқли ёки обрўли ОАВнинг янгиликлар бўлими фаолияти, ахборот тайёрлаш усуллари ҳам ўзгарди. Интернетгача бўлган даврда янгилик олиш учун таҳририят журналистларни воқеа содир бўлган жойга юборган ёки (қандайдир сабабларга кўра биринчи бўлишнинг имкони топилмаса) ахборотни ишончли манбалардан олишган. Айрим ҳоллардагина нашрнинг имконияти чекланган бўлса, ахборот агентликлари хизматларидан фойдаланилган. Интернетнинг пайдо бўлиши билан таҳририятларда сайтлар ва ижтимоий тармоқларнинг мониторингини олиб борадиган, катта аудиторияни жалб қиладиган қизиқарли ва ноодатий ахборотни топиш билан шуғилланувчи махсус бўлимлар фаолияти шаклланыпти. Тажрибанинг камлиги, таҳририятдан ажратилган вақтнинг тайёрланадиган янгиликлар учун етишмаслиги, эринчоқлик, эътиборсизлик, чарчоқ – каби сабаблар туфайли обрўли ОАВ ҳам ўз филтридан “фейк янгиликлар”ни ўтказиб юборяпти.

“Фейк” қандай ахборот?

Юқорида “фейк янгиликлар” бу аниқлаш ёки текшириб кўриш имкони бўлишига қарамай ўйлаб топилган ва ўқувчини, аудиторияни чалғитишга қаратилган ёлғон, сохта ёки уйдирма хабар, дедик. “Фейк”лар, яъни сохталаштирилган, қалбаки хабарлар ва янгиликлар ҳам ахборот маҳсулоти ҳисобланади. Фақат унинг таркибида тўғри ахборот қисман берилади ёки умуман тушириб қолдирилиши мумкин.

Бундай янгиликлар стилистик жиҳатдан одатий янгиликларга ўхшаб кетади. Бироқ тўлиқ ёки қисман текшилмагани билан ҳақиқий янгиликлардан фарқ қиладди. Охириги ўн йилликда “фейк янгиликлар” турли хил интернет ресурсларини, қисман ижтимоий тармоқларни кенг қамраб олди.

Натижада интернет-фойдаланувчилар ёлгон, уйдирмадан иборат минглаб хабар ва постларни тўғри ахборот сифатида қабул қилиб, тагига “ёқади” белгисини қўя бошладилар.¹

“Фейк”лар турли форматларда: матнларни фото, видеоёзувларни қалбакилаштиришдан тортиб, таниқли кишининг буюртмаси ва топшириғи асосида сунъий ахборот материални яратишгача бўлиши мумкин.

Амалий машгулот учун топшириқлар

1. Ўзингиз истаган ОАВдан “фейк янгилик” ни топинг ва унинг табиатини қуйидаги мезонлар асосида аниқланг:

- а) ўзига жалб қилиш хусусияти;
- б) ишонтира олиш усули;
- в) матннинг қизиқарлилиги;
- г) ёлгоннинг ростга ўхшаши;
- д) ҳаммага бирдай қизиқ бўлиш учун шов-шовли воқеани яратиш.

¹ Макурин А.И., Возмищева М.А. 2016. Некоторые итоги деятельности Б. Обамы. – Гуманитарные научные исследования. № 11. Доступ: <http://human.snauka.ru/2016/11/17653> (проверено 30.03.2019).

1.2. ФЕЙК ЯНГИЛИКЛАР ФЕНОМЕНИ: ТАРИХ ВА ТАРАҚҚИЁТ

Калим сўзлар: тарих, коммуникация, газета, қалбаки, ёлғон ахборот, миш-миш, таҳлил, далил, ишора, халқ оғзаки ижоди, адабиёт, мактуб, баҳс-мунозара, адад.

“Фейк янгилик” тушунчасининг пайдо бўлиши тарихи ҳақида гап кетганда, унинг илдизлари антик даврларга бориб тақалиши ҳақида маълумотлар бор. Масалан, милоддан аввалги биринчи асрда Октавиан рақиби Марк Антонга қарши нотўғри маълумот тарқатиш компаниясини олиб боради. У Маркни ичкиликбозликка ружў кўйганлигини ва Миср маликаси Клеопатрия VIIнинг кўғирчоғига айлангани ҳақида миш-миш тарқатади.¹ Сўнг Октавиан “Марк Антоннинг иродаси” деб номланган ҳужжатни эълон қилади. Бу ҳужжатда Марк ўлимидан сўнг фиръавнлар мақбарасига дафн этилишини васият қилгани айтилади. Ўша пайтда бу хабар Рим аҳолисининг ғзабига сабаб бўлади. Аммо кейинчалик хабарнинг қалбаклиги, уюштирилганлиги маълум бўлади.

Умуман бугун “фейк янгилик” деб аталаётган ва ахборот оламида ўрганилиши, таҳлил қилиниши ва бундай хабарларнинг олди олинмаса, жуда катта салбий оқибатлар келтириб чиқириши мумкинлиги ҳақида қизғин баҳс-мунозараларга сабаб бўлган сохта, қалбаки, ёлғон ахборотлар ҳали журналистика пайдо бўлмасдан аввал ҳам, миш-мишлар кўринишида ўзаро сўзлашув орқали одамлар орасида кенг тарқалган. Оғзаки коммуникациянинг ривожланишида бундай ахборотдан турли қарама-қаршиликлар, манфаатлар йўлида фойдаланилган. Сохта, уйдирма ахборотнинг ўзаро сўзлашувдаги оғзаки кўриниши ҳозир ҳам сақланиб қолган ва унинг таъсир кучи замонавий “фейк”лардан кам эмас.

Халқ оғзаки ижодининг ривожланиши туфайли “фейк” ахборотларнинг бир қисми эртагу дostonларга кўчди. Ҳар бир миллатнинг номоддий бойлиги ҳисобланган эртаклари, дostonлари, афсоналарида фитна, ёлғон, уйдирмалар орқали ижобий қаҳрамонларга қарши ёмонликлар акс этган. Улар аслида муайян бир халқнинг табиати, миллий хусусиятлар, турмуш тарзининг ифодаси бўлган. Ёзма адабиёт пайдо бўлгандан кейин сохта, уйдирма ахборот акс этган ҳолатлар бадиий асарлар мазмунида учрайди.

¹ Kaminska, Izabella (January 17, 2017). “A lesson in fake news from the info-wars of ancient Rome”. Financial Times. Retrieved July 4, 2017.

Бунга жаҳон ва миллий мумтоз адабиёт намуналаридан тортиб замонавий асарлардан истаганча мисол келтириш мумкин. Фикримизни биргина асар орқали асослашга ҳаракат қиламиз.

Ўзбек романчилигининг асосчиси саналган Абулла Қодирий ўзининг “Ўтган кунлар” романида мактуб деталидан унумли фойдаланган. Отабек билан Кумуш ўртасидаги ёзишмалар асардаги кучли драматизмнинг қизиқарли ва ишончли чиқишини таъминлаган. Ҳомид образи орқали сохта мактублар ва уларнинг замиридаги уйдирма ва қалбаки хабарларнинг қандай уюштирилиши моҳирлик билан тасвирлаган. Асарда Отабек ва унинг қайнотаси Мирзакарим қутидор ўлимга ҳукм қилинган эпизодини эсланг. Бу сохта айбловни Ҳомид уюштиради. Ёлғон хабарни эшитиб, Худоёрхон уларни ўлимга маҳкум этади. Отабек ва қутидор қўлларига кишан солиб саройга келтирилади. Қушбеги Отабекни Тошкентда Худоёрхонга қарши бош кўтаришда, қайнотаси Мирзакарим қутидор эса, бу ишни Марғилонда амалга оширишда ҳаммаслак бўлганида айблайди. Хоннинг фармон ўқиб эшиттирилгач, ҳукмни ижро этиш учун уларни дор остига олиб кетадилар. Шу пайт кўлида мактуб билан Кумуш саройга етиб келади ва уни Қушбегига беради. Мактубда Отабекнинг айбдор эмаслиги, аксинча Тошкент музофотида райиятнинг осойишталиги учун масъул бўлганликлари ёзилганди. Шу мактуб туфайли Кумуш отаси ва ёрини ўлимдан сақлаб қолади. Ёлғон хабарнинг исботи сифатида Отабекнинг Қушбегига айтган гапларидан парча келтираамиз.

“...– Ҳозир биз сизнинг адолатли ҳукмингиздан бир нарса сўраймиз: ул шулдирким, бизнинг тўғримизда ёмонлик мақсад билан чақимчилик қилувчи ифвогар ва ғаразгўйлар шу мажлисга ҳозирлансинлар-да, ўзларининг машъум кашфларини ва ё кўрган эшитканларини исбот қилиб, бизни қайта дор остига юборсунлар. Билъакс исбот қилолмас эканлар, бизга қазиган чуқурларига ўзлари йиқитилсинлар! Адолатингиздан бизнинг талабимиз шул..”¹

Отабекнинг Кумушга ёзган талоқ хати ҳам “фейк” хабар эди. Асардаги мактубларда ўша даврда “фейк” ахборотлардан қандай фойдаланилгани ҳақида ўқувчига етарлича тасаввур беради. Бадиий асарларда ифодаланган бундай ахборотлар омма орасида маълум кишилар томонидан тарқатилган ва кўп ҳолларда текширилмасдан чора кўрилган, айбсиз “айбдор”лар жазоланган. Тарихдан бундай мисолларни кўплаб келтириш мумкин.

¹ Қодирий А. Ўткан кунлар. Роман. – Тошкент. 2018. –Б. 120-121.

Журналистика “фейк”дан бошланганми?

Саволни бежизга бундай қўймадик. Чунки ҳали газеталар пайдо бўлмасдан аввал аксарият хабарлар миш-миш, овозалар орқали тарқатилган. Оммавий ахборот тарихида бир неча ҳолатлар журналистиканинг ривожланишида ахборотларнинг каттагина қисмини овозалар, миш-мишлар орқали тарқатилганини тасдиқлайди. Бундай ахборотлар текширилмагани боис, ҳаммасини тўғри деб бўлмасди.

Миш-мишлар ахборот манбаси сифатида китоб нашр қилиш ва тарқатишда ҳам кенг фойдаланилган. Булар арзон янгиликлар асосланган текширилмаган ахборотлар ва китоблардир. Ўрта асрларда Францияда бир қатор босма нашрлар чиққан. Масалан, “Canard” (французчадан таржима қилганда “ўрдак” ёқимсиз овоз, созланмаган ноталар ва кутилмаган хикоялар) газетаси бўлиб ўтган воқеа-ҳодисалар ҳақида асосан, одамларнинг гап-сўзларига қараб жорий кундалик ҳодисалар ҳақида расмийлаштирилмаган миш-мишлар ва овозалар эди. Бироқ тасдиқланган тўғри ахборот қиммат турар эди. Франциянинг умуммиллий газетаси “La Gazette” (1631 й.) бошқа мамлакатларда бўлаётган янгиликларни мунтазам бериб борган. Ўн икки бетли газета 4 су га тенг эди. Бу пулга бутун оиланинг болаларини боқиш учун икки кило оддий нон сотиб олиши мумкин бўлган. Газеталар қиммат бўлганидан пули етмаганлар ижарага олиб ўқиш ҳоллари бўлган. Американинг “The Boston News Letter” газетаси (1704) ҳам арзон эмас эди. Газета бош муҳаррири ва ношир, илгари китоб дўкони сотувчиси Джон Кэмпбелл газетанинг стратегик режасини ишлаб чиқиб, ахборот тўплашнинг барқарор йўлини топади. Муҳаррир ўз чиқишларида миш-мишлар ва ғийбатлар ичидан қалбаки ахборот манбаларини кўрсатиб берган. Бахтига газетани ҳокимият вакиллари кўриб бўлгандан кейин чоп эттирарди. Хуллас, матбуот нашри анъанавий журналистика намунаси сифатида шакллангунга қадар миш-мишлар, овозалар асосий ахборот ҳисобланган.

ОАВ тарихида журналистиканинг пайдо бўлиши ва ривожланишининг дастлабки даврида янгиликларнинг катта қисмини миш-мишлар, овозалар ташкил қилганининг бир неча сабаблари бор эди:

- босма нашрлар пайдо бўлгунга қадар оммавий ахборотнинг оғзаки ва ёзма шаклининг ривожланмаганлиги;

- миш-мишларнинг ҳақиқий, тўғри ахборотга нисбатан арзон бўлганлиги;

– цензуранинг қаттиқлиги;
 – аудиторияни чалғитишга интилиш;
 – ахборотга эҳтиёжи бўлган оммавий аудиториянинг катта қатламини эҳтиёжидан чалғитиш ва шунинг ҳисобига нашрнинг ададини кўтариш ва нашр фойдасини ошириш кўзланган.¹

“Фейк янгилик” лар газеталарда қачондан берила бошланди?

“Фейк янгиликлар” бугун учун янгилик эмас, дедик. Хўш, шу йўсиндаги сохта, уйдирма ахборотлар газета саҳифаларида қачондан берила бошланди?

Расмий жиҳатдан эътироф этилаётган, тан олинаётган бундай янгиликлар босма нашрлар пайдо бўлгандан буён мавжуд. Мутахассислар бу иборани уч юз йилдан кўпроқ вақт аввал, аниқроғи XVII асрда биринчи марта Германияда пайдо бўлганлигини қайд этадилар. Газеталарда текширилмаган ахборотга нисбатан “газета ўрдаги” деган ибора юрарди. “Газеталари адади ва хабарлари доврўғини оширишни истаган ва ўзларини тартибли ҳисоблаган муҳаррирлар шубҳали, текширилмаган, бироқ эътиборни тортувчи янгиликлардан сўнг икки ҳарф “**NT**” – **эн-те** дан иборат белги қўйганлар. У “**non testatum**” – “**текширилмаган**” деган маънони англатарди. Бу белги остида тахминан қуйдаги мазмундагига “Таксис графлиги ҳудудида икки бошли ва олти бармоқли бола туғилди”га ўхшаш ахборот тарқатиларди.²

Дастлаб сохта янгиликлар одамларнинг кўнгилни олиш, “кўз кўриб, кулоқ эшитмаган” воқеаларни тўқиб чиқариш, омма диққатини чалғитиш мақсадида тарқатиларди. Иккинчи томондан анъанавий нашрларга хос бўлган “газета ўрдаги” кўпинча ҳазил характериға эға бўлиб, асосан муаллиф тасаввурини, айтмоқчи бўлган фикрини кулги воситасида ифода этишға уриниш тасаввурини беради.

Ҳазил – халқ оғзаки ижоди намунаси бўлиб, одамларнинг турли хил беъмани, тутруксиз ҳаётий вазиятларға нисбатан акс-садоси сифатида туғилади. *“Ҳазил – кимнидир кулгили вазиятға қўйиш орқали одам-*

¹ Тертычный, А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. – М., 2002. – с.294.

² Учёнова, В. В. Беседы о журналистике / В. В. Учёнова. – М., 1985. – с. 5.

ларни чалғитиш мақсадидаги ҳаракат ёки хабар предметидир”.¹ Ҳазил муаллифлари воқеа, ҳодиса, вазият моҳиятни оммага етказиш мақсадида миш-мишлардан эшитган, аммо ўзлари иштирок этмаган воқеаларни ҳаёлан яратадилар. Рус тадқиқотчиси А.А.Тертычныйнинг фикрича, агар муаллиф ўзи кўрмаган воқеанинг фақат иккинчи даражали деталларини қайта яратган бўлса, воқеанинг моҳияти ўзгармайди. Агар у ўз олдига ўқувчиларни кўнглини олиш, чалғитиш мақсадини кўйиб, фақат шунинг учун ёлғон воқеани яратган бўлса, у бошидан охиригача тўқиб чиқарилган бўлиши мумкин.²

Газеталар фаолиятида дастлаб “сарик матбуот”да ёлғон, уйдирма хабарларни бериш орқали турли жанжалларнинг келиб чиқишига сабаб бўлар, бу эса нашрнинг кейинги сони учун қизиқарли мақолага тайёр мавзу эди. Бундай хабарлар аудитория томонидан бажонидил, қизиқиш билан қабул қилинарди. Қармоққа илинган ва ҳақиқий янгиликка ўхшаган биттагина танқидий фикр ҳам аудитория эътиборини ўзига тортарди. Таблоидларнинг бозори чаққон бўлиши ҳам тўқилган ахборотлар туфайлидир. Ҳатто интернетда оммалашган “clickbait”лар сарлавҳасида ҳам одамларни ҳайратга солиш, эътиборини тортиш, аудиторияни жалб қилиш мақсадида сохта маълумотлардан фойдаланилган.

“Сенсацион маҳсулот бозорда ҳамиша яхши сотилган. Айниқса, XIX аср бошларида замонавий газеталарнинг пайдо бўлиши унинг қийматини янада ошириб юборди. Дизайн ва мавзулар жиҳатдан ўзига хос бўлган ушбу нашрлар олдида фақат бир муаммо, яъни газета ададини қандай ошириш масаласи кўндаланг турарди.

“Сарик матбуот”нинг пайдо бўлиши туфайли эса шов-шув кўтариш газеталар ададини оширишда асосий мақсадга айланган. Америка газеталари омма эътиборини тортиш, шу орқали ададни кўтариш мақсадида ёлғон, қалбаки аммо қизиқарли хикоялар бера бошлади. 1835 йил “The New York Sun” газетасида ойда яна бир ҳаёт борлиги ҳақидаги мақола эълон қилинади. Бу оммада нашрни фойдали газета сифатидаги қиёфасини шаклланишига туртки бўлади.³

¹ Тертычный, А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. – М., 2002. – с.294.

² Ўша манба.

³ Soll J., “The Long and Brutal History of Fake News,” POLITICO Magazine, 18-Dec-2016. [Online]. Available: <http://politi.co/2FaV5W9>. [Accessed: 02-Aug-2018].

FAKE NEWS ОРҚАЛИ КИМЛАР КУЛГИГА ОЛИНГАН?

Ҳали газета пайдо бўлмасдан олдин, ҳаётдаги нуқсонларни, камчиликларни халққа ким етказган? Ноҳақликларни ошкора айтишининг иложиси бўлмаган. Қариш гапирганлар, норози бўлганлар эса жазоланган. Бундай камчиликларни шоҳлар, қиролларнинг саройида ҳаммани кулдириб юрадиган масхарабозлар айтишган. Улар халқ орасида овоза бўлган миш-мишларни, ноҳақликлар, зулмни кулгу йўли билан ошкор қилганлар. Бир қараишда, сохта янгиликлар одамларнинг кўнгилни олиш, “кўз кўриб қулоқ эшитмаган” воқеаларни тўқиб чиқиш, омма диққатини чалғитиш мақсадида қилингандай кўринади. Бироқ кулгу, ҳазил-мутуйиба орқали сарой мулозимлари, амалдорларнинг асл башарасини очиб ташилаш билан одамларнинг ўша миш-мишларга эътибор қаратиш мақсадида тарқатиларди. Шундан бўлса керак, анъанавий наирларга пайдо бўлгандан кейин “газета ўрдаги” ҳам асосан ҳазил характеридаги матн бўлиб, асосан муаллиф тасаввурини, айтмоқчи бўлган фикрини кулгу воситасида ифода этарди. Ҳазил қилиш, латифа ва лофлар ҳар бир миллатнинг халқ оғзаки ижодида бор. Бундан ўзбеклар ҳам бегона эмас. Айниқса, ҳазил-мутуйибага йўғрилган аския, латифа, пайровлар, лофлар мазмунига эътибор берсак, унда албатта қандайдир ижтимоий муаммо устидан кулиш бор.

Мунозара ва шубҳаларга бой биринчи ахборот 550-йилларга тегишли. “АНЕСДОТА” (таржимада “махфий тарих”) деб номланган сатирик асар қадимги византияликлар даврининг йирик тарихчиларидан бири Прокопий Кесарийский ижодига мансуб. У йирик саркарда Велизарийнинг ҳуқуқшуноси ва котиби бўлган. Прокопий таиқи сиёсатдаги турли ўйинлар ва фирибларни ичидан туриб кузатган. Айниқса, у ҳуқумдорлар Юстиниан ва Велизарийлар ҳаётининг, бировлар илғамаган, энг нозик деталаргача эътибордан қочирмаган ва ўша пайтда кўрганлари ҳақида жуда муносиб сукут сақлай олган. Прокопийнинг ўлиmidан кейин “Анекдот” дунё юзини кўрди. Ҳали ҳам олимлар “Анекдот” асарнинг муаллифи ва ундаги воқеаларнинг ишончли манбаларга таяниб баён қилинганлиги хусусида баҳслашадилар.

Кейинчалик италиялик ёзувчи ва сатирик Пьетро Аретино Европа журналистикасига ўзининг тили заҳар памфлетлари ва сонетлари билан ҳисса қўшган. Бу асарларнинг ярми ҳақиқатга йўғрилган, ярми гийбатлар ва миш-мишларга, шахсий кузатувларига асосланган бўлиб, юқори мартабали кишиларнинг шаънига қаратилган. Шундай қилиб, кулгуда ахборот, ижтимоий муаммо борлиги ҳам боис, ҳазил-мутуйиба ўз моҳиятини йўқотмасдан ҳали ҳам эл орасида машҳур.

•••

*Дастлаб сохта
янгиликлар
одамларнинг
кўнгилни олиш,
“кўз кўриб қулоқ
эшитмаган”
воқеаларни
тўқиб чиқиш,
омма диққатини
чалғитиш мақсадида
тарқатиларди.
Иккинчи томондан
анъанавий нашрларга
хос бўлган “газета
ўрдаги” кўпинча
ҳазил характерида
эга бўлиб,
асосан муаллиф
тасаввурини,
айтмоқчи бўлган
фикрини кулгу
воситасида ифода
этарди.*

•••

“Хатто газеталар ўз ададини ошириш ва шу орқали мўмай даромад топиш йўлида, ҳеч нарсадан, хатто уруш ўчоғини очишдан ҳам тап тортмади. Америкалик машҳур медиамагнат Уильям Хёрст шундай ишга жазм қилади ва бунинг устидан чиқади ҳам. АҚШ билан Испаниянинг Куба масаласида муносабатлари таранг бўлиб турган бир пайтда Хёрст газета ходимлари Р.Хардинг ва Ф.Рамингтонни Кубага юборади. У ерга борган мухбирлардан “Ҳаммаёқ тинч. Урушдан асар ҳам йўқ. Қайтсак ҳам бўлаверади” қабилидаги хабарни олгач, “Кубада қолинглар. Сизлар мени мақола билан таъминланглар, мен эса сизни уруш билан таъминлайман” деб жавоб беради. Шундан кейин “Жорнел” газетаси саҳифаларида уйдирма, сохта хабарларни бериб бориб, икки давлат раҳбарини бир-бирига қайрайди. Охир-оқибатда уруш ўчоғини очишга эришади. Натижада, газетанинг ўқувчилари ҳаддан зиёд ортади.¹

Бугун эса бундай ахборотлар ноширлар томонидан эмас, балки бирон манфаат ёки моддий даромад олишни кўзлаган гуруҳлар томонидан тарқатилмоқда.

Ёлғон ахборотлар давлат масъул одамлари (масалан президентлар)ни обрўсизлантириш мақсадида ҳам тарқатилган. Табиийки, бу уларга ёқмаган. Масалан, 2017 йилнинг октябрида Fox Business каналига интервью берган АҚШ Президенти Дональд Трамп ҳақиқатдан ҳам ёлғон ахборотлар тарқатиш бошланганини айтиб ўтганди. Балки бу даврга келиб “фейк янгиликлар” атамаси изоҳи бирмунча ўзгарган бўлиши мумкин, бироқ у ҳали ҳануз у ўз моҳиятини йўқотма-

¹ Бобожонова З. Гирром даҳо қисмати // “Тафаккур” журнали, 2012. № 1. –Б.82-92.

ган. Merriam Webster.Com сайтида келтирилишича, бу атама 1890 йилдан бошлаб расмий манбаларда қўлланила бошланган.¹

Шу манбада “фейк янгилик” янги атама эканлигини таъкидлангани билан, унинг ёши 125 да эканлиги ҳам қистириб ўтилади. Шу маънода ўрганган далиллар атаманинг маъноси эмас, балки унинг номланишида тафовутлар борлигини кўрсатмоқда. Боиси у тарихда сохта ёки ёлғон номи билан юритилган. “Фейк янгилик” тарзидаги талқини шунинг учун ҳам янги тушунча сифатида ўрганилмоқда.

Сўнги йилларда янгиликлар ниқоби остида қалбаки, сохта хабарлар кўпайганлиги танқидий баҳоланиб, бу ҳодиса жиддий илмий таҳлил қилиниши заруратини тақозо этмоқда. Натижада миллий ва хорижлик тадқиқотчилар “фейк янгилик” феноменини назарий моҳиятини англаб етишга кўп муурожаат этмоқда.

“... Ҳеч биримиз “фейк янгилик” нима дегани, уларни сохта ахборот ёки дезинформациядан қандай фарқ қилишини аниқлашга уриниб кўрмадик. Бу тушунчанинг моҳиятини аниқлашнинг аниқ мезонлари ва методологияси йўқ”, дейди Россия ташқи ишлар вазирлиги матбуот ва ахборот департаменти вакили Максим Буякевич ўзининг ЕХХТ томонидан ўтказилган “Барқарор бўлмаган шароитда ОАВ эркинлиги” мавзуидаги конференцияда сўзлаган нутқида. Бунинг устига, агар янгилик – яқинда бўлиб ўтган, сиёсий, иқтисодий ёки ижтимоий аҳамияти, янгилиги билан аудитория манфаатларига тааллуқли воқелик ҳақида тезкор хабар бериш бўлса, “фейк янгилик” – бу стилистик тузилиши жиҳатидан худди янгилик каби, аммо ёлғон ёки қисман ёлғондан иборат хабардир. Катта ҳажмдаги “фейк янгиликлар” таҳлили, уларнинг қуйидаги турларга бўлиниши кўрсатади:

¹ Merriam-Webster, “The Real Story of ‘Fake News,’” 23-Mar-2017. [Online]. Available: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news>. [Accessed: 02-Aug-2018].

1

Текширилган ёки
текширилмаган ахборот
мутаносиблиги

Ҳодисанинг содир бўлган
жойи ва вақтига қараб
текширилган "янгилик"

2

3

"Фейк янгилик" да тилга
олинган шахслар
таркиби

"Фейк янгилик" нинг
яратилиши ва
тарқатилиши мақсади

4

5

Ишончлилик даражасига
қараб "янгилик"ни қабул
қилиниши

Энди бу турларнинг ҳар бирини алоҳида кўриб чиқамиз.

I. Текширилган ёки текширилмаган ахборот мутаносиблигига қараб:

1. Бошидан охиригача ёлғондан иборат “янгилик”. Масалан: “Испания ҳукумати маҳаллий қизга уйланадиган ҳар бир эмигрантга 5000 еуродан пул бериш ҳақида қарор қабул қилди”, сингари янгилик.

2. Саралаб олинган, текширилган, аммо таркибида ёлғон бўлган ахборот кўринишидаги “фейк” янгилик.

3. Аниқ содир бўлган ҳодиса асосидаги “янгилик”нинг бузиб кўрсатилиши. Масалан, бунга аудио ёки видеоёзув, фотосурат, матндан юлиб олинган иқтибос ёки муайян мазмун ҳақида тасаввур берувчи воқеанинг парчаси мисол бўлиши мумкин.

II. Ҳодисанинг содир бўлган жойи ва вақтига қараб текширилган янгилик:

1. Ҳодиса содир бўлган жойи ҳақида тўғри ахборотга ўхшаган “янгилик”.

2. Аниқ жойда юз берган воқеанинг бошқа жойда содир бўлгандай қилиб кўрсатган “янгилик”.

III. “Янгилик”да тилга олинган шахслар таркибига кўра:

1. Таниқли шахснинг иштирокига ҳавола қилинган “янгилик”нинг сохта аккаунт жойлаштирилиши. Масалан, Euronews телеканалининг инглиз тилидаги сайтида Италиянинг Венето вилояти ҳудудий кенгаши томонидан Қрим мақомини тан олишга қаратилган резолюциясини қабул қилишга чақириқ ва Россияга қарши санкцияни бекор қилинишга россияликларнинг расмий муносабати сифатида Россия ташқи ишлар вазири Сергей Лавровнинг Twitterдаги аккаунти скриншот қилиб кўрсатилган. Кейинроқ Россия Ташқи ишлар вазирлигининг расмий вакили Мария Захарова берган изоҳига кўра, Лавровнинг Twitterда аккаунти йўқлиги тасдиқланган.

2. Воқеада қатнашган иккинчи даражали иштирокчининг асосий шахс сифатида кўрсатадиган “янгилик”.

3. Шахснинг қандайдир воқеанинг гувоҳи бўлганига асосланувчи аммо текширилмаган кўрсатмасига асосланган “янгилик”.

IV. Яратилиши ва тарқатилиши мақсадига кўра:

1. “Янгилик”нинг истеъмолчилар вақтини чоғ қилиш мақсадида яратилиши ва тарқатилиши. Замонавий медиасоҳа ўз таркибига “фейк” янги-

ликларини ишлаб чиқарувчи алоҳида (The Onion в США³, FOGNEWS⁴, NOBOSTI⁵, FIBSTER⁶, NetLore) медиалойиҳалар ва бошқа ахборот ресурсларини олади.

2. Сиёсий устунликка эришиш мақсадида яратиладиган ва тарқатиладиган “янгиликлар”: сиёсий рақобатчиларни обрўсизлантириш (шунингдек, сайловолди курашлар жараёнида) бадном қилиш, кўчадаги тартибсизликларни юзага келишига ундовчи, куч ишлатиш йўли билан ҳокимиятга эришиш сингари ва бошқалар.

3. Жамият фуқароларининг келиб чиқиши, яшаш жойи, тили, миллати, ирки, жинси, динга муносабати, мансаб ва мулкка эгалик ҳолати билан боғлиқ белгиларига қараб турли гуруҳга мансублиги, шунингдек бошқа ҳолатларга қараб камситиш мақсадида тайёрланадиган “янгиликлар”.

4. Интернет-трафикни ошириш мақсадида яратиладиган ва тарқатиладиган “янгиликлар”. Бундай кўринишдаги “фейк” янгиликларга Viber, WhatsApp мессенжеридан фойдаланувчилар дуч келишига қатор мисоллар келтириш мумкин. Ижтимоий тармоқларда йўқолган болалар, уй ҳайвонлари, зудлик билан камёб қон гуруҳини номаълум вирусга чалинганларни қутқариш зарурати ҳақидаги “фейк янгилик”лар тарқатиш ҳисобига мобил операторлар интернет-трафикдан бир неча баробар фойда кўрадилар. Масалан, Янги йил арафасида бутун мамлакат бўйлаб ижтимоий тармоқларда қуйидаги мазмундаги янгилик тарқалди: “Бизнинг юқумли касалликлар шифохонамизнинг жонлантириш бўлимидаги ўн нафар боланинг икки нафари вафот этди. Бунга сабаб – ичида қурти бўлган Хитой мандаринларидир!” Бу “ахборот”ни турли аҳоли пунктидаги юқумли касалликлар шифохонаси врачлари узлуксиз инкор қилишди.

5. Фирибгарлик йўли билан истеъмолчиларнинг пул маблағларини ва бошқа мулкни ўзлаштириш мақсадида яратиладиган ва тарқатиладиган “янгилик”лар. Бунга оғир касалга чалинган болаларнинг даволаниши учун пул йиғиш ҳақидаги сохта хабарларни мисол қилиб келтириш мумкин. Бундай ахборотлар текширилганда аксарият ҳолларда ёлғонлиги маълум бўлади.

6. Фойдаланувчининг компьютерда сақланадиган ахборотига шикаст етказиш мақсадида тайёрланадиган ва тарқатиладиган “янгилик”лар. Гўёки, Американинг Fox News телеканали орқали таниқли актёр Бред Питнинг ўлганлиги ҳақидаги “янгилик” остига компьютерга зиён етказувчи вируси ўрнатилади, шу хабарга тугмачани босиш билан компьютер ишдан чиқади.

7. Турли компаниялар, лойиҳалар, ҳаракатлар ёки алоҳида шахсларнинг эътиборини тортиш мақсадида яратиладиган ва тарқатиладиган “янгиликлар”. Бундай “янгиликлар” кўпинча ўсмирларни ўз жонига қасд қилиш, компанияларнинг инқирозга олиб боровчи сохта, атайин уюштирилган хабарлардир.

8. Иқтисодий фаолиятдан маълум миқдордаги маблағни ўзлаштириш ёки бозорни манипуляция қилиш мақсадида яратиладиган ва тарқатиладиган “янгиликлар”. Bloomberg market сохта сайтида ҳақиқий Bloomberg агентлиги сайти дизайнини “фейк” хабарига кўчириб олган. Хабарда хабардорлар Google киришлари мумкинлиги қайд қилинган.

V. Ишончлилик даражасига қараб “янгилик”ни қабул қилиш:

1. “Фейк” кўринишидаги аниқ “янгиликлар”.

2. Истеъмолчиларда олган ахборотнинг сохталигини текширишга ундовчи “янгиликлар”.

Бундай “фейк” ахборотлар шунчалик ишонарли чиқадики, охир-оқибатда унинг сохталигини текшириб кўриш учун ахборот истеъмолчиларида ҳеч қандай хоҳиш қолмайди.

“Фейк янгиликлар” таснифи муайян илмий манфаатларга эга. “Фейк янгиликлар” содир бўлган воқеа ва ҳолатнинг вақти ва жойи, у ҳақида йиғилган персонажлар, фейкларнинг яратилиши ва тарқатилишидан кўзланган мақсад ва вазифалар, текширилган ахборотнинг қабул қилиш савиясига қараб ахборотни кўп ёки оз даража тасдиқланмаганлиги фарқлаш мумкин.

Ахборотнинг тасдиқланмаган даражасига қараб “фейк” янгиликлар уч гуруҳга ажратилади.



•••

“Сариқ матбуот”нинг пайдо бўлиши туфайли шов-шув кўтариш газеталар тиражсини ошириш асосий мақсадга айланган. Америка газеталари омма эътиборини тортиш, шу орқали тиражсини кўтариш мақсадида ёлгон, қалбаки аммо қизиқарли ҳикоялар бера бошлади. 1835 йил “The New York Sun” газетасида ойда яна бир ҳаёт борлиги ҳақидаги мақола эълон қилинади. Бу оммада нашрни фойдали газета сифатидаги қиёфасини шаклланишига туртки бўлади.

•••

Биринчи гуруҳга бошдан охиригача ёлгон бўлган янгиликлар киради. Масалан, 2018 йилнинг ёзида айрим янгилик тарқатувчи манбалар Россия ҳукумати нафақахўрлар таъминотини бекор қилиш бўйича лойиҳани кўриб чиқаётгани ҳақидаги “янгилик” ни эълон қилди. Бир киши бу “фейк”нинг классик кўриниши эканлигини дарҳол аниқлайди, бошқаси эса мана шу шов-шувли “янгилик”ка ишонади. Бу одамлар орасидаги фарқ ақлий салоҳияти ва маданиятининг қай даражада эканлигида кўринади.

Иккинчи гуруҳга қисман ёлгон бўлган “фейк янгиликлар” киради. Ҳақиқатда содир бўлган воқеанинг замирида очиқ “фейк”лар пайдо бўлади. Мисол сифатида Кемерово шаҳрида “Зимняя вишня” савдо марказида чиққан ёнғин туфайли социал тармоқларда тарқатилган қурбонлар сони ҳақидаги “янгилик”лар расмий маълумотларига нисбатан россияликларнинг оммавий ишончсизлигига олиб келган. Бундай турдаги “фейк”ларнинг жамоатчилик ҳафсизлиги учун зарари жуда катта: одамлар ташвишлана бошлайди, ҳукумат алдаётганлиги учун адолат ва ҳақиқатни талаб қилиш кўринишидаги даъватлар пайдо бўлади. Бундай турдаги “фейк янгилик”нинг Ўзбекистонда ҳам учратиш мумкин. Масалан, Андижон шаҳрида янги қурилган намунали уйларни кам таъминланган оилаларга берилгани ҳақида “Ўзбекистон 24” канали лавҳа эфирга кетди. Унда уй олган фуқаро Хуршида Тиллаева яратилган шароитдан мамнун эканлиги ва бунинг учун давлат раҳбарига миннатдорчилик билдириб интервью берган. Эртаси куни “Озодлик” ижтимоий тармоқларда аёлдан уйи қайтариб олингани ҳақидаги видеони тарқатади. Кейин бошқа ахборот воситалари воқеани ўрганади. Хуллас, бу воқеа

аҳоли ўртасида кенг муҳокамаларга сабаб бўлди ва маълум маънода амалдаги ҳукуматга нисбатан норозилик кайфиятини кўзгади.

Учинчи гуруҳга *содир бўлган аниқ воқеалар моҳиятини бузиб кўрсатадиган “фейк янгиликлар” киради.* Булар тўлиқ ифодаланган матндан узиб олинган парчалар, иқтибослар бўлиши мумкин. Бундай “фейк”лар одамларни алдаши, йўлдан оздириши мумкин бўлганлиги учун улар билан курашиш мушкул. Масалан, Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлигига янги тайинланган директор ўринбосари Наргиза Саидованинг шахсий akkaунтидаги фикрини Facebook ижтимоий тармоғига қўйиб юборилиши туфайли халқ орасида норозилик кўтарилган. Одамлар ҳукумат ва диний идоралардан унинг жазоланиши талаб қилинган. Оқибатда Н.Саидова халқдан узр сўраган ва эгаллаб турган лавозимидан бўшатирилган. Ёки шаҳар хотин-қизлар қўмитасининг ҳисоботидан узиб олинган аёлларнинг 23 тоифага ажратилгани ҳақидаги хабар туфайли ижтимоий тармоқларда бошланган қизгин муҳокама ва норозиликлар сабабли Ўзбекистон Республикаси Бош вазири ўринбосари, Хотин-қизлар қўмитаси раиси Элмира Боситхонованинг Facebook орқали халққа мурожаати билан чиққан. Ваҳолаки, фалсафада қисмга қараб бутунни муҳокама қилиб бўлмайди, деган қараш бор. Шу маънода битта иқтибосга қараб бутун матн ёки нутқ ҳақида олдиндан хулоса чиқариб бўлмайди.

Шунингдек, россиялик тадқиқотчи Суходолов А.П. “фейк янгиликлар” ахборотни қабу қилишда ишончлилиқ даражасига қараб ҳам 3 гуруҳга таснифлайди:

Биринчи гуруҳга сохталигига ҳеч кимда шубҳа қилмайдиган “фейк янгиликлар” киради. Масалан, бу Ерга (Жанубий Африканинг қайсидир ҳудудига) ўзга сайёраликлар ҳужум қилганлиги ҳақидаги хабар бўлиши мумкин.

Иккинчи гуруҳга тўғрилигига шубҳа уйғотадиган ва истеъмомлида ахборотни бошқа манбалардан текшириб кўриш истагини пайдо қиладиган “янгиликлар” киради. Бу балки маълум ҳудудда ерда учрамайдиган мавжудотнинг суяк қолдиқлари топилганлиги ҳақидаги шов-шувли хабар бўлиши мумкин.

Учинчи гуруҳга тўғри ахборотга жуда ўхшаб кетадиган, унинг текширилмаганлигига жуда оз шубҳа уйғотадиган “хабарлар” киради. Масалан, 2017 йил Facebookда журналист Максим Кононенко ҳазил аралаш пост қолдирди. Унда АҚШ “Шамолларда қолган ҳисларим” романидаги Ред Батлер (иттифоқчилар томонида туриб жанг қилгани учун) образини олиб ташлашга қарор қилгани ёзилганди. Бу постга кўпчилик ишонади ва мингга яқин “лайк” олди. Кононенко қилган ҳазили учун узр сўрагандан кейин, Facebookда унинг хабари “фейк” ҳисобланиб, олиб ташлади.¹

Шундай қилиб фейк янгиликлар ранг-баранг табиати ва белгиларига эга. Айниқса, шов-шувли табиати кўра бундай “янгилик”ларга жамиятнинг муайян қисмида ҳамиша эҳтиёж бўлади.

“Фейк янгиликлар” нинг хавфи нимада?

Содир бўлган воқеа ҳақидаги аниқ фактни “фейк”дан ажратиб олиш айрим ҳолларда мураккаблик туғдиради. Биринчи навбатда ахборотга нисбатан танқидий ёндашув, олинаётган ахборотни таҳлил қилиш, уни бошқа манбалар билан солиштириш ва мустақил хулосалар чиқариш лозим. Шунини ёдда тутмоқ керакки, бу хулосалар ишонч, тажриба ва билимга асосланиши керак. Давлат ва жамият учун “фейк янгиликлар” аниқ қатга ва потенциал хавфдир.

Одамлар тасаввур қилиб бўлмайдиган миш-мишлар, ёлғон хабарлар ва постларга осонгина ишонадилар. Шунинг учун Россияда 2019 йил март ойида Давлат Думаси ““Фейк янгиликлар” тўғрисида”ги қонунни қабул қилди. Унга кўра, “фейк янгиликлар” тарқатган жисмоний шахслар 100 минг, юридик шахслар 500 минг рублгача жарима тўлайдилар.

Такрор қонунбузарликка йўл қўйилса ва тайёрлаган “фейк” хабари одам ўлимига, жамоатчилик тартибини издан чиқариш сингари оғир оқибатларга олиб келса, “фейк” янгиликларни тарқатувчилар қаттиқ жазоланади.

¹ Красовская Н.Р. Гуляев А. А., Юлина Г. Н. Фейковые новости как феномен современности// Власть. 2019.№4.-с.79-82



➤ Оддий ўқувчиларнинг 90 фоизи (иқтисод, маданият) одатий янгиликларни ўтказиб юборади ва аксинча кўзга ташланадиган, эътиборни тортадиган ва ностандарт мазмунга эга янгиликларга қизиқиш билан қарайди.

Амалий машғулот учун топшириқлар

1. Миллий ва жаҳон адабиётидан “фейк янгиликлар”га мисол топинг.
2. ОАВ ва интернетдаги ижтимоий тармоқлардан “фейк янгиликлар”-нинг турларига мисол топинг ва уларнинг фарқини гуруҳларда муҳокама қилинг.

1.3. МАҲАЛЛИЙ ВА ХАЛҚАРО МЕДИАМАКОНДА “ФЕЙК”ЛАР

Калим сўзлар: объективлик, виртуал ахборот, платформа, контент, дезинформация, раддия, трол, пост, линк (ҳавола), аккаунт, бот.

Журналистикада ҳамиша холис, объектив, сифатли ахборот билан сохта, нотўғри ахборот бирга юради. Умуман, содир бўлган ҳар қандай воқеа-ҳодиса билан у ҳақида яратилган ахборот айнан бўлмайди. Бу ахборотни узатаётган одамнинг ёндашувига боғлиқ. Шундан бўлса керак, Жалолиддин Румий, “хабар воқеанинг ўзи эмас, балки унинг соясидир” деб атаган. Воқеани ўз кўзи билан кўрмаган, у ҳақида эшитган одам, табиийки унга ишонади. Айниқса, ўша ахборот расмий ОАВ орқали узатилса, аудитория уни тўғри деб қабул қилади. Аммо ахборот технологияларнинг ривожланиши ахборот узатиш воситаси сифатида расман тан олинган интернет тўғриси аудиториянинг ОАВга бўлган ишончини сезиларли даражада пасайтирди. Натижада текширилмаган, нотўғри ахборотлар кўпайиб кетди. Бугунги кунда “фейк” ахборотнинг салмоқли қисми интерактив ОАВ сифатида эътироф этилаётган интернет ҳиссасига тўғри келмоқда.

“Фейк янгиликлар” нинг миллий ОАВга қандай хавфи бор?

Айни пайтда миллий журналистикада виртуал ахборот оқимини тартибга солувчи ҳуқуқий асоснинг мавжуд эмаслиги ёки мамлакатда қабул қилинган тегишли қонунчилик ҳужжатлари ҳали бу соҳани етарлича қамраб олмагани “фейк” янгиликларнинг кўпайишига замин яратмоқда.

Миллий виртуал маконда ахборот тарқатувчиларни уч турга ажратиш мумкин. Булар: расмий сайтлар, ўз саҳифаларида хабарларни жойлаб борувчи ижтимоий тармоқ фойдаланувчилари ҳамда блогерлардир. Ижтимоий тармоқлар фойдаланувчилари “фейк” хабарларнинг тарқалишига кўпроқ сабабчи бўладилар.

Бундай ахборотларнинг шакли, мазмуни, ҳажми турлича бўлиш билан бирга кўпинча манба текширилмасдан тармоққа қўйилади. Миллий виртуал маконда “фейк янгиликлар” кўпайиб кетган ижтимоий тармоқлар ва янгиликлар сайтлари истеъмолчилари икки тоифага бўлинган. Биринчи тоифадагилар шов-шувли ахборотга унчалик аҳамият бермайдилар. Иккинчи тоифадагилар ҳар бир қўйилган “пост”га (у ким томонидан, нима мақсад-

да қўйилганидан қатъи назар) ишонадилар, ҳатто бошқаларга тарқатишга уринадилар. Россиялик тадқиқотчи Елена Пронинанинг фикрича, оломон таъсирига тушган ҳар қандай одам ёлғон маълумотларга асосланган ахборотни қабул қилиши мумкин.

Ўзбекистонда интернетдан фойдаланувчилар 20 миллионга, ижтимоий тармоқлардан бир кунда фаол фойдаланувчилар 1,6 млн.га етган. Бу рақамлар интернет аллақачон омманинг диққатини бир нуқтага қарата олган платформага айланганини, контентнинг ишонарли ёки йўқлиги муҳим аҳамият касб этиб бораётганини кўрсатади.

Миллий виртуал маконни таҳлил қилганимизда ижтимоий тармоқлар биринчи ахборот манбаларидан кўра ҳавола (линк) ли хабарлар кўплигига гувоҳ бўлдик. Энг қизиғи, туппа-тузук расмий сайтлар турли ижтимоий гуруҳлардаги маълумотларни текширмасдан ҳавола қиладилар. Мисол учун, Facebook ижтимоий тармоғидаги бир қатор гуруҳлар расмий сайтларимиз учун ахборот манбаига айланган. Бинобарин, ахборотни текшириш ОАВ ва журналистларнинг асосий вазифасидир. Шундай экан, ОАВ сифатида рўйхатдан ўтган расмий сайтларга ижтимоий тармоқ фойдаланувчиларини ахборот манбаи сифатида кўрсатиш нотўғри, бизнингча. Чунки ижтимоий тармоқ фойдаланувчилари воқеликка ниҳоятда субъектив ёндашадилар. Яъни улар баъзан турли феъл-атвор, кайфият, ҳолат, шароитдан келиб чиқиб ҳаёлига келган ўй, фикр, мулоҳаза ва ёхуд бутунлай ўйлаб топилган воқеликка асосланган “фейк” ахборотни тармоққа жойлаштирадилар.

Бунинг қандай салбий оқибатларига олиб келишини рўйхатдан ўтган миллий сайтларимизнинг сўнгги йиллардаги тажрибаси мисолида кўриш мумкин.

Хусусан, xabar.uz сайти ва “Телеграмм” ижтимоий тармоғидаги расмий каналида 13 март куни “МИБ ўзининг “мажбурий” мақомидан айрилиши мумкин” сарлавҳали мақола эълон қилинган. Унга расмий жавоб берган Ўзбекистон Республикаси Бош прокуратураси матбуот хизмати юқорида номи тилга олинган сайтда чоп этилган мақолада баён қилинган маълумотлар ҳақиқатга мутлақо зид эканлигини таъкидлайли. “Мажбурий ижро бюроси ўз ишини Президентимизнинг 2017 йил 29 майда имзоланган ПФ-5059-сонли Фармонида белгиланган тартибда бажармоқда ва келгусида Бюро фаолиятини, унинг номини ва бевосита бўйсунувчи юқори ташкилотини ўзгартириш ёки алмаштириш кўзда тутилмаяпти”¹ деб ёзилади матбуот хизмати расмий сайтида.

¹ Ўзбекистон Республикаси Бош прокуратураси Матбуот хизмати <https://prokuratura.uz> (18.03.20190375).

Яна шу xabar.uz сайти Ўзбекистон Мусулмонлари идораси раиси, муфтий Усмонхон Алимов эгаллаб турган лавозимидан озод қилингани ҳақида “azon.uz” ўз манбасига асосланиб хабар беради.

“Муфтий Усмонхон Алимов, бугун Ўзбекистон халқаро Ислом академиясида Бош вазир Абдулла Арипов бошчилигида Ўзбекистон Мусулмонлари идораси, унинг вилоят вакилликлари ходимлари, Дин ишлари бўйича қўмита раҳбарияти иштирокида ўтказилаётган мажлисда ишдан олинган” дейилади хабарда.¹ Аммо дастлабки хабарлардан икки соат ўтиб, турли манбаларда унинг ҳали ишдан олинмагани ҳақида раддиялар берилди бошланди. Хусусан, аввал @davletovuz канали муфтийнинг ишдан олингани ҳақидаги хабарлар “дезинформация” экани, у ўз лавозимида қолаётгани ҳақида ёзади. Бу хабарни ЎЗА, kun.uz сайти тасдиқлади.

Шунга ўхшаш таниқли шахслар билан боғлиқ бундай “фейк” ахборотлар Ўзбекистоннинг биринчи Президенти Ислом Каримовнинг қизи Гулнора Каримованинг вафот этгани ёки Туркменистон Президенти Гурбангули Бердимухамедовнинг вафот этгани ҳақида ҳам берилган. Аммо кўп ўтмай хабарлар “сохта” эканлиги аниқланди.

Миллий медиа маконда “фейк янгиликлар” таҳлили

“Фейк янгиликлар” ҳукуматнинг қабул қилган қарорлари ёки давлат идораларнинг фаолиятига нисбатан ҳам кўп қўлланади. Масалан, ижтимоий тармоқларда ва айрим оммавий ахборот воситаларида йўл ҳаракати қоидаларини бузганлик учун жарималар миқдори 2019 йилнинг 1 августидан бошлаб бир неча баробарга оширилаётганлиги ҳақидаги хабарлар кенг тарқалди. Бироқ, интернет тармоғида кенг тарқалаётган “оширилаётган” жарималар миқдори ҳақиқатга тўғри келмайди. Улар шунчаки “фейк”, яъни ёлғон хабар эди. Йўл ҳаракати қоидаларини бузганлик учун жавобгарлик Ўзбекистон Республикаси Маъмурий жавобгарлик тўғрисидаги кодексига мувофиқ белгиланади. Ушбу Кодекснинг йўл ҳаракати қоидаларини бузганлик учун жавобгарликни белгиловчи моддаларига сўнгги маротаба Ўзбекистон Республикасининг 2019 йил 24 майдаги ЎРҚ-542-сонли Қонуни билан ўзгартиришлар киритилган бўлиб, улар бугунги кунда амалда қўл-

¹ [https://www.xabar.uz/jamiyat/muftiy-usmonxon-alimov\(10.09.2019 18:31\)](https://www.xabar.uz/jamiyat/muftiy-usmonxon-alimov(10.09.2019 18:31)).

ланилиб келинмоқда. 2019 йил 1 августдан бу борадаги жарималар ўзгариши белгиланмаган.¹

Айрим журналистларнинг бундай ҳолларда аниқ ҳамда ҳаққоний маълумотни тарқатишга ҳаракат қилмаслиги, воқеа юзасидан чуқур текширув ва суриштирув ишларини олиб бормаслиги, тўғридан-тўғри хабарни тарқатган биринчи манбага ҳавола қилган ҳолда, гарчи шов-шувли бўлса-да, бироқ таги пуч, жорий ҳақиқатга мос келмайдиган ахборотни тарқатиб, ўз сайтининг ёки босма нашрининг ўқувчилари сонини оширишга уринишлари кишини ўйлантиради, ранжитади.

Анъанавий ОАВда хусусан, босма нашрлар бирор ахборотни эълон қилсаю, кейин унинг “фейк” эканлиги маълум бўлиб қолса, ўша нотўғри ахборот кетиб қолган сонни йўқ қилиб бўлмайди. Интернетдачи? Уни осонликча олиб ташлаш мумкин. Юқорида муфтий билан боғлиқ ахборотни олиб ташланганини бунга мисол қилиш мумкин. Бу ахборотнинг “фейк” эканлигини ёзган расмий манбалар изоҳидан кейин ахборот олиб ташланди. Лекин орадаги вақт ичида қанча одамлар ундан хабардор бўлдилар. Хўш, бундай хабарларни ким тарқатади? Ушбу саволга 2019 йил 25 сентябрда “Хуррият” газетасининг 32-сонида чоп этилган блогерлар ҳақидаги “Блогерни журналист деб бўлмайди”, “Ахборот майдонида ҳеч қачон бўш ўрин топилмайди” мақолаларига муносабат билдириб ёзилган муаллиф Отабек Исроиловнинг. “Ёлғон хабар (Fake news) маконида алданиб қолманг!” сарлавҳали мақоласида шундай жавоб беради: “Одатда, бу каби ёлғон ахборот, ижтимоий тармоқ фойдаланувчилари таъбири билан айтганда, “трол”лар томонидан тарқатилади. Ижтимоий тармоқ фойдаланувчиси – троллнинг ортида тирик шахс турибди. Лекин исм-шариф ё тахаллуслар, профил маълумотларининг барча-барчаси сохта. Троллар ўзлари тарқатаётган ахбороти каби ёлғон шахс.”²

Муаллифнинг муносабатида асос бор. Чунки турли воқеаларга нисбатан, сохта номдаги аккаунтлар, троллар энг кўп фикр билдирадилар. Оксфорд университети тадқиқотчилари ижтимоий тармоқларда жамоатчилик фикрини тарғиб қилиш, мухолифатни бостириш ва манипуляция қилиш далилларини топди. Улар орасида Ўзбекистон ҳам бор, деб хабар беради Spot. Ўзбекистон сохта аккаунтлар учун ботлардан эмас, балки ҳақиқий одамлардан фойдаланадиган бир неча мамлакатлар қаторига кирди. Улар

¹ Сулаймонов У. Жарималар миқдори ўзгармаган. <https://adolat.uz/news/umid-sulajmonov-zharimalar-miqdori-ozgarmagan>

² <http://uza.uz/oz/society/yel-on-khabar-fake-news-makonida-ald>

одатда бошқа одамларнинг ўғирланган ёки бузилган аккаунтларидан фойдаланади. Тадқиқотчилар Ўзбекистонда ахборотни манипуляция қилишнинг асосий ташкилотчилари фуқаролар эканлигини аниқлади. Ҳатто махсус “Тролл фабрикаси” мавжудлиги ҳам жамоатчилик ўртасида кўп муҳокамаларга сабаб бўлди. “Дарё.uz” “У чиндан ҳам ватанга хизмат қилман деб ўйлайди”. “Троллар фабрикаси”ни фош қилган қиз билан суҳбатини эълон қилди.

Троллар кимга хизмат қилади?

Жорий йилнинг 16 сентябрь куни Telegram’даги Alimoff каналида блогер Нурбек Алимов ҳамда ёш журналист Дилбар Исматуллаева томонидан олиб борилган суриштирув натижалари эълон қилинди. Бу иккиси Тошкент ахборот технологиялари университетида фаолият юритган “троллар фабрикаси”ни фош этиб, ижтимоий тармоқларда фаолият юритган каттагина ноқонуний гуруҳга оид исбот-далилларни ошкор қилди.

“Дарё” билан бўлган суҳбар сўнгида суриштирув олиб борган қиз Д.Исматуллаева ўз хулосаларини шундай баён этади: Сиз сўраган “илдизлар” масаласида яна бир нарсани айтмоқчи эдим. Ижтимоий тармоқларда муҳокама қилинаётган бу масаланинг асосий айбдори сифатида Н. – мени бу ишга таклиф қилган бола кўриляётгани ва масаланинг асл илдизига эътибор қаратилмаётгани, очиғи, мени ҳайратлантирди. Ажриқни илдизи билан кўпориб ташламаса, у ўсиб чиқаверади. Томир мавжуд бўлгач, мажбуриликдан ўсиб чиқаётган ажриқларни нима ҳам қилиб бўларди?

Бу билан мен “Группа-4” аъзоларини мутлақо айбсиз демоқчи эмасман, лекин (балки пул илинжида, балки бошқа мақсадни кўзлаб) бу йўлга кирган ўнлаб, балки юзлаб оддий ишчиларни фош этиш билан масала енгиллашиб қолмайди. Бу муаммонинг тагига етишда, яъни ҳамма айб қуйидагиларнинг гарданига тушмаслигини таъминлашда, ишнинг асл ташкилотчиларини топишда ОАВ вакилларидан ёрдам сўраб қоламан”.¹

Тролларга муносабатда ҳам турлича қарашлар мавжуд. Масалан, блогер Умид Ғафуров ўзининг Troll.uz шахсий саҳифасида киноя ва пичинг (сарказм) воситаси орқали жамиятдаги турли муаммоларни кўтариши билан интернетда яхшигина аудиториясига эга. Телеграмдаги гуруҳ аъзолари Troll.uz канали телеграмини блокировкаси бўйича акцияда иштирок этишга даъват этилган хабар олдилар. Хабарда канал муаллифини Ўзбекистон

¹ Ўша манба.

олий ўқув юртларидаги аҳвол киноя ва танқид қилинганида айбланган. Бундан ташқари, хабар ёлғон маълумотларга эга бўлиб, гўёки Troll.uz канали муаллифининг олий маълумоти мавжуд эмаслиги, устига-устак қамокда жазосини ўтаётгани баён қилинади. Бу маълумотларнинг қанчалик ҳақиқатга яқинлигини Anhor.uz текшириб кўради. Текширув натижасида ишончли манбадан У. Гофуров Бухоро давлат университети иқтисод факультетини тамомлаб, магистратурани Италияда ўқигани аниқланади.

“Биз охир-оқибат бундай фейк хабарлар ортида ким турганлигини тагига етдик. Исм-шарифлар ва уларнинг аккаунтларини ҳозирча эълон қилишдан ўзимизни тийиб турибмиз. Вазият тўлиқ ойдинлашсин”, деб ёзади “Anhor.uz” сайти бош муҳаррири Лола Исломов.¹

Интернет чексиз-чегарасиз ахборот манбаидир. Аммо бу ахборотнинг тўғри ёки нотўғри эканлигини қандай ажратиш мумкин? Қандай ахборотлардан эҳтиёт бўлиш, қандайларига ишониш зарур? Умуман интернетдаги ахборотнинг тўғрилигига ким масъул бўлиши керак? Бу каби саволлар жуда кўп ва улар мазкур соҳанинг ривожланишига жиддий ёндашувни талаб этади. Сайтлардан фойдаланувчилар ахборотни тўғри деб қабул қилади, унга ишонади. Афсуски, юқорида мутахассис айтганидек, расмий сайтлар баъзан ахборотни текширмасдан ҳавола орқали улашадилар. Бу фойдаланувчилар орасида тушунмовчилик, турли шахслар, гуруҳлар, қатламларнинг, пировардида бутун жамиятнинг муносабатларига таъсир этади. Бундай ҳолатларни айниқса, сўнгги йилларда ижтимоий тармоқлар мисолидан ҳам кўриш мумкин.

¹ Troll.uz ни тўхтатишга уриниш орқасида ким турибди? <https://anhor.uz> > uz > migplus > troll.uz-ni-tuhtat.

Жаҳон тажрибасида “фейк янгиликлар”га бўлган муносабат



Жаҳон тажрибасида “фейк янгиликлар”га бўлган муносабат ва унинг оммавий ахборот воситаларида тарқатилишида ўзига хос фарқли жиҳатлар мавжуд. Қуйида уларнинг баъзилари хусусида сўз юритамиз.

Ҳиндистонда сохта янгиликлар ҳатто давлат сиёсатига ҳам таъсир ўтказмоқда. Улардан бири касталар ва динлар ўртасида зўрвонликка сабаб бўлган. Давлатда қалбаки янгиликлар, асосан, WhatsApp мессенжери орқали тақатилади.¹ Маълумотларда келтирилишича, 2017 йил февралда мамлакатда 200 миллиондан ортиқ фуқаро ушбу ижтимоий тармоқда фаол бўлган.

Испанияда 2010 йил тарқалган сохта маълумот жаҳон ҳамжамияти эътиборини ҳам тортди. Ўшанда АҚШ Филиппинни Испаниядан сотиб олгани

¹ Doshi, Vidhi (October 1, 2017). “India’s millions of new Internet users are falling for fake news – sometimes with deadly consequences”. Washington Post. Retrieved December 30, 2017.

ҳақидаги мақола эълон қилинганди. У мамлакат тарихида энг оммалашган хабарга айланди.¹

Сингапурда эса сохта янглик тарқатганлар жавобгарликка тортилади. Амалдаги қонунчиликка кўра, мамлакатда кимдир ёлғон ёки сохта хабарни тарқатса, у қонун талабларини бузган ҳисобланади.²

Филиппинда сохта хабарларни тарқатиш долзарб муаммо тусини олган. Боиси ижтимоий тармоқларда тарқалган хабарлар сиёсий ҳаётга ҳам таъсир кўрсатган.³ Хусусан, 2016 йил мамлакатда ўтган сайловлардан сўнг баъзи сенаторлар сохта янгиликларни тарқатиш имконини берувчи ижтимоий тармоқ платформаларидан норози бўлишган. Гап сенаторларнинг сайловолди дастурларини нотўғри талқин этилгани ҳақида кетаётганини аниглагандирсиз. Бу вазиятда улар қалбаки хабарларни тарқатган ижтимоий тармоқ платформаларини жазолаш таклифи билан чиқишган.

Жанубий Африкада оммавий ахборот воситаларида эса сохта, уйдирма хабарларнинг тарқатилиши борган сари кўпаймоқда. Мамлакатда, айниқса, сиёсий мухолифларни обрўсизлантиришга қаритлган хатти-ҳаракатлар кўп кузатилмоқда. Бу эса оммавий ахборот воситаларига бўлган ишончнинг камайишига сабаб бўляпти.



➤ "Фейк" ларнинг энг ёмон иллоти ўз-ўзини кўпайтира олиш қобилиятидир. Яъни бундай хабарлар бирдан болалайди, ёлғон тафсилотлар билан бойиб боради, одамларни тобора кўпроқ чалғитади. "Фейк" дан мақсад адаштириш, чалғитиш, омма фикрини бошқаришдир.

¹ Cabreza, Vincent. "Fake news also hounded 1896 Philippine revolution". newsinfo.inquirer.net. Retrieved June 5, 2017.

² Telecommunications Act (Cap. 323), retrieved from [1] on June 20, 2017.

³ Javier, Kristian. "Pangilinan Wants Facebook Penalized over Fake News". philstar.com. Retrieved June 2, 2017.



➤ Ўзбекистон аҳолисининг 41 фоизи ўқиган маълумотини текшириб, кейин унга ишонади, 31 фоизи қабул қилинган ахборотни текширмайди, 19 фоизи эса баъзи ҳолатлардагина ахборотни бошқа манбалар билан солиштиради.

Амалий машғулот учун топшириқлар

1. Uz.доменидаги ОАВ сифатида рўйхатдан ўтган миллий сайтлардаги “фейк янгиликлар” ни мониторинг қилинг.
2. Расмий сайтлар, шунингдек блогерлар томонидан узатилаётган ахборотларнинг қанчасини “фейк”лар ташкил қилишини аниқланг.
3. Ижтимоий тармоқларда троллар ва сохта аккаунтларни аниқланг ва улар узатаётган ахборот мазмунини таҳлил қилинг.
4. “Фейк янгиликлар”га қарши курашиш бўйича жаҳон ва миллий тажрибасини қиёсий таҳлил қилинг.

Боб юзасидан назорат саволлари

1. “Фейк янгилик” тушунчаси ҳақида нималарни биласиз?
2. “Фейк янгилик” қачон пайдо бўлган, унинг дастлабки кўринишлари ҳақида нималарни биласиз?
3. “Фейк янгилик”нинг анъанавий янгиликдан фарқи нимада?
4. Нима учун одамлар “фейк янгиликлар”га қизиқишади, унинг ўзига тортувчи жиҳати нимада?
5. “Фейк янгилик” ни қандай ажратиш мумкин?

II БОБ. FAKE NEWS БУГУН

2.1. АНЪАНАВИЙ ОАВДА “ФЕЙК ЯНГИЛИКЛАР”НИНГ КЎРИНИШЛАРИ

Калит сўзлар: ахборот захираси, ресурс, бюллетен, миқдор, сифат, ижтимоий медиа, ахборот хуружи, вирус, реклама, ахборот бозори, хавфсиз макон.

Инсон табиати ҳамда ахборот феномени ўртасидаги ўзаро алоқадорлик технологик инқилобнинг бошланиши ва интернетнинг жуда тез суратда ревожланиши шароитида ўзгача аҳамият касб этди. Интернетнинг чексиз имкониятларини юзага келиши туфайли ахборотнинг ҳаққонийлиги тамойили жиддий зарар кўрди. Ҳамма жойни “фейк янгиликлар” босиб кетди. “Фейк янгиликлар” кенг ёйилишига икки асосий омил сабабдир:

1) **миқдорий** – интернетда текширишнинг имкони бўлмайдиган жуда катта миқдордаги ахборот захираси мавжуд;

2) **сифатли** – технологик: янги технологиялар туфайли ахборотни йиғиш ва сақлаш воситалари, шунингдек, уни ишлаб чиқарувчи субъектлар ва узатувчи каналлар кўпайган.

Биринчи ҳолатга эътибор қаратадиган бўлсак, ахборотдан фойдаланиш бўйича катта авлод вакилларининг ҳозирги ёшлардан фарқли жиҳати шундаки, уларнинг асосий ўрганадиган манбалари китоблар, ҳужжатлар, даврий нашрлар (газета, журнал, бюллетен ва бошқалар), овозли ОАВ ва бошқа анъанавий воситалар бўлган. Ахборот жамияти шароитида эса, билим олишнинг энг муҳим манбаси интернет ҳисобланади. Бунинг устига бу улкан “омбор”га кириш ҳеч қандай куч талаб қилмайди.

Таҳлилларга кўра, XX асрнинг 80-йиллар ўрталарида бир кунда битта одамга ўртача 40-50 газета сони мазмунига тенг янги ахборот олиш тўғри келган бўлса, бу кўрсаткич 2007 йилда тахминан 175 газета мазмунигача ўсиб борди. Бу охириги ўн йилликда оммавий ахборот олиш имконияти ошганини кўрсатади. Табиийки, у билан бирга ёлғон, сифатсиз ахборотнинг миқдори ҳам ошган. Албатта, муаммоли вазиятлар нуқтаи назаридан қараганда ўзларининг молиявий воситалари орқали яратувчиларга улкан фойда келтирадиган макон - ижтимоий тармоқларда ҳудудий реклама берувчилар “фейк” хабарлар юкумли (вирусли) касаллик сингари тарқалган.

• • •

Таҳлилларга кўра, ХХ аср 80-йилларнинг ўрталарида бир кунда битта одамга ўртача 40-50 газета сони мазмунига тенг янги ахборот олиш тўғри келган бўлса, бу кўрсаткич 2007 йилда тахминан 175 газета мазмунигача ўсиб борди. Бу охириги ўн йилликда оммавий ахборот олиш имконияти ошганини кўрсатади.

• • •

Бугун интернетга тахминан 97 фоиз фойдаланувчилар ахборот манбаси сифатида қарайди. 47 фоизи одам учун ижтимоий медиа асосий янгиликлар манбаси бўлиб қолди. Боиси, айнан интернет, айниқса ижтимоий тармоқлар “фейк янгиликлар” ни тарқатиш учун қулай ва хавфсиз макон, бизнингча. Бунинг бир неча сабаблари бор.

Биринчидан, ижтимоий тармоқлар орқали ахборот бозорига чиқиш ва у ерда контент яратишга бўлган ҳаракати жуда осон кўчади.

Иккинчидан, ижтимоий тармоқлар эҳтиёжлар формати – янгиликларни телефон орқали олиши ёки компьютер экранига томоша қилишга қулай, аммо бу ахборотнинг ишончилигини муҳокама қилиш учун қийинчилик туғидириши мумкин.

Учинчидан, ижтимоий тармоқлардан фойдаланувчилар сони жуда катта тезликда ошмоқда. Бундай шароитда анъанавий ОАВга бўлган ишончи тушиб кетади. Натижада текширилган ахборот манбалари ижтимоий тармоқлар фойдасига ўзгариб, текширилмаган, сифатсиз ахборот ривожланишига кенг йўл очиб беради.

Тўртинчидан, олимлар (аввалига Facebook мисолида) ижтимоий медиа ғоявий жиҳатдан одамларни бир-биридан ҳоли қилишини исботлаган.

Ана шу сабаблар туфайли интернет ва айниқса, ижтимоий тармоқлар орқали жуда катта миқдордаги ахборотнинг кириб келиши, анъанавий ОАВнинг мақоми ва мавқеини тушириб юборди.

ОАВни қиёсий ўрганганда fake news атамаси яқинда пайдо бўлди, 2016-2017 йилларда кенг оммалашди.

Масалан, Сирияда “ёлғон янгилик” атамаси остида янгиликлардан манипуляцияни таш-

киллаштириш жараёнида кенг фойдаланади. Мамлакатнинг сиёсий, ғоявий, иқтисодий ҳаётига тааллуқли ахборот ва тасвирлардан манипуляция субъектлари ўз манфаатларидан келиб чиқиб воқеликни қабул қилишда одамларнинг эътиборини тортиб, уларнинг қарашларини бошқаради.

Сирияда ёлғон турларига қараб фаркланади:

1) **тўлиқ ёлғон** (абсолют) – англаган ҳолда буткул ёлғон ахборот бериш;

2) **қисман ёлғон** – бошқа тўғри манбалар қаторида реал воқеликка тўғри келмайдиган битта ёлғон билан асосланмаган ахборот тайёрлаш;

3) **сукут сақлаш** орқали бериладиган ёлғон – муаллиф содир бўлган реал воқелик мос фактларни билади, аммо аудиторияга муайян образ билан таъсир кўрсатмасликка ҳаракат қилади.

Таъкидлаш жоизки, бизнинг давримизда “фейк” хабарларни яратиш бўйича кучли техник воситаларнинг жуда ривожланганлиги туфайли нияти бузуқ “сторителлер”лар ҳамиша замонавий технологиялардан фойдаланиб, реал воқеликка мос келадиган ва ҳақиқатга ўхшайдиган ёлғон материалларни яратадилар. Бундай мақсадни амалга оширишга Photoshop, Adobe Illustrator, AdobeAfterEffect, AdobeInDesign видеомонтаж ёки график дастурларни мисол қилиб келтириш мумкин. Уларнинг ёрдамида дунёнинг ёлғон манзарасини яққол кўрса бўлади. Айниқса, турли хил овоз ва тасвир воситалари қўшилганда улар яна ҳам ҳақиқий ва ишончли ахборотга айланади.

“Фейк янгиликлар” кўпроқ ахборот урушлари воситаси сифатида қўлланади ва буни ОАВда Сириядаги инқирознинг ёритилишида бир неча бор қўлланганлигини таъкидлаш жоиз. Бир неча воқеа-ҳодисаларни ОАВ айнан битта образдан турлича ёритиш орқали фойдаланган. Масалан, Жанубий Гуота (Ghouta)да содир бўлган иккита воқеада битта сириялик қиз тасвири берилган. Биринчи марта Сирия армияси ҳудудига қилинган ракета ҳужуми қурбони сифатида, иккинчи марта кимёвий қуролнинг қурбони сифатида берилган. Ҳар икки ҳодисада ҳам Сирия армиясини фуқароларнинг ўлимида айблаш мақсади қўйилган эди. Аммо ҳақиқат кейинроқ Сирия армияси жанубий Гуотанинг озод қилганда, қиз ва унинг оила аъзолари тириклиги маълум бўлади. Ўрганилаётган муаммода энг муҳим жиҳат, ахборот истеъмолчиси “ёлғон” ахборотни ажрата билишидир. Буни ҳозирги пайтда FactCheck.org, Snopes.com, WashingtonPostFactChecker и PolitiFact.com сингари ёлғон хабарлар билан махсус шуғилланадиган ва уларнинг борлигини текшириб кўрадиган тадқиқот марказларининг қатор веб-сайт-

лари бор. Уларнинг ичида АҚШнинг Пенсилвания университети қошидаги сиёсий жамоатчилик марказининг – FactCheck.org, лойиҳаси томонидан олиб борилган тадқиқотлар ишончлилиги билан эътибор қозонган.

Амалий машғулот учун топшириқлар

1. “Фейк янгилик”ни яратишда фойдаланадиган ёлғон турларига қараб, ижтимоий тармоқдаги ахборотларни таҳлил қилинг.
2. “Фейк” хабарларни яратиш бўйича кучли замонавий технологиялардан фойдаланиб, реал воқеликка мос келадиган ва ҳақиқатга ўхшайдиган ёлғон материалларни ўрганинг.
3. “Фейк” хабарларни мавжуд платформалар орқали текширинг.

2.2. ЯНГИ МЕДИАЛАР ШАРОИТИДА FAKE NEWS, МИСТИФИКАЦИЯ ВА АУДИТОРИЯ

Калит сўзлар: мистификация, манипулятив ахборот, мисинформация, малинформация, босма наирлар, профессионал, ихтиро, пранкер, қидириши сўзлари, расмлар, хештеглар, полилог.

2017 йил февралда Science журнали – дунёдаги энг нуфузли илмий нашрларидан бири, “фейк янгиликлар”ни номер мавзусига айлантди. Олимлар Twitter ижтимоий тармоғида ўн йил давомида тарқатилган 126 000 та сохта ва ҳаққоний янгиликларни тўплади. Уларнинг таҳлилида ёлғон ҳақиқатга қараганда анча тез оммалашгани аниқланди.¹

“Фейк янгиликлар” каби ахборотнинг бузилган шакли бўйича айрим муаллифлар шундай батафсил изоҳ келтиради: **кулиш (ҳазил), нотўлиқ ахборот, манипулятив ахборот, уюштирилган ахборот, чалғитувчи контент, нотўғри талқин қилинган ахборот.**²

Аммо Fake news билан чалғитувчи ва сохта маълумот ташувчи контентни фарқлаш зарур. Ахборотнинг бузилиши кўпинча қуйидаги учта шаклда амалга оширилади:

- **Disinformation** – дезинформация: одамга, ижтимоий гуруҳга ёки мамлакатга зарар етказиш мақсадида қасдан яратилган сохта ахборот.

- **Misinformation** – ахборотнинг нотўлиқлиги: ахборот сохта, аммо зарар етказиш мақсадида яратилмаган.

- **Malinformation** – аниқ маълумот, аммо ундан одамга, ижтимоий гуруҳга ёки мамлакатга зарар етказиш учун фойдаланилади.

¹ Козловский, Б. Максимальный репост: Как соцсети заставляют нас верить фейковым новостям / Борислав Козловский. – М. : Альпина Паблишер, 2018. – 198 с.

² The Impact of CrossCheck on Journalists & the Audience, by Smyrniotis, N., Chauvet, S., & Marty, E., November 2017.

Ахборот бузилишининг учта шакли¹

Юқоридаги расмдан шуни кўриш мумкинки, ахборот бузилишининг уччала тури ҳам сохта ахборот тарқатиш ва зарар етказишга қаратилган. Шунини таъкидлаш керакки, бугун доимий ахборот қуршовида яшаётган жамиятлар жуда кўп ҳолларда ишончсиз, бузилган маълумотлар таъсирига тушиб қолмоқда. Айниқса, сиёсий воқеалар, ҳарбий ҳаракатлар, халқаро аҳамиятга эга ҳодисалар билан боғлиқ янгиликлар, яъни муҳим қарорлар қабул қилишни талаб этадиган воқеалар орасида “фейк” тарқатиш ҳолати манипулятив инструмент сифатида кўл келмоқда.

Ахборотнинг жамоатчилик онгига таъсири бўйича энг йирик тадқиқотчиларидан бири канадалик *файласуф Герберт Маршалл Маклюэннинг* ғояси шундан иборат эдики, оммавий ахборот воситалари “табiiй ресурслар” ҳисобланади. Шунинг учун замонавий дунёда ахборот ресурсларига кириш учун кураш олдинги ўринга чиқди. Миш-мишларга асосланган “фейк” хабарларнинг табиатини тушуниш “ахборот” ва “дезинформация” тушунчаларини аниқ чегаралашга ёрдам беради.

Ахборот кўпинча ҳақиқат/ёлғон ва ишонччилик тушунчалари билан тавсифланади. Ахборот реалликка мос келадиган бўлса, ҳақиқат ҳисобла-

¹ Claire Wardle, Hossein Derakhshan, “Information Disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking”, Council of Europe, 2017.

нади. Ҳақиқат фактни тўғри тақдим этиш орқали ифодаланади. Демак, **факт** бу – текширилган, ҳақиқатда содир бўлган воқелик ҳақидаги ишончли маълумотдир.

Дезинформация – ахборотнинг шундай турики, у аудиторияда воқеликнинг нотўғри манзарасини шакллантиради. Фактларни тўлиқ ёки қисман бузиш, ахборотни яшириш, мулоқотда хабарга нотўғри урғу бериш ва бошқалар дезинформация воситалари ҳисобланади.

Интернетнинг ихтиро қилиниши натижасида тармоққа кириш имконига эга бўлган ҳар бир фойдаланувчида ахборотни ишлаб чиқариш, уни тарқатиш ва ахборот олиш имконияти яратилди. Бу фаол фуқаролик позициясига эга бўлган шахс учун катта имкониятлар эшигини очади. Ташаббускор блогерлар журналистларнинг вазифасини бажара бошлайдилар, улар ҳақиқатда ўзгаришларни тезкорлик билан акс эттирадилар. Бир томондан, бу демократик кадриятларнинг ғалабасини намойиш этади, бошқа томондан, оммавий ахборот воситаларининг фактлар билан ишлаш тамойилларини тан олмайди ва натижада фейклар пайдо бўла бошлайди. Сўнгги йилларда, нопрофессионаллар “янгилик” яратиш учун катта имкониятларга эга бўлди. Бунга мисол тариқасида 2012 йилда Қримда юз берган сув тошқини ҳақидаги хабарни келтириш мумкин.

Бу воқеага нисбатан расмий идоралар “сукунат”ни афзал кўрди, натижада турли блогларда “фейк” хабарлар тарқала бошлади. Энг катта резонанс келтириб чиқарган материал Юлия Антопропованинг “Ливе Журнал”, “Facebook”, “В Контакте” да эълон қилган Небержаев сув омборининг очилиши ҳақидаги маълумотлари бўлди: “Агар очилмаса, Новороссийск сувини тўсади, агар очилса, Қрим ювилиб кетади”. Тасдиқлан-

• • •

Ахборот кадриятга айланадиган замонда босма ва электрон ОАВ (ҳатто энг зўрлари ҳам) жамиятдаги мавжуд бутун ахборот юқини кўтара олмай қолади. Шу туфайли, бундай ОАВ ўз ўрнини “учинчи тўлқин” тамаддунида максимал даражадаги хилма-хилликни таъминлай оладиган ва ҳатто шахсий сўровларга ҳам жавоб бера оладиган интерактив ва оммавий бўлмаган воситаларга бўшатишга мажбур бўлади.

• • •

•••

*Сохта хабарлар
авлоди ижтимоий
тармоқлар
чегарасидан
ташқарига чиқди ва
анъанавий оммавий
ахборот воситалари,
биринчи навбатда,
телевидение орқали
оммалашди. Бу кўп
жиҳатдан кўплаб
халқаро тўқнашувлар
ва ахборот урушлари
билан боғлиқ.*

•••

маган маълумотларнинг такрорланиши натижа-
сида пайдо бўлган одамлар ваҳимасини тўхтатиш
учун кўплаб энергия сарфлашимиз керак эди.

Юқоридаги мисолдан кўриниб турибдики,
бугунги кунда журналистикада профессионал
бўлмаган шахслар ҳам куннинг энг сўнгги янги-
ликларига монанд равишда тез ахборот (ҳақиқат-
га асосланмаган) тарқатиши мумкин. Бу асосан,
тижорат ёки кўнгилочарлик мақсадларида амал-
га оширилади.

Шуни алоҳида таъкидлаб ўтиш керакки, со-
хта хабарлар авлоди ижтимоий тармоқлар чегар-
расидан ташқарига чиқди ва анъанавий оммавий
ахборот воситалари, биринчи навбатда, телеви-
дение орқали оммалашди. Бу кўп жиҳатдан са-
ноқсиз халқаро тўқнашувлар ва ахборот урушла-
ри билан боғлиқ.

Ахборот технологияларининг жадал риво-
жланиши ҳамда техник имкониятларнинг кен-
гайиши шароитида миш-мишлар ва ярим чин,
ярим ҳазил қабалидаги материалларни ҳақиқий-
ларидан ажратиб олиш қийин. Сабаби, ҳозирда
ҳар бир фойдаланувчига хужжатлар, тасвирлар,
аудио файлларни осонгина нусха кўчиришга “им-
кон берадиган” технология мавжуд бўлиб, бу ҳар
доим ишончли ахборотга нисбатан тўсиқ бўлади.
Бунинг олдини олиш, тўхтатиш ва рад этилиши
учун биз журналистлар фаолиятини профессио-
нал даражада ташкил қилишга ёрдам берадиган
техникалар ва филтрларга муҳтожмиз.

Бугунги кунда янги медиалар ва интернет
журналистикаси тобора ривожланиши жараёни-
да бу ҳодисанинг аудитория иштироки ва ўқувчи-
ларга таъсир кўрсатиш усул ва воситалари билан
фарқ қилувчи яна бошқа тушунчалар масс медиа
майдонига кириб келди. Унинг номи мистифика-
циядир.

Мистификация ҳам “фейк хабар” маъносига яқин, аммо мазкур тушунчанинг моҳиятини тўлиқ очиб бермайди. Маълумки, бадиий адабиётда ҳам реал фактларга мурожаат қилинади, бу фактларни бадиий ижодда инкор этиш салбий натижаларга олиб келиши мумкин, шу сабаб муаллифлар адабиётда ҳам реал фактлар воситасидаги образлардан фойдаланадилар.

Ботлар, тролл ва пранкерлар бу – интернет тараққиёти натижасида пайдо бўлган, муаллифларнинг янги ниқобланиш усуллари дир. Маълумки, матннинг сохта муаллифи бу – муайян жараённинг субъекти бўлиб, у ўз материалларида ҳаётий воқеа-ҳодисаларни ҳикоя қилади ва ахборот истеъмолчиси тасаввурини жонлаштириши орқали аслида содир бўлмаган вазиятларни “ҳақиқийдек” акс эттиради.

Мистификатор-муаллифлар ҳақиқий ижодкор муаллифлардан фаркли ўлароқ, ўз асарларида руҳий оламни тўла акс эттирмайдилар. Мистификаторлар инсоннинг мулоқот жараёнидаги ролини эътиборга оладилар ва шу орқали ўз хабарларини бошқа инсонларга тарқатадилар. Бундан кўзланган мақсад маълумотларни фалсификатсиялаш, яъни сохта хабарга айлантириш ёки тарғиб қилишга қаратилади.

Бот нима?

Бот – мистификатор-муаллифларнинг асосий кўринишларидан бири бўлиб, кундалик ҳаётда исталган интернет фойдаланувчи уларни дастур сифатида тушуниши ва қабул қилиши мумкин. “Бот” сўзи инглиз тилидаги “робот” сўзидан келиб чиққан. У ҳозирда ёшлар орасида урф бўлган он-лайн ўйинлар, турли аукционлар ҳам мазкур тур таркибига киради. Ижтимоий тармоқларда ҳам ботлар (социал ботс) мавжуд бўлиб, улар маълум аккаунт воситасида компьютер дастурлари орқали бошқарилади. Ботларнинг бундай тури интернет буюртмачилар томонидан тижорат мақсадларида яратилади.

Интернетда мазкур ботлардан фойдаланиш жараёнида уларни ҳақиқий одамлар назорат қилаётгандек тасаввур уйғотади. Ботлар бошқа фойдаланувчиларнинг ахборот сўровлари алгоритмларини тезликда, осонлик билан бир неча сониялар ичида ҳисоблаш (қидириш сўзлари, расмлар, ҳештеглар орқали) имкониятига эга. Шунингдек, улар бу сўровларга мувофиқ махсус танланган контентни тарқатишга ҳам қодир. Бундай ботлар маълум бир контентга қизиққан фойдаланувчиларга оммавий равишда камида бир марта керакли маълумотни жўнатади. Уларнинг асосий вазифаси - ижти-

мой тармоқларни мақсадли аудитория манфаатларига мос равишда хабарлар билан, шу жумладан, сохта маълумотлар билан тўлдиришдир. Қимматли қоғозлар ва биржа комиссиясига тақдим этилган ҳисоботда Твиттер 2014 йилдаги ботларни сонини эълон қилди. Унга кўра ойига 23 миллиондан ортиқ (8,5%) Твиттер фойдаланувчилари ботлар эканлиги аниқланган. Facebookдаги маълумотларга кўра, худди шу даврда бу ижтимоий тармоқда ботлар 5,5 дан 11,2 гача фоизни ташкил этган. 2016 йилда президентлик компанияси давомида ФСС хабарларининг тахминан 20 фоизи ҳам автоматик равишда яратилганлиги аниқланган.

Биринчи чат-робот бундан тахминан 40 йил олдин Элиза номи билан аталиб, мулоқот қилиши мақсадида инсон нутқига мос равишда яратилган. Дастурнинг қолган барча чатбот оиласи Элизадан сўнг ишга туширилган. Дастурнинг ишлаш принципига кўра, чат-роботларини икки турга ажратиш мумкин. Биринчи ва энг оммалашган турдаги ботлар нутқ шаблонларини киритиш ва уларнинг ёзишмаларига асосланади. Иккинчи тур - “фешли ботлар” деб номланади. Дастур нутқ сўзларини овоз, объект ва белгилар ўртасидаги боғлиқлик асосида тузади. Масалан, “бажариш” фешли тўғридан-тўғри маънода жонли субъект (ким?)нинг хатти-ҳаракатини ифодалайди.

Ботларни ҳақиқий фойдаланувчилардан фарқлаш қийин бўлсада, лекин бунинг имкони мавжуд. Ҳақиқий фойдаланувчи ва бот ўртасидаги фарқ, уларнинг асосан ёзма нутқ шаклида сўзлар орқали мулоқот қилишидадир. Ботлар суҳбатдошлар билан фақатгина диалог кўринишида мулоқот қиладилар, яъни уларда тайёрланмаган, спонтан нутқ тури етакчилик қиладилар. Ботлардан фарқли ўлароқ ижодкор муаллифнинг мулоқотида диалог ҳам, монолог ёки полилог ҳам бўлиши мумкин. Бу борада ботларнинг имконияти бироз чекланган бўлиб, улар учун монолог тузиш жуда қийин, чунки монолог - маърузачи нутқий фаолиятида қўлланадиган ва тингловчининг кучли таъсири натижасида пайдо бўладиган жанр ҳисобланади. Бу нутқ ўз-ўзидан бевосита тингловчига қаратилмайди. Бот ва полилог мулоқоти қийин кечади. Чунки бу жанрда нутқ спикерлари ва тингловчиларнинг бир-биридан устун бўлишга интилмаслиги устивор ҳисобланади. Ботлар муаллиф-мистификатор сифатида мулоқот жараёнида доимо етакчилик қилишни, яъни лидерликни истайдилар.

Дастлабки чат-роботлари “фаол тинглаш” стратегиясини бажариб, одамлар билан ҳамфикр бўлиш тактикаси (“ҳа, мен сизни тушунаман”)ни қўллаган, бирор мавзу доирасида суҳбат бўлса “бу жуда қизиқ” ёки “давом

этинг” кабилидаги хабарларни жўнатган ва ҳоказо. Бундан ташқари, виртуал суҳбатдош билан мавзу доирасида мулоқот қилиш жараёнида ботлар мулоқотнинг интервью усулини қўллайди. Мисол учун, агар фойдаланувчининг ибораси “ота”, “она”, “ўғил” ва бошқа шу каби сўзларни ўз ичига олган бўлса, чат-робот “Оилангиз ҳақида кўпроқ гапириб беринг” каби иборалар орқали мулоқот қиладиган бўлди.

Узоқ вақт давомида одамлардан фарқли ўлароқ ботлар нутқий ҳаракатининг асосий камчилиги сифатида суҳбатни бошлаш ва унинг мавзусини ўзгартириш имкониятининг етишмаслигида кўринади.

Тролларчи?..

Тролл – муаллиф-мистификатор бўлиб, ўзининг виртуал оламда машҳурликка эришиш мақсадида интернет фойдаланувчиларнинг аноним тарздаги хатти-ҳаракатлари троллинг деб номланади. Троллар тармоқ фойдаланувчилари бўлиб, ўз материаллари орқали этика қоидаларини бузувчи ва интернет фойдаланувчилари ўртасида зиддиятларни келтириб чиқарувчи шахслардир.

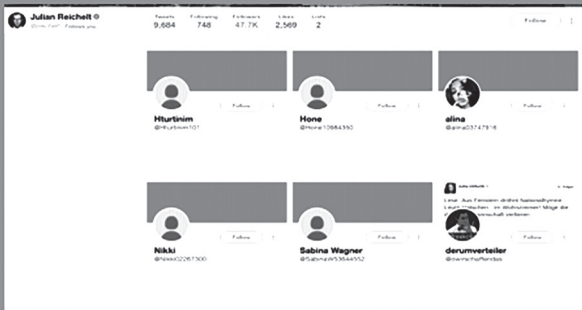
“Троллинг” атамаси инглиз тилидан олинган бўлиб, мазкур тушунча 90-йилларнинг бошларида Усенет алт.фолклоре.урбан гуруҳларидан бирида тарқалган. Аммо у пайтларда “троллинг” ҳозирги замонавий маъносидан биров фарқли равишда қўлланган. Яъни троллинг кўпинча тажовузкорлик билан эмас, балки нисбатан енгил ҳазил маъносида ишлатилган.

Троллинг – провокацион хабарларни ёзиш бўлиб, тармоқ фойдаланувчилари ўртасида атайлаб зиддиятли вазиятларни келтириб чиқарувчи жараёндир. Троллингнинг бир нечта усул ва технологиялари бўлса-да, аммо бундан кўзланган асосий мақсад битта – виртуал мулоқотни дестабилизация қилишдир. Троллингни пайдо бўлишининг асосий сабабларидан бири сифатида “виртуал анонимлик” ҳисобланади. Сабаби интернетнинг кенг тарқалиши натижасида ижтимоий-маданий чекловлар ҳамда ўзини айбсиз деб ҳис қилиш жараёни кучайиб кетди.

BOT VS TROLL

- Бот бу ижтимоий тармоқдаги автоматик тарзда ҳақиқий шахс эмас алгоритм орқали юритилувчи профил.
- Алгоритм орқали юритилувчи ботлар бир хил нутқ намунасини ишлатиш учун созланган. Агарда сиз турли хил профилларда бирхил нутқ намунасини фойдалансангиз, масалан твитнинг сарлавҳасдан янгиликлар мақоласини твит қилишда матнда фойдалансангиз, ушбу профиллар бир хил алгоритмдан фойдаланиш эҳтимоли бор.
- Ботнетнинг яна бир кўрсаткичи бу бирхил пост қилиш. Ҳамма ботлар жудаям оддий компьютер дастурлари бўлгани учун улар ўзлари мавзу янги яратиш қобилиятига эга эмас. Натижада ҳамма ботлар бир хил твитлар қилишади.
- Ботларнинг учта асосий кўрсаткичлари бу анонимлик, юқори фаолият ва маълум фойдаланувчи, мавзу ёки ҳештегларнинг кўпайтирилиши.
- Яна бир маслаҳат-бу систематик алфанумерик тутқичлар
- Агарда профил индивидуал постлар қилса, изоҳлар берса, жавоб қайтарса, ёки бошқа тарзда бошқа фойдаланувчилар постларига жавоб берса, ушбу профил бот ҳисобланмайди.

- Тролл бу онлайн ҳамжамиятларда ёки ижтимоий тармоқларда иғво қилувчи ёки мавзудан ташқари постларни тарқатиш орқали қасддан онлайн можарони қозғатувчи ёки чалғитиш ва фикрлар бўлиниши учун бошқа фойдаланувчиларни ҳақорат қилувчи шахс. Унинг мақсади бошқаларни эмоционал жавоб беришга мажбур қилиш ва шу тарзда муҳокамаларни кўзғатиш.
- Тролл ботдан ҳақиқий фойдаланувчилиги билан ажралади.



Троллар ҳақиқий одамлар томонидан бошқариладиган хабарларни профиллар орқали узатиш тизимдир. Одатда, улар мижозлар манфаати учун контент яратиш мақсадида махсус ишга ёлланган одамлардир. Троллинг балиқ овлаш билан таққосланади, чунки троллар томонидан фитна кўзғатувчи хабарлар орқали адресатнинг жаҳлини чиқариш мақсадида қўлланади. Ижтимоий тармоқларда тролл, аслида мавжуд бўлмаган шахс профилини яратади, унга қисқа биография (таржимаи ҳол) ва у билан дўстлашганлар доирасини ташкил (шахсий саҳифадаги қисқа хабарлар, ҳаволалар ва шарҳлар орқали) этилади. Бир тролл бир пайтнинг ўзида бир нечта профилни бошқариши ҳам мумкин. Бундай профиллар жинси, ёши, касби (масалан, 30 ёшли уй эгаси, нафақага чиққан ҳарбий, тиббиёт соҳасидаги талаба) жиҳатидан бир-биридан кескин фарқ қилади.

Тролларни мулоқот қилиш услубидангина аниқлаб олиш мумкин. Улар кўпинча интернет фойдаланувчилар манфаати учун иш кўрадилар. Масалан, ахборотга қолдириладиган шарҳларда, репост ва лайклар жараёнида доимо фаол бўладилар ва энг асосийси, бу каби доираларда троллар доимо провокация кўринишида намоён бўладилар. “Бундай шарҳ (комментарий) ва изоҳларнинг барчаси деярли бир хил услубий бирликлар ва клише, яъни қолип сўз ва иборалардан иборат бўлади”. Троллар баъзида шахсиятга ҳам ўтадилар. Бу жараёнда улар эҳтиёткорона мулоқот усулидан фойдаланадилар ва бир қатор далилларни келтирадилар.

Пранкерлар қандай ишлайди?

Пранкерлар – мистификатор-муаллифларнинг яна бир тури бўлиб, аноним тарзда фойдаланувчига қўнғирокни амалга оширади ёки интернетда сохта аккаунт яратади. Пранкерликнинг дастлабки кўриниши сифатида телефондаги ютукли ўйинларни мисол қилиш мумкин. Бу ўйинлардан кимга қўнғирок қилиш тасодифан танланмасада, ким ютиши ва кимнинг ютқизиши олдиндан маълум бўлади. Ҳозирда интернетнинг тараққий этиши натижасида пранкерлик ҳам янада такомиллашди. Эндиликда пранкерлар телефон орқали мулоқотни, тасвирни ёзиб олиш ва кейинчалик уни интернет тармоғида жойлаштириши мумкин. Пранкерлик провокация мақсадида ташкил қилинган бўлиб, унинг вазифаси одамларни манипуляция қилиш ва керак бўлса, фойдаланувчиларда қарши кайфиятни уйғотишдир. Ҳозирда пранкерлар: микрофонлар ва суҳбатни ёзиб олувчи қурилма, овозни ўзгартирувчи махсус мослама сингари бир қатор техник имкониятларга эга.

Мистификация турлари

Мистификатор-муаллифлар сохта хабарни яратади. Бугунги кунда мистификация руҳидаги медиаматнлар қуйидаги соҳаларда қўлланилмоқда:

- илмий ва сиёсий жараёнлар;
- янгиликлар;
- ҳужжатлар;
- реклама.

Ҳақиқатан ҳам, ҳозирда мистификация соҳасида “рефрейминг” (фраме – инглиз тилида юз бераётган воқеа-ҳодисаларни тушуниш, англаш маъносида қўлланади) жараёни кузатилмоқда.

Илмий мистификация. Бу турда муаллифнинг диққат марказида шовшув, яъни сенсация туради. Илмий “фейк”ларнинг кўпчилиги одамларнинг ҳаётий эҳтиёжларини қондиришга қаратилган маълум манфаатга асосланган ахборотлардан иборатдир.

Илмий “фейк”ларда берилган манбалар шубҳали бўлади. Журналистлар ҳам ўз навбатида, ишончли, тадқиқот натижаларини синовда бўлган манбаларни кўрсатмайди, атамалардан фойдаланмайди ва маълум илмий кашфиётларнинг аҳамияти ҳақида тезкор хулоса чиқаради. Мисол учун, 2002 йилда Би-Би-Си радиостанцияси немис тадқиқотчиларининг маъру-

• • •

Троллингнинг пайдо бўлишининг асосий сабабларидан бири сифатида “виртуал анонимлик” ҳисобланади. Сабаби интернетнинг кенг тарқалиши натижасида ижтимоий-маданий чекловлар ҳамда ўзини айбсиз деб ҳис қилиш жараёни кучайиб кетди.

• • •

засига кўра, кейинги икки асрда сариқ сочли инсонларнинг туғилиши кескин равишда камайиб кетганини, бунга рецессив генни (наслдан наслга ўтмайдиган ген) сабаб сифатида кўрсатадилар.

Бир йил ўтгач “The New-York Times” газетаси юқоридаги хабар “фейк” эканлигини таъкидлаб, раддия эълон қилади. Шуниси аҳамиятлики, мавжуд бўлмаган ушбу тадқиқот натижалари яна 10 йил ишончли факт сифатида келтирилади. Худди шунга ўхшаш воқеа 2007 йилда қуйдаги мазмунда тарқалади: “Procter va Gamble тадқиқот лабораториясининг натижаларига кўра, ҳақиқатан ҳам сариқ сочлилар яқин йилларда йўқолиб боради”. Компаниянинг бу хабарни беришдан мақсади шу йўл орқали сариқ соч бўёқлари савдосини ошириш бўлган. Олимлар тадқиқот натижаларини дарҳол рад етдилар: “сариқ сочлар учун маъсул бўлган мутацияли ген, ҳатто иккала ота-она ҳам қора сочли бўлса-да, агар авлодида сариқ сочлилар бўлган бўлса, болага ўтиши мумкин” экан.

Илмий мистификацияни аниқлаш қийин эмас, бунинг учун мақсадни белгилашга эътибор қаратиш керак. Маълумки, сохта илмий-оммабоп матнларни яратишдан мақсад ёлғон илмий ахборотни оммавий аудитория учун мослаштиришдир. Оммавий ахборот воситалари амалиётдан мисоллар келтирамыз.

Сиёсий мистификация. Сиёсатчиларнинг ёлғон тасдиғи бўлиб, кўпинча бу хабар кенг жамоатчилик ва журналистларда иккиланишни келтириб чиқаради. Мазкур турдаги матн муаллифларининг асосий мақсади - давлат, бирор сиёсий ташкилот, муайян гуруҳлар манфаатини акс эттирувчи сиёсий қарашларни яширишдан иборатдир.

Американинг бўлажак президенти, республикачилар партиясидан номзод Дональд Трамп, айниқса, ўз манфаати учун Twitterда бундай сохта, “фейк” хабарларни (агар бу хабарлар ўз манфаатига хизмат қилса) қўлаб-қувватлаган ва нашр қилган. Март ойида Трампнинг Огайо штатидаги Dayton аэропортида сайловчилар билан учрашувда нутқ сўзлаган пайтида нохуш ҳодиса юз беради. Бир ёш йигит тўсикни устидан сакраб ўтиб, номзод Трамп олдига келади. Аммо у дарҳол полиция ходимлари томонидан қўлга олинади. Кўп ўтмай, ижтимоий тармоқларда тартиббузарнинг ИШИД билан алоқа ўрнатгани ҳақида хабарлар тарқалади. Дональд Трамп бу “фейк” хабарларни дарҳол Твиттер ва Facebookда миллионлаб интернет фойдаланувчиларига эълон қилади.

“НБС News” шоуда “Матбуот билан учрашув” деб номланган кўрсатувда бошловчи Чак Тодд Трампдан нима учун у осонликча бу каби сохта, “фейк” хабарларга ишонганини таъкидлаб, “– Далилларни қаердан олдингиз?” - деб сўрайди. Бу савол орқали журналист воқеага аниқлик киритишига ҳаракат қилади. Дональд Трамп бўлса қуйидагича жавоб беради: “Интернетга қаранг, бу йигитнинг ер юзида АҚШ байроғини кўтарган кўплаб клипларини топишингиз мумкин”. “Бу сохта эди, сер”, - деди Чак Тодд. “У йигит ИШИД билан алоқа қилган, ёзишмалар олиб борган. Билишимча, бу ҳақидаги ахборот интернетда мавжуд”, - дея жавоб беради президентликка номзод Трамп.

Сиёсий мистификация – жамоатчилик фикрини уйғотиш учун маълум ахборотни сиёсий мақсадларда ёлғон тарзда тарқатишдир.

Сиёсий мистификацияни яратиш учун қулай майдон бу – сиёсий дебатлар бўлиб, бу жараёнда фактларни бузиб кўрсатиш осон кечади. Американинг 45-президентлигига сайловлар жараёни тарихга кўплаб “фейк” хабарларнинг тарқатилиши ва сайловчиларнинг фаол ижтимоий тармоқ фойдаланувчилари айланган даври сифатида кирди.

Сиёсий мистификациянинг акси сифатида тарғибот ва баҳс-мунозара руҳидаги матнларни келтириш мумкин. Шунини алоҳида таъкидлаш керакки, тарғибот бу – ёлғон хабар эмас. У баъзи сиёсий, ижтимоий, иқтисодий ва фуқаровий кадриятларни ҳимоя қилиш ва тарқатиш демакдир. Оммани бирор бир ғояга ундаш мақсадида яратилган матнларни тарғибот матнлари деб ҳам аташ мумкин.

Ҳужжатлар мистификацияси. Ҳужжатлар таркибини бошқарув ва маъмуриятга оид матнлар (буйруқ, фармон, қарор ва бошқалар) ташкил қилиб, уларда ҳукумат қарорлари ўз аксини топади.

Замонавий кино ва телевидениеда бугунги кунда тақлид қилиш билан тавсифланадиган ҳужжатли, ёлғон ва сохталаштирилган псевдо-ҳужжатли фильмлар кенг тарқалган.

Ушбу фильмларнинг жанрини белгилаш учун “мокументерий” (инглизча, москументарий, “сохталаштирмоқ”, “мазаҳ қилмоқ” ва “ҳужжатлилик” сўзларидан келиб чиққан) махсус атамаси киритилди.

Мокументерий атамасининг пайдо бўлиши нафақат ёлғон ва уйдирма асосидаги хабарлар, балки ҳужжатларнинг “ювилиш”и жараёни билан ҳам бевосита боғлиқ. Бу – глобал миқёсда ҳужжатларнинг кадрсизланиши натижаси ҳисобланади. XX аср бу жараённинг оммалашувида кенг йўл очиб берган давр сифатида тарихга кирган: қайноқ нуқталардан олинган фотосуратлар қайта ишланди, қочоқларнинг кундаликлари бўлса, буржуа вакиллари уйдирма асосида қайта яратилди. Дунёнинг анъанавий қиёфаси ишончсиз тусга кирди. Инсоният ўз қулоғи билан эшитган (радио пайдо бўлганидан кейин) хабарларига, кейинчалик ўз кўзи билан кўрган (кино ва телевидение пайдо бўлганда) кўрсатувларга ишонмасликка кўника бошладилар.

Баъзи ҳолларда расмий саҳифаларда ҳам “фейк”ка асосланган хабарлар ўрин олади. Бундан ташқари тармоқ фойдаланувчилари томонидан яратилган информацион троллинглар ҳам мавжуд. Замонавий рақамли коммуникациялар соҳасида маълумотнинг ишончлилиги масаласи энг долзарб ва жиддий муаммолардан бири ҳисобланади. Ушбу муаммони ҳал қилиш ҳамон очиқ қолмоқда. Шунини таъкидлаш ўринлики, маълумотнинг ишончлилиги даражасини аниқлаш журналист ва муҳаррирнинг касбий вазифасидир. Таҳририят ва ижтимоий медиада ахборотнинг текширилмаслиги оқибатида зарар кўргани ҳақида кўплаб мисолларни келтириш мумкин. Бу ҳолатда на юқори ижтимоий мақом, на бойлик, на машҳурлик, ҳатто маълумотлилик ва касбий маҳорат ёрдам беради.

Амалий машғулот учун топшириқлар

1. Ўзингиз олишингиз мумкин бўлган бот ва аккаунтларни таҳлил қилинг, уларнинг “фейк” хусусиятларни аниқланг.
2. Ижтимоий тармоқлардаги тролларни таҳлил қилинг. Уларнинг аудитория фикрига қандай таъсир қилишини изоҳланг.
3. Пранкерларнинг ишлаш тартиби ва “фейк”ларини таҳлил қилинг.
4. Мистификация турларига мисоллар топинг.

2.3. ФАКТ ЧЕКЕСК ПЛАТФОРМАЛАР ВА УЛАРНИНГ ИШЛАШ МЕЗОНЛАРИ

Калим сўзлар: касбий компитентлик, инновация, халқаро лойиҳалар, фактчекинг, базавий стандарт, кросчек, ресурс, лого, онлайн таълим, типология.

Бугунги кунда текширилмаган маълумотлар тарқатилишига у ёки бу таҳририятда ишлаётган журналистнинг касбий салоҳиятини етишмаслиги ҳам сабаб бўлиши мумкин. Бу эса халқаро лойиҳалар доирасида ахборотнинг ҳаққонийлигини қайта текширишга доир фаолият натижасида журналистлар орасида фактчекинг жамоаларининг шакллантиришга туртки бўлди.

Бунинг учун таҳририятларга ёрдам сифатида халқаро факт чекинг уюшмаси “The International Fact-Checking Network” яратилган бўлиб, у Poynter Institute бўлинмаси сифатида бутун дунёда факт – чекерларни бирлаштиришга йўналтирилганлиги билан аҳамиятлидир. IFCN 2015 йилнинг сентябрида ташкил этилган бўлиб, ундан кўзланган асосий мақсад - ахборот алмашиш орқали тез ривожланиб бораётган ахборотларни текшириш амалиётини қўллаб-қувватлашдан иборат.

The International Fact-Checking Network қандай вазифаларни бажаради?

Ушбу ташкилотларининг вазифалари қуйидагилардан иборат:¹

- бутун дунёда фактларни текшириш бўйича тенденциялар, форматлар мониторинги ва сиёсатини ишлаб чиқариш билан шуғулланади, мунтазам равишда ушбу мавзу бўйича мақолалар чоп этади;
- факт-чекерлар базавий стандартларини, тамойиллар мажмуасини ва факт-чекингни ривожланиришга мўлжалланган лойиҳаларини илгари суради;
- ушбу мавзу бўйича инновациялар ва дастурлар учун йиллик стипендиялар, грантлар ажратади;

¹ <https://www.poynter.org/channels/fact-checking>

• • •

Ёлгон ахборотлар тарқалиши шу даражада кенг тус олдики, инсоният ўз қулоғи билан эшитган (радио пайдо бўлганидан кейин) хабарларига, кейинчалик ўз кўзи билан кўрган (кино ва телевидение пайдо бўлганда) нарсасига ишонмасликка кўникишига тўғри келди.

• • •

- журналистларни ҳар йилги конференцияларга чақиради (Global Fact) ва халқаро миқёсда факт – чекинг бўйича умумий ҳаракатларга кўмаклашади;
- факт-чекинг мавзулари бўйича онлайн таълимни амалга оширади.

Бир сўз билан айтганда, ушбу ҳамжамиятлар ва онлайн ресурслар контентнинг ҳаққонийлигига бефарқ бўлмаган журналистлар ва профессионаллар ўртасида жаҳон нетворкингини яратиш ва жаҳон медиа муҳитида ахборотни нотўғри талқин қилишнинг турли шакллари бартараф этиш мақсадини кўзлайди.

Фактлар текшириш учун “Washington Post” газетаси тахририяти томонидан яратилган Storyful.com, FactCheck.org, PolitiFact.com ёки The Fact Checker каби ихтисослашган лойиҳалар ва сервислар фаолият юритади. Афсуски, улар асосан инглиз тилида сўзлашувчи омма учун мўлжалланган. Бироқ сўнгги йилларда уларданда универсалроқ инструментлар яратилганини ҳам таъкидлаш зарур. Mediakritika.by сайти “Ўқувчига тармоқдаги контентнинг ишончлигини текширишда ёрдам берадиган 5 та янги дастур ва илова” мақоласида бир қанча фойдали сервисларни тавсия этган. Булар: Trooclick, Truth Goggles, Lazy Truth, Skeptive, Genius.

CrossCheck платформасида ҳар бир чоп этилган материал тахририят ёки ресурс логосига эга бўлган ва контентнинг ишончлигига доир таҳлил олиб бориш кўзда тутилади. Шунингдек, материал қуйидаги типология бўйича фарқланади:

- Ҳақиқат,
- Ёлгон,
- Огоҳлантириш,
- Етарли даражада ишончли эмаслик,

- Эҳтиёт бўлиш талаб этиладиган маълумот.

Шунингдек, оддий веб-инструментлар ҳам бу борада кўл келиши мумкин, масалан, Яндекс, Google сайтлари орқали сарлавҳа, матннинг маълум қисми ёки ибораларни текшириш мумкин. Google images ёки TinEye сервислари эса тасвирларни (картинкаларни) текширади.

Амалий машғулот учун топшириқлар

1. Ўзингиз истаган “фейк” хабарни, маълум бир факт-чекингни қўлланган ҳолда текшириб кўринг.
2. The International Fact-Checking Network томонидан тақдим этилган факт-чекинг платформасини “фейк” хабарни текшириш орқали синаб кўринг.

2.4. САМАРАЛИИ ФАКТ ЧЕККИНГ: МЕТОДЛАР ВА ИНСТРУМЕНТЛАР (КЕЙСЛАР ТАҲЛИЛИ)

Калим сўзлар: алифбо, тренд, метод, янгиликлар, мокьюментари, атама, махфий, адресат, омил, восита, эмоционал, рационал, фикр.

Фактчекинг – журналистика алифбоси

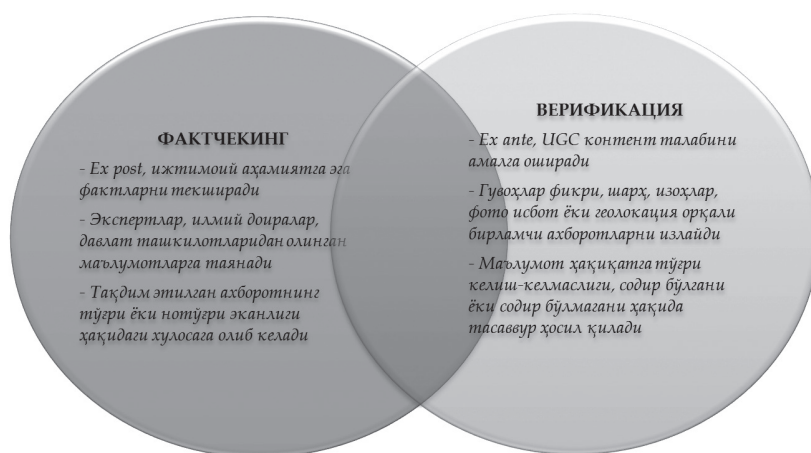
Журналистикада фактларни текшириш бу касбий зарурат саналиб, у ёки бу маълумотни ҳаққонийлигини акс эттиришга қаратилган, унинг тўғри талқин этилишини таъминлаш мақсадида амалга ошириладиган фаолият туридир.

2018 йилда ЮНЕСКО томонидан нашр этилган “Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training”¹ қўлланмасида Даниэл Патрик Мойнихан (Daniel Patrik Moynihan), Nyu-York штати сенатори ва Ҳиндистонда Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг элчисининг қуйидаги фикри келтирилади:

*“Ҳар бир инсон ўз шахсий фикрига эга бўлиш ҳуқуқига эга, аммо ўз шахсий фактларига эга бўла олмайди.”*²

Яъни, факт барча учун бирдек умумий, уни ўзлаштириш, ўзгартириш, нотўғри талқин қилиш мумкин эмас.

Ушбу қўлланма муаллифлари шунингдек, фактларни текширишни журналистикада икки атама билан боғлайди: **ФАКТЧЕККИНГ** ва **ВЕРИФИКАЦИЯ**. Улар ўртасидаги фарқ қуйидаги схемада аниқ ифода этилган:



¹ “Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training. ЮНЕСКО. 2018. Б. 109.

² Moynihan D., Weisman S. Дэниел Патрик Мойнихан. Нью-Йорк: PublicAffairs, 2010.

Бугунги кунда фактчекингга нисбатан аудиторияда журналистикадаги янги тренд ёки қандайдир махфий сир сифатида қараш оммалашган. Аслида, фактчекинг – бу журналистика алифбоси, у нафақат янгиликлар, балки таҳлилий материалларни ҳам тайёрлаш сифатини оширувчи муҳим воситадир. Профессионал журналистикадан узок бўлганлар учун фактчекинг чиндан ҳам балки янги тушунчадир, лекин журналистиканинг етакчи тамойиллари ҳисобланган аниқлик ва ишончлилиқка эришиш журналистнинг кундалиқ фаолиятидаги энг муҳим вазифаси бўлиб, айнан фактларни текшириш орқали амалга оширилади.

Манбалар ва контентни текшириш бўйича WAN-IFRA нинг тавсиялари

HOW TO SPOT FAKE NEWS

- CONSIDER THE SOURCE**
Click away from the story to investigate the site, its mission and its contact info.
- READ BEYOND**
Headlines can be outrageous in an effort to get clicks. What's the whole story?
- CHECK THE AUTHOR**
Do a quick search on the author. Are they credible? Are they real?
- SUPPORTING SOURCES?**
Click on those links. Determine if the info given actually supports the story.
- CHECK THE DATE**
Reposting old news stories doesn't mean they're relevant to current events.
- IS IT A JOKE?**
If it is too outlandish, it might be satire. Research the site and author to be sure.
- CHECK YOUR BIASES**
Consider if your own beliefs could affect your judgement.
- ASK THE EXPERTS**
Ask a librarian, or consult a fact-checking site.

IFLA
International Federation of Library Associations and Institutions

1. Ижтимоий тармоқда фойдаланувчининг саҳифаси қачон очилганини текширинг.

Баъзан янги akkaунтлар дезинформация тарқатиш ва мистификация учун яратилади. Twitterнинг фойдали функцияларидан бири шундаки, у янги дизайнли профилнинг қачон очилганини кўрсатиб туради.

2. Фойдаланувчининг фаоллигини ўрганинг.

У ким билан дўстлашган, ким билан ёзишади, профилига кимларни қўшган, нима ҳақида ёзади, нима ҳақида гапиради? Ижтимоий тармоқ инсоннинг ўзаро алоқалари ва таъсири ҳақида кўпгина маълумотларни беради.

3. Фойдаланувчининг бошқа ижтимоий тармоқдаги akkaунтларини изланг.

Излаган одамнинг исми интернетнинг яна қайси саҳифасида учрайди? Уни қидиришда Spokeo, Pipl.comдан фойдаланинг. WebMii ва LinkedIn – телефон рақами, манзил ва бошқа маълумотларни олишга уриниб кўринг.

4. Янгиликни юклаб олган, нашр қилган инсон билан боғланинг.

Бу текшириш учун жуда муҳим. Қўшимча маълумотлар олинг ва материалга қандай талаблар қўйилганини билинг, маълумотдан фойдаланиш учун рухсат олиш мумкин ёки мумкин эмаслигини текшириб кўринг.

5. Фойдаланувчининг сиз билганлар билан гаплашаётганини солиштиринг.

Сизни қизиқтираётган воқеаларга алоқаси бўлган бошқа akkaунтларни изланг. Бундан ташқари, фойдаланувчидан қўшимча фотосурат/видео бор ёки йўқлигини сўранг.

6. Қаерда жойлашгани ҳақидаги маълумотларни солиштиринг.

Twitter, Facebook ва бошқа платформалар фойдаланувчиларга ўз постларини жой билан боғлаш имконини беради. Бу одамнинг ҳақиқатдан ҳам гапирган жойида бўлганини аниқлашга ёрдам берувчи белгидир.

7. Тасвир бўйича қайта қидирувдан фойдаланинг. Қайд этилишича, яқинда олинган фото кўпинча эски сурат бўлиб кўриниши мумкин. Буни текшириш учун Google Reverse Image Search ёки TinEyeдан фойдаланинг. Интернетда ушбу тасвир пайдо бўлганини кўрасиз. Мазкур функция миниатюра видео учун ҳам ишлайди – қидирув хизмати бу онлайнни яна қаерда кўришингиз мумкинлигини айтади.

8. EXIF-фотосурат маълумотларини текширинг. Ҳар бир рақамли тасвир метамалумотга эга бўлиб, у сиз кўрмаётган нарсаларни кўрсатиб туради. Бир қатор фойдали маълумотлардан ташқари, EXIF суратга олган

камеранинг турини аниқлашга ёрдам беради. Баъзан географик маълумотлар ёзилади.



Фактчекингни билиш учун қуйидаги базавий қоидаларга риоя қилиш зарур:

1. Дастлабки манба ёки бир қанча мустақил манбалардан олинган маълумотлар тасдиғини изланг

Бу қоида аллақачон барча тахририятларда ахборот сифатли тайёрланиш учун қўллаб бўлинган. Биринчи манбага мурожаат этиш – масъулиятли журналист учун касбий талабдир.

Манба – бу биринчи фикр билдирган инсон ёки ҳаракат. Дастлабки манба, фактнинг “альфа ва омега”си. Шунингдек, воқеада иштирок этган (гувоҳ) киши ёки унга яқин шахс ҳам манба бўлиши мумкин.

Агар манба жонсиз, қайд этиш воситаси бўлса, нур устига аъло нур. Унда манба шахсий баҳо, тахминлардан ҳоли бўлади ва менталь хатолардан ҳолилик кафолатланади. Булар ҳар қандай қурилма – ойнадаги термометрдан тортиб машинадаги видеоқайд этувчи ускунагача бўлиши мумкин. Бироқ бу ерда фактчекер профессионал нуқтаи назардан нарса ва ҳодисаларга: жиҳознинг ишончлилигини текшириш ва ташқи аралашув бўлганини аниқлашга шубҳа билан қараши ҳам керак:

Маълумотларни турли манбалардан текшириш, экспертлар ва одамларнинг мавзуга доир фикрларини билиш ҳеч қачон ортиқчалик қилмайди. Аммо шарҳдан манбани ажрата олиш керак. Агар кимдир “ўқимаганман, лекин муҳокама қиламан” формуласи бўйича “ақл”ли кўринишда мулоҳаза юритадиган бўлса, у манба бўлолмайди. Бундай фикрлар материални бойитиши мумкинлигига қарамай, энг асосийси, уларни безаклар эканлигини унутмаслик зарур. Улар манбаларнинг аниқ далили ва аниқ фактларнинг скелетини ўзгартира олмайди.

2. Қарама-қарши томонни суриштиринг

Мантиқан олиб қараганда биринчи қоида иккинчисини келтириб чиқади: қанча манбани сўраб-суриштирманг, улар битта позицияда туриб олса, материалнинг холислигини йўқотади. Агар қандайдир ёпиқ сектанинг юзлаб тарафдорлари билан мулоқот қилсангиз, унда яқдилликни кўрасиз. Бу ерда сон ва сифат холисликка хизмат қилмайди.

Ҳар қандай вазият турли томонлардан ўрганилади. Воқеага жалб қилинган манфаатдор томонлар ва иштирокчилар билан мулоқот қилишга уриниш зарур. Кўпинча журналистлар ачинарли ҳолат ва шармандалиқдан кутқарадиган эски принципни назарга илмайдилар.

‘A Rape on Campus’ What Went Wrong?

Rolling Stone журнали билан боғлиқ ҳолат бунга ёрқин мисол бўлади. Ушбу журнал Виржиния университети кампусида талаба қизнинг зўрлан-

гани ҳақидаги шов-шувли материални ўчириб ташлашга мажбур бўлган. Мазкур воқеа юзасидан қайта олиб борилган тергов ишларининг кўрсатишича, журналист аёл бошқа манбалар орқали фактларни текширмаган. Жумладан, нафақат қарши томон – айбланувчи билан, балки гўёки кўнгилсиз ҳодисада талаба қизга ёрдам берган дўстлари билан ҳам суҳбатлашиб кўрмаган.

Аудитория эътибори нуқтаи назаридан бу материалга кўплаб муносабатлар билдирилган: ушбу видеони деярли 3 млн одам кўрган. Албатта, бу журнал томонидан атайлаб қилинмагани аниқ бўлсада, аммо шавқатсиз кураш даврида бу воқеа омма эътиборини тортишда нашриёт учун кўнгилсиз ҳолат бўлгани тайин.

3. “Фейк”ларни аниқлашга ўрганинг

Навбатдаги зарур кўникма – “фейк”ларни аниқлашга ўрганишдир. Бу бир қарашда осон иш эмас. “Фейк”ни фақат ясама, деб тушунишдан сақланиш керак. Бу балки бепарволик туфайли матбаа ва техник хатолар ҳам бўлиши мумкин. Шу боис тилга олинган одамларнинг исми, касби ва унвон ёзишда текшириш, муддат, ном, манзилларни солиштириш жуда муҳим.

“Фейк” аниқ бир мақсадга қаратилган ҳаракат ҳам бўлиши ва омманинг кўнгилочар томошасига хизмат қилиши мумкин. Биз очик видеопранкерлар ёки ижтимоий тажрибаларни кўриб чиқмаймиз. Бироқ псевдоянгилик ва квазижурналист лойиҳалар феномени жуда қизиқ.

Мокьюментари форматида қозоғистонлик журналист Борат Сағдиевнинг образини яратган америкалик комик актёр Саша Барон Коэн ишлайди. Тўлиқметражли фильм ва кўпгина қисқа сюжетларда ушбу персонажлар мавжуд. Саша Барон Коэннинг Бруно исмли фешн-журналист образи ҳам бор. Россияда Андрей Лошак томонидан “Россия. Полное затмение” муваффақиятли мокьюментари-лойиҳа амалга оширилган.

Псевдоянгиликларни ишлаб чиқарувчи лойиҳалар машҳур. Улардан айримлари, масалан, проект Onion кўнгилочар медиалар сифатида очик ишлайди. Бошқалари ўзини “жиддий” нашриёт сифатида кўрсатади. Масалан, World News Daily Report сайтидаги Мерилин Монронинг қотили топилгани тўғрисидаги янгиликни кўпгина медиа чоп этган. TJournal “фейк” янгиликларнинг доимий обзори билан шуғулланади – материаллар билан #фейлОАВ ва #фейклар орқали танишиш мумкин.

4. Фактларнинг аниқлиги шов-шувли хабардан ҳам муҳимроқ эканини ёдда тутинг

Ҳиссиётлар – фактчекернинг хавфли душмани (бирок журналистнинг энг яхши дўсти ҳамдир). Кўп ҳолларда бизнинг ишимизда умумий кайфият ҳукмронлик қилади. Айрим медиалар мамнуният билан фактоидлар чиқаришади, улар аудитория орасида машҳур. Ҳиссиётлар билан бирга бепарволик, жаҳонни оламшумул янгилик билан тезроқ ва биринчилардан бўлиб бохабар етказиш туради.

Профессионалларнинг маслаҳат беришларича, тезкор ва текширилмаган хабарларни уларнинг ишонарли эмаслигини таъкидлаган ҳолда ижтимоий тармоқларда жойлаштириш лозим. Бу эса маълумотни аниқлаштириш ва текшириш имконини беради.

Кўпинча одамлар ҳали вазиятни билмай туриб, жазавага тушадилар. Яқинда Швециянинг мудофаа вазирлиги ОАВда чоп этилган маълумотларга, аниқ кўринмаган фотосуратга таянган равишда мамлакат қирғоғи яқинида Россиянинг сувости кемасини излаган эди. Оқибатда ҳеч нарча топилмаган ва вазирлик сарф-харажатлар учун солиқ тўловчилардан узр сўрашга мажбур бўлганди.



Лекин шведлар учун сувости кемаси мавзуси ўз-ўзидан долзарб аҳамият касб этгани йўқ. Ўтган асрнинг 80-йилларида Швециянинг ҳарбий денгиз базаси яқинида ҳақиқатдан ҳам Шўролар сувости кемаси ҳалокатга

учраган эди. Ўшандан бери Россия сувости кемаси мавзусига кўрқинч билан қаралади.

Ўтмишда қолган кўрқув “шов-шувли” хабар ҳақиқатга айлантирилмоқда. Бу медиа ва сиёсатчиларга қўл келиши мумкин. Оқибатда жамият навбатдаги асаббузарлик ҳолатига дуч келиб, ўзига тааллуқли бўлган муаммолардан чалғитаяпти.

Баъзан беъмани янгиликлар ҳақиқатга айланади. Ажабланарлиси шундаки, янгилик ҳақиқатдан ҳам ишончлироқ чиқади. Бу жанрда, масалан, Breaking Mad лойиҳаси ишлайди. Айрим янгиликларга танқид билан қарайдиган одам ҳам ишонади-қўяди.

5. Ижтимоий тармоқлардан эҳтиёткорона фойдаланиш

Аслида ҳар бир фактнинг камида 2-3та манбадан текшириш лозим. Бироқ айнан ижтимоий тармоқлар бир вақтнинг ўзида журналистлар ва таҳририятнинг ишини ҳам осонлаштиради ва ҳам мураккаблаштиради.

Фактчекнинг жараёнида маълумот ва манбани ажратиш зарур. Аниқроғи унисини ҳам, бунисини ҳам текшириш керак. Ҳар доим Интернет ва ижтимоий тармоқлар шарофати билан инсоннинг фаолияти ҳақида маълумот олиш, қариндошлар ва дўстлар билан алоқа ўрнатиш, ҳамкасблар ва танишлар ўртасида сўроқ ўтказиш мумкин.

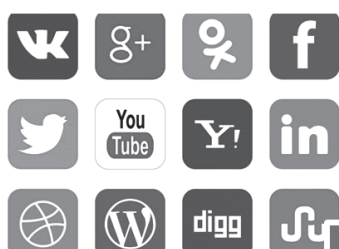
Бутунжаҳон муҳаррирлар (WAN IFRA таркибидаги SFN) форуми - “Trends in NewsRooms - 2014” нинг маърузасида ижтимоий медиа орқали маълумотнинг верификацияси асосий трендлар ўнлигига киритилган.

Шундай қилиб, “The New York Times” газетаси муҳаррири Маргарет Салливан Storyful типигаги сервисдан фойдаланган ҳолда Twitterни мониторинг қилишни тавсия этади. Бошқа таҳририятлар янгиликнинг чоп этилиши ижтимоий тармоқларда баҳс ва муҳокамага сабаб бўлган тақдирда “очиқ текширув” усулини амалиётга тадбиқ этади. Бу эса фактларнинг ишончлилигини таъминлайди.

“Таваккалчилик ижтимоий тармоқларда қалбаки саҳифаларни жуда ҳам осон яратилиши билан изоҳланмоқда. Айнан бундай аккаунтлар ёлғон маълумотлар оқимининг кўпайишига сабаб бўлади. Яхши ниятдаги одамларда ҳам англашилмовчилик юз бериб, баъзан улар фактларни тақдим этишда ноаниқликларга дуч келишмоқда. <...> Ижтимоий тармоқлардан олинган контентни сифатли текшира олмаслик аудитория ишончини оқлашни хавф остига қўйяпти”, - дея SFN экспертлари огоҳлантиришмоқда.

Сўнгги пайтларда турли платформалар учун маълумотларни текшириш сифатининг турли стандартлари концепцияси оммалашиб бормоқда. “Биз Facebookдаги саҳифамизга текширилмаган янгиликни жойлаштиришимиз мумкин, бироқ биз барча маълумотлар ўз тасдиғини топмағунига қадар материални чоп этилишига рухсат бермаймиз”, - деб маълум қилади меди-аэкспертлардан бири SFN.

Ҳар қандай ҳолатда ҳам фактчекинг – бу мустаҳкам қоидаларга амал қиладиган маълумот эмас. Бу биринчи навбатда факт чекернинг масъулият, манфаатдорлик ва бефарқлиги эмаслиги, медиаландшафтни тушуниш плюс технология ва сервисларни тушуниш демакдир.



“Фейк янгиликлар” биринчи адресатга ҳақиқий ахборотга нисбатан олти марта тез етиб борар экан. Алоҳида олинган қалбаки “янгилик” ка ишониш эҳтимоли эса 70 фоиздан юқори.



➤Статистикага кўра, 2018 йилда эълон қилинган “фейк” материаллар сони 32 фоизга ортган. Бу кишиларнинг расмий ахборот манбаларига бўлган ишончи 32 фоизга тушиб кетганини аңлатади.

Амалий машгулот учун топшириқлар

1. Ўзингиз истаган “фейк янгилик”ни юқоридаги фактчекинг турларини кетма-кетликда фойдаланган ҳолда қўллаб кўринг.
2. Юқоридаги факт чекинглар ёрдамида муайян миқдордаги “фейк” ахборотлардан қанчасини текширишда самарали бўлганини мониторинг қилинг.
3. Амалда синаб кўрган факт чекинг ҳақида хулосаларингизни ифода этинг.

Боб бўйича назорат саволлари

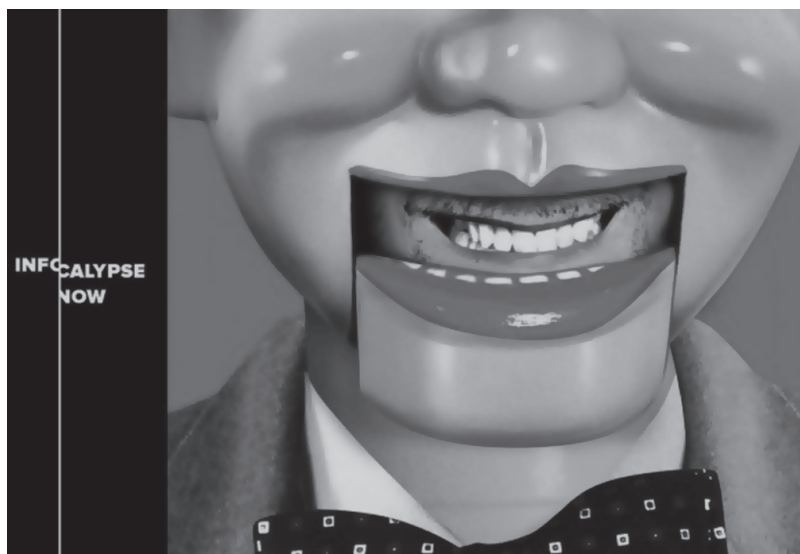
1. Ахборотни бузиб кўрсатишнинг қандай турлари бор?
2. Факт нима, унинг аниқ таърифи борми?
3. Бот ва троллар нима? Уларнинг “фейк янгиликлар”ни тарқатишдаги ўрни қандай?
4. Фактчекинг нима? Унинг қандай турларини биласиз?
5. Фактчекингни журналистикада янгилик деб ҳисоблайсизми?

III БОБ. FAKE NEWS ВА КЕЛАЖАК

3.1. “ФЕЙК ЯНГИЛИК” ДАН АХБОРОТ ОХИРАТИГАЧА

Калит сўзлар: постиндустриал жамият, постҳақиқат даври, ахборот сифати, оммавий ёлгон, ахборот апокалипсиси, гаджет, подкаст, тамаддун, футурология, ток шоу, арзон ва оммабон, мизинформация, генератив нейротармоқ, спамер, кибер фирибгар, хакер, хайп.

Тоффлер ўзининг “Учинчи тўлқин” китобида башорат қилганидек, эндиликда ахборот постиндустриал жамиятнинг битмас-туганмас хом ашёсига айланди. Ахборот қадриятга айланган замонда босма ва электрон ОАВ (ҳатто энг зўрлари ҳам) жамиятдаги мавжуд бўлган бутун



ахборот юкини кўтара олмай қолади. Шу туфайли, бундай ОАВ ўз ўрнини “учинчи тўлқин” тамаддунида максимал даражадаги хилма-хилликни таъминлай оладиган ва ҳатто шахсий сўровларга ҳам жавоб бера оладиган интерактив ва оммавий бўлмаган воситаларга бўшатишга мажбур бўлади,¹ дейди футуролог ўз башоратида. Босма нашрларнинг бугунги кундаги аҳволи (айниқса, мажбурий обуна бекор бўлгандан сўнг), ТВ ўз аудитори-ясини сақлаб қолиш учун ток-шоу ва реалити шоуларга зўр бераётгани, радиога бўлган эҳтиёжнинг кескин тушиб кетиши (янги гаджетлар радио иловасисиз чиқарилмоқда) ва ўрнини подкастларга (муайян мавзуга бағишланган аудиоёзув, мусиқалар тасмаси) деярли бўшатиб бергани Тоффлернинг башорати асосли эканлигини кўрсатмоқда.

Замонавий тенденциялар, коммуникация воситалари мавзусига бағишланган мақолаларнинг деярли барчасида XXI асрни “ахборот асри” деб

¹ Тоффлер Э. Демассификация средств массовой информации. Третья волна. (Глава 13) – Москва: АСТ, 2004. – 781 с.

аталган жумлага дуч келиш мумкин. Тоффлернинг постиндустриал жамият назариясида ахборот қадриятдан товарга айланаркан, унинг сифати ҳам талаб даражасида ўзгариши табиий ҳоллиги таъкидланади. Халқаро экспертларининг ахборот ресурслари борган сари “фейк” хабарларга тўлиб бораётгани ва инсоният янги давр – ҳақиқатдан кейинги (постправда-post-truth) даврга ўтаётгани хусусидаги хавотирлари ўзини оқлади. Оксфорд луғатига кўра, “пост-ҳақиқат” ибораси 2016 йил атамаси сифатида эътироф этилди.¹

Социал тармоқлар мутахассислари огоҳлантирганидек, тотал ахборот апокалипсис (охират)нинг яқинлашиши ҳақиқат ва ёлғон ўртасидаги чегараларнинг йўқолишида кўрина бошлайди. Куннинг асосий қисмини ижтимоий тармоқларда ўтказадиган инсонларда бора-бора зерикарли реалликка апатия (зерикарли контент лайк йиғиши мушкул) шаклланиб, ҳақиқатни ёлғондан фарқлаш эҳтиёжи йўқолиб боради. Масалан, Facebook, Twitter ва Googleда клик, лайк, репостлар таъминлаб берадиган рекламали ўтишлар ва шу орқали пул топиш муҳим (таргетинг рекламанинг созлашлари) бўлиши мумкин. Ахборот сифати эса иккинчи даражали масала айланди.

Ҳақиқий воқеликни бузиб кўрсатувчи арзон ва оммабоп воситаларнинг кенг тарқалиши инфокалипсиснинг асосий сабабидир. Бундай шароитда ҳар қандай инсон аслида у содир бўлганми-йўқми, исталган воқеага тақлид килиши мумкин.

Воқеликни бузиб кўрсатувчи технологиялар: кимга фойда, кимга зарар?..

Воқеликни бузиб кўрсатувчи технологияларнинг дастлабки намуналари аллақачон барчага маълум. Генератив нейротармоқлар янги мульти-медиа оламини шакллантиришни аллақачон бошлаб юборган. Уларнинг ёрдамида одамлар ҳеч қачон қилмаган ишларини қиладиган ёки ҳеч хам айтмаган гапларини айтадиган қилиб кўрсатувчи видеолавҳалар яратиш мумкин. Мазкур технология асосчиси Ян Гудфеллоунинг ўзи ҳам ушбу масалалар билан боғлиқ хавфларни тан олган ва яна 10 йилдан сўнг YouTube ижтимоий тармоғини ҳақиқийларидан ажратиш қийин бўлган сохта видеолавҳалар билан тўлиб кетишини тахмин қилганди.

Яқинда Nvidia алгоритми сохта видеолавҳаларни яратишнинг ишончли йўллари билиб олди. Маълумки, тармоққа жойлаштирилган парнографик видеоларда машхур шахслар ёки исталган инсоннинг юзини суратга

¹ Word of the Year 2016 is.... Oxford Dictionaries. Мурожаат: 2019 йил 7 ноябрь.

олиш имконини берувчи дастур аллақачон пайдо бўлган. Шу билан бирга, дунёдаги олимлар одамлар нутқни ирод қилиш, юз ифодалари ва имо-ишоралар устида ишламоқдалар. Эндиликда таниқли сиёсий етакчининг ўзи ҳеч қачон айтмаган сўзларини худди гапиргандек қилиб кўрсатувчи видеолар яратиш ҳеч қандай қийинчилик туғдирмайди. Бунда унинг овози ва юз ифодалари (мимикаси) аслидан деярли фарқ қилмайди.

Бундай ўзгаришлар дипломатик манипуляцияни келтириб чиқариши мумкин. Масалан, зарурат туғилса, Дональд Трамп ёки Ким Чен Иннинг ядро урушини эълон қилиши ҳақидаги ўнлаб видеоларни яратиш мумкин ва бунинг қандай аянчли оқибатларга олиб келишини эса тасаввур қилиш қийин эмас. Шу пайтга қадар “фейк” янгиликлар қандай резонанс бераётганини жамиятда содир бўлаётган воқеа-ҳодисалардан жуда яхши англаш мумкин.

Масаланинг моҳиятини янада теранроқ англаш учун бу борада айрим мисолларни кўриб чиқиш мақсадга мувофиқдир.

Покистон “фейк янгилик” “ка жавобан Исроилга ядровий қурол билан таҳдид қилди”¹

2016 йилнинг декабрь ойида Хаваджа Асиф Исроил, Исломободга ядровий қурол билан таҳдид қилганда Покистоннинг ҳам ядровий қуроли борлигини унутиб қўйяпти, деб ёзади Twitterда. Мудофаа вазири “фейк янгиликлар” тарқатувчи AWD Newsда эълон қилинган “Исроил мудофаа вазири: Агар Покистон ҳар қандай баҳона билан Сурияга қўшин юборса, биз уни ядровий зарба билан йўқ қиламиз” сарлавҳали мақолага шундай жавоб берди:

“Дарвоқе, “сарик” мақола муаллифлари амалдаги эмас, балки собик мудофаа вазири Моше Яалон ҳақида ёзганлар. Шунингдек улар бир нечта бошқа лавозимларни ҳам адаштириб қўйганлар”.

Исроил Мудофаа вазирлиги ўз навбатида Яалон ҳеч қачон бундай баёнот қилмаганлигини билдириб, Асиф келтирган воқеа тўлалигича тўқиб чиқарилганлигини таъкидлади. Шундан кейин англашилмовчилик бости-бости қилинди. Аммо бу “фейк” янгилик сабабли икки давлат ўртасида низо чиқишига бир баҳя қолди.

¹ <https://eadaily.com/ru/news/2016/12/25/pakistan-prigrozil-izrailyu-yadernym-oruzhiem-ne-proveriv-novostnoy-feyk>

Британиялик тиббиёт ходимининг мақоласи қизамиқ эпидемиясига олиб келди¹

1999 йилгача Буюк Британияда аҳолининг 95 фоизи қизамиққа қарши эмланган эди. Кейин эмлашга қарши чиқувчилар туфайли кўрсаткич 80 фоизгача тушиб кетди. 2008 йилнинг ноябрь ойида қизамиққа чалинганлар сони бутун 1996 йилдаги рақамга тенглашди. Ваҳимага Эндрю Уэйкфилд исмли тиббиёт ходими сабабчи бўлди. У қизамиқ, қизилча, тепки қарши эмлаш аутизмга олиб келиши мумкинлигини ҳақидаги мақоласини эълон қилди. Шифокорнинг вакцинацияга қарши бўлган ушбу мақоласи нуфузли Lancet тиббиёт журнали чоп этилганди. 1998 йилгача Эндрю Уэйкфилдни кам одам биларди. Lancet мақолани эълон қилгандан сўнг, ҳаммаси ўзгарди: уни телевизор орқали тез-тез кўрсата бошлашди.

Ҳеч ким Уэйкфилд натижаларини такрорлай олмади ва The BMJ журнали ушбу масала бўйича мустақил тергов ўтказди. Аниқланишича, шифокор тасодифан адашмаганди, балки тадқиқот натижаларини сохталаштирганди. Оддий эмлаш аутизмни чақириши мумкинлигини исботлашдан у фойда кўзлаганди. Сабаби эса оддий: Уэйкфилд ва унинг ҳамкасби Carmel Healthcare асосчиларидан бири эди. 1996 йилда олим инсон танасида қизамиқ изларини аниқлаш бўйича яратган экспресс-тест тўпламига патент олиши ва бу тўплам Carmel Healthcareнинг асосий бизнесига айланиши керак эди. Эндрю уч йил мобайнида улар воситасида 28 миллион евро ишлаб олишини режалаштирганди. Катта маблағни кўзлаб тайёрланган “фейк” мақолага ишониб фарзандини эмлашни истамаган минглаб британияликлар бу касалликка чалинишди.

Манипуляциянинг бошқа бир шакли халқ иродасини ифода этиш орқали демократик жараёнларга таъсир ўтказиш имконини беради. Фақат бунда фуқароларнинг вазифасини сохта ботлар бажаради. Улар онлайн референдумларда овоз беришади, администрацияга расмий хатлар юборишади ва давлат миқёсидаги сўровномаларда иштирок этишади. Хусусан, худди шундай ҳолат 2018 йилнинг ёзида АҚШ Федерал алоқа комиссиясининг сайтида ҳам юз берди. Миллионлаб виртуал “фуқаролар” тармоқ нейтраллигини бекор қилишни сўраб, изоҳлар қолдиришганди.

Вақт ўтиши билан сохта ботлар ўрнини ҳақиқий одамлар эгаллаши мумкин. Яъни, қора бозорда уларнинг ижтимоий тармоқдаги саҳифалари ва уни юритиш сотиб олиниши мумкин. “Троллар фабрикалари” ҳозир ҳам

¹ <https://www.forbes.ru/tehnо/meditsina/62381-privivka-ot-doverchivosti>

• • •

Ахборот қадриятга айланадиган замонда босма ва электрон ОАВ (ҳатто энг зўрлари ҳам) жамиятдаги мавжуд бутун ахборот юқини кўтара олмай қолади. Шу туфайли, бундай ОАВ ўз ўрнини “учинчи тўлқин” тамаддунида максимал даражадаги хилма-хилликни таъминлай оладиган ва ҳатто шахсий сўровларга ҳам жавоб бера оладиган интерактив ва оммавий бўлмаган воситаларга бўшатишга мажбур бўлади.

• • •

мавжуд, аммо келажакда улар бунданда кўпайиб, фаоллашиб борадилар. Шу ўринда эксперт “ов нишони” билан боғлиқ яна бир хавфдан огоҳлантиради. Авваллари спамерлар ва кибер фирибгарлар жавоб олиш умидида барчага бир хил хат ва хабарлар юборишган бўлса, энди хакерлар ҳар бир фойдаланувчига алоҳида мурожаат қилишлари мумкин. Масалан, худди дўстининг характери ёки гапириш усулига тақлид қилган ҳолда ундан пул сўраш ва ёки яна бошқа нарсалар.

– Бора-бора одамлар ўзларига келган почта хабарларини текширмай қўядилар”, - дейди ижтимоий тармоқлар бўйича етакчи мутахассислардан бири Авдив Овадья Buzz Feed Newsга берган интервьюсида. – Натижада интернет фойдаланувчиларида “ҳақиқатга бефарқлик” пайдо бўлиб, бора-бора ҳақиқатни уйдирмадан ажрата олиш салоҳияти йўқолиб боради. Одамлар шунчаки янгиликларга эътибор бермай қўядилар. Бу эса демократия учун зарур бўлган мезонлардан бири - фуқароларнинг ижтимоий-сиёсий ҳаётдан хабардорлик даражасини кескин пасайтириб юбориши мумкин.

“Хавф кўриниб турибди, аммо энг ёмони мен у билан курашиш йўлларини кўрмайман. Инфокалипсисни тўхтатиш учун интернет билан беллаша оладиган махсус дастур яратиш лозим бўлади”, дейди Овадья. Мутахассис хавфни таъсирлаштириш, бироқ унинг баргараф этилиши учун таклиф этаётган ечимига ўзи юзаки ёндашмоқда. Тўғри, интернет билан беллаша оладиган дастур ҳозирча яратилмаган, лекин интернетнинг ўзида фактчек учун инструментлар етарли. Гап уларнинг бор-йўқлигида эмас, бор бўлганда ҳам уларга эҳтиёж бўлмаслигида. Ўз почтасига келган хабарни текширишга ҳафсала қилмайдиган эринчоқ оломон эшитган, ўқиган янгилигини

фактчек қилармиди? Бугун ОАВ ва ижтимоий тармоқдаги хабар ва янгиликлар қизиқарли ёки зерикарли ёрлиғи билан тавсифланади. “Фейк”лар эса одатда зерикарли бўлмайди.

Ҳозирги даврда одамларнинг “фейк”ка қанчалик ўчлигини изоҳлаш мақсадида ўзбек жамиятидаги бир мисолга эътиборингизни қаратмоқчимиз. Наманганлик Жуманазар ака ва ўзга сайёраликлар ҳақидаги “фейк”ни яхши биласиз. Бунинг безарар мизинформация эканлигига медиасаводхонлиги курсларида чархланмаган ўқувчининг ҳам ақли етади. Бироқ, бу мавзуга қизиқиш, жамиятда мавжуд долзарброқ масалалардан ҳам устун келди. Қуйида интернет юлдузига айланган Жуманазар ака ҳақидаги хайп авжига чиққан пайтда жамиятда долзарб бўлган бошқа мавзуларга қизиқиш қандай бўлганини бир сайт (daryo.uz) материаллари мисолида кўриб чиқамиз:

«Дарё»ни Telegram'да ўқинг! [Join!](#)

Lotinchaga o'tkazing

Дарё

+17°C
Тошкент

Маҳаллий 18:38, 15.10.2019 46650

Шавкат Мирзиёев Бокуда Нурсултон Назарбоев билан учрашди

Бокуда ўтаётган Туркий кенгаш саммити доирасида Шавкат Мирзиёев Қозоғистоннинг биринчи президенти Нурсултон Назарбоев



daryo.uz

Lotinchaga o'tkazing

Маҳаллий 15:05, 15.10.2019 46650

Тошкентда «буханка» нархи ошди

Бугун, 15 октябрь куни Тошкент шаҳрида «буханка» нархи ошди.



Фото: «Aniq.uz»

Ҳозирда дўконларда «буханка» 1350—1500 сўмдан сотилмоқда.

14 октябрь куни Вазирлар Маҳкамасининг «Дон, ун ва нон етказиб бериш тизимида бозор механизмларини тўлиқ жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарори қабул қилинди.

«Дарё»ни Telegram'да ўқин! Join!

Lotinchaga o'tkazing

Тошкент ▼

Маҳаллий 16:05, 15.10.2019 22849

Комил Алламжонов «Togri.uz» сайтининг ёпилишига муносабат билдирди

Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги раҳбари Комил Алламжонов «Togri.uz» сайти фаолияти тўхтатилганига муносабат билдирди.



«Дарё»ни Telegram'да ўқин! Join!

Lotinchaga o'tkazing

Тошкент ▼

Дарё +14°C Тошкент ▼

Маҳаллий 15:16, 15.10.2019 214222

Жуманоидлар хужуми. Ўзга сайёрага бориб келган Жуманазар ака ижтимоий тармоқларда тренд бўлди

Яқинда Жуманазар исмли ватандошимизнинг МҮ5 телеканалига берган интервьюси чиқди ва халқ орасида катта шов-шувга сабаб бўлди. Гап шундаки, бу суҳбат қаҳрамонининг айтишича, у икки марта ўзга сайёрага бориб келган ва табиб бўлиб қолган. Ундан ўзга сайёрада қолишини илтимос қилишган. Учар ликопча эса фақат унинг ўзига кўриниб олиб кетган эмиш.

Кўриб турганимиздек, ўзга сайёраликлар билан учрашган оддий қишлоқ одами ҳақидаги хайп давлат раҳбарининг муҳим сафари, кўпчиликнинг эътибори ва ишончини қозонган сайтнинг ёпилиш тафсилотлари, ҳаттоки жамият учун долзарб бўлган энг аҳамиятга молик масалалардан ҳисобланган нон нархининг ошиши мавзусидан ҳам одамларда бир неча ўн баробар кўпроқ қизиқиш уйғотган. Мақола 214 мингдан зиёд киши яъни, шу кунда берилган бошқа энг долзарб мавзуларга бағишланган масалалардан деярли ўн баравар кўпроқ ўқилган.

Қизиқарли контентни қандай яратиш мумкин?

Қизиқарли контент яратишда фойдаланиш мумкин бўлган мультимедиа дастурларнинг аксариятини аслида “фейк янгилик” яратувчи

платформалар сифатида ҳам ўрганиш мумкин. Kup.uz сайти ва Тошкент шаҳар ҳокими ўртасида рўй берган ва бутун мамлакатда шов-шувга сабаб бўлган можаро аудиоёзувларини эшитгансиз. Қуйидаги дастурлар орасида мана шу каби контент яратишга қодирлари ҳам талайгина.¹

Дастурларнинг кўпчилиги текин. Айримлари муайян вақтдан кейин сотиб олишни талаб қилади, унинг таннархи кўпи 1-10 АҚШ доллари атрофида. Хорижда журналистлар битта дастурга боғланиб қолмай, фото, аудио, видео монтаж учун алоҳида дастурлардан фойдаланишади. Ҳар бири учун махсус дастурдан фойдаланиш қулай, лекин агар якуний маҳсулот битта бўлса, яъни бир визуал материал устида ишлаётган бўлсангиз, парчаларни бир дастурга олиб кира олишингиз керак. Масалан, аудиони аудио дастурда тозалаб оласиз. Суратларни фото редакторда, видеони видео редакторда кесиб тайёрлайсиз. Кейин ҳаммасини бир дастурда терасиз.

Видео:

Quik – мобил видео монтажи (бепул, iOS ва Android).

Унда ижтимоий тармоқлар учун турли шаклдаги қисқа видео ҳикояларни тайёрлашда фойдаланиш мумкин. Сунъий интеллект ёрдамида видеога энг ёрқин кадрларни автомат равишда топиб беради, уларни қўлда ўзгартиришингиз мумкин. Смартфондаги видео ва суратлар билан ишлайди. Видеоларга матн, аудио, ўтиш эффекtlарини қўяди.

¹ 2019-yil 4-6-sentabr TOSHKENTda ўтказилган “O’ZBEKISTON RAQAMLI TECHNOLOGIYAGA TAYANIB MATERIAL TAYYORLASH VA IJTIMOIIY TARMOQLAR BILAN ISHLASH” mavzusidagi seminar materiallari asosida.

• • •

Бугун ОАВ ва ижтимоий тармоқдаги хабар ва янгиликлар қизиқарли ёки зерикарли ёрлиги билан тавсифланади. “Фейк”лар эса одатда зерикарли бўлмайди.

• • •

Wirewax – mobil video montaj (бепул, iOS ва Android) Видеоларга матн қўйиш дастури. У ўзи видео қаердан олингани ва нимани акс эттираётганини аниқлаб беради. Ўзи теглар қўяди. Уларни ўчириб қўйиш мумкин. Ўзингиз хоҳлаган матнни ҳам бой шаклда монтаж қилади.

Unfold – вертикал видео ва фото монтаж (бепул, iOS ва Android) дастури. Вертикал форматда видео ва фото постлар яратади. Матн ва стикерларни қўйиш мумкин. У 150дан ортиқ шаблонга эга. Қўшимча тўлов эвазига кенгроқ функцияларни очиш мумкин.

Фото:

Фото – суратга матн қўйиш дастури (бепул, iOS ва Android). Смартфондаги суратларга матн қўйишга имкон берадиган оддий дастур. 200 дан ортиқ лотин шрифтдаги усуллар эга. Шрифтларни юклаб, улардан фойдаланишингиз мумкин. Эмодзи ва стикерлар билан ҳам ишлайди.

Juxtapose.JS – фото таҳлил дастури. Олдин қандай бўлгану ҳозир қандайлигини суратларни ёнма-ён қўйиш орқали таҳлил қилиб беради.

Befunky – фото коллаж дастури (бепул, компьютер). Одатда фото коллажларни яратишда жуда қулай ҳисобланади. Суратларга матн қўйса бўлади. Қўшимча тўлов эвазига янги функцияларини очиш мумкин.

JamSnap – суратга овоз қўйиш дастури. Фотоларга аудио ёзувларни қўшади, бойитади.

Awesome screenshot – скриншот (бепул, компьютер, Chrome) Компьютердан скриншотлар олади ва уларга аннотациялар қўяди. Бундан ташқари компьютер ёки ташқи дискда сақланган суратларни қийиш, кесиб олиш (crop) учун жуда қулай. Бепул версиясида 30 сониягача компьютер экранини видеога олса бўлади. Бу функция кўплаб замонавий гаджетларда (apple 8 кейинги авлод) ҳам мавжуд.

Рақамли ҳикоялар:

Infogr.am – инфографика дастури (бепул, компьютер). Бу дастур жадвал, инфографика ва хариталарни яратиш имконини беради. Тайёр рақамларни визуализация қилиш учун оддий ва қулай онлайн хизмат. Бепул версиясида харита ва инфографикалар сони чекланган.

Piktochart – инфографика дастури бўлиб, матнни графикага айлантириш, дизайнлар яратишда қўллаш мумкин. **Timeline.JS** – хронологик графика дастури.

The Knight Lab foundation: бу дастур хронологик маълумотларни аниқ ва мантиқли графикага айлантиради.

Adobe Spark – мультимедиа маълумотни серқирра шаклда жойлаш - суратлар, видео, анимация ва инфографика орқали ҳикоя қилиш учун қўлланилади.

Flourish.Studio – мультимедиа, жадвалдаги маълумотни, масалан, MSExcelдан харита ва графика ясайди.

Thinglink – мультимедиали, виртуал воқеликни яратувчи дастур. Ўнлаб, юзлаб суратлар билан, масалан сайловларни ёритишда ёки омма фикирини тушунтиришда ишлатиш мумкин.

Story Spheres – Виртуал воқелик асосида интерактив графика яратади. Бу дастур “Thinklink”дан ҳам кўпроқ имкониятлар таклиф қилади.

Аудио:

Anchor – аудио/подкаст учун дастур. Синаб кўриш учун кимгадир телефон қилиб, суҳбатлашиш мумкин. Тайёр аудио билан монтаж қилган ҳолда эшиттириш тайёрлаб кўринг.

Амалий машғулот учун топшириқлар

1. М.Маклуэн, Э.Тоффлер ва бошқа жаҳон футурологларининг “фейк янгиликлар”нинг ахборот жамиятига кўрсатадиган таъсири ҳақидаги башоратларини таҳлил қилинг.

2. Воқеликни бузиб кўрсатувчи технологияларга мисоллар топиш ва унинг етказадиган зарарини таҳлил қилинг.

3. Юқорида таклиф этилган платформалардан фойдаланиб қизиқарли контент яратишни машқ қилиб кўринг.

3.2. “ФЕЙК ЯНГИЛИК” ЛАРСИЗ ЖАМИЯТ НАЗАРИЯСИ

Калит сўзлар: образ, фотошоп, видеоредактор, баннер, алгоритм, медиахолдинг, метадата, мем, картография, когнитив, экспертиза, эҳтиёж, фоторедакторларсиз жамият, самарасиз фактчекинг, инструментлар.

“Фейк”лардан мутлоқ ҳоли жамиятни тасаввур қила оласизми? Мутлоқ ҳолилик деганда дезинформацияларнинг йўқлигини эмас, балки “фейк”нинг умуман ҳар қандай аломатларидан ҳолилик назарда тутилади. Айтайлик, инсонлар фото ва видеоредакторлардан фойдаланишмайди,



инстаграмм саҳифаларида хуснда супер юлдузларни доғда қолдирадиганлар, уларнинг чиройли саёҳатлари, танаввул қиладиган тансиқ таомларининг сурати йўқ. Унинг ўрнида пардоз қилинмаган (ахир пардоз ҳам асл чехрани кўришга тўсиқ яратади) ва фотошопда қайта ишланмаган юзлар, образлар, предметлар тасвири берилади. Фейсбуку Твиттерда хайпга шаъма ҳам йўқ (ахир у аксарият тасдиқланмаган ахборот асосида кўтарилади). Амалдорлар ўз шаънига тўғри келмаган ёки ўзига маъқул бўлмаган ҳар қандай ахборотни “фейк”ка йўйишмайди, блогерлар билан “совуқ уруш” олиб боришмайди, ким ҳақ, ким ноҳақлигини тушунолмайд аросатда қолган халқ олдида кечирим сўраб мавзуни “босди-босди” қилишмайди. Дин ва диний кадриятларчи? Жуда мураккаб масала, тўғрими? Умуман, одамлар фақат кўзи билан кўриб, қўли билан ушлай оладиган даражадаги ахборотгагина ишонадиган замонда эътиқодлар хусусида гап бўлиши мумкинми?!

Бундай жамиятни тасаввур қилиш учун биттагина мисол. 2012 йилда АҚШ ва Россия ҳамкорлигида суратга олинган футурология руҳидаги “Москва 2017” фантастик фильмининг сўнгги кадрларини эсланг. Фильм якунида маркетинг ва реклама таъсири остида яшаётган жамиятни қутқаришнинг ягона йўли сифатида рекламанинг ҳар қандай шакли йўқ қилинади. Ва натижада баннерлар, led экранлар ва бошқалардан ҳоли рангсиз ҳаёт, кўчаларда истаклари реклама манипуляциясидан ҳоли инсонлар кундалик юмушлари билан банд бўлишади. Бўш вақтларида реклама учун ми-

жоз жалб этиш зарурати йўқолган телеканаллардан зерикарли дастурларни томоша қилишади...

“Фейк”ларсиз жамият ҳам тахминан ана шундай тасаввур уйғотади. Тан олиш керак, бугунги кунда ахборот хавфсизлигини таъминлашнинг қатор чора-тадбирлари билан бирга “фейк” янгиликларга қарши курашиш масаласи ҳам ғоят муҳим аҳамият касб этмоқда. Бу масала шу қадар долзарб тус олдики, мамлакатлар кимўзарга “фейк” янгиликларга бартараф этишнинг қонуний аспектиларини ишлаб чиқишга зўр бермоқда. Унинг амалий ечим ўлароқ пайдо бўлган фактчек платформаларнинг эса бозори юришадиган бўлди.

“Фейк янгилик”ларга қарши курашиш керакми ва буни қандай амалга ошириш мумкин?

2019 йилнинг январь ойида Россия давлат Думаси “фейк янгиликлар”га қарши қонун лойиҳасини расман қабул қилди.

Германия Парламенти томонидан 2017 йилнинг 30 июлида қабул қилинган қонун 2 миллиондан ортиқ фойдаланувчиларга эга ижтимоий тармоқларга ишончсиз контентни ўчириб ташлаш вазифасини қонунан юкледи. Контент муайян муддатда ўчириб ташланмаса, каттагина жаримага тортилади.

Франция 2018 йилда сайловолди жараёнида “фейк”лар тарқатилишининг олдини оладиган 2 та қонун қабул қилинди.

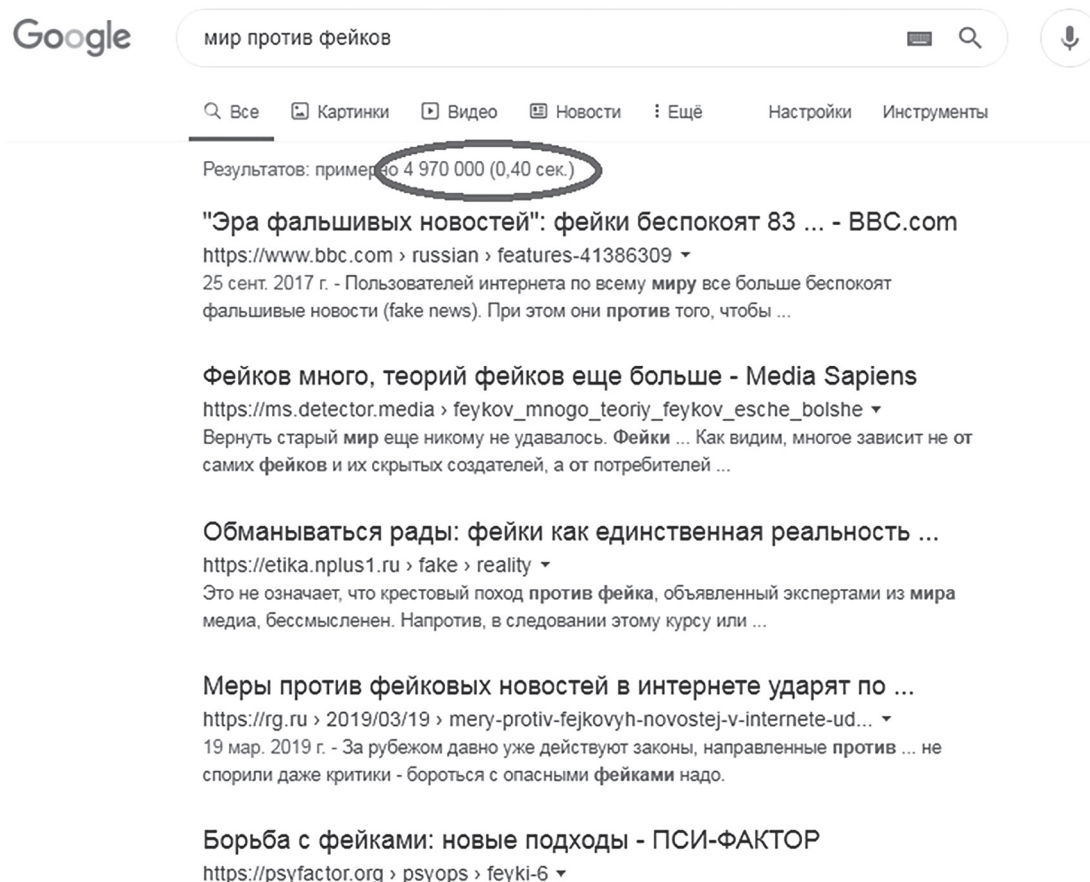
Малайзия “фейк янгиликлар”га қарши қонунни 2018 йилнинг апрелида қабул қилган эди. Унга кўра фақат “фейк янгилик” муаллифларигина эмас, бундай ахборот билан бўлишганлар ҳам жавобгарликка тортилади. Қонунбузарлар 123 минг АҚШ доллари миқдоридаги жарима ёки 6 йиллик қамок жазосига ҳукм қилинади.

Кенияда “фейк” хабарларни тарқатиш жиноят билан тенглаштирилган. Қатарда 2014 йилда қабул қилинган қонунга асосан давлат ва жамият хавфсизлигига таҳдид қилувчи сохта ахборотларни тарқатиш ҳолатларига 3 йиллик қамок жазоси ёки 137 минг АҚШ доллари миқдорида жарима белгиланган.¹

“Фейк янгиликлар” га қарши кураш қанчалик кенг тус олиб бораётганини кузатиш учун қидирув тизимларининг бирида шу мавзудаги сўровни

¹ <https://news.rambler.ru/other/41616357-mezhdunarodnyy-opyt-borby-s-feykami-na-kogo-ravnyaetsya-rossiya/?updated>

киритишнинг ўзи кифоя. Масалан, google “жаҳонда фейкка қарши” сўровига 5 миллионга яқин манбани кўрсатди.



Биздачи? Ўзбек жамиятида ижтимоий тармоқларнинг оммалашиши, блогерлар ва фуқаролик журналистикаси вакилларига ишончининг қисқа пайт ичида анъанавий ОАВга бўлган ишончдан ортиб кетиши натижасида “фейк” янгиликларга қарши қонуний курашиш зарурати ҳақида бот-бот гапириш урфга кирди.

Жамиятни “фейкянгиликлар”дан “тозалаш” истаги нафақат медиа олами намояндаларини, балки ҳарбийларнинг ҳам тинчини бузган. “Ҳарбийлар “фейк”ка қарши: Пентагон сохта контентни аниқлайдиган махсус алгоритм ишлаб чиқмоқда” деб номланган лавҳада Rossiya_RT канали мухбирлари мавзуга ойдинлик киритган.¹

Ижтимоий тармоқлар, медиахолдинглар ҳам бу борада янгидан-янги лойиҳалар ишлаб чиқмоқдалар. Adobe, Twitter ва The New York Times компанияси ҳамкорликда ишлаб чиқилган ижтимоий тармоқларда дезинформация ва кўчирмакашликнинг (плагиат) тарқалишига қарши курашиш

¹ “Военные против фейков: Пентагон разрабатывает алгоритм для вычисления фальшивого контента”
<https://www.youtube.com/watch?v=RuTRxkyWdc0> Мурожаат: 14.12.2019

бўйича лойиҳани тақдим этдилар.¹ “Контент (ижтимоий тармоқ фойдаланувчиси)нинг ҳақиқийлигини аниқлаш ташаббуси” (Content Authenticity Initiative)га кўра, аккаунтнинг ҳақиқийлигини аниқлаш маълум стандарт асосида амалга оширилиши шартлигини қатъи белгилаб қўйган.

Мазкур тизимни интернетдаги фотосуратлар, видеоёзувлар, матнли хужжатлар каби исталган турдаги файлларга мослаштириш мумкин. Adobe мутахассисларининг фикрига кўра, “Контентнинг ҳақиқийлигини аниқлаш ташаббуси” тармоқ фойдаланувчиси томонидан қўйилаётган материалларни доимий ишончли тарзда кузатиб боради. Натижада бошқа фойдаланувчилар (кузатиб борувчилар, мухлислар) фақат ҳақиқий маълумотни олиш имкониятига эга бўладилар. “Фейк” янгиликлар ёки кўчирилган (плагиат) хабарларни эса осонлик билан ўчириб юбориш мумкин бўлади.

Лойиҳанинг асосий мақсади ижтимоий тармоқларнинг шаффофлигини таъминлаш (сохта хабарлардан тозалаш), тармоқ фойдаланувчилари билан боғлиқ тартибсизликларнинг бошқарувини осонлаштириш, контентнинг сохта ёки ҳақиқийлигини аниқлашда ёрдам беришдан иборат.

“Контентнинг ҳақиқийлигини аниқлаш ташаббуси” лойиҳаси Adobe МАХ-2019 тадбирида тақдим этилди. Лойиҳанинг техник тузилиши такомиллаштирилиб, доимий равишда янгилаб борилаётгани туфайли унинг қандай ишлаши ҳақида хануз тўлиқ маълумот йўқ. Ҳозирги пайтда қатор компаниялар ва муаллифлар учун очик, ягона ва оммавий ишлатиш мумкин бўлган умумий концепция ишлаб чиқилмоқда. Ушбу дастурнинг асосий файлга бириктирилган қўшимча **метадата** даражасида яратилиши тахмин қилинмоқда. Шу билан бирга, дастур маълумотларни қалбаки ва ўзгартирилган ҳолда тарқатилишини назорат қилиб боради.

Ҳозирги кунда Adobe “Контентнинг ҳақиқийлигини аниқлаш ташаббуси” лойиҳаси устида Twitter ва The New York Times компанияси мутахассисларини жалб қилган ҳолда мустақил иш олиб бораётган бўлсада, яқин келажакда мазкур лойиҳага бошқа компанияларнинг ҳам қўшилиши кутилмоқда.

Хўш, “фейк янгиликлар” шунчалик хавфли экан, жамиятда ахборот пайдо бўлибдики унинг нотўғри ёки сохта шакли ҳам мавжуд бўлганига қарамай, унга қарши кураш нега айни замонда кескин тус олди? Нима сабабдан нотўғри ва сохта ахборот шу кунгача яшаб келмоқда? Узоқ йиллар матбуотда “утка” деб юритилганига қарамай, Дональд Трамп “фейк

¹ <https://www.popmech.ru/technologies/news-520744-adobe-raz-i-navsegda-unichtozhit-feyk-nyus-i-plagiat/> Мурожаат: 19.11.2019.

янгилик” тушунчасини муомалага киритганда, нега у классик “газета ўрдак” ларини назарда тутмади. Зотан, қачонлардан аниқ номланган нарсани қайта номлашдан қандай маъно бор? Ваҳоланки, “фейк-янгилик” атамаси Трамп маърузасидан аввал ҳам бор эди, лекин айнан у бу атамани мутлақ мемга айлантирди. Бу масалани яхши тушунадиган инсон сифатида АҚШ-нинг 45-президенти аввало медиа воқеликдаги глобал ўзгаришлар ҳақида сўз юритган. Зеро, у реал воқелик билан ёнма-ён ва гоҳида унинг ўрнини босади. Кейинги йилларда медиа воқелик борган сари бошқаришга мойил бўлиб бораётир.

Медиа воқелик кечагина пайдо бўлмаган ва баъзи мутахассисларнинг фикрича, компьютер технологияларининг қўшимча маҳсули ҳам эмас. У ахборотнинг тезкор ва оммавий тарқатилиши натижасида пайдо бўлган, аввал кундалик босма матбуот орқали, кейин эса радио ва телевидение орқали “улғайиб” борган. Ана ўшандаёқ “тезкор ахборот” кундалик ҳаётдан хабардор қилибгина қолмай, ана шу ҳаёт ҳақида ўз вариантини ҳам тақдим этган. Дастлаб технологик омилларга, интернет-маҳсулотлари истеъмолчилари оммаси орасида кенг тарқалган интерфаоллик ва вульгар постмодернизм мафкураси қўшилганидан сўнг эса, янги воқелик сифатида тўлиқ шаклланиб бўлди, десак адашмаймиз. Унинг жуда катта қисмини жамиятда воқелик билан тенг ҳуқуқли яшашга кўникиб қолган муқобил – медиа воқеликни кўришни истаган кишилар назорат остига олди. Ҳамма кўникиб қолган “зерикарли” кадриятлар ва кундалик одатий воқеликни сиқиб чиқарган матрица моҳиятан ана шундай тарзда шаклланди. Уни фақат тор доирадаги шахслар белгилаган ва улар буни фақат ўз мақсадларидан келиб чиқиб шакллантирдилар.

Постмодернистик интерфаол жамиятда “фейк” нафақат текширилган ахборот билан бир қаторга қўйилди, балки унинг ўрнини ҳам босиш билан қисман мустаҳкамланди.¹ Кўпроқ бу ҳолат жамиятда ҳақиқатга бўлган эҳтиёж ва талаб пасайгани туфайли содир бўлди. Онга сингдириш ва тарғибот механизмлари шундай ишлай бошладики, ижтимоий майдондаги фактик маълумотлар қандай из қолдирса, “фейк янгиликлар” ҳам шундай таъсир эта бошлади. Хўш, шундай экан жамият учун фактчекинг керакми?

¹ <http://portal-kultura.ru/articles/best/235734-sad-raskhodyashchikhsya-feykov/>

Фактчекинг қандай самара беради?

Бугунги медиа макон фош этилган ёлгонлар, сохтакорлик, манипуляция, нотўғри ахборотнинг кўплигидан бўғилиб кетгандай тасаввур уйғотади. Ваҳоланки, буларнинг барчаси, аслида айнан янгиликлар сифатида тақдим этилади. Бу ўз навбатида жамоатчиликнинг фактларни текшириш билан шуғулланадиган ташкилотларнинг хизматларига талаби ортишига олиб келди.

Маълумки, талаб таклифни тақозо этади. Ҳаттоки Google ва Amazon fact-checkingни рақобатдаги афзаллик сифатида ишлатишга қарор қилдилар. Россия ташқи ишлар вазирлиги ҳам ўз фактларни текшириш хизмати-ни йўлга қўйди.

Бироқ, медиа маконнинг трендлари тез ўзгаради. Фактларни текшириш хизматлари бир йилдан сўнг ҳам шунчалик керак бўладими? Беш йилдан кейинчи? Бу саволларга жавоб бериш учун фактларни текшириш журналистикада қандай амалга оширилишини, бу жараён ҳозир қандай кўринишга эга ва нима учун шундай эканлигини тушуниш лозим.

Мумтоз журналистикада воқеа содир бўлганлигини аниқлаш учун журналист унинг иккита мустақил тасдиғига эга бўлиши керак, деган қараш мавжуд. Булар бир-бирига боғлиқ бўлмаган мустақил тасдиқлар бўлиши мақсадга мувофиқдир. Масалан, улар оғзаки ҳикоя ва видеотасвир лавҳаси бўлиши мумкин.

Иккита тасдиққа эга бўлганидан сўнг, журналист манбаларни текшириши лозим. Бу жараён – кичик журналистик суриштирув ҳисобланади. Бунда манба ўзи тақдим этган маълумотларни олиш имкониятига эга бўлганини ва иккинчи манба билан бевосита алоқаси йўқлигини аниқлаши зарур. Бунинг учун журналист масалани ўзи тадқиқ эта бошлайди, манбалар ишлайдиган ташкилотларнинг ички тартибини сўраб олади, маълумотларнинг амалда қандайлигини тасдиқлаш учун картографик сервислар ва оммабоп фотосуратлар манбаларидан фойдаланади. Умуман, тезкор аъъанавий фаолиятни амалга оширади.

Ҳар бир манба томонидан етказилган ахборотни олиш имконияти борлигига ишонч ҳосил қилгандан сўнггина журналист олинган маълумотларни эълон қилиши мумкин.

Ижтимоий тармоқлар гуркираб ривожланганидан сўнг, аъъанавий ОАВ фикр-мулоҳазалар борасида жамиятдаги етакчилар, блогерлар билан рақобатлаша бошладилар. Оддий, эл қатори инсон учун блогер томонидан бил-

дирилган факт анъанавий ОАВдан олинган ахборот каби муҳимдир. Бироқ, блогерлар журналистика одобига риоя қилмайдилар ва профессионал тахририятга нисбатан ахборотни тезроқ эълон қилишга шошадилар. Рақобатга дош бериш учун ОАВ секин-аста текшириш даражасини пасайтириб боради. Натижада улар рақобатчилар билан бир даражага тушиб қолади.

Факт ва маълумотларни текшириш бўйича масъул ташкилотлар журналистикани ўз хизматлари ёрдамида аввалги даражага қайтарган ҳолда бу муаммони ҳал қилишлари зарур. Бироқ ҳозирда бу каби ташкилотлардан ҳеч бири икки мустақил манбалар таҳлили бўйича анъанавий журналистик текширувини ўтказмайди. Улар шунчаки номига ёзилган иш билан шуғулланадилар – фактларни фақат ҳаққонийлик ва ёлғон борасида текширадилар.¹

Ҳозирги кўриниш фактларни текшириш қўйилган вазифани ҳал қилмайди ва журналистиканинг боши берк кўчага олиб кирувчи йўналиш ҳисобланади. Фактларни текшириш тамойили журналистик текширувга нисбатан самаралироқ усулни таклиф эта олмайди. Вақт ўтгани сайин ноширлар фактлардан шундай фойдаланишни ўрганадиларки, мақолалар Fact Checking жараёнидан керакли натижа билан ўтади.

Танқид учун алоҳида йўналиш – фактларни текшириш хизматини тақдим этувчи ташкилотларнинг тижорат асосидаги фаолиятидир. Анъанавий ОАВ каби, бундай ташкилотлар реклама берувчилар ва бошқа инвесторларга қарам. Улар қайсидир чегараларда баҳога таъсир кўрсатиш орқали қўшимча фойдаланувчиларни жалб этиши ёки тижорат буюртмасини бажариши мумкин.

Шуни эсда тутиш лозимки, фактларни текшириш ташкилотларида оддий ОАВда қандай бўлса, худди шундай журналистлар ишлашади. Ушбу муаммони латинча: “*Quis custodiet ipsos custodes*” – “Қоровулнинг ўзини ким кўриқлайди?” деган ибора билан таърифлашади. Зеро, назорат ташкилотлари тузилганда “қоровуллар” ўзлари назорат қиладиган шахслардан фарқ қилишлари белгилаб қўйилган. Уларнинг маълумот даражаси, мақсадлари, ижтимоий мансублиги, давлат хизмати пиллапоясидаги ўрни тубдан фарқ қиладди. Фактларни текшириш ҳолатида эса ташкилотлар худди шундай кишилардан таркиб топади, уларнинг маълумоти, мақсадлари ва таниш-билишлари оддий журналистларники билан бир хил бўлади. Америкалик сайловчиларнинг 62 фоизини фикрича, улар аслида оддий журна-

¹ <https://habr.com/ru/post/403005/> 29.11.2019.

листлар ва баёнотларда “fact checking” жумласини келтирганлари учунгина кўшимча имтиёзларга лойиқ эмаслар.

Энди қандай яшамок керак?

Бундай вазиятда мумкин бўлган ягона ечим – журналистик текширувни мустақил олиб боришни ўрганишдан иборат. Бу когнитив хатоларни топишга ўхшаш вазифа ҳисобланади.

Биринчи навбатда ахборотнинг бирламчи манбаини топиш лозим. Шу ўринда эътиборингизни Имом Ал-Бухорий ва унинг “Саҳиҳ ҳадислар”ига қаратмоқчимиз. Ахир *саҳиҳ* сўзи ҳадиснинг сифати бўлиб, “*саҳиҳ ҳадис*” дегани “хатодан ҳоли бўлган ишончли ҳадис” деган маънони англатади. Аллома томонидан ҳадисларни йиғиши ва ҳаққоний текшириши фактчекингнинг ўзига хос кўриниши десак, муболаға бўлмайди. Манбани текшириш масаласига келсак, агар ал-Бухорий бирор кимсадан бир нечта яхши ҳадис ёзиб олса-ю, сўнг ўша кишининг фарзандига қанд ваъда қилиб бермаганини ёки алдаганининг гувоҳи бўлса, ундан ёзиб олган ҳадисларини ўчираш экан. Оддий нарсаларда ҳаттоки, ёш болани алдашга қодир инсоннинг келтирган ўғитларию, билдирган фикрини шубҳали ҳисоблар экан. Худди шунга ўхшаб, фактчекигда агар мақоладаги фикр “аноним манба ахборотига кўра”, деб кўрсатилган бўлса, бу манбада баён этилган фактларни аниқ билиши мумкинлигини тасдиқловчи тафсилотлар кўрсатилиши шарт. Агар манба умуман кўрсатилмаган бўлса, унда материалнинг асосий тезислари бўйича Google қидирув тизими орқали излаш самара бериши мумкин. Агар бирламчи манбани топиш мумкин бўлмаса, унда бу сохта маълумот ёки виждонсиз журналистнинг ижод маҳсули ҳисобланади. Ҳар иккиси ҳам бирдек ёмон сифатга эга. Одатда бундай ҳолатларга Ozodlik.org нинг ўзбек хизмати кўп йўл кўяди ва шу туфайли ҳам уларда бериладиган материаллар ОАВ оламида ишончлилик даражасини йўқотган десак, муболаға бўлмайди. Буёғига теран фикр юритиб, қандай шароитда муайян манбадан кўрсатиб ўтилган маълумотлар келиши мумкин эканлигини ўйлаб кўриш керак.

Кейинги пайтларда алдашнинг оммалашган йўли – портлаш ёки ўқ изи қолдирилган ёғоч ёхуд темир парчасини кўрсатиб, аниқ бир киши ўқ узгани ёки портлатганини айтишдан иборатга ўхшаш хабарлар ҳаддан зиёд кўпайди. Бундай ахборотни тайёрлашнинг ягона усули – иккита мустақил экспертизани кўр-кўрона ўтказишдан иборат. Агар экспертиза ҳақидаги

маълумотлар тақдим этилмаган бўлса, унда бу ўринда сохта маълумот – “фейк” асосида онгни бошқариш ҳолати намоён бўлади.

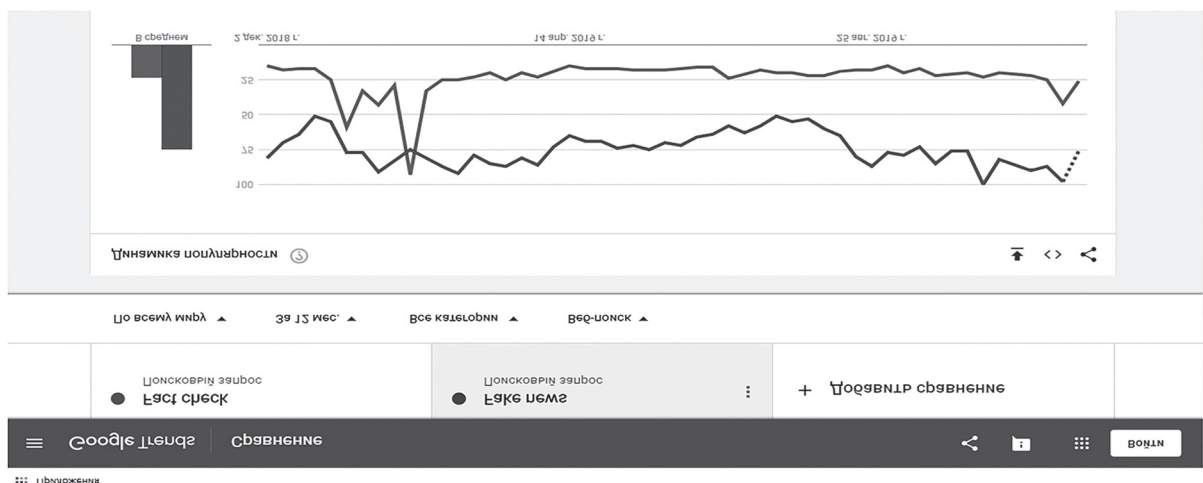
Ҳар бир факт ўз тарихига, ўз текшириш усули, тартиби ҳамда ҳужжатлар бўйича тегишли талабларга эга. Манипуляциянинг бошқа анъанавий усули: айрим ҳужжатларни кўриб чиқишга йўл қўймаслик ва шу асосда қолган ҳужжатлардан фактни муайян кўринишда кўрсатиш учун фойдаланиш ҳам амалиётда мавжуд.

Агар сиз журналистик текширув билан анчадан бери шуғулланаётган бўлсангиз, сарлавҳа ва биринчи хатбошини ўқишдаёқ материалнинг ҳаққонийлигини аниқлай оласиз. Уларни мақола матнидан ҳам тез топасиз. Лекин бунинг учун ҳеч бўлмаганда вақт, ҳафсала ва кучингизни қизганмай диган даражада манфаатдор бўлишингиз керак.

Ушбу параграфда “фейк янгиликларсиз жамият” назарияси хусусида гапирарканмиз, мавзунинг энг бошида айтилган фикрга ва келтирилган асосларга кўра, бундай жамият ҳали-бери шаклланмаслиги ва “фейк”лар ёмонлик даражасидаги унсур бўлсада, уларнинг буткул йўқолиши жамият ҳаётини оқ-қора суратдаги тасвирга айлантириб қўяди. Агар шундай ҳолда қолдирилса, сохта маълумотлар ва дезинформация инсониятга мисли кўрилмаган талофотлар етказиши мумкин. Шунга қарамай, “фейк” янгиликларнинг барча шаклини бирданига йўқотиб бўлмайди. Йўқса жамиятда ахборот мувозанати бузилади ва кундалик ижтимоий ҳаёт зерикарли ва рутубатли турмушга айланиб қолади. Аммо бу ҳолат бизга ҳали-бери хавф солмаслигини қуйидаги сўровлар таҳлилидан ҳам билиб олиш мумкин:



Расм 1: Фактчекнингга қизиқиш “фейк янгиликлар”га қизиқиш даражасининг ярмига ҳам етганича йўқ.



Расм 2: Фоторедакторларга эҳтиёж шу фотонинг оригинал шакли қандай бўлганини билиш эҳтиёжидан кўра анча баланд.

Амалий машғулот учун топшириқлар:

1. “Фейк”ларсиз ҳаётни қандай тасаввур қилишингизни ифодаланг. Бундай ҳаёт образи сизнингча, яхши ёки ёмон эканлигини асосланг.
2. “Фейк”лардан ҳоли бўлишнинг ижобий ва салбий томонларини таҳлил қилиб кўринг.
3. Мутахассисларнинг фикрларини манбаларни текшириш орқали тўғри ёки нотўғри эканлигини таҳлил қилинг.

3.3. FAKE NEWS ХУСУСИДА МУТАХАССИСЛАР НИМА ДЕЙДИ?

Калит сўзлар: тухмат, жазо, демократия мезони, қонунчилик, муҳаррир филтри, медиа саводхонлик, тренинг.



Шерзодхон Қудратхўжаев, ЎзЖОКУ ректори, Халқаро Пресс клуб раҳбари

– Технологияларнинг жадал ривожини ахборотни бир нуқтадан иккинчи нуқтага жуда тез ва осон етказиш имконини бераяпти. Натижада, замонавий коммуникация воситалари борган сари текширилмаган ёки миш-мишларга асосланиб тарқатилаётган ахборотлар билан тўлмоқда. Ёлғон-яширик, уйдирма сохта маълумотлардан иборат бундай “фейк” ахборотлар, интернетнинг, айниқса ижтимоий

тармоқларнинг пайдо бўлиши туфайли аудиториянинг ўсишига хизмат қилувчи ахборот турларидан бирига айланди. Бугун ижтимоий тармоқларда муҳокама қилинмайдиган таъқиқ мавзу қолгани йўқ. Албатта, ҳар бир инсон ўз фикрига эга, эркин фикрлаш ва уни оммавий билдириш барчанинг ҳуқуқига кирилади. Аммо шундай нозик пардалар борки, ҳар ким истаганича фикр билдира олмайди. Булар шахсий ҳаётга аралашув, кимнидир ҳақорат қилиш, кимгадир таҳдид қилиш, кимгадир уруш эълон қилиш. Бунинг учун жавобгарлик ҳам борлигини билиб олишимиз шарт. Ана шундай ҳолатлар: инсонларнинг шахсий ҳаётига дахл қилиш, кимнидир иғво қилиш, таҳқирлаш, кадр-қийматини топташ, мавзунини юзаки чайнаш, “деди-деди”ларнинг кўпайиб бориши бир пайтлар АҚШ тажрибасида “Trash War” яъни ОАВдаги “ахлатлар жанги” деб таърифланган. Демак, “ахлат урушлари” бизга ҳам етиб келибди-да. Нимагадир ёмон нарсалар тезда етиб келади, яхшиларидан кўра.

Аммо муҳокама қилувчи инсонлар ана шундай ҳолатларни шахсан бошдан кечирмагунларича, жараён қурбони бўлиш қандай эканини била олмайдилар.



Наргис Қосимова, ЎзДЖТУ доценти, филология фанлари номзоди, медиа тренер

– Қонунчилигимизда туҳмат учун жазо чоралари бор, ёлғон хабар тарқатишга эса афсуски, тегишли чоралар кўзда тутилмаган. Айниқса, ижтимоий тармоқларда бундай “фейк”, ёлғон хабарларнинг тарқалиши, баъзида ҳатто расман ахборот тарқатадиган интернет нашрларнинг ҳам бу хабарларни улашиши кузатилади. Журналистлар бу масалада эҳтиёткор бўлишлари, ўқувчи сони йиғаман, дея аҳолига нотўғри маълумот тарқатиши ахборот майдонидаги обрўига путур етказишини тушуниб етишлари керак.¹



Ўзбекистон Республикаси Қонунчилик палатаси Инновацион ривожланиш, ахборот сиёсати ва ахборот технологиялари масалалари қўмитаси раҳбари Илҳом Абдуллаевнинг таъкидлашича, “фейк” ахборотларнинг тарқалишини назорат қилиш, бунинг учун жавобгарлик, сохта ахборотнинг профессионаллар эмас, фуқаролар томонидан тарқатилишидаги ҳолатлар қонунда аниқ кўрсатилиши лозим.

“Ўзини профессионал деб ҳисоблайдиган журналистлар узатаётган ҳар бир ахборотнинг аниқлиги ва ҳаққонийлигини текшириши лозим. Бу “Журналистик фаолиятни ҳимоя қилиш тўғрисида”ги қонунда ҳам кўрсатилган. “Фейк” ахборот муайян бир шахсга йўналтирилган бўлса, у одам судга даъво қилиши, ўз номини оқлаб олиши мумкин. Лекин “фейк” бутун бошли бир қатламнинг шаънини булғайдиган, тартибсизлик келтириб чиқарадиган хабар бўлса-чи? Улар учун адолатни ким қарор топтиради?” — дея таъкидлайди Абдуллаев.²

- Бора-бора одамлар ўзларига келган почта хабарларини текширмай кўядилар”, - дейди социал тармоқ бўйича етакчи мутахасислардан бири

¹ Мўминова Г. Эмлаш 95 фоиз бўлган мамлакатда эпидемия тарқалиши кулгили // “Zarnews.uz”(13.08.2019 16:09).

² <https://kun.uz › news › 2019/07/02>

Авдив Овадья BuzzFeed Newsга берган интервьюсида. – Натижада, интернет фойдаланувчиларида “хақиқатга бефарклик” пайдо бўлиб, бора-бора ҳақиқатни уйдирмадан ажрата олиш салоҳияти йўқолиб боради. Одамлар шунчаки янгиликларга эътибор бермай қўядилар. Бу эса демократия учун зарур бўлган мезонлардан бири - фуқароларнинг ижтимоий-сиёсий ҳаётдан хабардорлик даражасини кескин пасайтириб юбориши мумкин.

“Хавф кўриниб турибди, аммо энг ёмони мен у билан курашиш йўллари кўрмайман. Инфокалипсисни тўхтатиш учун интернет билан беллаша оладиган махсус дастур яратиш лозим бўлади”, дейди Овадья.¹



Литва журналистлар уюшмаси раҳбари, узоқ йиллар радиода “ОАВ анатомияси” эшиттиришини олиб борган журналист, ПР ва медиасаводхонлик бўйича мутахассис Дайнис Радзевичус ўз тажрибасидан мисол келтиради:

- Бу воқеа бир неча йил аввал содир бўлганди. Эндигина Марказий Осиёдан қайтган пайтимда, ўша ерлик ҳамкасбим мени Трампдан яхши интервью олганлигим билан табрикланди. “Қанақа интервью, деб ёздим хайратланиб.

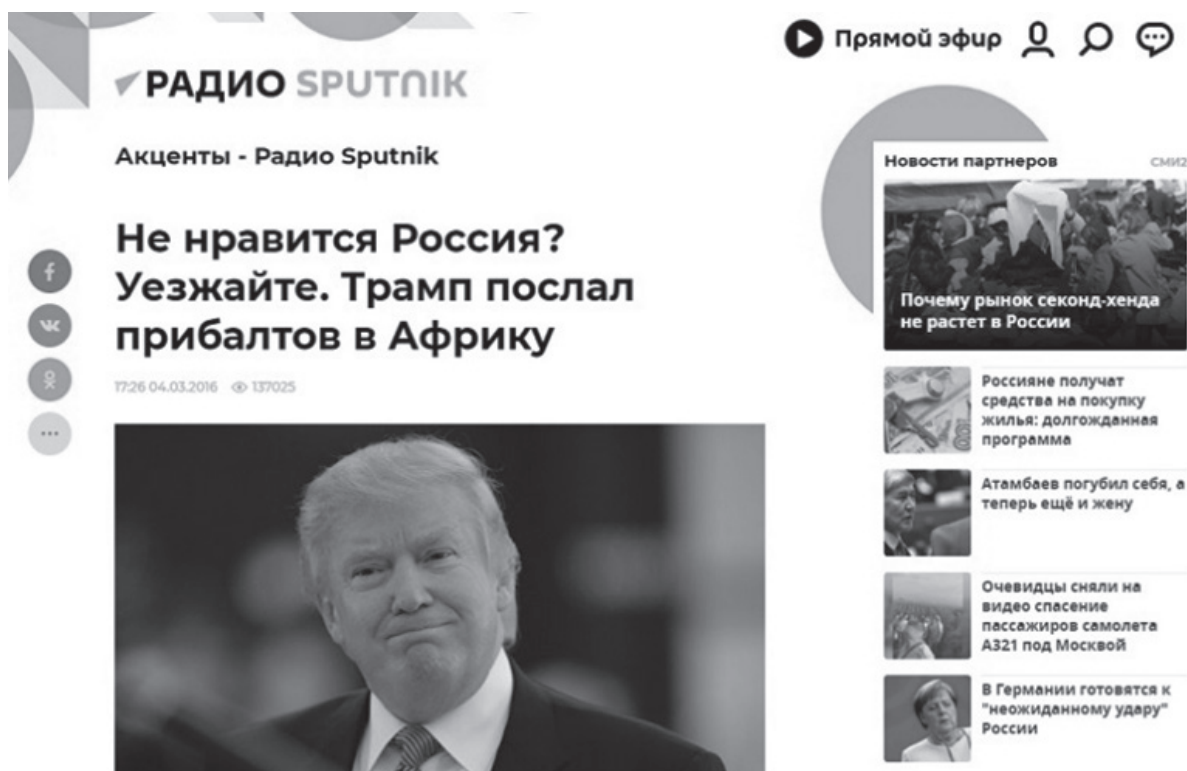
У: қанақа бўларди, Россия ОАВда тарқалдику, деб жавоб берди. Маълум бўлишича, мен, Литванинг LRT канали мухбири Радзевичус, Трампдан интервью олган эмишман. У эса “Яқинда Болтиқбўйи мамлакатлари уларнинг қўшниси Россия бўлгани боис, ривожлана олмаётганликларини айтишди. Биз уларга Африка мамлакатларини ўзларига қўшни қилишсин, деб маслаҳат берардик. Керак бўлса, бу борада ёрдам беришимиз ҳам мумкин”, деб жавоб берган эмиш.

Бу ўша “фейк”.

Буни ўқиганимда роса кулгандим. Ўзимнинг Фейсбукдаги саҳифамда, биринчидан, Қўшма Штатларида ўлмаганимни, иккинчидан, Трампдан интервью олмаганимни эълон қилдим. Энг қизиғи нимада, биласизми? Мени биринчи бўлиб табриклаган ҳамкасбим менга ёзди: интервью бўлган эдику? Мен: бўлмаган! У: бўпти, лекин Трамп яхши гапирган-а? Мен: у бундай гапирмаган! У: лекин фикр барибир яхши. Шу тобда мен ёлғон ахборот

¹ https://hightech.fm/2018/02/13/information_apocalypse

одамлар фикрлашига қандай таъсир кўрсатиши ҳақида ўйланиб қолдим. Биз барибир аслида ўзимиз кўришни, эшитишни истаганларимизга ишонамиз экан...”



Инсон табиати асли “фейк”ка – яъни ниманидир бўрттириб ёки аксинча қилиб кўрсатишга мойил бўлади. Бугун технологик прогресс натижасида шу мойилликни реал ҳаётда акс эттириш янада осонлашди. Интернетнинг замон ва макон билмас имкониятлари эса унинг тез ва кенг тарқалишига хизмат қилди.

Менга қолса, “фейк янгиликлар” туфайли ахборот апокалипсиси ҳали ўтган асрдаёқ рўй берган эди, деган бўлардим. II-жаҳон уриши ўша апокалипсис эди, аслида. Радионинг тарғиботи, босма нашрларнинг оммавийлашуви ва фақат ғоялар тарғиботида хизмат қилиши, кинотеатрларда қўйилган аксарият фильмларда яширин ва баъзан ошкора сиёсий даъватлар (айниқса коммунистларда) – “фейк”лар оқибатида миллионлар ҳалок бўлди.

Бугун ахборотнинг кўп ва хилма-хиллиги одамни чарчатиши табиий. Баъзи-баъзида ахборотдан парҳез тутиб, ўзингизга интернетсиз кун эълон қилиб туринг.



Европа иттифоқининг инсон ҳуқуқлари масалалари бўйича комиссари Дунья Миятович “Ҳозирги янги технологиялар дунёсида миллионлаб инсонлар ижтимоий тармоқлар орқали журналистикага жалб этилган бир пайтда, профессионал этикани таъминлаш вазифаси янгиликлар ва ахборотни танлаш ҳамда филтрдан ўтказиш билан шуғулланувчи муҳаррирлар ва бошқа шахсларнинг зиммасига юклатилиши шарт”- деб хисоблайди.

Асосийси, қуйидагилар:

- Медиа ва интернет саводхонлик бўйича таълим дастурларини ривожлантириш”

- Турли аудитория учун ахборотни текшириш платформаларини тарқатиш;
- Жамоатчилик фикрини мунтазам ўрганиб бориш;
- Медиа-бозорни тадқиқ қилиш ва медиа истеъмоли бўйича объектив маълумотларни бериш зарур.



Тоҷикистон мустақил ОАВ миллий ассоциацияси раиси Нуриддин Қаршибоев шундай фикр билдиради: “Бугунги кунда фактчекингга журналистикадаги янги тренд ёки қандайдир махфий сир сифатида қараш оммалашган. Фактчекинг – бу журналистиканинг алифбоси, у нафақат янгиликлар, балки таҳлилий материалларни ҳам тайёрлаш сифатини оширувчи муҳим воситадир”. Балки, фактчекинг профессионал журналистикадан узоқ бўлганлар учун чиндан ҳам янги атамадир, лекин журналистикада аниқлик ва ишончликни ҳали ҳеч ким инкор қилмаган.



Гуманитар фанлар бўйича Россия давлат университети, ОАВ институти, Журналистика факультети ТРИТ кафедраси доценти Максим Корнев “Фактларни текшириш” тушунчаси анъанавий журналистикадан янги оммавий ахборот воситаларига кириб келди - дейди. Аниқроғи, таҳририят тамойилларидан келиб чиққан ҳолда: муҳаррир фильтри журналист технологиясида зарурий шартдир. Ушбу технология: мустақиллик, объективлик, холислик, аниқлик ахлоқий тамойиллар билан

белгиланади. Ушбу тамойилларга риоя қилган ҳолда аудитория ишончини қозонади ва нашрнинг обрўсини шакллантиради.

Ҳақиқат ишончли далиллар билан қўллаб-қувватланадиган воқеа. Турли хил одамлар бир хил ҳодисага турлича қарашлари мумкин, аммо сиз фактлар билан баҳслаша олмайсиз. Шунинг учун факт нафақат аниқланиши, балки текширилиши, икки марта текширилиши ва “гранитга ташланиши” керак. Шунинг учун далилларни бузиб кўрсатиш объективлик ва аниқликка қарши жиноятдир. Агар у мустақиллик ва холисликка қарши қасддан қилинган жиноят бўлса, энг ёмони. Бу қасддан манипуляция қилинган қурилиш бўлса, у бутунлай ёмон.



Замонавий журналистикани ривожлантириш маркази директори, журналист Саïда Сулайманова мавзуга муносабатини парадоксал фикр билан ифодалайди: “Фейк янгилик” бу жамият учун бир вақтни ўзида ҳам зарар, ҳам фойда. Медиаиммунитети паст инсонларга бу албатта зарар. Улар осонлик билан “фейклар реаллигига” тушиб қолишади. Аммо медиасаводхонлиги ривожланган инсонни чалғитиш, алдаш қийин. Унда танқидий фикрлаш ривожланган ва шу боис у барча ахборотларни қайта текшириб, манбаларни таққослаб,

фикрларни таҳлилдан ўтказиб, қабул қилади. Яъни “фейк янгилик” айнан бу жамият вакилларида медиаиммунитетни янада кучайтиради. “Фейк ян-

гиликлар” билан кураша оладиган омиллар бу билим, медиасаводхонлик, соғлом скептетицизм ва фактчекдир”.



Олий иқтисодиёт мактаби катта ўқитувчиси, тренер ва бизнес консультант Сергей Долгов, ижтимоий медиа технологиялардан қандай фойдаланиш кераклигини ўргатадиган мутахассис сифатида: “Замонавий дунёда ўқувчилар кам, томошабин эса кўп, - дейди.

– Одамлар интерфаолликка ўч, улар журналистик материалда сизни эмас, ўзини кўришни истади. Медиа контент яратишда шу жиҳатларга эътибор бермас экансиз, барча уринишларингиз зое кетади. Анъанавий ОАВ учун ахборотни борича тақдим этиш, рационаллик ва билвоситалик хос бўлса, бугунги масс-медиа инсонлар ҳиссиётини жунбушга келтириш, воқеликни ёритишда уларнинг бевосита иштирокини таъминлашга интиломда. Интернет фойдаланувчилари орасида виртуал ёки тўлдирилган реаллик технологиялари, лонгрид, подкаст, пуш, комикс, лайфхак, чат-пот ва бошқа кенг форматлар оммалашаётганининг ҳам боиси шунда.



“Олий иқтисодиёт маркази” миллий тадқиқот институти профессори, “Россия сегодња” халқаро ахборот агентлиги маслаҳатчиси Олег Дмитриев:

Ахборотни тезкор узатиш чоғида баъзан билмаган ҳолда фейклар ҳам тарқалиши табиий. Футбол қироли Пеленинг ўзим билан боғлиқ ҳолатни олайлик. Бу хабарни тарқатган ахборот манбаи аслида факт эмас, фактоид, яъни ҳақиқат кўринишидаги ёлғон билан иш кўрган. Ҳеч қаерда тасдиқланмаган маълумотни сайтлар кўчириб босаверган. Натижада дезинформация юз берди. Журналист ҳар қандай шароитда ахборотни текшириши шарт. Кўчирмакашлик, миш-мишларга асосланиб хулоса чиқариш холислик ва ҳаққонийликнинг душманидир. Тасаввур қилинг, йўловчи самолётнинг қулаб тушгани ҳақида видеони қўлга киритдингиз. Шов-шувга лойиқ мавзу. Эҳтимол, шу ви-

део эфирда кетгач, рейтингингиз кўтарилар. Аммо у сохта бўлиб чиқсачи?! Танг аҳволда қолишингиз аниқ. Хўш, бундай ҳолларда қандай йўл тутиш керак? Биринчидан, ўша вақтда, ўша русумли авиалайнер ҳавода чиндан ҳам бўлганми-йўқми, шуни аниқланг. Интернетда дунё бўйлаб амалга оширилаётган авиақатновлар ҳақида мунтазам маълумот берувчи сайтлар мавжуд. Қолаверса, мутасадди ташкилотлардан воқеа юзасидан расмий ахборот олиш зарур. Тўғри, жавоб кечикиши мумкин, аммо расмий манбаларга одамлар барибир ишонади. Бир вақтнинг ўзида ижтимоий тармоқлардан авиаҳалокат гувоҳларини қидириб кўринг. Видеотасвир ёки фотосуратни синчиклаб ўрганиб, самолёт кулаган жойни аниқлаш ҳам жуда муҳим. Дезинформация билан аудиториянинг ўзи ҳам курашиши мумкин. Масалан, мен ахборотни бир эмас, бир нечта ва иложи борича турфа тиллардаги манбалардан олишни тавсия қиламан. Факт ва рақамларни муқояса қилиш йўли билан “фейк”ни осонликча аниқлаб олса бўлади. Унутмангки, ҳар қандай журналистик материалда муайян позиция мажуд. Лекин бу нарса абсолют яхши ёки ёмон дейишга асос бўла олмайди”.



Анджей Краевский (Польша) публицист, политолог, медиатрениер:

“Биз полякларга яқин кунлардан бери 308 мамлакат қаторида АҚШга ҳам визасиз чиқиш мумкин бўлди. Ва деярли ўша кунийёк, Польшанинг асосий давлат телеканали “Польшадан биринчи сайёҳ Лос Анжелесга визасиз саёҳат қилди” мавзуидаги лавҳани эфирга узатди. Лавҳада ўша сайёҳ йигитчанинг телеканалларга шу мавзуда интервью бериши, польшалик машҳур баскетболчи билан учрашуви, саёҳати билан боғлиқ яна бошқа ҳолатлар тасвирланган. Биласизми, бу йигит ким? У ўша телеканал журналисти. Маълум бўлишича, бу уюштирилган сюжет эди. Қолаверса, 2019 йил май ойида Еврокомпания ўтказилганида айнан шу йигитча бельгиялик журналист сифатида интервью берганди. Демак, ТВ журналистлари зарур бўлса, сюжет учун керакли ролларни ҳам тез-тез ўйнаб туради. Зийрак томошабин буни пайқашни қийин эмас. Натижада ОАВ ўз нуфузига путур етказди. Мана кўриб турганингиздек “фейк” факат интернетда эмас, анъанавий ОАВда, ҳатто давлат телеканалларида ҳам учрапти.

Интернет журналистикани соҳа сифатида шунчалик соддалаштирдикки, энди истаган одам журналистликни даъво қилишга ҳақли. “Фейк янгиликлар”нинг аксарият интернетда, нопрофессионал журналистларнинг нопрофессионал журналистик материаллари туфайли кўпайди. Агар “фейк”лар юмор учун яратилса майли, бу унинг беозор кўриниши, лекин ижтимоий сиёсий соҳадаги дезинформацияни беозор “фейк” дейиш мушкул. “Фейк янгилик”нинг ҳар қандай шакли эмас, балки айнан дезинформацияга қарши курашиш керак.

Одатда хабарнинг ишончлилигини унинг манбаси мавқеига қараб аниқланади. Юқоридаги мисол бугунги кунда нуфузли, расмий манбалар ҳам аудитория ва рейтинг ортидан қувиб “фейк”ка йўл қўяётганини кўрсатди. “Фейк янгилик” тамаддун оқидамида жамият чалинган яна бир ижтимоий касалликдир. Бу жамият шу кунгача қандай касалликлардан шифо топмаган. Пайти келиб, бунисиниям даволашади. Ҳозирча эса биз ўқигимиз келганини ўқиб, кўргимиз келганини кўриш билан чекланаяпмиз.

Амалий машғулот учун топшириқлар

1. Мутахассисларнинг фикрларини таҳлил қилинг. Уларнинг қайси бири амалий жиҳатдан ҳозирги шароитга тадбиқ қилиш мумкинлигини асосланг.

Боб юзасидан назорат саволлари

1. Ахборот апокалипсис деганда нимани тушунасиз?
2. “Фейк янгиликларсиз жамият” бўлиши мумкинми?
3. “Фейк”ларнинг олди олинмаса, нима бўлади?
4. Фактчекингдан фойдаланишнинг қандай платформаларини биласиз?
5. Мутахассисларнинг фикрига яна нималарини қўшимча қилган бўлардингиз?

АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ:

1. Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training. ЮНЕСКО. 2018.
2. Ильченко С.Н. Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации. – Известия Уральского федерального университета. Сер.1.Проблемы образования, науки и культуры. Т. 153. 2016.
3. Иссерс О.С. Медиафейки: между правдой и мистификацией. Коммуникативные исследования. –М. 2014.
4. Макурин А.И., Возмищева М.А. Некоторые итоги деятельности Б. Обамы. – Гуманитарные научные исследования. № 11. Доступ: <http://human.snauka.ru/2016/11/17653> (проверено 30.03.2019).
5. J. Soll, “The Long and Brutal History of Fake News,” POLITICO Magazine, 18-Dec-2016. [Online]. Available: <http://politi.co/2FaV5W9>. [Accessed: 02-Aug-2018].
6. Суходолов А.П. Феномен “фейковых новостей” в современном медиапространстве. – Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты: материалы международной научно-практической конференции. -Иркутск: Изд-во.Байкальского государственного университета. 2017.
7. Корецкая О.В. Фейковые новости как объект изучения медиалингвистики (на материале англоязычных СМИ). -М. 2017.
8. Красовская Н.Р., Гуляев А. А., Юлина Г. Н. Фейковые новости как феномен современности// Власть. 2019.№4.
9. Комиссаров М. А. “Проблема распространения недостоверной информации в СМИ и социальных медиа” // Тезисы к выступлению на 20-й Центрально-Азиатской Конференции СМИ “Будущее журналистики”. <https://www.osce.org/representative-on-reedom-of-media>
10. Суходолов А.П. Феномен “фейковых новостей” в современном медиа пространстве// Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты: материалы международной научно-практической конференции. -Иркутск: Изд-во Байкальского государственного университета, 2017.
11. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати. уч.пос. – М., 2002.
12. Тоффлер Э. Третья волна. - Москва: АСТ, 2004.

13. Фатеева И.А. Социальные сети в аспекте медиабезопасности // сб. тезисов и статей Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) “Медиаобразование”. - М., 2014.
14. Bakshy E., Messing S., Adamic L. A. Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook // Science. 2015. Vol. 348. № 6239.
15. Gentzkow M., Alcott H. Social Media and Fake News in the 2016. Election // Journal of Economic Perspectives. 2017. Vol. 31. № 2 - Spring 2017
16. Kiernan R. With the rise of Fake News on Social Media, can Information Literacy impact how students evaluate information on their social media channels?
17. Master Thesis. Dublin Business School: [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://esource.dbs.ie/bitstream/handle/10788/3319/msc_kiernan_r_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
18. Veerle G. Fake News in the Online World: An Experimental Study – Bachelor Thesis – Tilburg University: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=143285>
19. Cabreza, Vincent. “Fake news also hounded 1896 Philippine revolution”. newsinfo.inquirer.net. Retrieved June 5, 2017.
20. Telecommunications Act (Cap. 323), retrieved from [1] on June 20, 2017.
21. Javier, Kristian. “Pangilinan Wants Facebook Penalized over Fake News”. philstar.com. Retrieved June 2, 2017.
22. Doshi, Vidhi (October 1, 2017). “India’s millions of new Internet users are falling for fake news – sometimes with deadly consequences”. [Washington Post](http://www.washingtonpost.com). Retrieved December 30, 2017.

Интернет манбалари:

1. “Военные против фейков: Пентагон разрабатывает алгоритм для вычисления фальшивого контента”.
2. <https://www.youtube.com/watch?v=RuTRxkyWdc0> Мурожаат: 14.12.2019
3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.dropbox.com>
4. <https://www.popmech.ru/technologies/news-520744-adobe-raz-i-navsegda-unichtozhit-feyk-nyus-i-plagiat/> Мурожаат: 19.11.2019
5. <https://news.rambler.ru/other/41616357-mezhdunarodnyy-opyt-borby-s-feykami-na-kogo-ravnyaetsya-rossiya/?updated>

6. <http://portal-kultura.ru/articles/best/235734-sad-raskhodyashchikhsya-feykov/>
7. <https://habr.com/ru/post/403005/> 29.11.2019
8. <https://hackastory.com>
9. <https://adespresso.com/blog/instagram-statistics/>
10. <https://www.newswhip.com/2017/06/top-media-publishers-oninstagram/>
11. <https://www.stopfake.org>

МУАЛЛИФЛАР ХАҚИДА:



Муратова Нозима Фахритдиновна

Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университетининг Илмий ишлар ва инновациялар бўйича проректори. доцент, оммавий коммуникациялар бўйича фанлар доктори - PhD, халқаро журналистика магистри. Медиатаълим, онлайн журналистикада мультимедиавийлик, медиада сунъий интелект соҳасида илмий изланиш олиб боради.

Германиянинг DW Academy билан Университет ҳамкорлигида ташкил этилган Тошкентдаги “Медиаменеджмент Мактаби” директори.

Германиянинг InWent (GIZ) ташкилоти халқаро журналистика бўйича тренери сертификати ҳамда “Журналистикада энг яхши IT ўқитувчиси” дипломи соҳибаси. Онлайн журналистика, оммавий ахборот воситалари ва ахборот саводхонлиги, журналистикада лойиҳалаштириш бўйича ўқув ва услубий қўлланмалар муаллифи. UzReportTV телеканалдаги “Digital Evolution” теледастурининг муаллифи ва бошловчиси (2018), “Region Inform” интернет ахборот агентлиги муҳаррири (2009-2010), ictnews.uz интернет нашрининг медиа-консультанти (2011), TENDERWEEK.com интернет-лойиҳаси раҳбари. ОБСЕ, UNESCO, GIZ, АБР, ПРООН, TACIS халқаро лойиҳаларининг эксперти.



Тошпўлатова Назира Қурбановна

ЎзЖОКУ, медиа назарияси ва амалиёти кафедраси мудири, филология фанлари номзоди, доцент. ЎзМУ (ТошДУ) журналистика факультетини тамомлаган. Республика даврий нашрларида мухбир, шарҳловчи, бош муҳаррир ўринбосари лавозимларида ишлаган. Ўзбекистон журналистлари ижодий уюшмаси, Ўзбекистон босма ОАВ ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш жамоат фонди эксперти. АҚШ, Туркия, Кипр, Ҳиндистон, Хитой, Россия, Қозоғистон давлатларида малака оширган. “Журналистиканинг халқаро ҳуқуқий асослари” (2012), “Журналистика психологияси” (2013), “Ўзбекистон ОАВда болалар мавзу-

сини ёритишнинг назарий ва амалий асослари” (2014, UNICEF лойиҳаси доирасида, ҳаммуаллифликда), “Таҳлилий журналистика” (2019) ўқув қўланмалари, “Журналистиканинг ҳуқуқий асослари” (2019, ҳаммуаллифликда) дарслиги муаллифи. “Дўстлик” ордени соҳибаси.



Алимова Гулноза Бахшуллоевна

ЎзЖОКУ рақамли медиа ва интернет журналистика кафедраси катта ўқитувчиси, 2008 йилда ЎзДЖТУ халқаро журналистика факультетининг бакалавр, 2010 йилда ЎзМУ журналистика факультети магистратура йўналишини тамомлаган. 2018 йилда интернет журналистика йўналишида филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) даражани олган. ОАВнинг барча турларида фаолият олиб борган ва бу соҳаларда муайян амалий тажрибага эга.

A series of horizontal dotted lines spanning the width of the page, providing a template for writing.

Н.Ф.Муратова, Н.К.Тошпўлатова, Г.Б.Алимова

**FAKE NEWS:
МЕДИАДА Дезинформация**

Журналистика ва коммуникация йўналишлари
талабалари учун қўлланма

Тошкент – “Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи” – 2020.

Мухаррир: Ш.Кушербаева
Тех. муҳаррир: А.Мойдинов
Корректор: Ш.Миркасимова
Компьютерда тайёрловчи: Ж.Абдужалилов

Нашриёт лицензияси АИ № 009. 20.07.2018.
Босишга рухсат этилди: 28.02.2020 й.
Бичими: 60x84 ¹/₈. “Times New Roman” гарнитураси.
Офсет қоғози. Шартли босма табағи 13,5. Нашр табағи 13,0.
Адади 500. Буюртма №12.

“Инновацион ривожланиш нашриёт матбаа уйи” ДУК да чоп этилди.
100066, Тошкент шаҳри, Олмазор кўчаси, 171-уй.