

AXBOROTNI DAROMAT MANBAIGA AYLANTIRISH

*Andijon davlat pedogogika instituti
ijtimoiy fanlar kafedrasi o'qituvchilari
Jabborova Sayyora Muhammadqobilovna,
Axmedov Abdulhay Toshto'xtayevich*

*Andijon davlat pedogogika instituti filologiya fakulteti talabasi
Nurmuhammedova Iroda Umidbek qizi va Abdukarimova Robiya*

ANNOTATSIYA *Maqolada axborotning davlat va jamiyat hayotida muximligi, shaxs va jamiyat hayotida axborot takomillashuvi, jamiyatda kompyuter texnologiyalari, axborotni qayta ishlash, axborot jamiyatining asosiy xususiyatlari, axborot almashinuvi haqida fikir muloxaza yuritimiz.*

Kalit so'zlar: *axborot, shaxs, axborotlashtirish xususiyatlari, qiymat. davlat,*

АННОТАЦИЯ *jamiyat, axborotlashtirish, В статье мы подробно рассмотрим важность информации в жизни государства и общества, информационное совершенствование в жизни личности и общества, компьютерные технологии в обществе, обработку информации, основные особенности информационного общества, обмен информацией.*

Ключевые слова: *информация, личность, государство, общество, информатизация, свойства информатизации, ценность*

ABSTRACT *In the article we will discuss the autonomy of information in the life of the state and society, the improvement of information in the life of the individual and society, Computer Technology in society, information processing, the main features of Information Society, information exchange.*

Keywords: *information, personality, State, Society, informatization, features of informatization, value.*

Zamonaviy jamiyatning bosma ommaviy axborot vositalariga bo'lgan talabi ular

jamiyatda ommaviy muloqot vositasi sifatida qanchalik shaxslar, guruhlar va boshqa ijtimoiy sub'ektlarning kognitiv, ta'lim, aksiologik, tashkiliy, ijtimoiy va ijtimoiy faol ishtirok etishga yordam beradigan bunday axborot munosabatlarni shakllantirish bilan belgilanadi. Bugungi kunda bosma ommaviy axborot vositalarini o'rab turgan muhitda ro'y berayotgan global o'zgarishlar ularning xarakteriga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Bu, birinchi navbatda, jamiyatning iqtisodiy, siyosiy, texnologik qatlamlaridagi o'zgarishlar bilan bog'liq. Ommaviy axborot vositalari tizimining jamiyat hayotining barcha sohalarini bilan o'zaro ta'sirining integral natijasi sifatida oshkoralikni belgilab, biz Rossiya bosma ommaviy axborot vositalarining rivojlantirishda ishtirok etgan zamonaviy resurslarini ana shunday pozitsiyalardan ko'rib chiqmoqchimiz. Ularni ochib berish postsovet davridagi mahalliy matbuot faoliyati bilan bog'liq jarayonlarni chuqur tahlil qilishni talab etadi. Ular orasida ommaviy axborot makonining transformatsiyasi bor.

Mamlakatda boshlangan jamiyat hayotining eng muhim sohalarini modernizatsiya qilish amaldagi aloqa tizimlarini, birinchi navbatda, ommaviy axborot vositalari tizimini tubdan qayta qurishni taqozo etadi. Ommaviy axborot vositalari orqali ijtimoiy o'zaro aloqalar yangi kommunikatsiya texnologiyalari taraqqiyoti tufayli tobora kengayib borayotgan imkoniyatlarga ega bo'lsa-da, O'zbekiston media tizimi ulardan jamiyatni modernizatsiyalash muammolarini hal etishda yetarlicha foydalanmayapti. Axborotga bo'lgan ehtiyojning mohiyati. Biz darslik falsafiy kategoriyalariga amal qilamiz. «Mohiyat - bu ob'ektning barcha xilma-xil va qarama-qarshi shakllarining barqaror birligida ifodalangan ichki mazmuni; ob'ektning u yoki bu kashfiyoti hodisasi, uning mavjudligining tashqi shakllari. Tafakkurda bu kategoriyalar ob'ektning turli xil o'zgaruvchan shakllaridan uning ichki mazmuni va birligiga - tushunchaga o'tishni ifodalaydi. O'quvchilar sonining jadal o'sishi, raqamli texnologiyalarning faol rivojlanishi, tarmoqqa kirishning kengayishi, Internet segmentida ichki reklama bozorining rivojlanishi va jahon reklama bozori bilan integratsiyalashuvi tufayli onlayn medianing jadal rivojlanishi. onlayn media segmenti sanoatida xorijiy kapitalning

ortib borayotgan roli media korxonalari o'rtasida raqobatning kuchayishiga olib keldi.

Ko'rinib turibdiki, zamonaviy bozorda raqobat muhiti o'ziga xos tarmoq xususiyatlariga ega va raqobatbardosh ustunliklarni shakllantirish va rivojlantirishning strategik jarayoni, shuning uchun ham sanoatning o'ziga xos xususiyatlariga ega. Bu umuman ommaviy axborot vositalari bozorining xo'jalik yurituvchi sub'ektlari uchun ham, Internet tarmog'ida faoliyat yurituvchi media-korxonalar uchun ham, xususan, ularning mahsulotining o'ziga xosligi, foydalanuvchi auditoriyasining xususiyatlari, globallashuv va axborotning mintaqaviylashuvining hozirgi tendentsiyalari tufayli xarakterlidir. reklama bozorlari. Bularning barchasi birgalikda ommaviy axborot tizimidagi siljishlarni oldindan belgilab berdi: o'zgarishlar ularning tipologik tuzilishiga ta'sir qildi. Ommaviy axborot vositalari turlarini raqobat muhitida muloqotning o'ziga xos sharoitlariga moslashtirish boshlandi. Tipologik xususiyatlarni qisman o'zgartirish yordamida katta tijoriy muvaffaqiyatga erishish imkoniyati yaratildi. Ushbu jarayonni media turini formatlash sifatida aniqlash mumkin. Bosma nashrning formati o'ziga xos "tipologik yangi shakllanish" bo'lib, uning paydo bo'lishi ommaviy axborot vositalarining iqtisodiy barqarorligini izlash bilan bog'liq bo'lib, yuqori ixtisoslashgan, yuqori darajadagi nashrlarni yaratish orqali ularning tipologik tuzilishini differentsiatsiyasini oshirishga olib keladi. ixtisoslashtirilgan ommaviy axborot vositalari. Bosma ommaviy axborot vositalari formatlari media muhitining zamonaviy voqeliklariga moslashtirilgan va zamonaviy kommunikatsiya strategiyalari va texnologiyalari bilan boyitilgan ularning tipologik modellari majmuidir.

Bu, birinchi navbatda, xalqlar muloqotini ta'minlovchi ommaviy axborot jarayonlarida o'z ifodasini topadi. Ommaviy axborot vositalari muloqot qilish uchun ko'plab imkoniyatlar yaratadi. L.V Mrochkoning so'zlariga ko'ra, ular og'zaki muloqot (ma'ruza, konferentsiya, uchrashuv va suhbat), madaniyat va san'at (teatr, adabiyot va kino) va ommaviy axborot vositalari (davriy matbuot, televidenie va radioeshittirish) larni o'z ichiga olishi mumkin. Muloqot - bu

ma'lumot uzatishni o'z ichiga olgan jarayon. So'nggi yillarda axborot uzatishning ikkita modeli mavjudligi nazariyasi ishlab chiqildi - "vertikal" (rasmiy, davlat yoki xususiy ommaviy axborot vositalaridan aholiga) va "gorizontal" (fuqarodan fuqaroga, masalan, Internet orqali). Ommaviy axborot vositalari faoliyati jiddiy va mas'uliyatli jamoat va davlat vazifasidir. Shu munosabat bilan ommaviy axborot vositalarida so'z erkinligini ta'minlash, bu erkinlik chegaralarini belgilashga yo'l qo'yilishi masalasi bilan belgilanadi.

So'z erkinligi uchun va unga qarshi kurash asrlar davomida davom etib kelmoqda. XXI asr boshlarida jahon hamjamiyati inson huquqlarini, jumladan, so'z erkinligini himoya qiluvchi va ta'minlaydigan keng qamrovli qonunchilikni yaratdi. Jamoatchilik fikrini ochib berish va namoyon qilish kontekstida oshkoralik va matbuot erkinligi jamiyatni demokratlashtirish omili bo'lib xizmat qiladi. Biroq, ommaviy so'rovlar, siyosiy teledebatlar va ko'cha namoyishlari amaliyotini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, agar biror narsada muvaffaqiyatga erishilgan bo'lsa, bu ijtimoiy texnologiyalarning tobora takomillashib borayotganidadir. Ularning maqsadi xalqni gapirish imkoniyati berilganiga ishonitirishdir. Ta'kidlash joizki, ommaviy axborot vositalari kommunikatsiya tizimining bir bo'lagi sifatida jamiyatning mustaqil siyosiy instituti sifatida faoliyat yuritadi. Bu institut demokratik plyuralistik tizim doirasida faoliyat yuritib, jamoatchilik ongida mayjud bo'lgan turli fikr va mulohazalarni aniqlashga xizmat qiladi. Ushbu ma'lumotlar, ichki, yopiq aloqa orqali keladigan ma'lumotlarga nisbatan, ongli qarorlar qabul qilish imkonini beradi. Ommaviy axborot vositalari elektoratni boshqarish, siyosiy tarbiya va safarbarlik vazifalarini bajaradi. Xuddi shu funksiyalar siyosatchining ommaviy kommunikatsiyaga qo'shilish motivatsiyasini aniqlaydi, bu esa qarorlarni nashr etish va tushuntirish, ijtimoiy hayotdagi kutilmagan vaziyatlarni izohlash, aholini siyosiy qo'llab-quvvatlash uchun murojaat qilish va ko'z oldida o'zining jozibali qiyofasini yaratish imkonini beradi. Bu, ayniqsa, saylovoldi tashviqoti, saylovchilar, nutqning xalqaro rezonans kuchayishi davrida kuzatilmoqda. Ommaviy axborot vositalari jamiyat ommaviy kommunikatsiyasining muhim

bo'g'ini bo'lib, bir butun sifatida qabul qilingan holda turli ijtimoiy-siyosiy rollarni bajaradi, ularning u yoki bu qismi ijtimoiy-siyosiy vaziyatga qarab alohida ijtimoiy ahamiyatga ega bo'ladi. Axborot atamasi lotincha information axborot so'zidan olingan bo'lib, tushuntirish, xabardorlik, taqdim etish degan ma'noni anglatadi. Keng ma'noda axborot - bu odamlar o'rtasida axborot almashish, jonli va jonsiz tabiat, odamlar va qurilmalar o'rtasidagi signal almashishni o'z ichiga olgan umumiy ilmiy tushuncha¹. Axborot - bu atrof-muhit ob'ektlari va hodisalari, xususiyatlari va holati to'g'risidagi ma'lumotlar, ular haqidagi bilimlarning noaniqligi va to'liq emasligi darajasini kamaytiradi. Informatika fanida axborot bilan bir qatorda ma'lumotlar tushunchasi ham tez-tez ishlatiladi. Ma'lumotlar qandaydir sabablarga ko'ra ishlatilmaydigan, faqat saqlanadigan belgilar yoki qayd etilgan kuzatuvlar sifatida qaralishi mumkin. Agar biror narsaga nisbatan noaniqlikni kamaytirish uchun ushbu ma'lumotlardan foydalanish mumkin bo'lsa, ma'lumotlar ma'lumotga aylanadi. Shu sababli, ma'lumot foydalanilgan ma'lumotlar deb ta'kidlash mumkin. Bugungi kunda bloggerlik butun bir professional yo'nalishdir, garchi bu kasb hali universitetda o'rgatilmagan.

Hozirda bloger - jamoatchilik-siyosiy, ijtimoiy-iqtisodiy va boshqa tUSDagi axborotlarni ulardan foydalanuvchilar tomonidan, shu jumladan, muhokama qilishi uchun Internet jahon axborot tarmog'idagi o'z veb-saytiga va (yoki) veb-sayt sahifasiga joylashtiruvchi jismoniy shaxs. O'zbekiston Respublikasining 30.03.2021 yildagi O'RQ-679-son yangi tahrirdagi Qonunida bilogerlik faoliyatiga quyidagicha o'zgartirishlar kiritilgan. «121-modda. Hamma erkin foydalanishi mumkin bo'lgan axborotni Internet jahon axborot tarmog'ida tarqatish

1. ¹**Yahyo, Muhammad Amin.** (2016). *Internetdagi tahdidlaridan himoya. Yordamchi o'quv qo'llanma.* Movarounnaxr.

o .

Veb-saytning va (yoki) veb-sayt sahifasining yoxud boshqa axborot resursining egasi, shu jumladan bloger hamma erkin foydalanishi mumkin boʻlgan axborot joylashtiriladigan Internet jahon axborot tarmogʻidagi oʻz veb-saytidan va (yoki) veb-sayt sahifasidan yoxud boshqa axborot resursidan: Oʻzbekiston Respublikasining mavjud konstitutsiyaviy tuzumini, hududiy yaxlitligini zoʻrlik bilan oʻzgartirishga daʼvat etish;

ommaviy tartibsizliklarga, fuqarolarga nisbatan zoʻravonlik qilishga, shuningdek belgilangan tartibni buzgan holda oʻtkaziladigan yigʻilishlar, mitinglarda, koʻcha yurishlarida va namoyishlarda ishtirok etishga daʼvat qilish, shuningdek mazkur noqonuniy harakatlarni muvofiqlashtirish; jamoat tartibiga yoki xavfsizligiga tahdid soluvchi yolgʻon axborot tarqatish; urush, zoʻravonlik va terrorizmni, separatizm va fundamentalizm gʻoyalarini targʻib qilish;

davlat sirlarini yoki qonun bilan qoʻriqlanadigan boshqa sirni tashkil etuvchi maʼlumotlarni oshkor etish;

milliy, irqiy, etnik yoki diniy adovat qoʻzgʻatuvchi, shuningdek fuqarolarning shaʼni va qadr-qimmatiga yoki ishchanlik obroʻsiga putur yetkazuvchi, ularning shaxsiy hayotiga aralashishga yoʻl qoʻyuvchi axborotni tarqatish;

jamiyatga, davlatga, davlat ramzlariga hurmatsizlikni namoyon etuvchi, shu jumladan beodoblik bilan ifodalangan axborotni tarqatish; giyohvandlik vositalarini, psixotrop moddalarni va prekursorlarni targʻib qilish; pornografiyani, zoʻravonlikni va shafqatsizlikni targʻib qilish, shuningdek oʻz joniga qasd qilishga daʼvat etish;

fuqarolarni, shu jumladan voyaga yetmagan shaxslarni ularning hayotiga va (yoki) sogʻligʻiga yoxud oʻzga shaxslarning hayotiga va (yoki) sogʻligʻiga tahdid soluvchi gʻayrihuquqiy harakatlarni sodir etishga undashga yoki boshqa tarzda jalb qilishga qaratilgan axborotni tarqatish;

qonunga muvofiq jinoiy va boshqa javobgarlikka sabab boʻladigan oʻzga harakatlarni sodir etish maqsadlarida foydalanilishiga yoʻl qoʻymasligi shart.

hamma erkin foydalanishi mumkin bo'lgan axborot joylashtiriladigan Internet jahon axborot tarmog'idagi o'z veb-saytiga va (yoki) veb-sayt sahifasiga yoxud boshqa axborot resursiga hamma erkin foydalanishi mumkin bo'lgan axborot joylashtirilguniga qadar uning to'g'riligini tekshirishi, shuningdek joylashtirilgan axborotning noto'g'riligi aniqlangan taqdirda, uni darhol o'chirib tashlashi; hamma erkin foydalanishi mumkin bo'lgan axborot joylashtiriladigan Internet jahon axborot tarmog'idagi o'z veb-sayti va (yoki) veb-sayt sahifalari yoxud boshqa axborot resursining, shu jumladan tezkor xabarlar almashish tizimlarining monitoringini ushbu moddaning birinchi qismida ko'rsatilgan axborot va materiallarni aniqlash maqsadida amalga oshirishi;

ushbu moddaning birinchi qismida ko'rsatilgan axborot aniqlangan taqdirda, darhol mazkur axborotni o'chirib tashlash choralarini ko'rishi shart. Ushbu moddaning birinchi va ikkinchi qismlarida belgilangan majburiyatlar veb-saytning va (yoki) veb-sayt sahifasining yoxud boshqa axborot resursining egasi, shu jumladan blogger tomonidan bajarilmagan taqdirda, mazkur veb-saytdan va (yoki) veb-sayt sahifasidan yoxud boshqa axborot resursidan foydalanish O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi belgilagan tartibda maxsus vakolatli organ tomonidan cheklanishi mumkin.

Ushbu moddaning birinchi va ikkinchi qismlarida belgilangan talablarni buzganlik qonunchilikka muvofiq javobgarlikka sabab bo'ladi.

Ushbu moddaning birinchi va ikkinchi qismlarida nazarda tutilgan talablar veb-saytning va (yoki) veb-sayt sahifasining yoxud boshqa axborot resursining egasi, shu jumladan blogger tomonidan bajarilmaganligi natijasida huquqlari va qonuniy manfaatlari buzilgan shaxslar o'z huquqlarini, sha'ni, qadr-qimmatini va ishchanlik obro'sini himoya qilish uchun, shu jumladan zararining o'rnini qoplash, ma'naviy ziyonni kompensatsiya qilish to'g'risidagi da'volar bilan belgilangan tartibda sudga murojaat qilishga haqli».

Har bir blogger faqat o'z manfaatini, shon-shuxratini yoki daromadini o'ylab emas, ularni muntazam kuzatayotgan xalq oldidagi mas'uliyatini ham te'ran anglagan xolda faoliyat yuritishlari shart.

Vine nima?

Vine nima? O'z tarixini 2012 yil iyun oyida boshlagan Vine 2012 yil oktyabr oyida Twitter tomonidan 30 million dollarga sotib olindi. Ilovaning rasmiy ishga tushirilishi 2013-yil yanvarida bo'lib o'tdi, bir necha oy o'tib Vine eng mashhur video almashish ilovasiga aylandi va 2015-yil oxiriga kelib dasturning 200 milliondan ortiq faol foydalanuvchilari bo'lgan. Vayner Media - Nyu-York, Los-Anjeles, London, Singapur va Mexikoda ofislari bo'lgan global ijodiy va media agentlik.

"Vine" so'zining o'zi ingliz Vine so'zidan kelib chiqqan bo'lib, u o'z navbatida qisqa videolarni joylashtirish xizmatining nomi bo'lib, u Twitter tomonidan sotib olingan.

Oddiy qilib aytganda, tok - bu odamlar baham ko'radigan video turitning bir turi.

Aslida, hamma narsa oddiy. Tvitlar singari, uzumlarning davomiyligi cheklangan va masalan, u erda YouTube kabi uzoq videolarni yuklay olmaydi. Ularning ma'nosi shundan iboratki, uzum uzunligi ikki soniyadan yigirma soniyagacha bo'lgan, kulgili yoki kulgili narsa sodir bo'ladigan va boshqa uzun yozuvlardan farqli o'laroq darhol tushunarli bo'lgan hazil xarakteriga ega qisqa videodir. Ko'p odamlar bog'langan Instagram misolida bo'lgani kabi, tok qahramonlari ko'pincha mualliflarning o'zlari bo'lib, bunday videolarning harakatlari sahnalashtirilgan.² Biroq, hech kim ulardan haqiqatni talab qilmaydi, asosiysi, bu kulgili va kulgili bo'lishidir

Vayner kim? Xuddi shu nomdagi ilovada qisqa videolarni suratga olgan odam vainer (viner) deb ataladi. Har kim bitta bo'lishi mumkin. Buning uchun smartfon yoki boshqa mos qurilmaga dastur o'rnatiladi va kulgili stsenariy o'ylab topiladi. Videodagi aktyor prodyuser / rejissyorning o'zi yoki boshqa odamlar, hayvonlar, narsalar ishlatiladi. Hikoyalar qiziq va qiziqarli bo'lishi kerak. Vayner ijtimoiy tarmoqlardan qanday foydalanishni biladigan har bir kishi uzum

²Mirziyoyev Sh.M. (2019). *Niyati ulug' xalqning ishi ham ulug', hayoti yorug' kelajagi ham farovon buladi*. Tashkent: Uzbekistan.

muallifi bo'lishi mumkin. Suratga olish professional uskunalar va yoritishni talab qilmaydi. Vaynerlar videoni o'zlari suratga oladi va tahrirlaydi va boshqalar bilan baham ko'radi. Ular motivatsion, reklama, ta'lim va boshqa videolarni suratga olishi mumkin. Video formatining vazifasi eng qisqa vaqt ichida fikrni etkazish va tomoshabinni qiziqtirishdan iborat. Mashhurlik, ular turli yoshdagi va ijtimoiy guruhlarni qiziqtirganligi bilan izohlanadi. Vaynerlar videoni o'zlari suratga oladi va tahrirlaydi va boshqalar bilan baham ko'radi. Ular tomonidan tayyorlangan mavzular hayotiy dolzarb va kulgili bo'lishi mumkin. Video mualliflari vaziyatga o'z qarashlarini bildirishdan qo'rqmaydilar va mashhur filmlar va dasturlarga parodiya qilishlari mumkin. Vaynerlar har bir mavzuga oson va hazil bilan munosabatda bo'lishadi.

Masofaviy ta'lim tobora ommalashib bormoqda. Onla yn darslarni qulay vaqtda ko'rish mumkin, yo'lda vaqtni behuda sarflashning hojati yo'q, yozuvda mavjud bo'lgan kurslarni qayta-qayta ko'rib chiqish mumkin. Media-biznesning asosi - odamlardan ma'lumot etishmasligi va reklama beruvchilardan auditoriyaga kirish imkoniyati yo'qolganligi sababli, kontentni ham, auditoriyani ham sotish qiyinlashdi. Kontent va auditoriyadan tashqari, boshqa savdo mahsulotlarini qidirishingiz kerak. Shu sababli, ommaviy axborot vositalari hozirda saytda ba'zi tovarlarni sotishni rivojlantirmoqda. Jahon amaliyotida bosma nashrlar (yoki onlayn-do'konlar - ommaviy axborot vositalari tomonidan ishga tushirilgan mustaqil saytlar) saytlarida onlayn-do'konlar yaratish bo'yicha ko'plab misollar mavjud.

YUNESKO hujjatlarida mediata'lim "pedagogik nazariya va amaliyotda o'ziga xos va avtonom sohaning bir qismi sifatida qaraladigan zamonaviy ommaviy axborot vositalarini o'zlashtirish nazariyasi va amaliy ko'nikmalarim o'rgatish; Matematika, fizika yoki geografiya kabi boshqa ta'lim sohalarini o'qitishda yordam sifatida ommaviy axborot vositalari va aloqa vositalaridan foydalanishdan farqlanishi kerak".

Ilm-fanning fundamental yo'nalishlari bilan bog'liq holda "media ta'lim" va "media pedagogikasi" tushunchalari so'nggi paytlarda rivojlandi. A. A.

Novikova o'z maqolasida ta'kidlaganidek, 60-yillarda. 20-asrda dunyoning yetakchi mamlakatlari (Buyuk Britaniya, AQSH, Avstraliya, Kanada, Fransiya, Germaniya) pedagogika fanida o'ziga xos yo'nalish - mediata'lim maktab o'quvchilari va talabalariga yaxshi moslashishga ko'maklashishga qaratilgan. media madaniyat olami, ommaviy axborot vositalari tilini puxta egallash, media matnlarni tahlil qilishni o'rganish va boshqalar.

A. V. Sharikov media-ta'limni ommaviy kommunikatsiya sohasidagi ta'lim, "bu o'ta muhim hodisaning sirlari va qonuniyatlari" bilan tanishish deb tushunishni taklif qiladi.

S. N. Penzinning ta'kidlashicha, media ta'lim auditoriyaga savodxonlikni o'rgatish bilan cheklanib qolmaydi, "estetik va axloqiy sintez" zarur. Rivojlanayotgan jamiyat ommaviy axborot vositalaridan (ommaviy axborot vositalaridan) keng foydalanish bilan barcha axborot jarayonlarini faollashtirishni talab qiladi. Ommaviy axborot vositalarining o'sib borayotgan imkoniyatlari tufayli axborot iste'molchiga yuqori tezlikda etib boradi, ko'p marta takrorlanadi va omma ongiga faol kiritiladi.

Axborotning o'sishi urbanizatsiyalashgan hududlarga xos bo'lgan yangi aloqa shaklini - ommaviy kommunikatsiyani keltirib chiqardi. Ommaviy kommunikatsiya deganda ommaviy axborotni ishlab chiqarish va uni to'g'ridan-to'g'ri muloqot orqali yoki ommaviy axborot vositalari orqali raqamli va tarqoq auditoriyaga tarqatish jarayoni tushuniladi. Bir xil ma'lumotlarni katta maydonlarga o'tkazish va uni takroriy va deyarli bir vaqtning o'zida ko'paytirish imkoniyati ommaviy axborot vositalarining ommaviy ongning ommaviy sub'ektiga ta'sirini tartibga solish imkonini beradi. Ommaviy axborot vositalarining ommaviy ongga sezilarli ta'sir ko'rsatish qobiliyati uzoq vaqt oldin sezilgan. Ommaviy axborot vositalarining texnik imkoniyatlarini takomillashtirish ishonuvchan va oson ta'sirlanadigan ommaviy ongni manipulyatsiya qilish ko'lamini sezilarli darajada kengaytirdi. Ommaning o'z fikri yo'q, chunki u nazariy fikrlashga moslashtirilmagan, shuning uchun har qanday fikrni unga tashqaridan va bosim ostida siqib chiqarishga to'g'ri keladi va

ma'lumotni mohirona manipulyatsiya qilish taklif qilish imkoniyatlarini yaratadi. ommaviy axborot vositalari tomonidan amalda cheklanmagan. Axborot asrida ijtimoiy qadriyatlar, yo'nalish va qarashlarni shakllantirishda ommaviy axborot vositalarining roli sezilarli darajada oshib bormoqda. Ommaviy axborot vositalari odamlar hayotiga chuqurroq kirib, ommaviy ongga dinamik va maqsadli ta'sir ko'rsata boshladi. Bu ommani tashkil etuvchi shaxslar ommaviy axborot vositalari tomonidan joylashtirilgan "axborot fantomlari" dunyosida yashay boshlaganiga olib keldi.

Ommaviy axborot vositalarining (televideniye, matbuot, radio, Internet) keng doirasi, ko'rinishidan, insonning xarakterini, faoliyati va ongini individuallashtirishga olib kelishi, unga tanlash imkoniyatini berishi kerak: televizor ko'rish yoki ko'rmaslik, va agar ko'rsangiz, unda qaysi kanal yoki dastur, matbuotni o'qiysiz yoki o'qimaysiz, radio eshittirishlarini tinglaysiz yoki eshitmaysiz. Ammo, bizning fikrimizcha, bu faqat illyuziya, odamning tanlovi yo'q. Odamlarning katta qismi televizorni, dasturlarni va dastur qo'llanmasi qoidalari bilan tasdiqlangan tartibda tomosha qiladi. Ular boshqa ko'pchilik o'qigan jurnal va gazetalaridagi xuddi shu maqolalarni o'qiydilar, o'z ishlari bilan shug'ullanayotganda yoki uyda dam olayotganda bir xil radio spektakllari va yangiliklar eshittirishlarini tinglashadi.

Mavjud vaziyat OAVga baho berishda noaniqlikni keltirib chiqarmoqda. Bir tomondan, ommaviy kommunikatsiya va ommaviy axborot vositalarining rivojlanishi odamlarning atrofidagi dunyo haqida xabardorligiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi, lekin ayni paytda, ularning rivojlanishi ortida ommaning ongini manipulyatsiya qiluvchi omil mavjud. Aynan ommaviy axborot vositalari va ommaviy kommunikatsiyalar birinchilardan bo'lib shaxsning ommaviylashishini qo'zg'atadi, odamlarning qarashlarini, xatti-harakatlarini standartlashtiradi va ularning reaksiyalarining bir xilligini rivojlantiradi.

Uinston Cherchill ma'lumotga ega bo'lgan odam dunyoga egalik qiladi, degan edi. Bugun biz ishonch bilan aytishimiz mumkinki, ommaviy axborot vositalarini boshqarayotgan kishi odamlarning qarashlariga, ularning xulq-

atvoriga, umuman, jamiyatdagi ommaviy ongga faol ta'sir ko'rsatishga qodir. Yoshlarda axborot madaniyatini shakllantirish turli «axborot bosimi» tarkibidan milliy taraqqiyot manfaatlariga moslarini to'g'ri tanlab olishni taqozo etadi. Shu nuqtai nazardan yoshlarda axborot madaniyatini shakllantirish masalasiga oydinlik kiritib olish lozim. Bu esa quyidagilarda o'z ifodasini topadi:

- axborot olish, uni tasarruf etishda axborotning mazmun-mohiyatiga, uning haqiqiy ekanligi, qaysi omillarga asoslanganligi va qanday maqsadda tarqatilayotganiga e'tibor qaratish;

- axborotning qanday natija berishi haqida aniq tasavvurga ega bo'lish, uni tahlil qilish, ijobiy va salbiy tomonlarini aniqlab, so'ngra muayyan bir xulosaga kelish;

- axborotga ongli, yuksak tafakkur bilan yondashish va uni kerak hollar da sintez qilish, salbiy fikrlarga qarshi, axloqiy-ruhiy sharoitlar yaratish;

- axborotda ijobiy fikrlarni jonlantirish, targ'ib etishda milliy qadriyatlarga asoslanish. Bu ishni aniq tarixiy vaziyat bilan rivojlantirish uchun davom etayotgan ichki va tashqi sharoitlar bilan muttasil bog'lab olib borish;

- mavjud axborotda jamiyatdagi plyuralistik ilmiy g'oyalarni saqlagan holda, individning o'z fikrini erkin ifoda etishi va uni himoya qilishiga qarshilik qilmaslik;

- yoshlarda axborot madaniyatining undan samarali foydalanish, bajariladigan ishlarning ta'sirchanligini puxta nazorat qilib turish orqali jamiyatda mustahkam barqarorlikni ta'minlashga erishish zarur.

Axborot madaniyatiga erishish sari intilayotgan yoshlarga «axborot tahdidi», «axborot xavfsizligi», «axborot xavfi»ni tushuntirish zarur. Zero, hozirgi davrda insonning har bir faoliyati axborot bilan, ya'ni axborot yig'ish, qayta ishlash, saqlash va uni yetkazish bilan bog'liq. Binobarin, global axborot almashinuvi jarayonida ijobiy axborot bilan birga salbiy axborot ham mavjud. Zamonaviy yangi texnologiyalar jamiyat, insonlar va ularning guruhlari o'rtasidagi munosabatlarning yangi shakllarini yuzaga keltirdi. Masalan, ijtimoiy tarmoqlar va ularda axborot almashinuvining yangi shakllari tobora

ommaviylashib bormoqda. Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlarda o‘sib kelayotgan yosh avlod vakillarining ijtimoiylashuvi ham ro‘y bermoqda. Har bir ijtimoiy tarmoq shakli jamiyat a‘zolarining sotsial mansubligi, kasbi, gender va yosh xususiyatlaridan qat’i nazar, ularni o‘z auditoriyasiga jalb qilish imkoniyatiga ega. Bu hol, hatto, siyosiy ishtirok jarayoniga ham ta’sir etib, uni mutaxassislar «raqamli demokratiya» deb nomlashgan. Mamlakatda zamonaviy axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish, elektron davlat xizmatlarini ko‘rsatishning yaxlit tizimini yaratish, davlat organlarining aholi bilan muloqot qilishining yangi mexanizmlarini joriy etish yuzasidan izchil ish olib borilmoqda.

O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti professori Halim Saidov hamda “Yangi O‘zbekiston” va “Правда Востока” gazetalari bosh muharriri Salim Doniyorov ekspert sifatida ishtirok etdi.

Prezident Shavkat Mirziyoyevning **“Biz jamiyatimizda har qanday radikallashuvga, yoshlarimiz ongini buzg‘unchi yot g‘oyalar bilan zaharlashga, dindan siyosiy maqsadlarda foydalanishga, ma’rifat o‘rnini jaholat egallashiga yo‘l qo‘ymaymiz”**, degan so‘zlari o‘nkunlikning shioriga aylangan.

Uchrashuv davomida mavzuga oid muammolarning tub mohiyatini ochib berishga qaratilgan teran tahlillar, radikalizmning adoqsiz yo‘liga kirib, ayni vaqtda jabrini tortayotganlarning iqrorlari aks etgan roliklar, mavzuga oid foto suratlar va adabiyotlar namoyish etildi.

Adabiyotlar ro‘yxati

1. **Mirziyoyev Sh.M.** (2019). *Niyati ulug‘ xalqning ishi ham ulug‘, hayoti yorug‘ kelajagi ham farovon buladi*. Tashkent: Uzbekistan.
2. **Yahyo, Muhammad Amin.** (2016). *Internetdagi tahdidlaridan himoya. Yordamchi o‘quv qo‘llanma*. Movarounnaxr.

3. **Yahyo, Muhammad Amin.** (2016). *Internetdagi tahdidlaridan himoya. Yordamchi o'quv qo'llanma.* Movarounnaxr.
 - A guide focusing on protecting against threats on the internet, addressing cybersecurity and digital safety.
4. **Fedorov A.V.** (2018). *Mediaobrazovaniya i mediagramotnost. Uchebnoe posobie.* Moscow.
 - A textbook on media education and media literacy, offering insights into how to teach and understand media-related topics.
5. **Media va axborot savodxonligini shakllantirishning pedagogik jihatlari.**(2017). *O'quv-amaliy qo'llanma.* Extremum-press.
 - A practical guide to the pedagogical aspects of forming media and information literacy.
6. **Arastu.** (2004). *Akhloqi Kabir. Poetika.* Tashkent: "Yangi asr avlodi".
 - A classical text by the philosopher Aristotle on ethics and poetry, translated or referenced in Uzbek.
7. **Imom Nazarov M., Saidov U.** (2005). *Milliy taraqqiyotning ma'naviy-axloqiy asoslari.* Tashkent: Akademiya.
 - This work addresses the moral and ethical foundations of national development in Uzbekistan.
8. **Egorova A.M.** (2012). *Dukhovnye potrebnosti cheloveka* (Spiritual needs of a person). *Molodoy ucheny.* № 2 (37), pp. 224-226.