

**O‘ZBEKISTON DAVLAT JAHON TILLARI UNIVERSITETI
HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI
DSc.03/30.12.2019.Fil.27.01 RAQAMLI ILMIY KENGASH
ASOSIDAGI BIR MARTALIK ILMIY KENGASH**

O‘ZBEKISTON DAVLAT JAHON TILLARI UNIVERSITETI

MAHMUDOVA MAFTUNA HAMZA QIZI

**MEDIASAVODXONLIK — INTERNET OAVDAGI FEYK VA
DEZINFORMATSIYALARDAN HIMOYA QILISH VOSITASI SIFATIDA**

10.00.09 – Jurnalistika (filologiya fanlari)

**Filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertasiyasi
AVTOREFERATI**

Toshkent – 2024

Falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati mundarijasi

Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD)

Contents of dissertation abstract of Doctor of Philosophy (PhD)

Mahmudova Maftuna Hamza qizi

Mediasavodxonlik-Internet OAVdagi feyk va
dezinformatsiyalardan himoya qilish vositasi sifatida..... 3

Махмудова Мафтуна Хамза кизи

Медиаграмотность как средство защиты от фейков
и дезинформации в интернет-СМИ..... 27

Makhmudova Maftuna Khamza kizi

Media Literacy as a Means of Protection Against Fakes
and Disinformation in the Internet Media..... 53

E‘lon qilingan ishlar ro‘yxati

Список опубликованных работ
List of published works..... 57

**O‘ZBEKISTON DAVLAT JAHON TILLARI UNIVERSITETI
HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI
DSc.03/30.12.2019.Fil.27.01 RAQAMLI ILMIY KENGASH
ASOSIDAGI BIR MARTALIK ILMIY KENGASH**

O‘ZBEKISTON DAVLAT JAHON TILLARI UNIVERSITETI

MAHMUDOVA MAFTUNA HAMZA QIZI

**MEDIASAVODXONLIK — INTERNET OAVDAGI FEYK VA
DEZINFORMATSIYALARDAN HIMOYA QILISH VOSITASI SIFATIDA**

10.00.09 – Jurnalistika (filologiya fanlari)

**Filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertasiyasi
AVTOREFERATI**

Toshkent – 2024

Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi mavzusi O'zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasida B2022.2.PhD/Fil2678 raqam bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya O'zbekiston davlat jahon tillari universitetida bajarilgan.

Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, rus va ingliz (rezyume)) Ilmiy kengashning veb-sahifasida (www.uzswlu.uz) va «ZiyoNet» Axborot ta'lim portalida (www.ziynet.uz) joylashtirilgan.

Ilmiy rahbar: Qosimova Nargis Sunnat qizi
filologiya fanlari doktori (DSc), professor

Rasmiy opponentlar: Mamatova Yakuta Muhammedjanovna
filologiya fanlari doktori, professor
Nuritdinova Madina Choriyevna
filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Yetakchi tashkilot: Berdaq nomidagi Qoraqalpoq davlat universiteti

Dissertatsiya himoyasi O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti huzuridagi DSc.03/30.12.2019.Fil.27.01 raqamli Ilmiy kengash asosidagi bir martalik Ilmiy kengashning 2024-yil «26» aprel soat 13⁰⁰ dagi majlisida bo'lib o'tadi. (Manzil: 100138, Toshkent shahri, Kichik xalqa yo'li ko'chasi, 21a. Tel.: (998 71) 230-12-91, (99871) 230-12-92; e-mail: www.uzswlu_info@mail.ru)

Dissertatsiya bilan O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti Axborot-resurs markazida tanishish mumkin (2 raqami bilan ro'yxatga olingan). Manzil: 100138, Toshkent shahri, Kichik xalqa yo'li ko'chasi, 21a. Tel.: (99871) 230-12-91, (99871) 230-12-92.

Dissertatsiya avtoreferati 2024-yil «13» aprel kuni tarqatildi.

(2024-yil «13» aprel dagi 2 raqamli reyestr bayonnomasi)



G.X. Baklyeva
Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash asosidagi bir martalik ilmiy kengash raisi, filol.f.d., professor

X.B. Samigova
Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash asosidagi bir martalik ilmiy kengash ilmiy kotibi, filol.f.d., professor

X.A. Saidov
Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash asosidagi bir martalik ilmiy kengash qoshidagi ilmiy seminar raisi, filol.f.d., professor

KIRISH (Falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahon mediamakonida zamonaviy texnika va texnologiyalar rivojlanishi natijasida axborot oqimining yanada jadallashuvi, kishilarning informatsiya almashinuv jarayoni yengillashib borayotgan bir paytda jurnalistika sohasining ilg'or taraqqiy etishi jadallashmoqda. Axborot xavfsizligi va kiberxavfsizlikni ta'minlash, ongli tarzda ishonchli va to'liq axborot olish huquqini amalga oshirish, feyk va dezinformatsiyaga qarshi kurashishda mediasavodxonlikning dolzarbligi hamda zarurati, xususan, yoshlarning axborot madaniyatini shakllantirish muhim ahamiyatga ega.

Dunyo veb-industriya jadal rivojlanib, inson hayotining barcha sohalariga kirib borishi, global tarmoqda shiddatli axborot xuruji va siyosiy, iqtisodiy hamda madaniyatlararo kommunikatsiyaning yanada o'sishi omillari, medianing axborot-psixologik ta'sirining oshishi tamoyillarini aniqlashga qaratilgan ilmiy izlanishlar olib borilmoqda. Zamonaviy media muhitda axborot manipulyatsiyasidan himoyalani, axborot xavfsizligini ta'minlashda media va axborot savodxonligining ahamiyati, raqamli texnologiyalar, kiberxavfsizlik muammosi, axborotni filtrlash va tekshirish ko'nikmalarini rivojlantirish, feyk yangiliklarni semantik va tarmoqli tahlil qilish, ritorik tuzilishi va nutqdagi ko'rinishini baholash, shuningdek, jamoatchilik orasida ommalashib ulgurgan ijtimoiy tarmoqlarning vujudga kelish sabablarini ilmiy asoslash tobora dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

O'zbekistonda axborot xavfsizligini ta'minlashda mediasavodxonlikni oshirish konstruktiv-psixologik asoslarini shakllantirish, milliy-ma'naviy hamda madaniy meros vositasi bo'lib, shaxsning **feyk va dezinformatsiyaga qarshi** o'z-o'zini himoyalashi, ya'ni psixologik xavfsizligini konstruktiv mexanizmini ishlab chiqish bo'yicha keng ko'lamdagi ilmiy tadqiqot ishlari olib borilmoqda. "Eng tezkor axborot vositasi – Internet hayotimizga tobora chuqur kirib borayotganini alohida qayd etish lozim. Hozirgi vaqtda global tarmoqda Uz.domenli veb-saytlar, axborot portallari soni 400dan oshib ketgani, ularning aksariyati xorijiy tillarda faoliyat ko'rsatayotgani, ushbu yo'nalishda yangi ijodiy avlod-Internet jurnalistlari shakllanib borayotgani e'tiborga sazovordir"¹. Shunga ko'ra Internet OAVda feyk va dezinformatsiyaga qarshi shaxsning mediasavodxonligini oshirish muhim ahamiyatga ega.

O'zbekiston Respublikasining "Kiberxavfsizlik to'g'risida", "Davlat sirlarini saqlash to'g'risida", "Shaxsga doir ma'lumotlar to'g'risida", Axborotlashtirish to'g'risida"gi qonunlari, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida", 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida", 2019-yil 2-fevraldagi PF-5653-son "Axborot sohasi va ommaviy kommunikatsiyalarni yanada rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-

¹ Мирзиёев Ш. Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимлари куни муносабати билан мамлакат Президентининг соҳа вакилларига табриги. 27.07.2019. //uza.uz/

tadbirlar to‘g‘risida”gi farmonlari hamda 2018-yil 5-sentabrdagi PQ-707-son “Butunjahon internet tarmog‘ida axborot xavfsizligini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori va mazkur faoliyatga tegishli boshqa me‘yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda ushbu dissertatsiya tadqiqoti muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi. Dissertatsiya Respublika fan va texnologiyalar hamda innovatsion rivojlanishning I. “Axborotlashgan jamiyat va demokratik davlatni ijtimoiy, huquqiy, iqtisodiy, madaniy, ma‘naviy-marifiy rivojlantirishda innovatsion g‘oyalar tizimini shakllantirish va ularni amalga oshirish yo‘llari” ustuvor yo‘nalishi doirasida bajarilgan.

Muammoning o‘rganilganlik darajasi. Ushbu muammo O‘zbekiston va xorijlik pedagogika, axborot texnologiyalari va jurnalistika sohasidagi olimlar tomonidan chuqur o‘rganilgan. O‘zbekistonda ommaviy mediata’lim va mediasavodxonlik bo‘yicha qator tadqiqotchilar ilmiy ish olib borishgan. X.Do‘stmuhammad, F.A.Mo‘minov, N.S.Qosimova, K.F.Ismailova, A.N.Nurmatov, M.Mirsagatova, N.Murotova, N.Toshpo‘latova, B.Namozov, M.Fayziyeva, Sh.Sharofiddinov, S.Jumanova² va boshqalarning ilmiy risola hamda maqolalarida axborotning fenomeni, falsafiy asoslari, ijtimoiy axborot tasnifi, mamlakatimizda mediata’limning zarurati, mediasavodxonlikning ilk tushunchalari, feyk xabarlarining yuzaga kelishi, yoshlarda axborot almashinuvi madaniyatining mazmuni va rivojlantirish istiqbollari kabi masalalar o‘rganib chiqilgan.

Rus tadqiqotchilari O.Y.Voronova, A.S.Trushin S.Jabotinskaya, M.O.Zyanova, S.N.Ilchenko, O.Issers, M.A.Komissarov, Y.G.Lebedeva, A.V.Manoylo, M.D.Molina, S.S.Raspopova, A.Smirnov, A.P.Suxodolov, A.N.Tuleubekova, A.V.Fedorov, L.M.Zemlyanova, A.Korochenskiy, M.M.Pavlikova va boshqalar³ axborot xavfsizligida tahdid manbalarini tadqiq etgan.

² Дўстмухаммад Х. Ахборот мўъжиза, жозиба, фалсафа. – Т.: Янги аср авлоди, 2013. — В. 2018; Маматова Я.М., Сулайманова С.Н. Ўзбекистон медиатаълим тараққиёти йўлида. Ўқув қўлланма. – Т.: Extremum-press, 2015. — В.28; Медиа ва ахборот саводхонлиги. Педагоглар учун методик қўлланма. Тузувчилар: Б.Намазов, М.Файзиёва, Ф.Джалилов. – Т.: Baktria press, 2018. — В. 41; Муротова Н.Ф., Тошпўлатова Н.К., Алимова Г.Б. Fake news: медиада дезинформация. Журналистика ва коммуникация йўналишлари талабалари учун қўлланма. – Т.: Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи, 2020. — В. 14; Исмаилова К.Ф. Медиаобразование в Узбекистане: тенденции, проблемы, перспективы // Ўзбекистонда хорижий тиллар, 2016. – № 6. – С. 122-127; Старуш М. Авторское “Я” в публицистическом произведении. Дисс... канд. филол наук. – М.: МГУ, 1991; Қосимова Н. Медиаэкология: ахборий муҳитнинг софлиги масалалари // <http://nargis.uz/?p=2573>. — В.185-189; Раҳимова Ш. Ёшларда ахборот алмашинуви маданиятини ривожлантириш истикболлари // Infolib, 2020. – № 1; Мо‘minov F., Baratov Sh. va boshqalar. Ochiq axborot tizimlarida axborot-psixologik xavfsizlik. – Т.: Yangi asr avloidi, 2013. — В.58.

³ Воронова О.Е., Трушин А.С. Функции фейков в современных информационных войнах // <https://histrf.ru/magazine/article/>; Жаботинская С. Исследователи определили семь типов фейковых новостей // <https://naked-science.ru/article/media/issledovатели-opredelili-sem-tipov-fejkovyh-novostej>; Зырянова М.О. Способы противодействия распространению фейковой информации // cyberleninka.ru. – С. 3; Ильченко С.Н. Как нас обманывают СМИ: манипуляция информацией. – Питер, 2019. – С. 295; Иссерс О. Медиафейки: между правдой и мистификацией Р., 2014. – № 2. – С. 118; 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>; Лебедева Е.Г. Фейковые новости как инструмент манипулятивного воздействия в медиасреде //

Bir qator Germaniyalik olimlar mediasavodxonlikni oldini olishda mediata'limning o'rni xususida S.Aufenanger, M.Warschauer, D.Sus, B.Bachmeier, D.Spanhel⁴ kabi olimlar risola va nomzodlik dissertatsiyalarida so'z yuritadi.

Media-axborot savodxonlikning zamonaviy talqini bo'yicha D.Oberg, S.Ingvaldsen, M.Leaning, A.Grizzle, P.Moore, M.Dezuanni, S.Asthana, C.Wilson, F.Banda, Ch.Onumah, J.Singh, P.Kerr, E.Hamburger, A.Silverblatt, J.Ferry, B.Finan, N.Stevenson⁵ kabi olimlar izlanishlar olib borgan.

Ushbu tadqiqotlarda mediasavodxonlikning internet tarmoqlarida kiber terrorizmga, feyk va dezinformatsiyaga qarshi kurashishdagi o'rni va ahamiyati masalalari maxsus tarzda o'rganilmagan.

Tadqiqot mavzusining dissertatsiya bajarilgan oliy ta'lim muassasasi ilmiy tadqiqot ishlari rejalari bilan bog'liqligi. Dissertatsiya ishi O'zbekiston davlat jahon tillari universitetining ilmiy-tadqiqot ishlari rejasiga muvofiq № I-204-4-5 «Ingliz tili mutaxassislik predmetlaridan axborot-kommunikasion texnologiyalari asosida virtual resurslar yaratish va o'quv jarayoniga joriy etish» mavzusidagi innovatsion loyiha doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi. Internet OAVda tarqalayotgan feyk va dezinformatsiya ko'rinishlarini aniqlash, yo'nalishlarini belgilash va ularning oldini olishda mediasavodxonlikning o'rni hamda ahamiyatini asoslashdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

zamonaviy jamiyatda mediasavodxonlik tushunchasining nazariy asoslarini o'rganish;

Universum: филология и искусствоведение: электрон. научн. журн., 2021. – С. 3 // URL: <https://7universum.com/ru/philology/archive/item/>; Манойло А.В. “Фейковые новости” как метод перехвата информационной повестки в условиях современного информационного противоборства // Культурная политика, 2019. – № 1. Официальный сайт “История.рф”. – С. 4. URL: <https://histrf.ru/magazine/release>; Молина М.Д., Сундар С.Ш., Тай Ле, Донгвон Ли. “Фейковые новости” – это не просто ложная информация: концепция экспликации и таксономии онлайн-контента; Назайкин А.Н. “Современное медиапланирование”. Учебное пособие. – М.: Солон-пресс, 2016. ISBN: 978-5-91359-210-1. – С. 86; Павликова М.М. Парадоксы информационного общества // Вестник МГУ, 2008. Серия 10. Журналистика. – № 1. – С. 35; Распопова С.С., Богдан Е.Н. Фейковые новости: природа происхождения // Вестник ЧелГУ, 2017. – № 11. – С. 407. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/feykovye-novosti-priroda-proisshozhdeniya>; Смирнов А. “Глубокие фейки”: сущность и оценка потенциального влияния на национальную безопасность // Свободная мысль, 2019. – № 5. – С. 70; Суходолов А.П. Феномен “фейковых новостей” в современном медиапространстве / Евроазиатское сотрудничество, гуманитарные аспекты: материалы Международной конф. – Иркутск: Изд-во Байкальского гос. ун-та, 2017. – С. 102; Тулеубекова А. Н. Ряд пользователей соцсетей арестованы за распространение фэйков про коронавирус // Сетевое издание “Zakon.kz”. URL: <https://www.zakon.kz/5006009-ryad-polzovateley-sotssetey-arestovany.html>.; Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. – С. 304.

⁴ Aufenanger S. Neue Medien als padagogische Herausforderung // In: Praktische Theologie, 1996. N 31. – P. 261; Bachmair B. Cosa fa TV ai bambini? Edutrice elle di ci. – Torino: Leumann, 1997. – P. 27; Suss D., Bernhard E. Armin Schlienger, A. 2002. Media Education in Switzerland – Determining its Position. In: Hart A. / Suss D. (Eds.) Media Education in European Countries. Zurich: Swiss Federal Institute of Technology // <http://e-collection.ethbib.ethz.ch/show?type=bericht&nr=24>; Warschauer M. Millennialism and media: Language, literacy, and technology in the XXI century / M.Warschauer // AILA Review, 2019. – № 14. – P. 49.

⁵ Oberg D., Ingvaldsen S. Media and Information Literacy in Higher Education. – Chandos Publishing, 2016. – P.176; Leaning M. Integrating Media and Information Literacy. *Media and Information Literacy*, 2017. – P. 12; Grizzle A., Moore P., Dezuanni M., Asthana S., Wilson C., Banda F., Onumah Ch. Media and information literacy: policy and strategy guidelines. – France, 2013. – P. 196; Singh J., Kerr P., Hamburger E. Media and information literacy: reinforcing human rights, countering radicalization and extremism. – France, 2016. – P. 314; Silverblatt A., Ferry J., Finan B. Approaches to Media Literacy. – Armonk, New York-London: M.E.Sharpe, 1989. – P. 281; Stavenon N. Understating media cultures: Social Theory and mass communication, 2012. – P.212.

mediasavodxonlik va mediata'lim mohiyati, uning rivojlanish yo'nalishlarini aniqlash va tahlil qilish;

internet OAVda feyk va dezinformatsiyaga oid ma'lumotlarni paydo bo'lish sabablarini o'rganish;

internet OAVda ommalashgan feyk va dezinformatsiya yo'nalishlarini aniqlash hamda ilmiy-nazariy tasniflash;

feyklarga qarshi kurashishda onlayn instrumentlarini tadqiq qilish;

onlayn makonda freyming va unga qarshi kurashishning samarali usullarini tahlil etish;

axborotlashgan jamiyatda axborot xavfsizligini ta'minlashda mediasavodxonlikning o'rnini oshirishga qaratilgan taklif va tavsiyalarni ishlab chiqish.

Tadqiqotning obyekti. Internet OAVda "Antifeyk.uz", "Kun.uz", "Zamin.uz" saytlari; "Telegram yulduzlari", "Onlayn O'zbekiston" telegram kanallarida tarqalgan feyk va dezinformatsiyaga oid ma'lumotlardir.

Tadqiqotning predmetini axboriy va kiberxavflar mavjud bo'lgan global axboriy-psixologik makonda murakkab hamda keskin vaziyat, media iste'molidagi o'zgarishlar fonida dolzarblashib borayotgan OAVda feyk va dezinformatsiyaga qarshi kurashda mediasavodxonlik instrumentlari hamda usullarini o'rganish tashkil qiladi.

Tadqiqotning usullari. Tadqiqotda quyidagi nazariy va empirik metodlar qo'llanildi: nazariy (tahliliy-sintetik, tarixiy-qiyosiy, tarkibiy-tipologik), tahlil (analiz, sintez, analogiya, modellashtirish); sotsiologik (kuzatuv, anketa so'rovi), prognostik (fikriy eksperiment, mustaqil baholarni umumlashtirish va boshq.), usullardan foydalanildi.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi:

OAV va sotsial tarmoqlarning har qanday ko'rinishida uzatilayotgan mediakontentlarning "feyk" va soxta ma'lumotlardan farqlashda – mediata'limni intensiv tashkil etishning tizimli yondashuvlari asosida mediasavodxonlikning zamonaviy konsepsiyasi, innovatsion ta'lim dasturlari, texnologik yechimlarga asoslangan empirik tadqiqot usullari takomillashtirilgan;

OAV va internet resurslarining sensatsiya va eksklyuzivlikka intilishi va ularning asosiy kontentini dezinformatsion xabarlar tashkil etishining oldini olishda hamda axborot xavfsizligini ta'minlash, informatsion tahdidlarga qarshi kurashishda ommaviy auditoriyaning "yolg'on" ma'lumotlarni tahlil qilish va baholash ko'nikmalarini yanada oshirish orqali jamoatchilik nazoratini o'rnatish strategiyasini shakllantirish zarurati dalillangan.

axborot savodxonligi (information literacy) axborot bilan tanishish, tahlil va sintez qilishni, mediasavodxonlik (media literacy) esa mediamatndan foydalanish va uni tushunish, mediamadaniyat asoslarini bilish, hususan, gumanitar kibertexnologiyalar, media kommunikatsiyalar hamda media xavfsizligi sohasida ilmiy tadqiqotlarni faollashtirish orqali memetika, media psixologiyasi hamda zamonaviy jamiyat aksiologiyasini rivojlantirishda muhim strategik, potensial paradigma ishlab chiqishni taqozo etishi asoslangan;

onlayn makonda freyming va unga qarshi kurashish, zamonaviy OAVni feyk va dezinformatsiyadan himoyalashda pre-fakt usulini qo'llash, bunda nazoratdan

oldin, tekshirilayotgan faktlarning konteksti va asosiy ma'lumotlariga alohida e'tibor qaratish zarurati hamda mediasavodxonlikning o'rnini oshirishga qaratilgan taklif, tavsiya va konstruktiv mexanizm ishlab chiqishga qaratilgan amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

Mediasavodxonlikning tarixiy shakllanishi va rivojlanish bosqichlari, xorijiy mamlakatlardagi ilg'or tajribalarning o'ziga xosliklari ko'rsatib o'tilgan; feyk va dezinformatsiyaga qarshi mediasavodxonlikning asosiy vazifalari belgilanganligida va unga qarshi kurashishda milliy hamda xalqaro tajribadagi bugungi holat tahlil qilinganida; feyk va dezinformatsiyaga qarshi kurashishning ta'limiy mexanizmi "Mediasavodxonlik asoslari" darsligi asosida ishlab chiqilgan;

O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti ko'magi bilan "UzSWLU.uz" telegram kanalida talabalarning mediasavodxonlik darajasini aniqlash maqsadida 1000 nafar respondent ishtirokida mediamahsulot iste'moli xususiyatlarini aniqlashga qaratilgan so'rovnomma o'tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi ishda foydalanilgan nazariy ma'lumotlar uchun ilmiy adabiyotlar, jumladan, tan olingan nufuzli ilmiy bazalarda havolalangan jurnallardagi eng so'nggi ilmiy materiallarga murojaat etilgani, amaliy xarakterdagi ma'lumotlarning muntazam sotsiologik kuzatuv va 1000 nafar respondent ishtirokidagi sotsiologik so'rov orqali olingani, ishonchli internet manbalari, tasdiqlangan statistik ma'lumotlardan foydalanilgani, saytlarga murojaat vaqtining berilishi, tahlillar, ilmiy-amaliy xarakterdagi xulosalarning qiyosiy metodlar bilan asoslangani, modellashtirishda fikriy eksperiment va chog'ishtirish metodi qo'llangani hamda ilmiy fikr hamda takliflarning amaliyotda qo'llangani, ularning tegishli tashkilotlar tomonidan tasdiqlangani bilan ifodalanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati mediani tushunish va axborotni baholash yo'nalishidagi ilmiy qarashlarning miqyosi kengaytirilganligi, axborot savodxonlik, mediasavodxonlik, raqamli savodxon tushunchalarining mazmun-mohiyati milliy nuqtai nazardan ta'riflangani, O'zbekistonda mediata'lim va mediasavodxonlik talqin etilgan hamda o'zbekistonlik yoshlarning mediamahsulot iste'moli, axborotning oshib borayotgan ta'siri ilmiy tahlil qilinganligi, yangi tadqiqotlarga yo'l ochgani bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati unda olg'a surilgan ilmiy-nazariy xulosa va tavsiyalar amaliyotchi jurnalistlar, muharrirlar, axborot va PR-xizmatlar xodimlari, OTM jurnalistika fakultetlari bakalavr va magistratura talabalari, OAV, PR ekspertlari va blogerlarga mo'ljallangan O'zbekiston jurnalistlarini qayta tayyorlash markazi tomonidan, "Ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishda yoshlarning mediasavodxonlik ko'nikmalarini oshirish" loyihasi dosirasida "Jurnalistlar va blogerlar uchun mediasavodxonlik va tanqidiy fikrlashni shakllantirish uchun qo'llanma" yaratishda foydalanildi.

Tadqiqot natijalarining amaliyotga joriy etilishi.

Internet OAVda tarqalayotgan feyk va dezinformatsiya ko'rinishlarini aniqlash, yo'nalishlarini belgilash va ularning oldini olishda mediasavodxonlikning o'rni hamda ahamiyatini ochib berishni tadqiq qilish asosida:

OAV va sotsial tarmoqlarning har qanday ko‘rinishida uzatilayotgan mediakontentlarning “feyk” va soxta ma’lumotlardan farqlashda – mediata’limni intensiv tashkil etishning tizimli yondashuvlari asosida mediasavodxonlikning zamonaviy konsepsiyasi, innovatsion ta’lim dasturlari, texnologik yechimlarga asoslangan empirik tadqiqot usullari takomillashga oid xulosalardan “O‘zbekiston” teleradiokanalining “Assalom O‘zbekiston!”, “Munosabat” tok-shoularini tayyorlashda foydalanilgan (O‘zbekiston milliy teleradiokompaniyasi “O‘zbekiston teleradiokanali” davlat muassasasining 2022-yil 21-dekabrda 02-13-2110-son ma’lumotnomasi). Natijada, feyk va dezinformatsiyalarning ko‘payishi hamda tarqalishi sabablari yuzasidan bildirilgan nazariy va amaliy fikrlar ko‘rsatuvlarning mazmunini takomillashtirishga xizmat qilgan;

OAV va internet resurslarining sensatsiya va eksklyuzivlikka intilishi va ularning asosiy kontentini dezinformatsion xabarlar tashkil etishining oldini olishda hamda axborot xavfsizligini ta’minlash, informatsion tahdidlarga qarshi kurashishda ommaviy auditoriyaning “yolg‘on” ma’lumotlarni tahlil qilish va baholash ko‘nikmalarini yanada oshirish orqali jamoatchilik nazoratini o‘rnatish strategiyasini shakllantirish zaruratiga oid ilmiy takliflardan “Sport” teleradiokanalidagi ko‘rsatuv va informatsion eshittirishlarni tayyorlashda foydalanilgan (O‘zbekiston milliy teleradiokompaniyasi “Sport teleradiokanali” davlat muassasasining 2022-yil 21-dekabrda 02-02-1043-son ma’lumotnomasi). Natijada, dasturlar feyk va dezinformatsiyadan himoyalashda OAV xodimlari uchun mediasavodxonlikning muhim usullari haqidagi tahliliy ma’lumotlar bilan boyitilgan;

axborot savodxonligi (information literacy) axborot bilan tanishish, tahlil va sintez qilishni, mediasavodxonlik (media literacy) esa mediamatndan foydalanish va uni tushunish, mediamadaniyat asoslarini bilish, hususan, gumanitar kibertexnologiyalar, media kommunikatsiyalar hamda media xavfsizligi sohasida ilmiy tadqiqotlarni faollashtirish orqali memetika, media psixologiyasi hamda zamonaviy jamiyat aksiologiyasini rivojlantirishda muhim strategik, potensial paradigma ishlab chiqishga oid xulosalardan Jizzax viloyati “Qalb nuri” ayollar va ularning oilalarini ijtimoiy-huquqiy qo‘llab quvvatlash markazi tomonidan mediasavodxonlikni o‘qitish hamda oshirishning zamonaviy metod texnologiyalariga oid seminar-treninglarda foydalanilgan (Jizzax viloyati “Qalb nuri” ayollar va ularning oilalarini ijtimoiy-huquqiy qo‘llab-quvvatlash markazining 2022-yil 26-dekabrda 01/75-son ma’lumotnomasi). Natijada, seminar-treninglar feyklarga qarshi kurashishda onlayn instrumentlar va dasturlarni rivojlantirish, texnologik ta’limiy dasturlar borasidagi fikrlar bilan takomillashgan;

onlayn makonda freyming va unga qarshi kurashish, zamonaviy OAVni feyk va dezinformatsiyadan himoyalashda pre-fakt usulini qo‘llash, bunda nazoratdan oldin, tekshirilayotgan faktlarning konteksti va asosiy ma’lumotlariga alohida e’tibor qaratish zarurati hamda mediasavodxonlikning o‘rnini oshirishga qaratilgan taklif, tavsiya va konstruktiv mexanizm ishlab chiqishga qaratilgan amaliy tavsiyalarga xulosalardan “Ekolog.uz” jamoat birlashmasi sayti va ekolog.uz. telegram kanallarida “ekofaktcheking” rukni ostida berilgan materiallarda hamda sayt uchun xabarlar tayyorlashda foydalanilgan (Ekolog.uz jamoat birlashmasi

№01-51 2023-yil 1-avgustdagi ma'lumotnomasi). Natijada, mazkur xabarlar jurnalistikada jamoatchilik fikrini shakllantirishda manipulyatsiyaga va turli fikrlar g'oyasiga qarshi immunitetni oshirishga ko'maklashgan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Mazkur tadqiqot natijalari Respublika va xalqaro ilmiy-amaliy anjumanlarda, 2 ta xalqaro, 4 ta Respublika ilmiy-amaliy anjumanda bayon etilgan hamda abrobatsiyadan o'tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e'lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo'yicha jami 15 ta ilmiy ish, shundan, OAK doktorlik dissertatsiyalarining asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya qilingan ilmiy nashrlarida 6 ta maqola, jumladan, 3 tasi respublika va 3 tasi xorijiy jurnallarda nashr etilgan.

Tadqiqotning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya kirish to'qqiz faslni o'z ichiga olgan uch bob, xulosa va foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati hamda ilovalardan iborat. Ishning umumiy hajmi 149 betdan iborat.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Kirish qismida tadqiqot mavzusining dolzarbligi va zarurati asoslab berilgan, uning respublika fan va texnologiyalar rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga mosligi ko'rsatilgan, muammoning o'rganilganlik darajasi yoritilgan, tadqiqotning maqsad va vazifalari, obykti va predmeti belgilangan. Ishning ilmiy yangiligi, olingan natijalarning ishonchligi, ilmiy-amaliy ahamiyati asoslab berilgan, tadqiqot natijalarining amaliyotga joriy etilganligi, nashr etilgan ishlar, dissertatsiyaning tuzilishi hamda hajmi bo'yicha ma'lumotlar keltirilgan.

Dissertatsiyaning **“Axborotlashgan jamiyatda mediasavodxonlikning nazariy-metodologik asoslari”** deya nomlangan birinchi bobining birinchi “Mediasavodxonlik: asosiy tushunchalar va konseptual holatlar talqini” faslida mediasavodxonlik bilan bog'liq asosiy tushunchalar va konseptual holatlar talqini, mediasavodxonlik mediata'limning maqsadi va natijasi sifatida ekanligi, feyk va dezinformatsiyaning bugungi kunda global muammolar qatoridaligi atroflicha tahlilga tortilgan. “Axborot asri” deya ta'rif berilgan XXI asrda insoniyat hayotida axborot va unga munosabat tushunchasi tubdan o'zgardi. Zamonaviy jamiyatning turli jabhalarini, shu jumladan, faoliyati bevosita axborot olish va tarqatish bo'lgan jurnalistikani ham kompyutersiz, internetsiz tasavvur etib bo'lmay qoldi. Axborot jamiyati g'oyasining asoschilari bo'lmish G.Maklyuen, D.Bell, E.Toffler kabi olimlar insoniyatning yangi davrga o'tishida axborot texnologiyalari asosiy o'rin egallashini e'tirof etishgan. Ushbu jarayonda ogohlik, axborotga egalik qilish yoki uni boshqarish har qanday harbiy tadbirga qaraganda muhimroq ahamiyat kasb etadigan bo'ldi. Bu esa jurnalistikaning tom ma'nodagi “to'rtinchi hokimiyat” darajasiga ko'tarilishini talab qilayotgan real voqelikdir. Millatlar va mintaqalararo munosabatlarda diplomatik doira vakillari qatorida jurnalist kadrlarning muhim o'rni borligi endilikda inkor etib bo'lmaydigan haqiqatdir⁶.

“Mediasavodxonlik mediata'limning strategik maqsadi sifatida” deb nomlangan ikkinchi faslida asosiy tushunchalarni ilmiy-nazariy jihatlari atroflicha

⁶ Мухаммадсиддиқов М.М. Халқаро минтақашунослик. – Тошкент, 2017. – Б. 18.

ko‘rib chiqiladi. Bugungi kunda media atamasidan OAV yoki mass-media tushunchalarining sinonimi sifatida foydalaniladi. Demokratik jamiyat qurish hamda mamlakat rivojlanishida axborotga egalik qilish hayot kabi muhimdir. Fuqarolar so‘z erkinligi hamda ijtimoiy axborotdan foydalanish huquqiga ega. Media hamda boshqa axborot yetkazib beruvchilar (kutubxona, arxiv, Internet va h.k.) har bir fuqaroning axborotdan erkin foydalanish huquqini ta‘minlanishga yordam beradi⁷. “Zamonaviy medialarning asosiy jihatlariga tadqiqotchilar kreativlik (yaratuvchanlik, ijodkorlik) va innovatsiyalarni kiritmoqda. Mazkur atamaga aynan shunday tavsif [www. edu. jobsmarket.ru](http://www.edu.jobsmarket.ru) saytida keltirilgan”⁸. “Media – ommaviy axborot vositalari, ham keng, ham maxsus auditoriyaga mo‘ljallangan ko‘ngilochar takliflarni tavsiya etuvchi, yangilik, axborot va reklama axborotini tarqatishga yo‘naltirilgan ko‘p sonli hamda serqirra funksiyalarni amalga oshiruvchi kommunikatsiya kanallaridir”⁹.

“Mediata‘lim” so‘zi MDH davlatlari hududiga o‘tgan asrning 80-yillarida kirib keldi. Inglizcha “media education” so‘zini shunchaki so‘zma-so‘z tarjima qilish yaramaydi. Chunki u matn tarkibidagi o‘rniga ko‘ra turli ma‘nolarda qo‘llanilishi mumkin. Mediata‘limning mohiyatini tushunish uchun, birinchi navbatda, uning tarkibiy qismlarini komponentli o‘rganish lozim. “Media” atamasi lotin tilidan olingan bo‘lib “o‘rta-oraliq”, “vositachilik”, “vositachi” degan ma‘nolarni anglatadi. “Media”ning asosiy vazifasi turli guruh, shaxslar uchun har qanday mazmundagi mahsulotni yetkazib berish o‘rtasidagi muloqotni amalga oshirish vositadir. Media keng ma‘noda ommaviy axborot vositalari (gazetalar, jurnallar, kitoblar, televideniye, kabel tarmoqlari, radio, kino), shuningdek, har qanday ommaviy axborot vositalari uzatayotgan ma‘lumotlar (harflar, audio va video yozuvlar, CD) hamda aloqa tizimlari (telegraf, telefon, pochta, kompyuter tarmoqlari) barchasini qamrab oladi¹⁰.

“Zamonaviy medianing global muammolari: feyk va dezinformatsiya” deya nomlangan uchinchi faslida “feyk” tushunchasini keng ma‘noda tadqiqotchilar moddiy va nomoddiy¹¹ toifalarga ajratadilar. Moddiy feyklarga tovar belgilari, texnologiyalar, dori-darmonlar, san‘at asarlari va boshqalarni soxtalashtirish kiradi. Nomoddiylariga ijtimoiy tarmoqlarda (sotsial tarmoqlar, messenjerlar), Internet resurslaridan foydalangan holda va ba‘zi OAVda qasddan tarqatiladigan yasama, soxta, yolg‘on yangiliklar kiradi. Shuningdek, “ijtimoiy tarmoqlarda feyk akkauntlar, montaj qilingan foto va videotasvirlar va b. nomoddiy feyklar”¹² ham ular sirasiga kirishi mumkin.

Mediasavodxonlik insonga televideniye, radio, video, kino, matbuot, internetning axborot sohasi imkoniyatlaridan faol foydalanishga, media madaniyati tilini yaxshiroq tushunishga yordam beradi.

⁷ Намазов Б., Файзиева М., Шарофаддинов Ш. Медиа ва ахборот саводхонлиги. Ўқув қўлланма. – Б. 43.

⁸ Намазов Б., Файзиева М., Шарофаддинов Ш. Медиа ва ахборот саводхонлиги. Ўқув қўлланма. – Б. 47.

⁹ www.advesti.ru/glossary/desk/1952

¹⁰ Варганова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: глоссарий // Медиаэкономика зарубежных стран. – М.: Аспект Пресс, 2003. – С. 2.

¹¹ Зырянова М.О. Способы противодействия распространению фейковой информации // cyberleninka.ru.

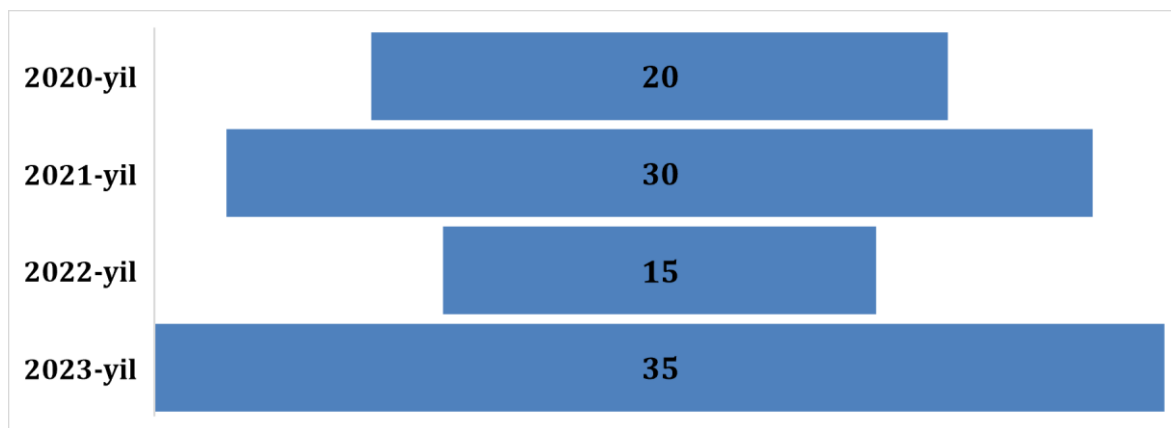
¹² Зырянова М.О. Способы противодействия распространению фейковой информации // cyberleninka.ru.

Mediata'lim, mediasavodxonlik yangicha shaxs madaniyatini shakllantirish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Samarali tashkil qilingan media darslar ta'lim va tarbiyaning an'anaviy shakllarini saqlab qolish, ularni yangi axborot muhitiga moslashtirish va shiddatli o'zgaruvchan dunyoda yoshlarni o'zini anglash uchun yangi imkoniyatlarni izlab topishlariga yordam beradi.

Hozirgi vaqtda feyk ma'lumotlar bo'yicha olib borilgan tadqiqotlar ushbu hodisaning ijtimoiy xavfliligi to'g'risida aniq xulosa chiqarishga imkon bermaydi. Tahlil qilingan ma'lumotlarning aksariyati Qo'shma Shtatlardagi vaziyat bilan bog'liq, boshqa mamlakatlar esa hali ham to'liq o'rganilmagan. Hatto feyk ma'lumotlarning ta'rifi ham savollar uyg'otadi va tadqiqotlardan turlicha bo'lishi mumkin. Boshqa mamlakatlardagi empirik tadqiqotlar ushbu mavzu bo'yicha keyingi ishlar uchun istiqbolli yo'nalish bo'ladi.

Dissertatsiyaning **“Internet OAV kontekstida feyk va dezinformatsiyaga qarshi kurashish usullari va vositalari”** deb nomlangan ikkinchi bobining birinchi “Internet OAV da feyklarning yuzaga kelish va ularning tarqalish omillari” faslida internet OAVda feyklarning tarqalish tendensiyalari, ijtimoiy tarmoqlardagi feyk axborotning turlari, ko'rinishlari va ularning ommalashuvi, feyklarga qarshi kurashishda Internet OAV matnlari hamda ijtimoiy tarmoqlarning kontent xususiyatlari bilan bog'liq muammolar o'rganilgan.

Bugungi kunda feyk yangiliklarning tarqalish ko'lami kun sayin ortib bormoqda. Ushbu xabarlarining rivojlanish tendensiyasi “gitnux.com” sayti tomonidan oxirgi 4 yillik statistik natijalariga ko'ra aniqlangan:



1-rasm. Feyk yangiliklarning 2020-2023-yillarda rivojlanish ko'rsatkichlari ¹³.

Yuqorida keltirilgan statistik ma'lumotlarda AQSH faktchekrlari tomonidan feyk yangiliklarning rivojlanish tendensiyasini o'rganish yuzasidan taxminiy xulosalari keltiriladi. Mazkur jadvalga ko'ra, 2020-yilda 20 %, 2021-yilda ushbu ko'rsatkich pandemiya sabab yuqorilaydi, ya'ni 30 %, 2022-yilda rivojlanish dinamikasida tushish holati kuzatiladi 15 %. 2023-yilga kelib ushbu ko'rsatkich Rossiya, Ukraina munosabatlariga oid ma'lumotlar hisobiga 35 %ga ko'tariladi.

¹³// Fake News: The Most Important Statistics// <https://blog.gitnux.com/fake-news-statistics/>

Shu nuqtai nazardan feyk va dezinformatsiyaga oid yangiliklarning rivojlanishi hamda tarqalish tendensiyasi va ta'sirini o'rganish muhim ahamiyat kasb etadi.

XIII asrda "og'zaki nutq" usuli bilan tarqatilgan yolg'on ma'lumotlarni zamonaviy tadqiqotchilar "fake" yoki "fake-news" deb, atagan. "Fake" so'zi "Англо-русский синонимический словарь" (Ingliz-rus sinonimlari lug'ati) kitobida "soxta, qalbaki" degan ma'noni anglatadi. E.N.Shagalovning "Словарь новейших иностранных слов" (Eng yangi xorijiy so'zlar lug'ati)da ta'kidlanishicha, bu jargon neologizm bo'lib, "yolg'on, haqiqatga to'g'ri kelmaydigan, soxta, chalg'ituvchi" degan ma'noni anglatadi¹⁴. "Wikipedia" elektron qomusida "fake" atamasining ma'nosi "ijtimoiy axborot vositalarida va an'anaviy ommaviy axborot vositalarida noto'g'ri ma'lumotlarning yolg'onligi yoki atayin tarqalishi" deya keltiriladi¹⁵. Shunisi e'tiborli-ki, ushbu tushuncha turli xil Internet-resurslari tomonidan manbaga havola qilmasdan faol ravishda qo'llaniladi. 2018-yil iyun oyida Rossiya Federatsiyasi Jamoat palatasi komissiyasi axborot hamjamiyatini rivojlantirish, OAV va ommaviy kommunikatsiyalarni rivojlantirish bo'yicha "Internet tarmog'ida feyk ma'lumotlarni tarqalishi" bo'yicha davra suhbatini o'tkazdi, unda – "fake-news" jargon atamasi bilan umumiy qabul qilingan ta'rifni tushunish taklifi kiritildi, ya'ni bu ijtimoiy media va an'anaviy OAVda ma'lumotlarning yolg'onligi yoki noto'g'ri ma'lumotlarning atayin, moliyaviy yoki siyosiy foyda olish maqsadida, tarqatilishi"¹⁶. Yolg'on axborotning yana bir turi "information mistifikatsiya" iborasi hali aniq semantik ta'rifga ega emas. Ushbu so'z birikmasida asosiy atama "mistifikatsiya" tushunchasidir. A.P.Yevgeneva tomonidan tahrirlangan to'rt jildli "Словаря русского языка" (Rus tilining lug'ati)ning to'rtinchi nashri elektron versiyasiga ko'ra, bu atama fransuzcha "mystification" so'zidan kelib chiqqan. Misol uchun, "Словаря русского языка XVIII века" (XVIII asr rus tili lug'ati)da bu atama mavjud emas.

2017-yilda "Fake news" iborasi ingliz tilining izohli lug'atini tuzuvchilarga nazariy qarashlarida "Collins English Dictionary" iborasiga aylandi, chunki bu davrda uni ishlatish chastotasi 365 % 1 ga oshdi¹⁷. 2000-yilgacha feyk tushunchasi, asosan, vizual axborotga nisbatan qo'llanilgan. Bugungi kunga kelib quyidagi feyk turlarini ajratib ko'rsatish mumkin:

- kompyuter dasturlari orqali qayta ishlov berilgan soxta fotosuratlar;
- mavjud videolavhalar asosida qayta montaj qilingan videoroliklar;
- matnli yolg'on xabarlar;
- boshqa odamlar nomidan ijtimoiy tarmoqlarda ochilgan sahifalar¹⁸.

¹⁴ Шагалова Е.Н. Словарь новейших иностранных слов / Е.Н.Шагалова. – Москва: АСТ-ПРЕСС, 2017. – С. 121.

¹⁵ <https://ru.wiktionary.org/wiki/%D1%84%D0%B5%D0%B9%D0%BA>

¹⁶ Головацкая О.Е. Информационная экспансия как скрытая угроза информационного пространства и инструмент целенаправленного воздействия на целевую аудиторию (варианты трактовки термина и негативные последствия) // Коммуникология, 2018. Том 6. – № 3. – С. 116.

¹⁷ Ильченко С.Н. Фейк как политический формат в современной медиасреде // Гуманитарный вектор. Серия: История, политология, 2015. – № 3 (43). – С. 98.

¹⁸ Қосимова Н.С. Зиддиятли вазиятларда журналистика. Ўқув қўлланма. – Т., 2019. – Б. 158.

“Ijtimoiy tarmoqlardagi feyk axborot turlari, ko‘rinishlari va ularning ommalashuvi” deb nomlangan ikkinchi faslda ijtimoiy tarmoqlarning axborot oqimi va ommalashuv oqibatlari feyk yangiliklar ko‘rinishida ochib beriladi. Xususan, feyklar doimo ziddiyatlar asosida yaratiladi. Jahonda sodir bo‘layotgan urushlar, diniy va milliy ziddiyatlar, ichki siyosiy nizolarning barchasining asosida yolg‘on xabarlar yotib, ularni kelib chiqishiga turtki bo‘ladi. Masalan, rangli inqiloblarning sodir bo‘lishida muxolifat va uchinchi siyosiy tomonlar mavjud hukumatning “asl basharasi”ni xalqqa ko‘rsatish maqsadida internet hamda OAV orqali feyk xabarlar tarqatishdi. Rossiya va Ukraina o‘rtasidagi ziddiyatlar, Afg‘onistondagi kelishmovchiliklar, Suriyadagi nizolar, Iroqdagi urush yolg‘on xabarlar oqibatidir. **“Fake news”** atamasi ommaviy axborot vositalarini tanqid qilishda, masalan, AQSh prezidenti Donald Trampni, mamlakatning yadroviy qurol-yarog‘ini 10 marta oshirish yoki Rossiya Federatsiyasi prezidenti bilan til birlashtirish niyatlari haqida ma‘lumotlarni tarqalishini misol qilish mumkin. 2018-yilda xorij ommaviy axborot vositalarida “fake news” atamasi ko‘pincha AQSh prezidenti nomi bilan bog‘liq holda bosma va elektron nashrlarda qo‘llanilgan. Yangiliklar sifatida yashirilgan soxta xabarlarning ko‘pligi so‘nggi yillarda juda tanqidiy darajaga yetdi va bu hodisa jiddiy ilmiy tahlil talab qilmoqda.

Feyklar doimo ziddiyatlar asosida yaratiladi. Jahonda sodir bo‘layotgan urushlar, diniy va milliy ziddiyatlar, ichki siyosiy nizolarning barchasining asosida yolg‘on xabarlar yotib, ularni kelib chiqishiga turtki bo‘ladi. Masalan, rangli inqiloblarning sodir bo‘lishida muxolifat va uchinchi siyosiy tomonlar mavjud hukumatning “asl basharasi”ni xalqqa ko‘rsatish maqsadida internet hamda OAV orqali feyk xabarlar tarqatishdi.

2018-yilda xorijiy ommaviy axborot vositalarida “fake news” atamasi ko‘pincha AQSh prezidenti nomi bilan bog‘liq holda bosma va elektron nashrlarda qo‘llanilgan. Yangiliklar sifatida yashirilgan soxta xabarlarning ko‘pligi so‘nggi yillarda juda tanqidiy darajaga yetdi va bu hodisa jiddiy ilmiy tahlilga loyiqdir.

“Feyklarga qarshi kurashishda onlayn instrumentlarining ahamiyati” deb nomlangan uchinchi faslida mediasavodxonlik instrumentlari haqida so‘z boradi. Feyk yangiliklar asosan siyosiy yoki tijorat maqsadlarida jamoatchilik fikrini manipulyatsiya qilish uchun qo‘llaniladi. Biroq noto‘g‘ri hisobotlar, shuningdek, odamlarni tegishli veb-saytlarga a‘zo qilib reklamadan daromad olish maqsadida jalb qilish uchun klikbait (clickbait) ko‘rinishidagi shov-shuvli sarlavhalarning bir qismi sifatida ham qo‘llaniladi.

Storyful.com, FactCheck.org, PolitiFact.com yoki The Fact Checker kabi maxsus loyihalar va xizmatlar faktlarni tekshirish uchun juda qulay. Afsuski, ular ko‘proq ingliz tilida so‘zlashuvchi auditoriyaga mo‘ljallangan. Ammo ko‘p funksiyali vositalar ham mavjud. Xususan, feyk ma‘lumotlarni aniqlashda quyidagi fakt-checking instrumentlari auditoriyaga ma‘lumotlarni saralashga yordam beradi.

Eng oddiy yo‘li qidiruv tizimlariga (Yandex, Google) yangilik mavzusi yoki biror gapini kiritishdir. Suratlar – Google images yoki TinEye servislari yordamida tekshiriladi. Videoni skrinshot qilib, Google video orqali o‘tkazish. Shuningdek, TinEye dasturidan foydalanish. U Google video tamoyillari asosida ishlaydi.

Agarda feyk video Youtubeservisida joylashgan bo'lsa, siz Youtube ajratgan miniatyuralardan foydalanishingiz mumkin. Youtubedagi videoroliklar miniatyuralarini Youtube Data Viewer orqali tekshirish mumkin. Mazkur servis video qachon ijtimoiy tarmoqqa joylashtirilgan vaqti va kunini ham bilish imkonini beradi. Plugin InVIDni kompyuterga o'rnatib videolarni doimo tekshirish mumkin.

Shubhali videolarda ko'rsatilayotgan joy, intershumlar kadr ortidagi ovozga e'tibor bering. Agarda videoda birorta jug'rofiy obyekt ko'rsatilsa, uni Google Street View orqali tekshirib ko'rib, joyni aniqlash mumkin. Agarda videoning boshlang'ich ovozi ustiga boshqa ovoz yoki musiqa yozilgan bo'lsa (masalan qo'rqinchli) yoki logotip juda yorqin bo'lsa, mazkur video soxtalashtirilgan bo'lishi mumkin.

O'zbekistonda ham ilk marotaba Saidova Muhayyo rahbarligi ostida "Mediasavodxonlik uyi" tashkil etilgan bo'lib, aholi o'rtasida axborot xavfsizligini ta'minlash maqsadida media texnologiyalari va texnikasidan foydalanish, tanqidiy, mantiqiy fikrlash, axborotni filtrlash ko'nikmalarini shakllantirish, raqamli texnologiyalar savodxonligi, kino savodxonligini oshirish maqsadida tashkil etildi.

Bundan tashqari, yana bir katta loyiha "Media To'qayzor" USAID va Internews hamkorligida maktab o'quvchilari va axborot savodxonligini oshirish uchun Tatyana Golubtsova tomonidan ishlangan uslubiy mobil o'yin yaratildi.

Dissertatsiyaning "**Mediasavodxonlikni oshirishda kontent vizuallashtirish va freyming samarasi**" deb nomlangan uchinchi bobining birinchi "Vizual Kontent mediasavodxonlikni shakllantirishda samarali vosita sifatida" faslida kontent vizuallashtirishda mediamatnlar mediasavodxonlikni shakllantirishda samarali vosita ekanligi tadqiq qilingan.

Hozirgi kunda zamonaviy mediata'limning ajralmas qismi bo'lgan mediasavodxonlikning rivojlanishi axborot texnologiyalarini takomillashishi bilan emas, balki yangi ilmiy ta'limiy axborot manbalarining ko'payishi bilan belgilanmoqda. Yoshlarning bilim olishlarida MySQL, EBSCO, eLibrary, JSTOR, ProQues, Emerald kabi "ilmiy ta'limiy resurslardan oqilona foydalana olishlarini axborot almashinuvining ijobiy tomonlari sarasiga qo'shishimiz mumkin"¹⁹.

Jamiyat modernizatsiyalashuvi jarayonida mamlakat yoshlari o'rtasidagi axborot almashinuvi madaniyati barqaror rivojlanish tendensiyasini namoyon etadi. Yoshlarimizda axborot almashinish madaniyati hamda axborotdan unumli va tizimli tarzda foydalanish holatini bosqichma-bosqich sotsiologik tadqiq qilish, muammoni yechishni samarali yo'llari, vositalarini ishlab chiqish, taklif va tavsiyalar berish hayotiy zarurat ekanligidan dalolat beradi.

Insonning u yoki bu axborot kanaliga murojaat qilish maqsadi tushunarli. Tanlov xabarining to'laligi, manbaning ishonchliligi yoki qiziqarliligi va h.k. asosida qilinadi. Ammo bu yerda ham manbaning ishonchliligini chuqur o'rganish lozim.

¹⁹ Раҳимова Ш. Ёшларда ахборот алмашинуви маданиятини ривожлантириш истиқболлари // INFOLIB, 2020. – № 1. Ахборот-кутубхона журнали <https://einfolib.uz/>

“Onlayn makonda freyming va unga qarshi kurashishning samarali usullari” nomli ikkinchi faslida “freym” atamasi mohiyati va unga qarshi kurashish usullari haqida so‘z boradi. Freym mavzusi butun dunyo bo‘ylab nazariyotchilar tomonidan bir necha o‘n yillar davomida o‘rganilgan. G.Beytson, I.Xoffman, D.Shyon, M.Rayn, R.Benford, R.Shmidt, M.Kallon, D.Snou asarlarini bunga misol qilish mumkin. Zamonaviy rus tadqiqotchilari orasida V.S.Vaxshteyn asarlarida freymni qo‘llash jarayonlari chuqur nazariy tahlil qilingan²⁰. U freym nazariyasining rivojlanishida ikkita yo‘nalishni ajratib ko‘rsatadi: lingvo-kibernetik va sotsiolog-psixologik. Nazariyaning ikkala versiyasini shakllanishi bir-biridan mustaqil tarzda deyarli bir vaqtning o‘zida sodir bo‘ldi.

“Freym”, “Freyming”, “Freym tahlili” kabi tushunchalar mazmunida o‘zgarishlar shakllangan bo‘lib, ulardan foydalanish olimning ilmiy yondashuvi va ixtisosligiga bog‘liq. Kadrlar nazariyasi fanlararo va ko‘p qirrali bo‘lib, harakatning kontekstualizatsiyasini aktuallashtiradi. Kadrlar xabar kontekstiga nisbatan mustaqil bo‘lgan metakommunikativ shakllanish sifatida talqinini G.Beytson taklif qilgan: “Freym” atamasi ham ba‘zi bir harakatning tuzilishini ko‘rsatish uchun ham, kundalik muloqotning tarkibiy xususiyatlarini aniqlash uchun ham xizmat qiladi. I.Xoffmanning talqiniga ko‘ra, freyming ongli ravishda tuzilmaydi, balki bevosita aloqa jarayonida yuzaga keladi va rivojlanadi²¹.

Freyming tushuncha sifatida obyekt bilan o‘zaro ta‘sir qilishning taksonomik va aniq usullaridir. Freyming, boshqa tomondan, tadqiqotchilarni jarayonga yo‘naltirilgan qoidalarga ishora qiladi. Ixtisoslashgan adabiyotlarda bu ikki yondashuv kamdan-kam hollarda birlashtiriladi, ammo freymni kengroq ma‘noda tushunishda bunday talqinlar aralashmasi sodir bo‘ladi. Kadrlarni tahlil qilish, shuningdek, o‘rganish mavzusiga qarab, faqat bitta yondashuvga e‘tibor qaratishi mumkin.

Ko‘pincha *feyklar* OAVda targ‘ibot orqali tarqatiladi. Bunda biror bir zararli g‘oyalar ommaga ochiq oydin yoki hufyona tarqatiladi va ommalashtiriladi. Mashhurlarning o‘limi yoki shunga yaqin ma‘lumotlarni misol qilish mumkin.

Feyklarning yana bir usuli *ig‘vogarlikdir*. Bunda ma‘lum guruhlar va shaxslar tomonidan davlatning konstitutsion tuzumiga yoki qonuniy asoslariga qarshi harakatlarni amalga oshirishga qaratiladi. Hozirgi bosqichda maqsadga erishish uchun asosiy vositalar sifatida OAV va axborot-kommunikatsion texnologiyalardan foydalaniladi. Soxta va yolg‘on xabarlar tarqatish “sindromi”, asosan, muhim siyosiy voqealar arafasida, ayni kunlarda yirik rezonansga sabab bo‘layotgan mavzular atrofida “xuruj qiladi”. Feykning inson ongiga ta‘sirini quyidagi ma‘lumotlardan ham ko‘rish mumkin: 2016-yil dekabrda AQSH prezidenti saylovlaridan so‘ng 64 foiz so‘ralganlar yolg‘on xabarlar tufayli voqelik haqidagi fikrlari chalkashib ketgani qayd etgan, 24 foiz so‘ralganlar saylovdagi tanlovlari to‘g‘ri bo‘lganiga amin emasligi qayd etilgan, 23 foiz respondentlar esa

²⁰ Яноу Д., Ван Хульст М. Фреймы политического: от фрейд-анализа к анализу фреймирования Социологическое обозрение, 2021. – № 1-2. – С. 10.

²¹ Internet World States: [//www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)

ongli yoki ongsiz ravishda yolgʻon xabarlarini tarqatishda ishtirok etganlarini qayd etishgan²².

Tuhmat (boʻhton) usuli esa biror obyektни obroʻsizlantirish, shaʼnini bulgʻash maqsadida yolgʻon maʼlumotlarni tarqatish orqali qoʻllaniladi. “Yerqalampir, sarimsoqpiyoz, zanjabil koronavirusni davolaydi”. Faktcheker jurnalistlar eng koʻp olishgan feyklar sirasiga sarimsoqpiyoz, yerqalampir, zanjabil kabi mahsulotlarning koronavirusdan himoya qilishi haqidagi xabarlarini kiritishgan. JSST hech qanday oziq-ovqat mahsuloti virusdan himoya etmasligini maʼlum qildi. Davo sifatida tavsiya qilinayotgan ayrim mahsulotlar esa baʼzi odamlarda allergik reaksiya chaqirishi ham mumkin²³.

Shunga yaqin usullardan biri *diskreditatsiyalash* (obroʻsizlantirish)dir. Bunda omma orasida davlat rahbarlari, jamoat tashkilotlari, ayrim shaxslar obroʻsini, siyosiy yechimlar, tadbirlar ahamiyati salbiy nuqtai nazardan tushuntiriladi va ularga salbiy taʼsir koʻrsatiladi.

Qoʻshma Shtatlardagi navbatdagi prezidentlik saylov oldi kampaniyasi davrida nomzod Donald Tramp atrofida juda koʻp janjallar boʻlgan. Tadbirkor hayotidan yangi qiziq faktlarni nashr etishdan eʼtiborni chalgʻitish maqsadida milliy xavfsizlik boʻyicha maslahatchi lavozimiga nomzod Maykl Flinn ijtimoiy tarmoqda “Bolalar bilan jinsiy jinoyatlar” degan shov-shuvli sarlavha ostida demokratlarning faoliyatiga bagʻishlangan post eʼlon qiladi va shunday qilib u jamoatchilik eʼtiborini demokratik partiya aʼzolari atrofida tobora koʻpayib borayotgan janjalga qaratadi hamda Trampning axloqiy qiyofasi endi unchalik salbiy koʻrinmay qoladi. Keyinchalik bu xabar soxta ekanligi ayon boʻladi.

Omma diqqatini jalb etish ham samarali usullardan hisoblanadi. Bunda biror voqea, hodisa, ish yuzasidan huquqiy maʼlumot panada qoldiriladi va omma uchun keraksiz boʻlgan shov-shuvga sabab boʻladigan tadbirlar amalga oshiriladi. Bu usul odamdagi ijtimoiy dunyoqarashni asta-sekin oʻzgartirishga qaratilgan. Kavkaz xalqlarining Rossiya bilan koʻp asrlik va tinimsiz urushi haqidagi afsona tarqalmoqda. Nisbatan yaqin tarix faktlari ham buzilmoqda. Masalan, Ichkeriya veb-saytida joylashtirilgan maqolada quyidagicha yolgʻon berilgan edi: “Yangi Moskva paydo boʻlgunga qadar (1993-yil Konstitutsiyasi qabul qilinishidan oldin) 12 ta suveren davlat, jumladan, Checheniston Respublikasi ham tashkil topgan edi”²⁴. Bunday sanalar oʻyini va voqealar xronologiyasini buzish separatistlarga federal kuchlarning harakatlarini “bosqinchilik” sifatida tavsiflashga imkon beradi.

Mish-mish gaplarni tarqatish, yaʼni aslida mavjud boʻlmagan maʼlumotlarni tarqatish degani. Bu usul feyk tarqatuvchilar tomonidan davlat va jamiyatning biror bir sohasiga zarba berish maqsadida qoʻllaniladi:

“Firibgarlar ijtimoiy tarmoqlarda ommaviy ravishda xabarlar yuborishni boshladilar”;

²² Абдурахмонова С. Fake news: сохта хабарлардан қандай сақланиш мумкин? // <https://kun.uz/> 25 апрель

²³ Алимов.Б.Иккисидан бирини танланг: пандемиями ёки инфодемия?. // <http://beruniyalimov.uz/archives/896>

²⁴ Лебедева Е.Г. Фейковые новости как инструмент манипулятивного воздействия в медиасреде // Universum: филология и искусствоведение: электрон. научн. журн., 2021. – С. 81 // <https://7universum.com/ru/philology/archive/item/>

“Unda bepul “Telegram premium” obunasi ko‘rinishidagi mukofot taklif etilmoqda”;

“Yuborilgan botdagi havolaga kirishdan ehtiyot bo‘ling! Aks holda, telegram akkauntingiz va shaxsiy ma‘lumotlaringizni yo‘qotishingiz mumkin”;

“Bugun aksariyat yurtdoshlarimiz ushbu tuzoqqa tushishga ulgurishdi. Endi ularning akkauntlaridan ham tanishlariga tuzoqli xabarlar yuborilmoqda. Ogoh bo‘ling!”²⁵.

Fitnada biror bir ijtimoiy ahamiyatli maqsadga erishishida raqibni muvaffaqiyatsizlikka (mag‘lub bo‘lish) olib boruvchi yo‘lni tanlashga majburlanadi.

Inqirozli holatlarni boshqarishda avvaldan tanlab olingan shaxslarga yashirin tarzda ta‘sir o‘tkaziladi. Asosan, iqtisodiy va siyosiy sohalarga qaratilgan bo‘ladi.

Axborot manbasi, odatda, ijtimoiy ahamiyatga ega bo‘lgan (ya‘ni keng ommaga qiziq va kerak bo‘lgan) axborotga ega bo‘lgan shaxs yoki axborot tashuvchisi hisoblanadi.

“Feyk va dezinformatsiyani auditoriyaga ta‘sir qilishining zamonaviy texnologiyalari” deya nomlangan yakuniy uchinchi faslda statistik sotsiologik so‘rovnoma natijasida olingan ma‘lumotlar tahlil qilinadi. Xususan, bugungi kunda omma orasidagi mediasavodxonlikni rivojlantirish haqida so‘z borganda, ko‘pgina soha mutaxassislari 2022-yil 9-10-iyun kunlari Olmaota shahrida bo‘lib o‘tgan Mediasavodxonlik bo‘yicha xalqaro konferensiyada e‘tirof etilgan Finlyandiya tajribasiga alohida e‘tiborni qarata boshladilar. Finlyandiya Ta‘lim vazirligining Audiovizual media milliy instituti mediasavodxonlik bo‘yicha katta maslahatchisi doktor Lauri Palsa o‘zining “Raqqamli asrda barqaror tuzilmalar sari: ommaviy mediasavodxonlik siyosatini ishlab chiqish” mavzusidagi ochiq ma‘ruzasida mediasavodxonlik xususida quyidagilarni e‘tirof etadi: “Mediasavodxonlik insonning jamiyatda madaniy, ijtimoiy va demokratik ishtirokini ta‘minlovchi asosiy omildir. Mediasavodxonlik ko‘nikmasi himoyalani, yaxshi ish, farovonlik beradi va milliy xavfsizlikning kafolati hisoblanadi”²⁶. Ma‘ruzaning ta‘kidlashicha, Audiovizual media milliy instituti ham Yevropa, ham butun dunyoda mediasavodxonlik bo‘yicha yetakchi mamlakatlardan biriga aylangan Finlyandiya mediasavodxonlikni oshirishga hissa qo‘shayotgan tashkilot va shaxslarni qo‘llab-quvvatlash orqali mediasavodxonlikni rivojlantirishni muvofiqlashtiradi.

Tadqiqot orqali internetdan foydalanuvchilar auditoriyasi kengayishi bilan bog‘liq talaba-yoshlarning axborot olish jarayonida kechayotgan o‘zgarishlarni, shuningdek, feyk va dezinformatsiyaga qarshi mediasavodxonlik darajasini o‘rganishni maqsad etdik. Buning uchun anketa so‘rovi usulidan foydalanish. Unga ko‘ra, 18-30 yoshgacha bo‘lgan talaba-yoshlar obyekt sifatida tanlandi.

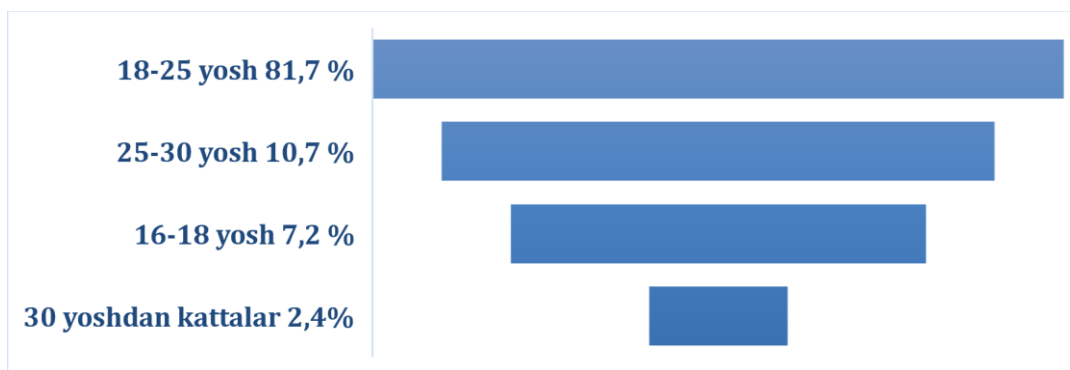
O‘zbekiston davlat jahon tillari universiteti 2022-yil noyabr, dekabr oralig‘ida “UzSWLU.uz” telegram kanalida talabalarning mediasavodxonlik darajasini aniqlash maqsadida 7 ta savoldan iborat so‘rovnoma o‘tkazildi. Ta‘kidlash joizki,

²⁵// <https://sangzor.uz/mediasavodxonlik/> 2022, 17-noyabr.

²⁶Махмудов Н. Медиааводхонлик қандай тарғиб қилинади? Финландия тажрибаси <https://newreporter.org/uz/2022/06/30/>

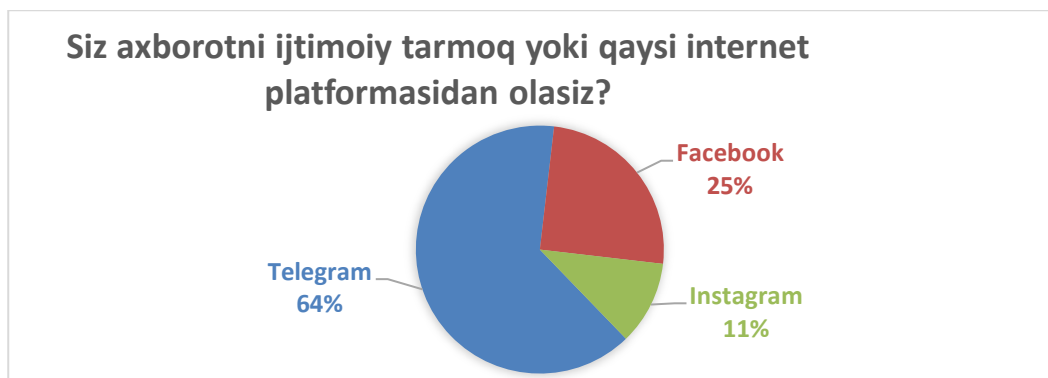
bugungi kunda ushbu saytda kuzatuvchilar soni 20000ga yaqin tashkil qiladi. Sundan faol foydalanuvchilar qatlami aksariyati o'qituvchi va talabalarni tashkil qiladi. Kundalik kuzatuv natijalari o'rtacha 6690 nafarni tashkil qiladi. Tadqiqotimiz doirasida o'tkazilgan so'rovnomada 1300 nafar kuzatuvchi faol ishtirok etdi.

Yosh kesimida 18-25 yoshlilar 81,7 foiz asosiy qismni tashkil etadi. 16-18 yoshdagilar 7,2 foiz, 25-30 yosh oralig'idagilar 10,7 foiz, 30 yoshdan kattalar 2,4 foizni tashkil etdi.



2-rasm. So'rovnomada ishtirok etgan auditoriya yosh statistikasi.

“Siz axborotni ijtimoiy tarmoq yoki qaysi internet platformasidan olasiz”, degan savolga respondentlarning 64 foizi telegram, facebook, 25 foizi hamda 11 foizi instagram orqali uzatilayotgan axborot manbalarini kuzatishini ma'lum qilgan.



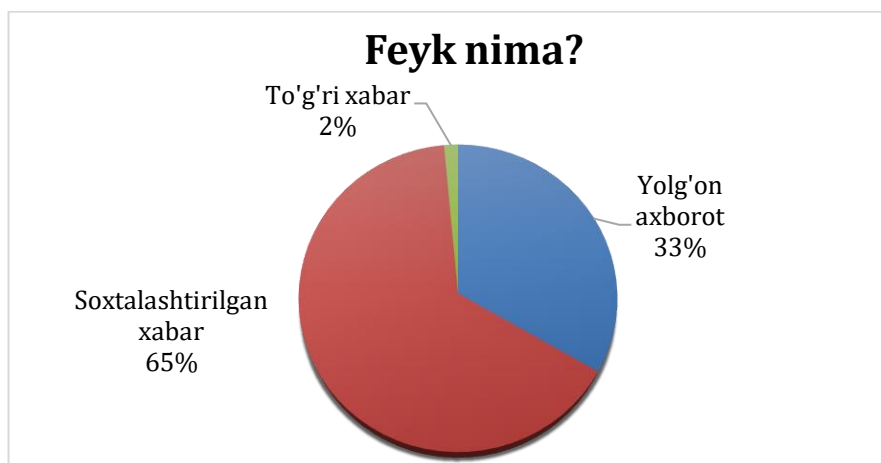
3-rasm. Savollar natijasi statistikasi

Bundan ko'rinadiki, “Telegram” orqali uzatilayotgan xabarlar ko'lami auditoriyaning katta qismi uchun ahamiyatli hisoblanadi. Chunki mazkur platforma davlat tizimida ish yuritishda yetakchi vosita vazifasini bajarishi bilan birga, tezkor axborot oqimiga ham ega.

“Facebook” ijtimoiy tarmog'i, asosan, fikrlar jurnalistikasini eslatadi. Ushbu tarmoq orqali foydalanuvchilarning voqeyliklarga nisbatan shaxsiy munosabatini o'rtoqlashish minbariga aylantirgan ham deyish mumkin. Aksariyat kuzatuvchilarning fikriga ko'ra, xalqaro hamda mahalliy yangiliklarning eng dolzarb muhokamaga sababchi bo'layotganlarini mazkur ijtimoiy tarmoqdan bilish mumkin.

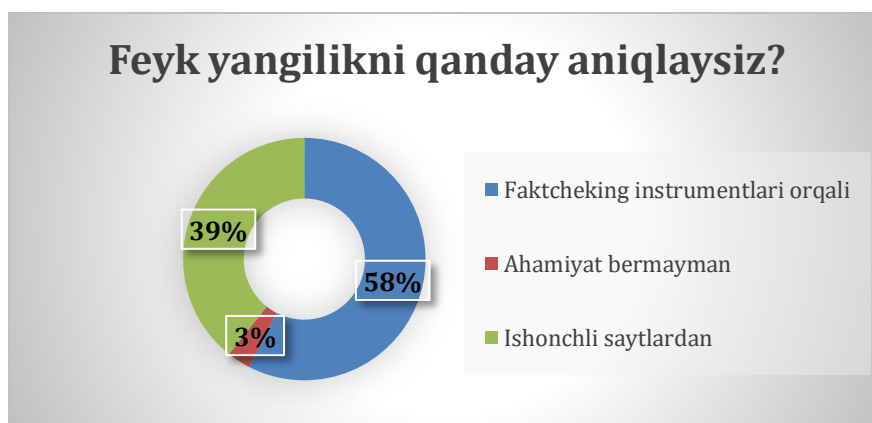
“Instagram” o‘zing qiziqarli va ommabop eng yaxshi videolentasi hamda bir qancha qulay imkoniyatlari bilan kuzatuvchilarning virtual hordiq chiqarish maskaniga aylangan. Bu tarmoq so‘rovnomada eng kam foizni tashkil qilishga ko‘ra, axborot olishdan ko‘ra, ko‘proq madaniy hordiq chiqarish, ko‘ngil ochish uchun mo‘ljallangan degan xulosani beradi.

So‘rovnomada hozirgi media-makonda talaba-yoshlar feyk va dezinformatsiya tushunchasi haqida bilimlarini teshirish maqsadida “Feyk nima?” degan savolimizga 33 foiz respondent “yolg‘on axborot” deya javob berdi. Shuningdek, 65 foiz respondent feyk deganda “soxtalashtirilgan xabar” degan tushunchani qayd etgan bo‘lsa 2 foiz ishtirokchilar to‘g‘ri xabar degan javobni belgilagan.



4-rasm. “Feyk nima?” savoliga javoblar statistikasi.

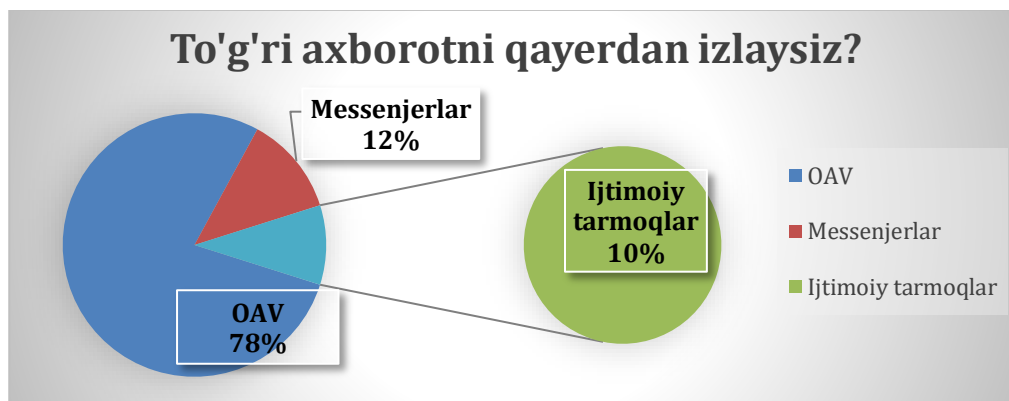
“Feyk yangiliklarni qanday aniqlaysiz?” degan savolga 58 foiz respondent “faktcheking instrumentlari orqali” deya javob bergan bo‘lsa, 39 foiz ishitrokchi “ishonchli saytlardan” hamda 3 foiz respondent “ahamiyat bermasligini” ma’lum qilgan.



5-rasm. “Feyk yangiliklarni qanday aniqlaysiz?” savoliga javoblar statistikasi.

Mazkur savol talaba-yoshlarning feyk yangiliklarni aniqlash usullari haqida bilimlarini o‘rganish maqsadida tashkil qilingan bo‘lib, yakuniy natijalarga ko‘ra feyk yangiliklarni aniqlash bo‘yicha kompetentlik yaxshi shakllanganligini ko‘rsatdi.

“To‘g‘ri axborotni qayerdan izlaysiz?” degan navbatdagi savolimizga 78 % respondent “OAV”dan izlashini, 12% “messenjerlardan” hamda 10 % ishtirokchi “ijtimoiy tarmoqlardan” izlashini ma‘lum qilgan. Auditoriyaning asosiy qismi ijtimoiy tarmoqlar orqali axborot olishi ijtimoiy tarmoqlarning axborot tarqatish va siyosiy fikrni qutblashtirishdagi rolini anglashi hamda tanqidiy fikrlashga asoslangan raqamli ko‘nikmalarni egallashi zarurligini ko‘rsatadi.



6-rasm. “To‘g‘ri axborotni qayerdan izlaysiz?” savoliga javoblar statistikasi.

Yuqorida o‘tkazilgan so‘rovnoma yakuniy natijalariga ko‘ra, oliy ta‘lim tizimida “Mediasavodxonlik asoslari” fanini joriy etish va shu orqali talaba-yoshlarning axborot saralash qobiliyatini shakllantirish lozim.

Mediasavodxonlik siyosatini ishlab chiqishda uning ko‘lami, maqsadlari va istiqboli turlicha bo‘lishini yodda tutish kerak. Masalan, mediasavodxonlik siyosati xalqaro va milliy shakllarda uchraydi. Mediasavodxonlik siyosati davlat dasturining bir qismi ham bo‘lishi mumkin. Mediasavodxonlikni sohalar kesimida ko‘rsa bo‘ladi, masalan, kutubxonalar, ta‘lim va yoshlar bilan ishlashdagi mediasavodxonlik kabi. Bundan tashqari, hududiy darajadagi mediasavodxonlik siyosati ham bo‘lishi mumkin. Demak, mediasavodxonlik, jumladan, munisipalitetlar darajasida turli shakllarda, ya‘ni tadqiqotlar, so‘rovlar, intervyular, saytlarni ishlab chiqish, maslahatlar shakllarida ham targ‘ib qilinadi.

Odamlarning ongiga eng muhim ta‘sir media vositalarining quyi tizimi bo‘lgan ommaviy axborot vositalari tomonidan amalga oshiriladi. Ular jamoatchilik fikrini shakllantirishga ochiq-oydin va xufyona ta‘sir ko‘rsatish usullaridan foydalanadilar. Amaliyot shuni ko‘rsatadiki, shulardan eng ko‘p ishlatiladigani bu odamlar ongini manipulyatsiya qilish va umumiy aholini noto‘g‘ri ma‘lumot bilan ta‘minlashdir. Ommaviy axborot vositalari o‘z amaliyotida qasddan freyminglash mexanizmidan foydalanadimi yoki yo‘qmi, rivoyatlar har qanday holatda ham voqea sifatida hikoya qilishning protsessual xususiyati tufayli o‘zgartirilishi mumkin.

XULOSALAR

Dissertatsiya ishi mavzusining tadqiq etilishi natijasida quyidagi xulosalarga kelindi:

*Birinchi*dan, mediasavodxonlik – bu dezinformatsiya va soxta ma’lumotlarga qarshi kurashishda insonning asosiy kompetensiyalaridan biri bo‘lib, u axborotni tahlil qilish, tanqidiy tushunish, uning ishonchliligini baholash va ommaviy axborot vositalari tomonidan tarqatilgan matnlar va qadriyatlarini sharhlash imkonini beradigan bilim va ko‘nikmalar to‘plamidir. Mediasavodxonlik yordamida xabarda senzura, noxolis va biryoqlama taqdimot belgilarini yaqqol ko‘rish, mediamatnlar va ularning mualliflarining siyosiy, ijtimoiy, tijoriy va madaniy maqsadlarini aniqlash mumkin.

*Ikkinchi*dan, konseptual apparatni tahlil qilish natijasida fanda ushbu tadqiqot uchun asos bo‘lgan “mediasavodxonlik” tushunchasining umumiy qabul qilingan ta’rifi hali mukammal uzul-kesil ishlab chiqilmaganligi, “media ta’lim” va “mediasavodxonlik” kategoriyalari ko‘pincha chalkashtirilayotgani aniqlandi. Natijada, ishda yuqoridagi ta’riflarga oydinlik kiritilib, “mediasavodxonlik” tushunchasi avval bo‘lgani kabi bilvosita belgilar orqali emas, balki nasl-turga mansublik orqali shakllantirildi. Bugungi kunda butun dunyoda soxta yangiliklar keng tarqalgan. Mazkur turdagi yangiliklarga ommaviy axborot vositalari: televideniye, radio, matbuot, axborot saytlari, shuningdek, ijtimoiy tarmoqlar va messengerlar, videoxostinglar orqali tarqatiladigan ataylab soxtalashtirilgan yoki uydirma ma’lumotlar kiradi. Fotosuratlar yoki videolar bilan qo‘llab-quvvatlanadigan feyk yangiliklari jamiyatga ta’sir qilishning eng samarali vositalaridan biri ekanligini tasdiqladi. Mamlakatimizda faktcheking saytlarini ko‘paytirish va moliyalashtirish, ularni zamonaviy talablariga moslashtirish maqsadga muvofiq.

*Uchinchi*dan, feyk xabarlar (fake news) turli xil tabiat va maqsadlarga ega bo‘lishi mumkinligi isbotlangan. Ishonchsizligi va shov-shuvli bo‘lishiga qaramay, bu turdagi ma’lumotlar doimo jamiyat a’zolarining ma’lum bir qismi e’tiborini tortadi. Ko‘p hollarda haqiqiy faktlarni soxtalaridan ajratish qiyinligi asoslab berilgan. Biroq, ishda tahlil qilingan va taqdim etilgan “mediasavodxonlik” tamoyillari va vositalari (faktcheking, fake news matn markerlari va boshqalar) yordamida har bir kishi yangilikni ishonchliligi uchun mustaqil ravishda tahlil qilish imkoniyatiga ega.

*To‘rtinchi*dan, o‘rganishlar natijasida, mediani qabul qilish modellarida muhim o‘zgarishlar sifatida quyidagilarni ajratildi: media mahsuloti ma’nosini idrok etishda verbal kontentga axborotning vizual komponentining transformativ ta’siri; ijtimoiy tarmoqlardagi ma’lumotlarni iste’molchilar tomonidan ma’qullash elementlari (layklar, repostlar, sharhlar) bilan mustahkamlash natijasida ularga nisbatan tanqidiy munosabat darajasining pasayishi; media materiallarni auditoriya tomonidan qabul qilishning kross-media xususiyati ustuvorligi; bolalar va o‘smirlarning media muhitiga kirishi yengilashayotganligi va h.k. Shundan kelib chiqib, O‘zbekiston Respublikasida soxta axborotlarni tarqatish va dezinformatsiyaga qarshi tegishli huquqiy-meyoriy hujjatlar, maxsus qarorlar qabul qilinib, ushbu o‘ta salbiy jarayonni huquq-tartibot organlari tomonidan qattiq nazorat qilish, OAV va turli ijtimoiy tarmoqlarda feyk ma’lumotlar oqimining oldini olish maqsadida maxsus qonun qabul qilish, mavjud qonunchilikni esa takomillashtirish zarur.

Beshinchidan, media va axborot savodxonligi, ayniqsa, O‘zbekistonda, demokratik davlat barpo etishning muhim omili ekanligi tasdiqlandi. Mediasavodxonlik har qanday (to‘g‘ri va soxta) axborotga nisbatan tanqidiy yondashuv, uni tahlil qilish, boshqa manbalar bilan solishtirish, taqqoslash va bu haqida mustaqil xulosalar chiqara olish kabi muhim ko‘nikmalarga ega bo‘lishni taqozo etadi. Shunday ko‘nikmalar zamonaviy axborot urushlari va axborot xurujlariga qarshi tura olish yoki ularning oldini olishda asosiy ahamiyat kasb etadi. Feyk va dezinformatsiyalardan himoyalashda OAV xodimlari uchun mediasavodxonlikning vosita va usullari orasida nashrdan oldingi tekshiruv, ya‘ni *pre-fakt* yo‘lini qo‘llash tavsiya etiladi. Bunday holda, tekshirishdan oldin, tekshirilayotgan faktlarning konteksti va asosiy ma‘lumotlariga e‘tibor qaratish lozim.

Oltinchidan, ishda dezinformatsiya va soxta yangiliklarga qarshi kurashish usullaridan biri mediasavodxonlikni oshirish, uning tamoyillari va texnologiyalarini o‘rgatish ekanligi isbotlangan. AQSH, Yevropa va Osiyo mamlakatlaridagi mediasavodxonlik bo‘yicha ta‘lim amaliyotining tahlili Finlyandiyada qo‘llanilgan mediasavodxonlikni o‘qitish tajribasini mamlakatimiz uchun eng maqbul ekanini aniqlash imkonini berdi. Barqaror demokratiya va farovon jamiyat uchun muhim vosita sifatida mediasavodxonlikni targ‘ib qilish Finlyandiyada butun jamiyatni qamrab oladi. Mediasavodxonlik bo‘yicha o‘quv dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirishda turli jamoat tashkilotlari, jumladan maktablar, kutubxonalar, davlat idoralari, universitetlar va nodavlat tashkilotlar ishtirok etmoqda. Mediasavodxonlik bo‘yicha ta‘lim Finlyandiya o‘quv dasturida bolalar bog‘chasidan boshlab to butun hayot davomida mavjud. Mediasavodxonlikni O‘zbekistonda rivojlantirish borasida alohida konsepsiyani ishlab chiqish maqsadga muvofiq.

Yettinchidan, tadqiqotda zamonaviy jamiyatda ommaviy axborot vositalari bilan yanada malakali va xavfsiz muloqot qilish zarurati, ularni to‘g‘ri qabul qilishni o‘rganish, nafaqat an‘anaviy bosma va elektron ommaviy axborot vositalari bilan, balki ommaviy, shaxsiy va kompyuter aloqalarining barcha yangi texnologiyalari bilan ishlash ko‘nikmalarini egallash, “mediamakon”da ishonch bilan harakatlana olishni taqozo etishi asoslab berildi. Gumanitar kibertexnologiyalar, media kommunikatsiyalar, mediasavodxonlik va mediata‘lim, shuningdek, media xavfsizligi sohasida ilmiy tadqiqotlarni faollashtirish maqsadga muvofiqdir. Bizning fikrimizcha, memetika, media psixologiyasi, umuman zamonaviy jamiyat aksiologiyasi, xususan, yoshlar sohasidagi tadqiqotlar istiqbolli bo‘lishi mumkin.

Sakkizinchidan, tadqiqot obyektni o‘rganish jarayonida biz O‘zbekistonda va xorijda dezinformatsiya va tashviqotdan himoya qilish bo‘yicha qonun hujjatlarini qo‘llash amaliyotini o‘rganib chiqdik, natijada davlatimiz dunyoning yetakchi davlatlaridan ushbu masala bo‘yicha huquqiy sohada biroz ortda qolmoqda, degan xulosaga kelindi. Bizning fikrimizcha, bunday qonun loyihalari soxta yangiliklarga qarshi tezroq va konstruktiv tarzda kurashish imkonini beradi. Feyklar va dezinformatsiyaga qarshi kurashishda mediasavodxonlikning o‘zi yetarli emas. Jamiyatni parokandalikka olib keluvchi buzg‘unchi ma‘lumotlarni tarqatuvchilarni

huquqiy javobgarlikka tortish, ularning faoliyatiga chek qo'yish, bu borada jahonda to'plangan ilg'or yuridik tajribalarni keng targ'ib etish zarur.

To'qqizinchidan, internet, ayniqsa ijtimoiy tarmoqlar "feyk yangiliklar" va dezinformatsiyani tarqatish uchun qulay va xavfsiz makonga aylangani sabab jahon miqyosida soxta, yolg'on axborotga qarshi kurashishda ommaviy axborot vositalarda yoritilayotgan faktlarni, ijtimoiy tarmoqlar kontentini tekshirish, jurnalist va blogerlarning mediasavodxonligini oshirish, onlayn zo'ravonlikka qarshi kurashish axborot sohasida o'z yechimini kutayotgan dolzarb muammoga aylangan. Ushbu masalalar yaqin kelajakda o'z yechimini topmasa hamda jahon axborot tamadduni shakllanishidagi hozirgi vaziyat barqaror tendensiya sifatida saqlanib qolsa, axborot urushi axborot jamiyati tashabbuskorlari va yetakchilari qo'lida asosiy qurolga aylanib qolishi mumkin. Ishonchli ijobiy media-mahsulot yaratish uchun tarmoq makonining mahalliy segmentidan unumli foydalanish, media iste'molchilarni, xususan yoshlarni, ijtimoiy yo'naltirilgan, ma'rifiy va ta'limiy kontentga jalb qilish maqsadida yangi texnologiyalarni qo'llash darkor. Bu esa nafaqat mediani qabul qilish va ularni ishlab chiqarish madaniyatini, balki ijodiy qadriyatlar tizimi shakllanishiga hamda dunyodagi xodisalarni to'g'ri anglashishga yordam beradi.

Xususan, "Mediasavodxonlik – internet OAVdagi feyk va dezinformatsiyalardan himoya qilish vositasi sifatida" mavzusidagi tadqiqotimiz doirasida olingan xulosalariga muvofiq quyidagi taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi:

1. Global axborot oqimi avj olgan ayni vaqtda mamlakatimizda aholining media bilan aloqadorligi va mental xususiyatlarini inobatga olgan holda mediasavodxonlikni O'zbekistonda rivojlantirish borasida Konsyepsiya ishlab chiqish maqsadga muvofiq.

2. Feyklar va dezinformatsiyaga qarshi kurashishda mediasavodxonlikning o'zi yetarli emas. Jamiyatni parokandalikka olib keluvchi buzg'unchi ma'lumotlarni tarqatuvchilarni huquqiy javobgarlikka tortish, ularning faoliyatiga chek qo'yish, bu borada jahonda to'plangan ilg'or yuridik tajribalarni keng targ'ib etish zarur.

3. O'zbekiston Respublikasida soxta axborotlarni tarqatish va dezinformatsiyaga qarshi tegishli huquqiy-me'yoriy hujjatlar, maxsus qarorlar qabul qilinib, ushbu o'ta salbiy jarayonni huquq-tartibot organlari tomonidan qattiq nazorat qilish, OAV va turli ijtimoiy tarmoqlarda feyk ma'lumotlar oqimining oldini olish maqsadida maxsus qonun qabul qilish, mavjud qonunchilikni esa takomillashtirish zarur.

4. Mamlakatimizda faktcheking saytlarini ko'paytirish va moliyalashtirish, ularni zamon talablariga moslashtirish maqsadga muvofiq.

5. Feyk va dezinformatsiyalardan himoyalashda OAV xodimlari uchun mediasavodxonlikning vosita va usullari orasida nashrdan oldingi tekshiruv, ya'ni *pre-fakt* yo'lini qo'llash tavsiya etiladi. Bunday holda, tekshirishdan oldin, tekshirilayotgan faktlarning konteksti va asosiy ma'lumotlariga alohida e'tibor qaratish lozim.

6. Mamlakatimizda mediasavodxonlikni oshirishda xorijiy davlatlar, asosan Finlyandiya tajribasidan foydalanish darkor. Mediasavodxonlik maqsadli, tizimli va inson hayoti davomida amalga oshirilishi kerak.

7. Gumanitar kibertexnologiyalar, media kommunikatsiyalar, mediasavodxonlik va media ta'lim, shuningdek, media xavfsizligi sohasida ilmiy tadqiqotlarni faollashtirish maqsadga muvofiqdir. Bizning fikrimizcha, memetika, media psixologiyasi, umuman zamonaviy jamiyat aksiologiyasi, xususan, yoshlar sohasidagi tadqiqotlar istiqbolli bo'lishi mumkin.

8. Ishonchli ijobiy media-mahsulot yaratish uchun tarmoq makonining mahalliy segmentidan unumli foydalanish, media iste'molchilarni, xususan yoshlarni, ijtimoiy yo'naltirilgan, ma'rifiy va ta'limiy kontentga jalb qilish maqsadida yangi texnologiyalarni qo'llash darkor. Bu esa nafaqat mediani qabul qilish va ularni ishlab chiqarish madaniyatini, balki ijodiy qadriyatlar tizimi shakllanishiga hamda dunyodagi xodisalarni to'g'ri anglashishga yordam beradi.

**РАЗОВЫЙ НАУЧНЫЙ СОВЕТ DSc.03/30.12.2019.Fil.27.01
ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ УЗБЕКСКОМ
ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ**

**УЗБЕКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ МИРОВЫХ
ЯЗЫКОВ**

МАХМУДОВА МАФТУНА ХАМЗА КИЗИ

**МЕДИАГРАМОТНОСТЬ КАК СРЕДСТВО ЗАЩИТЫ ОТ ФЕЙКОВ И
ДЕЗИНФОРМАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-СМИ**

10.00.09 – Журналистика (филологические науки)

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам**

Ташкент – 2024

Тема диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии Республики Узбекистан за №.B2022.2.PhD/Fil2678.

Диссертация выполнена в Узбекском государственном университете мировых языков.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекский, русский, английский (резюме)) размещен на веб-странице Научного совета (www.uzswlu.uz) и на информационно-образовательном портале «ZiyoNet» по адресу (www.ziyo.net.uz).

Научный руководитель: Косимова Наргис Суннат кизи
доктор филологических наук (DSc), профессор

Официальные оппоненты: Маматова Якута Мухаммеджановна
доктор филологических наук, профессор

Нуритдинова Мадина Чориевна
доктор философии по филол. н. (PhD)

Ведущая организация: Каракалпакский государственный университет
имени Бердака

Защита диссертации состоится «26» апрель 2024 года в 13⁰⁰ часов на заседании разового Научного совета DSc.03/30.12.2019.Fil.27.01 по присуждению ученых степеней при Узбекском государственном университете мировых языков (Адрес: 100138, город Ташкент, Учтепинский район, улица Кичик халка йули, дом 21А. Тел.: (+99871) 230-12-91; факс: (99871) 230-12-92; e-mail: uzswlu_info@mail.ru)

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Узбекского государственного университета мировых языков (зарегистрировано за № 2). Адрес: 100138, город Ташкент, Учтепинский район, улица Кичик халка йули, дом 21А. Тел.: (+99871) 230-12-91; факс: (+99871) 230-12-92.

Автореферат диссертации разослан «13» апрель 2024 года.
(Реестр протокола рассылки № 2 от «13» апрель 2024 года).



Г.Х. Бакиева
Председатель разового Научного совета по присуждению ученых степеней, доктор филологических наук, профессор

Х.Б. Самигова
Ученый секретарь разового Научного совета по присуждению ученых степеней, доктор филологических наук, профессор

Х.А. Саидов
Председатель научного семинара при разовом Научном совете по присуждению ученых степеней, доктор филологических наук, профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. В результате развития современной техники и технологий в мировом медиапространстве ускоряется поток информации, облегчается процесс обмена информацией между людьми, ускоряется опережающее развитие сферы журналистики. Обеспечение информационной безопасности и кибербезопасности в стране, осознанная реализация прав на получение достоверной и полной информации, актуальности и необходимости медиаграмотности в борьбе с фейками и дезинформацией, в частности, имеет важное значение формирование информационной культуры молодежи.

Проводятся научные исследования с целью определения факторов стремительного развития мировой веб-индустрии и ее проникновения во все сферы жизни человека, ожесточенной информационной атаки на глобальную сеть и дальнейшего роста политических, экономических и межкультурных коммуникаций, принципов увеличения информационно-психологического воздействия медиа. Защита от информационных манипуляций в современных медиасреде, значение медийной и информационной грамотности в обеспечении информационной безопасности, цифровые технологии, проблема кибербезопасности, развитие навыков фильтрации и проверки информации, семантический и сетевой анализ фейковых новостей, оценка риторической структуры строй и облик в речи, а также научное обоснование причин появления социальных сетей, ставших популярными среди общественности, становятся все более важными.

В Узбекистане ведется широкомасштабная научно-исследовательская работа по формированию конструктивно-психологических основ повышения медиаграмотности в обеспечении информационной безопасности, разработке конструктивного механизма самозащиты личности от **фейков и дезинформации**, то есть психологической безопасности, являющейся инструментом национально-духовного и культурного наследия. «Следует отметить, что Интернет – самое быстрое средство информации, все глубже проникает в нашу жизнь. В настоящее время количество сайтов и информационных порталов с Uz. доменом в глобальной сети превысило 400, большинство из них работают на иностранных языках, и примечательно, что в этом направлении формируется новое поколение креативных интернет-журналистов»¹. Соответственно, важно повысить медиаграмотность индивида против фейков и дезинформации в интернет-СМИ.

Данное диссертационное исследование в определенной степени служит для реализации задач, поставленных в таких законах Республики Узбекистан, как «О кибербезопасности», «О сохранении государственной тайны», «О персональных данных», «Об информатизации», в Указах Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 года № УП-60 «О стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы», от 5 октября 2020 года

¹ Mirziyoyev Sh. Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlari kuni munosabati bilan mamlakat Prezidentining soha vakillariga tabrigi. 27.07.2019. //uza.uz/

№ УП-6079 «Об утверждении стратегии «Цифровой Узбекистан-2030» и мерах по ее эффективной реализации», от 2 февраля 2019 года № УП-5653 «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию информационной сферы и массовых коммуникаций», а также в Постановлении от 5 сентября 2018 года № 707 «О мерах по совершенствованию информационной безопасности во всемирной информационной сети интернет» и в других нормативно-правовых документах, относящихся к данной деятельности.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики. Диссертация выполнена в рамках приоритетного направления развития науки и технологий республики и инновационного развития I. «Формирование системы инновационных идей и пути их реализации в социальном, правовом, экономическом, культурном, духовном и образовательном развитии информационного общества и демократического государства».

Степень изученности проблемы. Данную проблему глубоко изучали узбекские и зарубежные ученые в области педагогики, информационных технологий и журналистики. Ряд исследователей вели научную работу по вопросам массового медиаобразования и медиаграмотности в Узбекистане. Феномен информации, философские основы, классификация социальной информации, необходимость медиаобразования в нашей стране, первые концепции медиаграмотности, возникновение фейковых новостей, содержание и перспективы развития культуры информационного обмена среди молодежи, изучались в научных трактатах и статьях Х.Дустмухаммада, Ф.А.Муминова, Н.С.Косимовой, К.Ф.Исмаиловой, А.Н.Нурматова, М.Мирсагатовой, Н.Муротовой, Н.Тошпулатовой, Б.Намозова, М.Файзиёвой, Ш.Шарофиддинова, С.Джумановой² и других.

Русские исследователи О.Е.Воронова, А.С.Трушин, С.Жаботинская, М.О.Зянова, С.Н.Ильченко, О.Иссерс, М.А.Комиссаров, Е.Г.Лебедева, А.В.Манойло, М.Д.Молина, С.С.Распопова, А.Смирнов, А.П.Суходолов, А.Н.Туллубекова, А.В.Федоров, Л.М.Землянова, А.Короченский, М.М.Павликова и другие³ исследовали источники угроз в сфере информационной безопасности.

² Дўстмухаммад Х. Ахборот мўъжиза, жозиба, фалсафа, Т.: Янги аср авлоди, 2013; Мамадова Я.М., Сулайманова С.Н. Ўзбекистон медиатаълим тараққиёти йўлида. Ўқув қўлланма.–Т.: Extremum-press, 2015; Медиа ва ахборот саводхонлиги. Педагоглар учун методик қўлланма. Тузувчилар: Б. Намазов, М. Файзиёва, Ғ. Джалилов. Т.: Vaktria press, 2018; Муротова Н.Ф, Тошпўлатова Н.К., Алимова Г.Б. Fake news: медиада дезинформация. Журналистика ва коммуникация йўналишлари талабалари учун қўлланма.Т.:Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи; 2020; Исмаилова.К.Ф. Медиаобразование в Узбекистане:тенденции, проблемы, перспективы/ Ўзбекистонда хорижий тиллар. №6. 2016. – С.122-127; Н.Косимова. Медиаэкология: ахборий муҳитнинг софлиги масалалари. <http://nargis.uz/?p=2573>; Раҳимова Ш. Ёшларда ахборот алмашинуви маданиятини ривожлантириш истиқболлари// Infolib, №1, 2020. Мо'aminov F. Baratov.Sh va boshqalar. Ochiq axborot tizimlarida axborot-psixologik xavfsizlik. Yangi asr avlodi., 2013.

³ Воронова О.Е. Трушин А. С. .Функции фейков в современных информационных войнах.// <https://histrf.ru/magazine/article/>. Жаботинская С. Исследователи определили семь типов фейковых новостей.// <https://naked-science.ru/article/media/issledovateli-opredelili-sem-tipov-fejkovyh-novostej>. Зырянова М.О. Способы противодействия распространению фейковой информации.// cyberleninka.ru. - С. 3. Ильченко С. Н. Как нас обманывают СМИ: манипуляция информацией. Питер, 2019. - С. 295. Иссерс. О. Медиафейки: между правдой и мистификацией Р. № 2. 2014.- С. 118. Комиссаров.М.А. Проблема распространения недостоверной информации в СМИ и социальных медиа// Тезисы к выступлению на 20-й Центрально-

Ряд немецких ученых, таких как С. Ауфенангер, М. Варшауэр, Д. Сус, Б. Бахмайер, Д. Шпанхель⁴, в своих трактатах и кандидатских диссертациях говорят о роли медиаобразования в предотвращении медиаграмотности.

Такие ученые, как Д. Оберг, С. Ингвальдсен, М. Лининг, А. Гриззл, П. Мор, М. Дезуанни, С. Стэн, К. Уилсон, Ф. Бэнд, Ч. Зонума, Дж. Сингх, П. Керр, Е. Гамбургер, А.Сильверблатт, Дж.Ферри, Б.Финан, Н.Стивенсон⁵, проводили исследования по современной трактовке медиаинформационной грамотности.

В этих исследованиях роль и значение медиаграмотности в борьбе с кибертерроризмом, фейками и дезинформацией в интернете не изучались специальным образом.

Связь диссертационного исследования с научно-исследовательскими работами высшего образовательного учреждения, где выполнена диссертация. Диссертационная работа выполнена в соответствии с научно-исследовательским планом Узбекского государственного университета мировых языков в рамках инновационного проекта № I-204-4-5 на тему «Создание виртуальных ресурсов по англоязычным предметам специальности на основе информационно-коммуникационных технологий и их внедрение в учебный процесс».

Азиатской Конференции СМИ “Будущее журналистики”. // <https://www.osce.org/representative-on-freedom-of-media>. Лебедева Е.Г. Фейковые новости как инструмент манипулятивного воздействия в медиасреде // *Univsum: филология и искусствоведение : электрон. научн. журн.* 2021. – С. 3. URL: <https://7univsum.com/ru/philology/archive/item/> Манойло А. В. «Фейковые новости» как метод перехвата информационной повестки в условиях современного информационного противоборства // *Культурная политика.* № 1. 2019. Официальный сайт «История.рф». С. 4. URL: <https://histrf.ru/magazine/release>. Молина М. Д., Сундар С. Ш., Тай Ле, Донгвон Ли. «Фейковые новости» — это не просто ложная информация: концепция экспликации и таксономии онлайн-контента.. Назайкин А.Н. «Современное медиапланирование. Учебное пособие». Солон-пресс, 2016 г. ISBN: 978-5-91359-210-1. - С. 86. Павликова М.М. Парадоксы информационного общества. Вестник МГУ, серия 10.Журналистика.- №1. 2008. – С.35. Распопова С.С., Богдан Е. Н. Фейковые новости: природа происхождения // Вестник ЧелГУ. 2017. №11 – С.407. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fejkovye-novosti-priroda-proishozhdeniya>. Смирнов А. «Глубокие фейки»: сущность и оценка потенциального влияния на национальную безопасность // *Свободная мысль.* № 5. 2019.- С. 70. Суходолов А. П. Феномен «фейковых новостей» в современном медиaprостранстве // *Евразийское сотрудничество, гуманитарные аспекты: Материалы Международной конф.* Иркутск: Изд-во Байкальского гос. ун-та, 2017. - С. 102. Тулеубекова А. Н. Ряд пользователей соцсетей арестованы за распространение фэйков про коронавирус // Сетевое издание “Zakon.kz”. URL: <https://www.zakon.kz/5006009-ryad-polzovateley-sotssetey-arestovany.html>. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. – С. 304.

⁴ Aufenanger S. Neue Medien als padagogische Herausforderung. In: *Praktische Theologie.* 1996.N 31, - P.261.; Bachmair, B. Cosa fa TV ai bambini? Edutrice elle di ci. Torino: Leumann. 1997. – P .27.; Suss D., Bernhard E. Armin Schlienger, A. 2002. Media Education in Switzerland – Determining its Position. In: Hart, A. / Suss D. (Eds.) *Media Education in European Countries.* Zurich: Swiss Federal Institute of Technology. <http://e-collection.ethbib.ethz.ch/show?type=bericht&nr=24>.

Warschauer M. Millennialism and media: Language, literacy, and technology in the XXI century / M. Warschauer // *AILA Review.* № 14. 2019. —P. 49.;

⁵ Oberg D., Ingvaldsen S. *Media and Information Literacy in Higher Education.* Chandos Publishing, 2016. – P.176.; Leaning M. *Integrating Media and Information Literacy. Media and Information Literacy,* 2017. – P. 12.; Grizzle A., Moore P., Dezuanni M., Asthana S., Wilson C., Banda F., Onumah Ch. *Media and information literacy: policy and strategy guidelines,* France, 2013. – P.196.; Singh J., Kerr P., Hamburger E. *Media and information literacy: reinforcing human rights, countering radicalization and extremism,* France, 2016. - P. 314. ; Silverblatt A., Ferry J., Finan B. *Approaches to Media Literacy.* Armonk, New York – London: M.E. Sharpe, 1989.- P. 281.; N. Stavenson *Understating media cultures: Social Theory and mass communication.* 2012.-P.212.

Цель исследования – определить виды фейков и дезинформации, распространяющихся в интернет-СМИ, определить их направления и обосновать роль и значение медиаграмотности в их предотвращении.

Задачи исследования:

изучить теоретические основы понятия медиаграмотности в современном обществе;

определить и проанализировать сущность медиаграмотности и медиаобразования, направления ее развития;

изучить причины появления фейковых и дезинформационных сведений в интернет-СМИ;

выявить и научно-теоретически классифицировать популярные в интернет-СМИ фейковые и дезинформационные направления;

изучить онлайн-инструменты в борьбе с фейками;

проанализировать фрейминг в онлайн-пространстве и эффективные способы борьбы с ним;

разработать предложения и рекомендации, направленные на повышение роли медиаграмотности в обеспечении информационной безопасности в информационном обществе.

Объектом исследования являются сведения о фейках и дезинформациях, распространенных в интернет-СМИ в сайтах «Antifeyk.uz», «Kun.uz», «Zamin.uz»; в Telegram-каналах «Telegram yulduzlari», «Onlayn O‘zbekiston».

Предметом исследования является изучение инструментов и методов медиаграмотности в борьбе с фейками и дезинформацией в СМИ, которые становятся все более актуальными на фоне изменений в медиаупотреблении, сложной и напряженной ситуации в глобальном информационно-психологическом пространстве, где существуют информационные и киберугрозы.

Методы исследования. В исследовании использовались следующие теоретические и эмпирические методы: теоретический (аналитико-синтетический, историко-сравнительный, структурно-типологический), аналитический (анализ, синтез, аналогия, моделирование); использовались социологический (наблюдение, анкетирование), прогностический (мысленный эксперимент, обобщение независимых оценок и др.) методы.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

совершенствована современная концепция медиаграмотности, инновационные образовательные программы, эмпирические методы исследования, основанные на технологических решениях в дифференциации медиаконтента, передаваемого в любых формах СМИ и социальных сетей, от «фейковой» и ложной информации – на основе системных подходов к организации интенсивного медиаобразования;

доказана необходимость формирования стратегии установления общественного контроля путем дальнейшего совершенствования навыков массовой аудитории по анализу и оценке «ложной» информации в целях предупреждения стремления СМИ и интернет-ресурсов к сенсационности и

эсклюзивности и формирования дезинформационных сообщений их основного содержания, а также обеспечения информационной безопасности, противодействия информационным угрозам;

обосновано, что информационная грамотность (*information literacy*) означает знакомство, анализ и синтез информации, а медиаграмотность (*media literacy*) означает использование и понимание медиатекста, знание основ медиакультуры, необходимость разработки важной стратегической, потенциальной парадигмы в развитии аксиологии современного общества в целом особенно путем активизации научных исследований в области гуманитарных кибертехнологий, медиакоммуникаций и медиабезопасности в развитии меметики, медиапсихологии;

разработаны практические рекомендации, направленные на разработку предложений, рекомендаций и конструктивного механизма, направленного на повышение роли медиаграмотности в онлайн-пространстве, использование дофактического метода в защите современных СМИ от фейков и дезинформации, необходимость уделять особое внимание контексту и ключевой информации о проверяемых фактах до контроля.

Практические результаты исследования заключаются в следующем:

показаны историческое становление и этапы развития медиаграмотности, особенности передовой практики в зарубежных странах; в определении основных задач медиаграмотности против фейка и дезинформации и анализе современного состояния отечественного и международного опыта борьбы с ней; в разработке образовательного механизма борьбы с фейками и дезинформацией на основе учебника «Основы медиаграмотности»;

при поддержке Узбекского государственного университета мировых языков проведен опрос, направленный на определение особенностей потребления медиапродукции с участием 1000 респондентов с целью определения уровня медиаграмотности студентов в Telegram-канале «UzSWLU.uz».

Достоверность результатов исследования основана на том, что для получения теоретической информации, использованной в работе, была использована научная литература, в том числе новейшие научные материалы в журналах, на которые имеются ссылки в признанных авторитетных научных базах, практические данные получены путем регулярных социологических наблюдений и социологический опрос с участием 1000 респондентов, использование надежных интернет-источников, проверенных статистических данных, времени обращения к сайтам, анализа, научных и практических выводов, основанных на сравнительных методах, мысленном эксперименте и методе сравнения, а научные идеи и предложения, использованные при моделировании, были использованы на практике, они также получили одобрение соответствующими организациями.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость результатов исследования заключается в том, что расширена шкала научных взглядов в направлении медиапонимания и

оценки информации, определены содержание и сущность понятий новостная грамотность, медиаграмотность и цифровая грамотность на национальном уровне. Перспектива, медиаобразование и медиаграмотность в Узбекистане, интерпретируемое и узбекское потребление медиапродуктов молодежью объясняется тем, что возрастающее влияние информации подвергается научному анализу, открывая путь для новых исследований. Практическая значимость результатов исследования заключается в том, что изложенные в нем научно-теоретические выводы и рекомендации были использованы для создания «Руководства по медиаграмотности и критическому мышлению для журналистов и блоггеров» в рамках проекта «Повышение навыков медиаграмотности молодежи в использовании социальных медиа».

Внедрение результатов исследования.

На основе исследования, раскрывающего роль и значение медиаграмотности в выявлении, определении направлений и предотвращении проявлений фейков и дезинформации, распространяемых в интернет-СМИ:

научные выводы о том, что в дифференциации медиаконтента, передаваемого в любых формах СМИ и социальных сетей, от «фейковой» и ложной информации – на основе системных подходов к организации интенсивного медиаобразования, совершенствована современная концепция медиаграмотности, инновационные образовательные программы, эмпирические методы исследования, основанные на технологических решениях, были использованы в подготовке таких ток-шоу телерадиоканала «Узбекистан», как «Ассалом Ўзбекистон!», «Муносабат» (Справка № 02-13-2110 телерадиоканала «Узбекистан» Национальной телерадиокомпании Узбекистана от 21 декабря 2022 года). В результате теоретические и практические мнения о причинах роста и распространения фейков и дезинформации послужили улучшению содержания передач.

Научные рекомендации о том, что необходимо формирование стратегии установления общественного контроля путем дальнейшего совершенствования навыков массовой аудитории по анализу и оценке «ложной» информации в целях предупреждения стремления СМИ и интернет-ресурсов к сенсационности и эксклюзивности и формирования дезинформационных сообщений их основного содержания, а также обеспечения информационной безопасности, противодействия информационным угрозам, были использованы при подготовке информационной передачи телерадиоканала «Спорт» Национальной телерадиокомпании Узбекистана (Справка №02-02-1043 телерадиоканала «Спорт» Национальной телерадиокомпании Узбекистана от 21 декабря 2022 года). В результате программы обогащены аналитической информацией о важных методах медиаграмотности работников СМИ для защиты от фейков и дезинформации;

научные выводы о том, что информационная грамотность (*information literacy*) означает знакомство, анализ и синтез информации, а медиаграмотность (*media literacy*) означает использование и понимание

медиатекста, знание основ медиакультуры, необходимость разработки важной стратегической, потенциальной парадигмы в развитии аксиологии современного общества в целом особенно путем активизации научных исследований в области гуманитарных кибертехнологий, медиакоммуникаций и медиабезопасности в развитии меметики, медиапсихологии были использованы на семинарах и тренингах Центром правовой поддержки женщин их семей Джиззакской области «Қалб нури» (Справка №01/75 Центра правовой поддержки женщин и их семей Джиззакской области от 26 декабря 2022 года). В результате семинары-тренинги были дополнены идеями по разработке онлайн-инструментов и программ по борьбе с фейками, технологическими образовательными программами;

разработанные практические рекомендации, направленные на разработку предложений, рекомендаций и конструктивного механизма, направленного на повышение роли медиаграмотности в онлайн-пространстве, использование дофактического метода в защите современных СМИ от фейков и дезинформации, необходимость уделять особое внимание контексту и ключевой информации о проверяемых фактах до контроля, были использованы в материалах, представленных в рубрике «экофактчекинг» сайта общественного объединения «Ekolog.uz» и телеграмм-каналов ekolog.uz, а также при подготовке сообщений для сайта (Справка №01-51 Общественного объединения Ekolog.uz от 1 августа 2023 года). В результате эти репортажи способствовали повышению иммунитета к манипуляциям и различным идеям в формировании общественного мнения в журналистике.

Апробация результатов исследования. Результаты данного исследования обсуждались в 2 международных и 4 республиканских научно-практических конференциях.

Опубликованность результатов исследования. По теме диссертации опубликовано 15 научных работ, из них 6 статей в изданиях, рекомендованных ВАК для публикации основных научных результатов докторских диссертаций, в том числе 3 – в республиканских и 3 – в зарубежных журналах.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы, а также приложений. Общий объем диссертации составляет 149 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** диссертации обоснованы актуальность и востребованность темы исследования, показана её связь с приоритетными направлениями развития науки и технологий республики, освещается степень изученности проблемы, связь темы диссертации с научно-исследовательскими работами высшего образовательного учреждения, где выполнена диссертация, формулируются цель и задачи, указываются основные методы исследования, характеризуются объект и предмет исследования, определяются научная

новизна и практические результаты исследования, описывается научная и практическая значимость исследования, приводятся данные о достоверности, внедрении, апробации и опубликованности результатов исследования, его структуре и объеме.

В первом параграфе **«Медиаграмотность: интерпретация основных понятий и концептуальных ситуаций»** первой главы диссертации, названной **«Теоретико-методологические основы медиаграмотности в информационном обществе»** подробно анализируются трактовка основных понятий и концептуальных ситуаций, связанных с медиаграмотностью, тот факт, что медиаграмотность является целью и результатом медиаобразования, а также то, что фейк и дезинформация сегодня входят в число глобальных проблем. В XXI веке, который определяют как «век информации», принципиально изменилось понятие информации и отношение к ней в жизни человека. Без компьютеров и интернета невозможно представить различные аспекты жизни современного общества, в том числе журналистику, деятельность которой заключается в непосредственном получении и распространении информации. Эпоху, в которой мы живем, в прошлом разные футурологи предсказывали по-разному. Такие учёные, как *G.Maklyuen, D.Bell, E.Toffler*, являющиеся основоположниками идеи информационного общества, признавали, что информационные технологии играют ключевую роль в переходе человечества в новую эпоху. В этом процессе осведомленность, владение или контроль информации стали более важными, чем любая военная деятельность. Это реальность, требующая подъема журналистики на уровень «четвертой власти» в прямом смысле слова. Неоспоримым фактом является то, что журналисты занимают важное место среди представителей дипломатического круга в международных и региональных отношениях⁶. Системы коммуникации сформировались еще до появления человечества на Земле. Пример этого можно увидеть в каменных надписях и живописных произведениях искусства на горных скалах в первобытные времена. В частности, мы рассмотрели концепт **«медиаграмотность»**, интерпретируя источники, связанные с происхождением и исторической типологией понятий медиа и информационной грамотности.

Во втором параграфе, получившем название **«Медиаграмотность как стратегическая цель медиаобразования»**, подробно рассматриваются научно-теоретические аспекты основных концепций. Сегодня термин «медиа» используется как синоним понятий СМИ или масс-медиа. В построении демократического общества и в развитии страны владение информацией так же важно, как жизнь. Граждане имеют право на свободу слова и доступ к социальной информации. Медиа и другие источники информации (библиотеки, архивы, интернет и т.д.) помогают обеспечить право каждого гражданина на свободный доступ к информации⁷.

⁶ Muhammadsiddiqov M.M. Xalqaro mintaqashunoslik; Toshkent-2017. – B. 18.

⁷ Намазов Б., Файзиева М., Шарофаддинов Ш. Медиа ва ахборот саводхонлиги Ўқув қўлланма Тузувчилар: Б.43.

«К ключевым аспектам современных медиа исследователи относят креативность и инновации. Именно такое описание этого термина дано на сайте www.edu.jobsmarket.ru»⁸. «Медиа – средства массовой информации – это каналы связи, выполняющие многочисленные и разнообразные функции, направленные на распространение новостей, информационных и рекламных сведений, рекомендацию развлекательных предложений как для широкой, так и для специальной аудитории»⁹.

«Слово «медиаобразование» вошло на территорию стран СНГ в 80-х годах прошлого века. Некорректно просто перевести английское слово «**media education**» буквально. Потому что оно может использоваться в разных значениях в зависимости от его места в тексте. Чтобы понять суть медиаобразования, прежде всего, необходимо изучить его компоненты по составляющим частям. Термин «медиа» происходит из латинского языка и означает «середина», «посредничество», «посредник». Основная задача «медиа» – средство коммуникации между различными группами и отдельными людьми, а также доставка продукта любого содержания. Под *медиа* в широком смысле понимаются средства массовой информации (газеты, журналы, книги, телевидение, кабельные сети, радио, кино), а также информация, передаваемая любыми средствами массовой информации (письма, аудио- и видеозаписи, CD) и систем связи (телеграф, телефон, почта, компьютерные сети)¹⁰.

В третьем параграфе под названием «Глобальные проблемы современных медиа: **фейк и дезинформация**» исследователи делят понятие «фейк» на две категории: материальный и нематериальный¹¹. К материальным фейкам относятся подделки товарных знаков, технологий, лекарств, произведений искусства и т.д. К нематериальным относятся искусственные, фейковые, ложные новости, намеренно распространяемые в социальных сетях (мессенджерах), с использованием ресурсов интернета и в некоторых СМИ. Также «фейковые аккаунты в социальных сетях, смонтированные фото- и видеоизображения и др.»¹² можно отнести к нематериальным фейкам.

Медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационной сферы телевидения, радио, видео, кино, прессы и интернета, лучше понимать язык медиакультуры.

Медиаобразование, медиаграмотность служат основой формирования новой культуры личности. Эффективно организованные медиауроки помогают сохранить традиционные формы образования и воспитания, адаптировать их к новой информационной среде, помогают молодежи найти новые возможности для самореализации в быстро меняющемся мире.

⁸ Там же. Намазов Б. – Б. 47.

⁹ www.advesti.ru/glossary/desk/1952

¹⁰ Варганова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: глоссарий [Текст] / Е.Л. Варганова // Медиаэкономика зарубежных стран. — М.: Аспект Пресс. — 2003. - С. 2.

¹¹ Зырянова М.О. Способы противодействия распространению фейковой информации. // cyberleninka.ru.

¹² Там же. Зырянова М.О.

В настоящее время исследования фейковой информации не позволяют сделать однозначный вывод о социальной опасности этого явления. Большая часть проанализированных данных связана с ситуацией в США, а другие страны еще до конца не изучены. Даже определение фейковых информационных сообщений вызывает вопросы и может варьироваться от исследования к исследованию. Эмпирические исследования в других странах станут перспективным направлением дальнейшей работы по этой теме.

В первом параграфе «Появление фейков в интернет-СМИ и факторы их распространения» второй главы диссертации, названной «Методы и средства борьбы с фейком и дезинформацией в условиях интернет-СМИ» изучены тенденции распространения фейков в интернет-СМИ, виды и формы фейковой информации в социальных сетях и их популяризация, проблемы, связанные с содержательными особенностями текстов интернет-СМИ и социальных сетей в борьбе с фейками.

Сегодня распространение фейковых новостей увеличивается с каждым днем. Тенденция развития этих сообщений согласно статистическим результатам за последние 4 года с сайта «gitnux.com»:

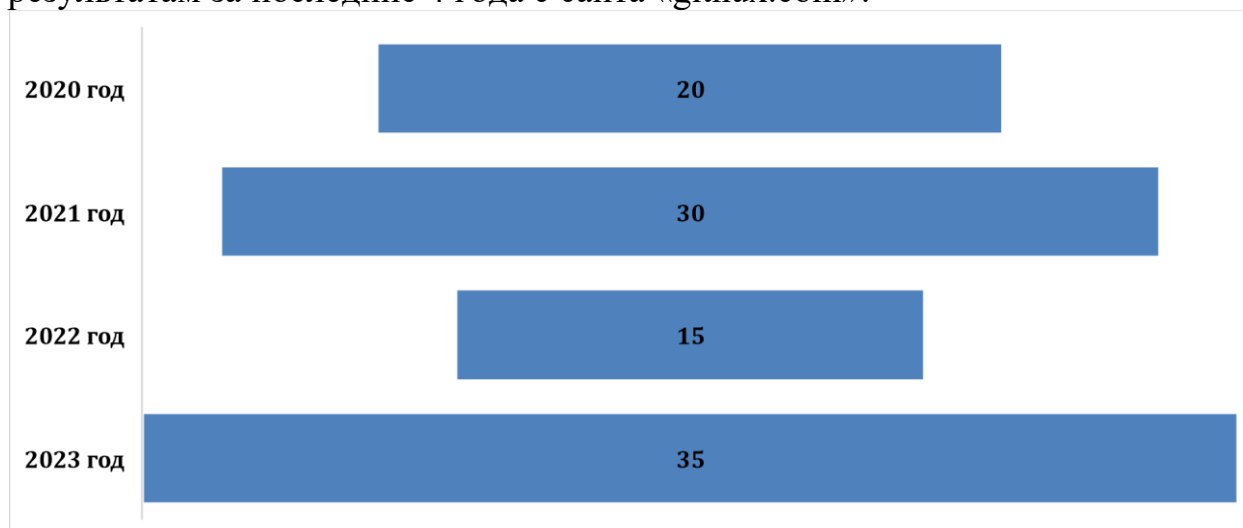


Рисунок 1¹³. Показатели развития фейковых новостей в 2020-2023 гг.

В упомянутых выше статистических данных даны примерные выводы американских фактчекеров относительно изучения тенденции развития фейковых новостей. Согласно этой таблице, 20% в 2020 году, в 2021 году повышается до 30% из-за пандемии и в 2022 году снижается до 15%. К 2023 году этот показатель увеличится до 35% за счет данных об отношениях России и Украины.

С этой точки зрения важно изучить тенденцию и влияние развития и распространения фейковых и дезинформационных новостей.

Ложная информация, распространявшаяся «из уст в уста» в XIII веке, современными исследователями называется «*fake*» или «*fake-news*». Слово «Fake» в «Англо-русском синонимическом словаре» означает «ложный,

¹³ Fake News: The Most Important Statistics// <https://blog.gitnux.com/fake-news-statistics/>

фальшивый». По мнению **Е. Н. Шагаловой** в «Словаре новейших иностранных слов», этот жаргон представляет собой неологизм, означающий «ложный, неправдивый, фальшивый, вводящий в заблуждение»¹⁴. В электронной энциклопедии «**Wikipediya**» значение термина «fake» дано как «ложь или преднамеренное распространение ложной информации в социальных сетях и традиционных СМИ»¹⁵. Примечательно, что данное понятие активно используется различными интернет-ресурсами без ссылки на первоисточник. В июне 2018 года комиссия Палаты общин РФ провела круглый стол на тему «Распространение фейковой информации в сети Интернет» по вопросам развития информационного общества, средств массовой информации и массовой коммуникации, в рамках которого – жаргон «**fake-news**» было предложено понимать под общепринятым определением этого термина, то есть распространение ложной информации или неверной информации в социальных сетях и традиционных СМИ с целью финансовой или политической выгоды»¹⁶. Другой вид ложной информации, словосочетание «**информационная мистификация**» пока не имеет четкого смыслового определения. Основным термином в этом словосочетании является понятие «**мистификация**». Согласно электронной версии четвертого издания четырехтомного «Словаря русского языка» под редакцией **А.П. Евгеньевой**, этот термин происходит от французского слова «**mystification**». Например, в «Словаре русского языка XVIII века» это понятие отсутствует.

В 2017 году словосочетание «**Fake news**» стало фразой «**Collins English Dictionary**» в теоретических воззрениях составителей толкового словаря английского языка, поскольку частота его употребления увеличилась на 365%¹⁷. До 2000 года понятие фейк применялось в основном к визуальной информации. На сегодняшний день можно выделить следующие виды фейка:

- поддельные фотографии, обработанные компьютерными программами;
- видеороли, отредактированные на основе существующих видео;
- поддельные текстовые сообщения;
- страницы, открытые от имени других людей в социальных сетях¹⁸

Во втором параграфе, озаглавленном «**Виды фейковой информации в социальных сетях, их появление и популяризация**», поток информации и последствия популяризации социальных сетей раскрываются в виде фейковых новостей. В частности, фейки всегда создаются на основе противоречий. Все войны, религиозные и национальные конфликты, внутривластные конфликты в мире основаны на ложных новостях и являются толчком к их возникновению. Например, во время цветных

¹⁴ Шагалова Е.Н. Словарь новейших иностранных слов / ЕН. Шагалова. Москва: АСТ-ПРЕСС. (2017). – С.121.

¹⁵ <https://ru.wiktionary.org/wiki/%D1%84%D0%B5%D0%B9%D0%BA>

¹⁶ Головацкая О.Е. (2018). Информационная экспансия как скрытая угроза информационного пространства и инструмент целенаправленного воздействия на целевую аудиторию (варианты трактовки термина и негативные последствия) // Коммуникология. Том 6 №3. С.105-117

¹⁷ Ильченко С.Н. Фейк как политический формат в современной медиасреде // Гуманитарный вектор. Серия: История, политология. № 3 (43). (2015). С.98.

¹⁸ Қосимова Н.С. Зиддиятли вазиятларда журналистика. Ўқув қўлланма. –Т., 2019 й.158 б.

революций оппозиция и третьи политические партии распространяли фейковые новости через интернет и средства массовой информации, чтобы показать общественности «истинное лицо» существующей власти. Конфликты между Россией и Украиной, разногласия в Афганистане, конфликты в Сирии, война в Ираке – результат фейковых новостей. Термин «**fake news**» можно использовать для критики СМИ, например, распространение информации о намерениях президента США Дональда Трампа увеличить ядерный арсенал страны в 10 раз или вступить в сговор с президентом Российской Федерации.

В 2018 году зарубежные СМИ часто использовали термин «fake news» в печатных и электронных публикациях в связи с именем президента США. Количество фейковых информации, маскирующихся под новости, в последние годы достигло критического уровня, и это явление требует серьезного научного анализа.

Третий параграф под названием «**Важность онлайн-инструментов в борьбе с фейками**» рассказывает об инструментах медиаграмотности. Фейковые новости в основном используются для манипулирования общественным мнением в политических или коммерческих целях. Однако ложные сообщения также используются как часть сенсационных заголовков в форме кликбейта, чтобы побудить людей подписаться на соответствующие веб-сайты для получения доходов от рекламы.

Специальные проекты и сервисы, такие как [Storyful.com](https://www.storyful.com), [FactCheck.org](https://factcheck.org), [PolitiFact.com](https://www.politifact.com) или [The Fact Checker](https://www.thefactchecker.com), очень удобны для проверки фактов. К сожалению, они ориентированы больше на англоязычную аудиторию. Но есть и многофункциональные инструменты. В частности, следующие инструменты фактчекинга помогают аудитории разобраться в информации при выявлении фейковой информации.

Самый простой способ — ввести тему новости или предложение в поисковых системах (Яндекс, Google). Фотографии проверяются с помощью изображений [Google images](https://www.google.com/images) или сервисов [TinEye](https://www.tinEye.com).

Сделать скриншот видео и перенести его через Google Video. Также использовать программу TinEye. Она работает по принципам видео Google video. Если фейковое видео размещено на YouTube, вы можете использовать миниатюры, предоставленные YouTube.

Миниатюры видео на YouTube можно проверить с помощью [Youtube Data Viewer](https://www.youtube.com/data-viewer). Этот сервис позволяет узнать время и дату публикации видео в социальной сети. Если установить [Plugin InVID](https://www.invidious.io/) на свой компьютер, то всегда можно проверять видео.

В подозрительных видеороликах обращайте внимание на показываемую местность, интершумы, закадровые звуки. Если на видео показан географический объект, то можно проверить его с помощью [Google Street View](https://www.google.com/streetview/) и определить местоположение. Если поверх исходного звука видео записан другой голос или музыка (например, страшная) или логотип слишком яркий, возможно, видео фейковое.

Впервые в Узбекистане под руководством Саидовой Мухайё был создан «Дом медиаграмотности», в целях обеспечения информационной безопасности среди населения, использования медиатехнологий и методик, формирования критического и логического мышления, навыков фильтрации информации, повышения грамотности цифровых технологий и кинограмотности.

Кроме того, в сотрудничестве с USAID и Internews создан еще один крупный проект «Медиа Токайзор» для повышения информационной грамотности школьников и методическая мобильная игра, разработанная Татьяной Голубцовой.

В первом параграфе **«Визуальный контент как эффективный инструмент формирования медиаграмотности»** третьей главы диссертации, названной **«Влияние контентной визуализации и фрейминга на повышение медиаграмотности»** исследовано то, что медиатексты являются эффективным инструментом формирования медиаграмотности в области контентной визуализации, эффективности фрейминга и методов борьбы с ним в онлайн-пространстве, а также современные технологии фейкового и дезинформационного воздействия на аудитории.

Медиаграмотность учит отличать фейковые новости от реальных. Чтобы отличить реальный факт от фейка, как мы упоминали в первой главе, необходимо **критически относиться** к информации, **анализировать** полученную информацию, **сравнивать** ее с другими источниками, **уметь делать независимые выводы**. Выводы должны быть основаны на доверии, опыте и знаниях. Об этом говорилось в первой главе.

Сегодня развитие медиаграмотности, которая является неотъемлемой частью современного медиаобразования, определяется не совершенствованием информационных технологий, а увеличением новых источников научно-образовательной информации. «К списку положительных сторон информационного обмена можно добавить то, что молодые люди могут рационально использовать научные и образовательные ресурсы, такие как MySQL, EBSCO, eLibrary, JSTOR, ProQues, Emerald»¹⁹.

В процессе модернизации общества культура информационного обмена среди молодежи страны демонстрирует тенденцию стабильного развития. Показано, что существует жизненная необходимость провести поэтапное социологическое исследование культуры информационного обмена и состояния эффективного и системного использования информации среди нашей молодежи, разработать действенные пути и средства решения проблемы, давать предложения и рекомендации.

Цель обращения человека к тому или иному каналу информации понятна. Выбор основывается на полноте сообщения, достоверности или уровня заинтересованности источника и т.д. Но даже здесь **необходимо глубоко изучить достоверность источника**.

¹⁹ Рахимова Ш. Ёшларда ахборот алмашинуви маданиятини ривожлантириш истикболлари// INFOLIB, №1, 2020. Ахборот-кутубхона журнали <https://einfolib.uz/>

Во втором параграфе «Фрейминг в онлайн-пространстве и эффективные способы борьбы с ним» идёт речь о том, что означает термин «фрейм» и как с ним бороться. Термин «фрейм» (англ. «frame» — рамка) представлен как общий признак контекста. Изначально фрейм пуст и выступает границей, дающей начало формированию смысла. Тема фрейма изучается теоретиками всего мира уже несколько десятилетий. Примерами тому могут служить работы Г. Бейтсона, И. Хоффмана, Д. Шёна, М. Райна, Р. Бенфорда, Р. Шмидта, М. Каллона, Д. Сноу. Среди современных российских исследователей В.С. Вахштейн, в своих работах он сделал глубокий теоретический анализ процессов концепции использования фрейма²⁰. Он выделяет два направления в развитии теории фреймов: лингвокибернетическое и социолого-психологическое. Формирование обеих версий теории происходило почти одновременно, независимо друг от друга.

Такие понятия, как «фрейм», «фрейминг», «фрейм-анализ» претерпели изменения, и их использование зависит от научного подхода и специализации учёного. Теория фреймов междисциплинарна и многогранна, актуализируя контекстуализацию действия. Трактовку фрейма как метакоммуникативного образования, независимого от контекста сообщения, предложил Г. Бейтсон: термин «фрейм» служит как для обозначения структуры некоторого действия, так и для определения структурных особенностей повседневного общения. По трактовке И. Хоффмана, фрейминг не создается сознательно, а возникает и развивается непосредственно в процессе общения²¹.

Фрейминг как концепт – это таксономический и специфический способ взаимодействия с объектом. С другой стороны, фреймирование отсылает исследователей к правилам, ориентированным на процесс. В специальной литературе эти два подхода редко сочетаются, однако в более широком понимании фрейма такое смешение трактовок имеет место. Анализ персонала также может фокусироваться только на одном подходе, в зависимости от темы исследования.

Чаще всего *фейки* распространяются посредством пропаганды в СМИ. При этом открыто или тайно распространяются и предаются огласке некоторые вредные идеи. Примером может послужить смерть знаменитостей или подобная информация.

Другой способ – *провокация*. Основное внимание уделяется осуществлению действий против конституционного строя или правовых основ государства определенными группами и отдельными лицами. На современном этапе в качестве основного средства достижения цели используются СМИ и информационно-коммуникационные технологии. «Синдром» распространения фейков и ложных новостей в основном «вспыхивает» накануне важных политических событий, вокруг тем, вызывающих в наши дни большой резонанс. О влиянии фейков на сознание

²⁰ Яноу Д., Ван Хульст М. Фреймы политического: от фрейм-анализа к анализу фреймирования Социологическое обозрение. № 1-2. 2021. - С. 10.

²¹ Internet World Stats: [//www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)

человека можно судить по следующим данным: после президентских выборов в США в декабре 2016 года 64 процента респондентов сообщили, что их мнение о реальности спутали фейковые новости, 24 процента респондентов не были уверены, что их выборы были правильными, а 23 процента респондентов знали или сообщали, что они невольно участвовали в распространении ложных новостей²².

Метод *клеветы* используется путем распространения ложной информации с целью дискредитации объекта, осквернения его чести. «Перец, чеснок, имбирь лечат коронавирус» – среди фейков, которые чаще всего получали журналисты фактчекеры, были сообщения о том, что такие продукты, как чеснок, лук и имбирь, защищают от коронавируса. В ВОЗ заявили, что ни один пищевой продукт не защищает от вируса. Некоторые продукты, рекомендуемые в качестве лечения, могут вызывать у некоторых людей аллергическую реакцию²³.

Один из методов, близких к этому, – *дискредитация*. При этом с негативной точки зрения разъясняется репутация руководителей государства, общественных организаций, отдельных лиц, значимость политических решений и событий среди общественности и демонстрируется негативное воздействие на них.

Во время предвыборной кампании по следующим президентским выборам в США произошло немало скандалов вокруг кандидата Дональда Трампа. Чтобы отвлечь внимание от публикации новых интересных фактов из жизни бизнесмена, кандидат на должность советника по национальной безопасности Майкл Флинн публикует в социальных сетях пост о деятельности демократов под нашумевшим названием «Сексуальные преступления с детьми», таким образом он все больше концентрирует внимание общественности вокруг членов Демократической партии, сосредотачивается на продолжающемся скандале, и моральный имидж Трампа больше не будет выглядеть таким негативным. Позже выясняется, что это сообщение фейковое.

Привлечение внимания общественности также является эффективным методом. В этом случае юридическая информация о событии, происшествии, деле остается в стороне и предпринимаются действия, вызывающие ненужное волнение общественности. Этот метод направлен на постепенное изменение социального мировоззрения человека. Распространяется легенда о многовековой и непрерывной войне кавказских народов с Россией. Нарушаются и относительно недавние исторические факты. Например, в статье, размещенной на сайте «Ичкерия», ложно говорилось следующее: «До возникновения новой Москвы (до принятия Конституции 1993 года) было образовано 12 суверенных государств, в том числе Чеченская Республика»²⁴.

²² Абдурахмонова С. Fake news: сохта хабарлардан қандай сақланиш мумкин?// <https://kun.uz/> 25 апрель

²³ Алимов.Б.Иккисидан бирини танланг: пандемиями ёки инфодемия?. <http://beruniyalimov.uz/archives/896>

²⁴ Лебедева Е.Г. Фейковые новости как инструмент манипулятивного воздействия в медиасреде // Universum: филология и искусствоведение :электрон. научн. журн. 2021. 3(81). URL: <https://7universum.com/ru/philology/archive/item/>

Такая игра дат и искажение хронологии событий позволяет сепаратистам называть действия федеральных сил «вторжением».

Распространение слухов, то есть распространение информации, которой на самом деле не существует. Этот метод используют распространители фейков с целью атаковать какой-либо сектор государства и общества. *Мошенники начали массово рассылать сообщения в социальных сетях.*

Предлагают вознаграждение в виде бесплатной премиум-подписки Телеграм.

Будьте осторожны и не переходите по ссылке в боте! В противном случае вы можете потерять свою учетную запись телеграм и личные данные.

Сегодня большинство наших соотечественников успели попасть в эту ловушку. Теперь их аккаунты также рассылают сообщения-ловушки своим знакомым. Будьте осторожны!²⁵.

В сговоре противник вынужден выбрать путь, ведущий к неудаче (поражению) в достижении общественно значимой цели. В кризисном менеджменте тайно оказывают влияние на заранее отобранных людей. В основном оно будет сосредоточено на экономической и политической сферах.

Источником информации обычно является человек или носитель информации, обладающий информацией, имеющей общественное значение (то есть представляющей интерес и необходимость для широких слоев населения).

В заключительном третьем параграфе под названием **«Современные технологии воздействия фейка и дезинформации на аудиторию»** анализируются данные, полученные в результате статистического социологического опроса. В частности, сегодня, когда речь идет о развитии медиаграмотности в массах, многие специалисты в этой сфере стали уделять особое внимание опыту Финляндии, что было признано на Международной конференции по медиаграмотности, состоявшейся в Алматы 9-10 июня. Доктор Лаури Палса, старший советник по медиаграмотности в Национальном институте аудиовизуальных медиа Министерства образования Финляндии, в своей публичной лекции под названием **«На пути к устойчивым структурам в эпоху цифровых технологий: разработка политики в области медиаграмотности»** признает следующее о медиаграмотности: «Медиаграмотность является основным фактором, обеспечивающим культурное, социальное и демократическое участие человека в жизни общества. Медиаграмотность обеспечивает защиту, хорошую работу, процветание и является гарантией национальной безопасности»²⁶. Спикер рассказал, что Национальный институт аудиовизуальных медиа координирует развитие медиаграмотности, поддерживая организации и частных лиц, которые способствуют развитию медиаграмотности в Финляндии, которая стала одной из ведущих стран по уровню медиаграмотности как в Европе, так и во всём мире.

²⁵ <https://sangzor.uz/mediasavodxonlik/> 2022, 17-noyabr.

²⁶ Махмудов Н. Медиясаводхонлик қандай тарғиб қилинади? Финнландия тажрибаси <https://newreporter.org/uz/2022/06/30/>

Посредством исследования мы ставили перед собой цель изучить изменения, происходящие в процессе получения информации студентами и молодежью, связанные с расширением аудитории пользователей интернета, а также уровня медиаграмотности в отношении фейков и дезинформации. Для этого был использован метод опроса. Согласно этому, объектом были выбраны студенты в возрасте от 18 до 30 лет.

В Узбекском государственном университете мировых языков проведен опрос по 7 вопросам на телеграм-канале «UzSWLU.uz» в период с ноября по декабрь 2022 года с целью определения уровня медиаграмотности студентов. Стоит отметить, что сегодня количество подписчиков этого сайта составляет около 20 000. Большинство активных пользователей – преподаватели и студенты. Среднее количество результатов ежедневного мониторинга составляет 6690. В опросе, проведенном в рамках нашего исследования, активно приняли участие 1300 наблюдателей.

В возрастной группе 18-25 – 81,7 процентов составляют основную часть. На долю 16-18-летних приходилось 7,2%, 25-30-летних – 10,7%, старше 30 лет – 2,4%.

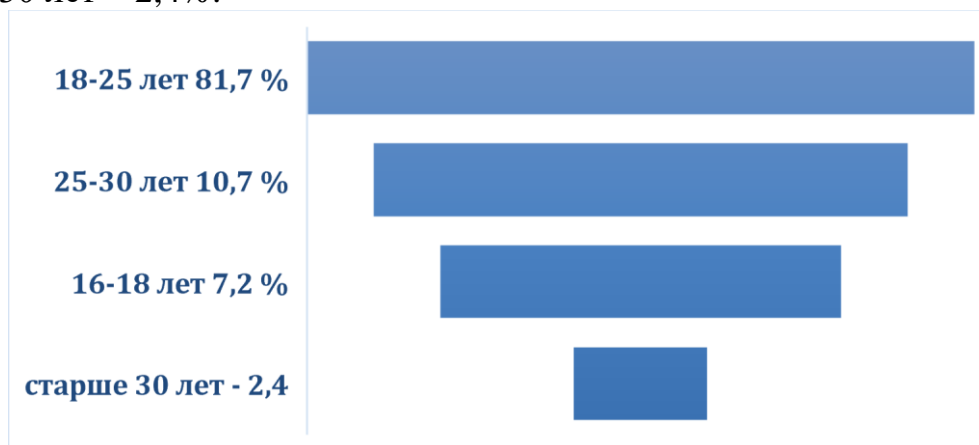


Рисунок 2. Возрастная статистика аудитории, участвовавшей в опросе

На вопрос «из какой социальной сети или интернет-платформы вы получаете информацию» 64% респондентов ответили, что следят за источниками информации, передаваемой через Telegram, 25% — через Facebook и 11% — через Instagram.

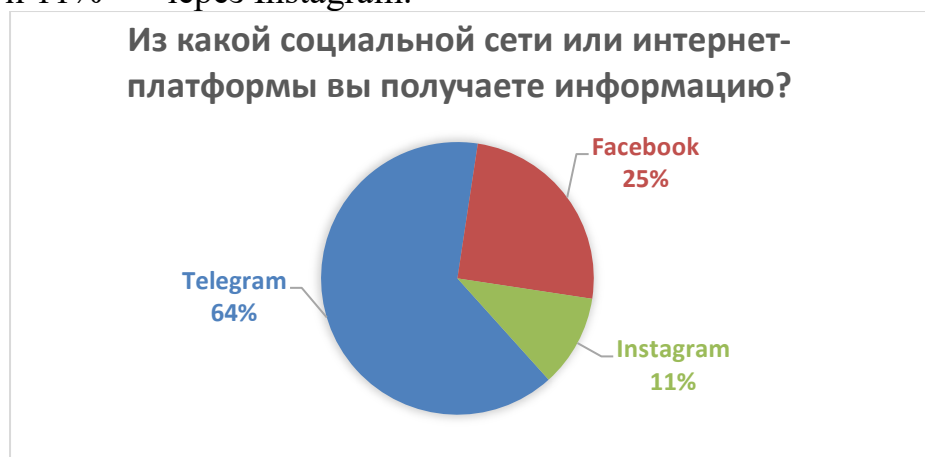


Рисунок 3. Статистика результатов вопросов

Видно, что объем сообщений, передаваемых через «Телеграм», значителен для большой части аудитории. Потому что эта платформа служит ведущим инструментом в государственной системе и имеет быстрый поток информации.

Социальная сеть «Фейсбук» во многом напоминает журналистику мнений. Можно сказать, что благодаря этой сети личное отношение пользователей к реальности превратилось в площадку для обмена мнениями. По мнению большинства наблюдателей, из этой социальной сети можно узнать, какие международные и местные новости вызывают наиболее острое обсуждение.

«Инстаграм» стал виртуальным местом развлечений для подписчиков благодаря своим забавным и популярным топ-видео, а также ряду удобных функций. По тому, что эта социальная сеть набрала наименьший процент в опросе, можно сделать вывод, что она предназначена больше для культурного отдыха и развлечений, чем для получения информации.

В опросе с целью проверки знаний студентов и молодежи о понятиях фейк и дезинформация в современном медиапространстве на наш вопрос «Что такое фейк?» 33 процента респондентов ответили «ложная информация». Также 65 процентов респондентов отметили понятие «фальсифицированное сообщение» как фейк, а 2 процента участников указали, что это правдивое сообщение.

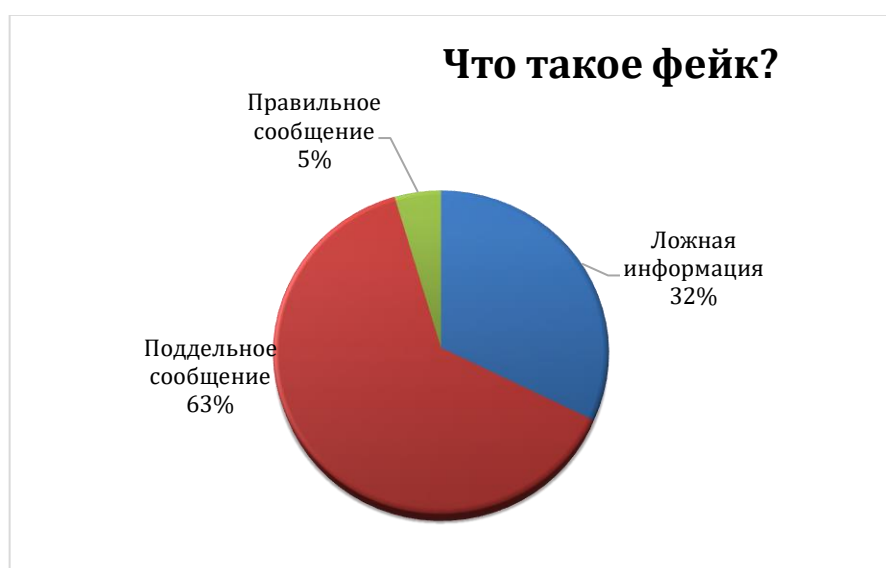


Рисунок 4. Статистика ответов на вопрос «Что такое фейк?»

На вопрос «Как распознаёте фейковые новости?» 58% респондентов ответили «с помощью инструментов фактчекинга», 39% участников ответили «с надежных сайтов» и 3% респондентов «не обращаю внимание»



Рисунок 5. Статистика ответов на вопрос «Как распознаёте фейковые новости?»

Данный вопрос создан с целью изучения знаний студентов и молодежи о методах выявления фейковых новостей, и по окончательным результатам было показано, что компетентность в выявлении фейковых новостей сформирована хорошо.

На наш следующий вопрос «Где вы ищете нужную информацию?» 78% респондентов ответили, что ищут из «СМИ», 12% из «мессенджеров» и 10% участников сказали, что ищут из «социальных сетей». Тот факт, что большая часть аудитории получает информацию через социальные сети, указывает на необходимость понимания роли социальных сетей в распространении информации и поляризации политических взглядов, а также приобретения цифровых навыков, основанных на критическом мышлении.

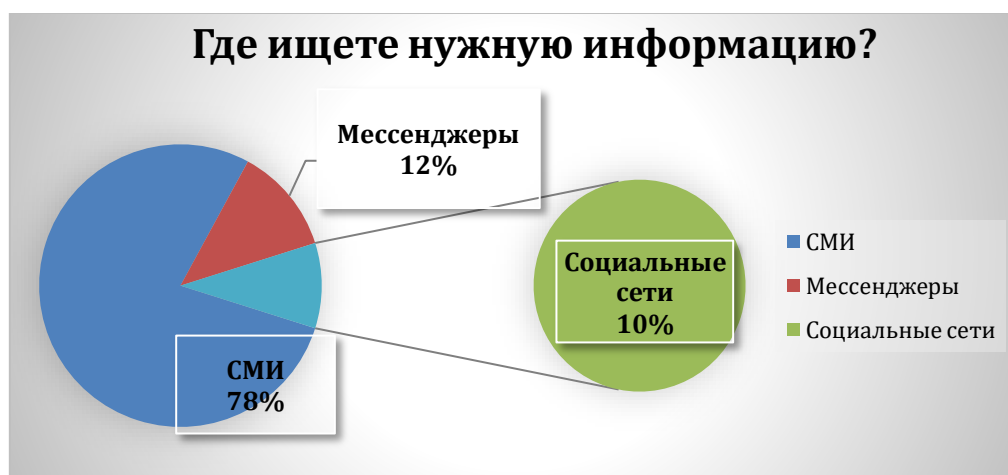


Рисунок 6. Статистика ответов на вопрос «Где ищете нужную информацию?»

Согласно окончательным результатам проведенного выше опроса, необходимо ввести предмет «Основы медиаграмотности» в систему высшего образования и тем самым сформировать умение студентов и молодежи сортировать информацию.

При разработке политики медиаграмотности следует помнить, что ее масштабы, цели и перспективы будут разными. Например, политика

медиаграмотности встречается в международных и национальных формах. Политика медиаграмотности также может быть частью государственной программы. Медиаграмотность можно рассматривать в разных секторах, таких как медиаграмотность в библиотеках, образовании и работе с молодежью. Кроме того, может существовать политика медиаграмотности на региональном уровне. Поэтому медиаграмотность пропагандируется, в том числе на муниципальном уровне, в различных формах, таких как исследования, опросы, интервью, разработка сайтов, консультации.

Важнейшее влияние на сознание людей осуществляют средства массовой информации, которые являются подсистемой средств медиа. Они используют методы явного и скрытого воздействия на формирование общественного мнения. Практика показывает, что чаще всего их используют для манипулирования сознанием людей и предоставления населению ложной информации. Независимо от того, используют ли средства массовой информации в своей практике механизмы преднамеренного фреймирования, нарративы в любом случае могут быть изменены из-за процессуальной особенности повествования как события.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования темы диссертации, написанной на соискание ученой степени доктора философии (PhD) по филологическим наукам на тему **«Медиаграмотность как средство защиты от фейков и дезинформации в интернет-СМИ»**, сделаны следующие выводы.

Во-первых, медиаграмотность – это одна из основных компетенций человека в борьбе с дезинформацией и фейковой информацией, которая представляет собой знания и навыки, позволяющие анализировать информацию, критически понимать ее, оценивать ее достоверность, интерпретировать тексты и ценности, распространяемые средствами массовой информации – это сборник. С помощью медиаграмотности можно четко увидеть признаки цензуры, предвзятого и одностороннего изложения в новостях, определить политические, социальные, коммерческие и культурные цели медиатекстов и их авторов.

Во-вторых, в результате анализа понятийного аппарата было установлено, что общепринятое в науке определение понятия «медиаграмотность», положенное в основу данного исследования, еще не до конца разработано, а понятия «медиаобразование» и «медиаграмотность» часто путают. В результате в работе были уточнены приведенные определения, а понятие «медиаграмотность» сформировалось не через косвенные признаки, как раньше, а через принадлежность к виду. Сегодня фейковые новости процветают во всем мире. К данному виду новостей относится заведомо фальсифицированная или вымышленная информация, распространяемая через средства массовой информации: телевидение, радио, прессу, новостные сайты, а также социальные сети и мессенджеры, видеохостинги. Фейковые новости, подкрепленные фотографиями или видео,

оказались одним из наиболее эффективных средств воздействия на общество. Желательно увеличить и профинансировать сайты фактчекинга в нашей стране, адаптировать их к современным требованиям.

В-третьих, доказано, что фейковые новости могут иметь различную природу и цели. Несмотря на свою недостоверность и сенсационность, информация такого рода всегда привлекает внимание определенной части общества. Во многих случаях оправдано то, что реальные факты трудно отличить от фальшивых. Однако с помощью проанализированных и представленных в работе принципов и инструментов «медиаграмотности» (фактчекинг, текстовые маркеры фейковых новостей и т.п.) каждый имеет возможность самостоятельно проанализировать новость на предмет ее достоверности.

В-четвертых, в результате исследований в качестве важных изменений в моделях медиарецепции были выделены: преобразующее влияние визуального компонента информации на вербальное содержание в восприятии смысла медиапродукта; в результате усиления информации в социальных сетях элементами одобрения со стороны потребителей (лайки, репосты, комментарии) снижается уровень критического отношения к ним; приоритет кроссмедийной особенности восприятия медиаматериалов аудиторией; снижается доступ детей и подростков к медиасреде и т.д. На основании этого в Республике Узбекистан приняты соответствующие нормативно-правовые документы, специальные решения по борьбе с распространением фейковой информации и дезинформации, строгий контроль за этим крайне негативным процессом со стороны правоохранительных органов, предотвращение потока фейковой информации в республике, в СМИ и различных социальных сетях.

В-пятых, было подтверждено, что медийная и информационная грамотность, особенно в Узбекистане, является важным фактором построения демократического государства. Медиаграмотность требует приобретения таких важных навыков, как критический подход к любой (правдивой и ложной) информации, анализ, сравнение с другими источниками, умение делать о ней самостоятельные выводы. Такие навыки необходимы для противодействия или предотвращения современных информационных войн и информационных атак. В целях защиты от фейков и дезинформации среди инструментов и методов медиаграмотности работников СМИ рекомендуется использовать предпубликационную проверку, то есть *дофактный* способ. В этом случае перед проверкой необходимо обратить внимание на контекст и основную информацию проверяемых фактов.

В-шестых, доказано, что одним из способов борьбы с дезинформацией и фейковыми новостями является повышение медиаграмотности, обучение ее принципам и технологиям, анализ практики медиаобразования США, стран Европы и Азии позволил определить, что опыт преподавания медиаграмотности, используемый в Финляндии, является наиболее подходящим для нашей страны.

Продвижение медиаграмотности как важного инструмента устойчивой демократии и процветающего общества является общественной проблемой в Финляндии. В разработке и внедрении учебных программ по медиаграмотности участвуют различные общественные организации, в том числе школы, библиотеки, государственные учреждения, университеты и неправительственные организации. Медиаграмотность присутствует в финской учебной программе с детского сада на протяжении всей жизни. Целесообразно разработать отдельную концепцию развития медиаграмотности в Узбекистане.

В-седьмых, в исследовании подчеркивается необходимость более грамотного и безопасного общения со средствами массовой информации в современном обществе, обучения их правильному восприятию не только традиционных печатных и электронных СМИ, но и всех новых форм публичного, личного и компьютерного общения. оправдано было приобретение навыков работы с технологиями, возможность уверенно двигаться в «медиапространстве». Желательно активизировать научные исследования в области гуманитарных кибертехнологий, медиакоммуникаций, медиаграмотности и медиаобразования, а также медиабезопасности. На наш взгляд, перспективными могут оказаться меметика, медиапсихология, аксиология современного общества в целом и исследования в области молодежи в частности.

В-восьмых, в процессе изучения объекта исследования мы изучили практику применения законодательства о защите от дезинформации и пропаганды в Узбекистане и за рубежом, в результате чего наша страна отстает от ведущих стран мира в правовом поле в этом вопросе. Мы считаем, что такие законопроекты позволят нам быстрее и конструктивнее бороться с фейковыми новостями. Одной только медиаграмотности недостаточно для борьбы с фейками и дезинформацией. Необходимо привлечь к юридической ответственности распространителей деструктивной информации, вносящих хаос в общество, положить конец их деятельности, а также широко пропагандировать накопленный в мире передовой правовой опыт в этом отношении.

В-девятых, в связи с тем, что интернет, особенно социальные сети, стали удобным и безопасным пространством для распространения «фейковых новостей» и дезинформации, необходимо проверять факты, освещаемые в СМИ, и контенте социальных сетей, повысить медиаграмотность журналистов и блоггеров, в целях борьбы с фейковой и ложной информацией в глобальном масштабе, борьба с онлайн-насилием стала актуальной проблемой в информационной сфере, которая ждет своего решения. Если эти вопросы не найдут своего решения в ближайшем будущем и, если сложившаяся ситуация в формировании мировой информационной цивилизации сохранит устойчивую тенденцию, информационная война может стать основным оружием в руках инициаторов и лидеров информационного общества. Для создания надежного позитивного медиапродукта необходимо эффективно

использовать локальный сегмент сетевого пространства, использовать новые технологии для привлечения медиапотребителей, особенно молодежи, к социально ориентированному, образовательному и образовательному контенту. Это способствует не только культуре рецепции и производства медиа, но и формированию творческой системы ценностей и правильному пониманию мировых событий.

В частности, на основе выводов, полученных в рамках исследования на тему «Медиаграмотность как средство защиты от фейков и дезинформации в интернет-СМИ», мы сочли целесообразным привести следующие предложения и рекомендации:

1. В то время, когда глобальный поток информации находится на самом пике, целесообразно разработать Концепцию развития медиаграмотности в Узбекистане с учетом взаимоотношений и психических особенностей населения со СМИ в нашей стране.

2. Одной только медиаграмотности недостаточно для борьбы с фейками и дезинформацией. Необходимо привлечь к юридической ответственности распространителей деструктивной информации, вносящих хаос в общество, положить конец их деятельности, а также широко пропагандировать накопленный в мире передовой правовой опыт в этом отношении.

3. В Республике Узбекистан приняты соответствующие нормативно-правовые документы, специальные постановления по борьбе с распространением фейковой информации и дезинформации, ведется строгий контроль за этим крайне негативным процессом со стороны правоохранительных органов, для предотвращения потока фейковой информации в средствах массовой информации и различных социальных сетях необходимо принять специальный закон и усовершенствовать действующее законодательство.

4. Желательно увеличить и профинансировать сайты фактчекинга в нашей стране, адаптировать их к современным требованиям.

5. В целях защиты от фейков и дезинформации среди инструментов и методов медиаграмотности работников СМИ рекомендуется использовать предпубликационную проверку, то есть *дофактный* способ. В этом случае перед проверкой необходимо обратить особое внимание на контекст и основную информацию проверяемых фактов.

6. Для повышения медиаграмотности в нашей стране необходимо использовать опыт зарубежных стран, в первую очередь Финляндии. Медиаграмотность должна быть целенаправленной, системной и реализовываться на протяжении всей жизни человека.

7. Желательно активизировать научные исследования в области гуманитарных кибертехнологий, медиакоммуникаций, медиаграмотности и медиаобразования, а также медиабезопасности. На наш взгляд, перспективными могут оказаться меметика, медиапсихология, аксиология современного общества в целом и исследования в области молодежи в частности.

8. Для создания надежного позитивного медиапродукта необходимо эффективно использовать локальный сегмент сетевого пространства, использовать новые технологии для привлечения медиапотребителей, особенно молодежи, к социально ориентированному, духовному и образовательному контенту. Это способствует не только культуре рецепции и производства медиа, но и формированию творческой системы ценностей и правильному пониманию мировых событий.

**ONE-TIME SCIENTIFIC COUNCIL DSc.03/30.12.2019.Fil.27.01
ON AWARDING SCIENTIFIC DEGREES
AT UZBEKISTAN STATE UNIVERSITY OF WORLD LANGUAGES**

UZBEKISTAN STATE UNIVERSITY OF WORLD LANGUAGES

MAKHMUDOVA MAFTUNA KHAMZA KIZI

**MEDIA LITERACY AS A MEANS OF PROTECTION AGAINST FAKES
AND DISINFORMATION IN THE INTERNET MEDIA**

10.00.09 – Journalism (Philological Sciences)

**ABSTRACT OF THE DISSERTATION
of doctor of philosophy (PhD) in philological sciences**

Tashkent – 2024

The theme of the dissertation of Doctor of philosophy (PhD) was registered at the Supreme Attestation Commission at the Republic of Uzbekistan under number B2022.2.PhD/Fil2678.

The doctoral dissertation has been carried out at the Uzbekistan State University of World Languages.

The abstract of the dissertation is posted in three languages (Uzbek, Russian, English (abstract)) on the Scientific Council website (www.uzswlu.uz) and on the website "ZiyoNet" information and educational portal (www.ziynet.uz).

Scientific supervisor: **Kasimova Nargis Sunnat kizi**
Doctor of Philological Sciences (DSc), Professor

Official opponents: **Mamatova Yakuta Muhammedjanovna**
Doctor of Philological Sciences, Professor

Nuriddinova Madina Chorliyevna
Doctor of Philosophy (PhD) in Philological Sciences

Leading organization: **Karakalpak State University named after Berdak**

The defense will take place on «26» april 2024 at 13⁰⁰ at the meeting of the One-time Scientific Council DSc.03/30.12.2019.Fil/Ped.27.01 at Uzbekistan State University of World Languages (Address: 100138, Tashkent city, Uchtepa district, Kichik halqa yoli street, 21A Tel: (99871) 230-12-91, fax: (99871) 230-12-92, e-mail: uzswlu_info@mail.ru).

The dissertation can be reviewed at the Information Resource Center at Uzbekistan State University of World Languages (registered under the number 2). (Address: 100138, Tashkent city, Uchtepa district, Kichik halqa yoli street, 21A Tel: (99871) 230-12-91, fax: (99871) 230-12-92.)

The abstract of the dissertation was distributed on «13» april 2024 y.
(Registry record No. 2 dated «13» april 2024.)



G.Kh. Baklyeva
Chairperson of the One-time Scientific Council on awarding Scientific degrees, Doctor of Philological Sciences, Professor

Kh.B. Samigova
Scientific Secretary of the One-time Scientific Council on awarding scientific degrees, Doctor of Philological Sciences, Professor

Kh.A. Saidov
Chairman of the Scientific Seminar of the One-time Scientific Council on awarding Scientific degrees, Doctor of Philological Sciences, Professor

INTRODUCTION (abstract of the PhD dissertation)

The aim of the research is to justify the role and importance of media literacy in identifying, defining the directions and prevention of fake and disinformation spreading in the Internet mass media.

The object of the research is fake and disinformation spread on Internet mass media on Telegram channels such as “Antifeyk.uz”, “Kun.uz”, “Zamin.uz”; “Telegram Yulduzlari” and “Online Uzbekistan”.

The scientific novelty of the research:

on the basis of systematic approaches of intensive organization of media education, modern concept of media literacy, innovative educational programs, empirical research methods based on technological solutions have been improved in differentiating media content from “fake” and false information in any form of mass media and social networks;

the necessity of forming a public control strategy has been proven in order to prevent mass media and Internet resources from striving for sensationalism and exclusivity, and to prevent their main content from being disinformation messages, and to ensure information security, fight against information threats, by further improving the skills of the public audience to analyze and evaluate “false” information;

information literacy means getting to know, analyze and synthesize information, and media literacy means using and understanding media text, being aware of the basics of media culture, especially memetics, media psychology by activating scientific research in the field of humanitarian cyber technologies, media communications, and media security and it is based on the need to develop an important strategic, potential paradigm in the development of axiology of modern society;

proposal, recommendation aimed at combating framing and combating it in the online space, using the pre-fact method in protecting modern mass media from fakes and disinformation, in which prior to control, the need to pay special attention to the context and basic information of the verified facts, and to increase the role of media literacy and practical recommendations aimed at developing a constructive mechanism were developed.

Implementation of research outcomes. Based on the research to reveal the role and importance of media literacy in identifying, defining the directions and preventing fake and disinformation forms spread in the Internet media:

The conclusions regarding the systematic approaches of intensive organization of media education, modern concept of media literacy, innovative educational programs, empirical research methods based on technological solutions in differentiating media content from “fake” and false information in any form of mass media and social networks were used in the preparation of the talk shows such as “Assalom O’zbekiston!” and “Munosabat” of the “Uzbekistan” television and radio channel (Reference No.02-13-2110 dated December 21, 2022 of the state institution “O’zbekiston Teleradiokanali” National Television and Radio Company of Uzbekistan). As a result, theoretical and practical opinions about the reasons for

the increase and spread of fake and disinformation served to improve the content of the shows;

the scientific proposal on the necessity of forming a public control strategy to prevent mass media and Internet resources from striving for sensationalism and exclusivity, and to prevent their main content from being disinformation messages, and to ensure information security, fight against information threats, by further improving the skills of the public audience to analyze and evaluate “false” information were used in the preparation of programs and informational broadcasts on the “Sport” television and radio channel (Reference No.02-02-1043 dated December 21, 2022 of the state institution “Sport teleradiokanali” of National Television and Radio Company of Uzbekistan). As a result, the programs were enriched with analytical information about the important methods of media literacy for media workers to protect against fakes and disinformation;

the conclusions on information literacy denoting to get to know, analyze and synthesize information, and media literacy meaning the use and understand media text, to be aware of the basics of media culture, especially memetics, media psychology by activating scientific research in the field of humanitarian cyber technologies, media communications, and media security and the need to develop an important strategic, potential paradigm in the development of axiology of modern society were used by “Qalb Nuri” social and legal support center for women and their families of Jizzakh region in seminars and trainings on modern methods and technologies for teaching and improving media literacy (Reference No.01/75 dated December 26, 2022 of “Qalb Nuri” center for social and legal support of women and their families of Jizzakh region). As a result, seminars and trainings were improved with ideas on the development of online tools and programs to combat fakes, technological educational programs;

the conclusions regarding the proposals, recommendations aimed at combating framing and combating it in the online space, using the pre-fact method in protecting modern mass media from fakes and disinformation, in which prior to control, the need to pay special attention to the context and basic information of the verified facts, and to increase the role of media literacy and practical recommendations aimed at developing a constructive mechanism the site of the public association were used by "Ekolog.uz" public association web-site and under the column “ekofaktcheking” on ekolog.uz Telegram channels and in the preparation of reports for the web-site (Reference No.01-51 dated August 1, 2023 of Ekolog.uz public association). As a result, these reports helped to increase immunity to manipulation and different ideas in the formation of public opinion in journalism.

Structure and scope of the research. The dissertation consists of an introduction, three chapters containing nine paragraphs, a conclusion, references, and appendices. The total volume of the work is 149 pages.

E'LON QILINGAN ISHLAR RO'YXATI
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I bo'lim (I часть; I part)

1. Mahmudova M. Today's global problems are fake news and disinformation // *Ilm sarchashmalari*. – Urganch, 2023. – № 3. – 180-188-b. (10.00.00; № 3).

2. Mahmudova M. Ijtimoiy tarmoqlarda feyklarni bartaraf etish muammosi. // *O'zMU xabarlari*. – 2023. – № 1/10/1. – 283-285-b. (10.00.00; №15)

3. Mahmudova M. Axborot tahdidlarida manipulyatsiya tushunchasining ilmiy-nazariy tasnifi // *So'z san'ati xalqaro jurnali*. – 2023. – №4. – 21-26-b. (10.00.00; №31)

4. Mahmudova M. Legal basis of media activity // *Academica An International Multidisciplinary Research Journal*. – November, 2020. – Vol.10. – Iss.11. – P. 815-817. (10.00.00; (23) SJIF 2020: 7.13)

5. Mahmudova M. The role of media education in person's information security (based on national and international experiences) // *European Scholar Journal (ESJ)*. – 2021. August. – № 8. – P. 51-53. (10.00.00; (23) SJIF: 7.235)

6. Mahmudova M. Медиаобразование как инструмент совершенствование медиаграмотности // *Herald pedagogiki Nauki I Pratyka wydanie specjalze (Editorial Team)*. – 2023. – № 4. – P. 13-17. (10.00.00; (23) SJIF: 7.433)

7. Mahmudova M. Global iqlim o'zgarishi muammolarining O'zbekistonga ta'sirini yoritishda medianing o'rni // “Mediakommunikatsiya hamda PR: yangi texnologiyalar va zamonaviy yondashuvlar” mavzusidagi Respublika miqyosidagi ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami. – Toshkent, 2019. 13-dekabr. – 71-76-b.

8. Mahmudova M. Mediata'lim axborot xavfsizligini ta'minlashda mediasavodxonlikni oshiruvchi vosita sifatida // “Mediakommunikatsiya va PR: yangi texnologiyalar va zamonaviy yondashuvlar” mavzusidagi Respublika ilmiy-amaliy anjuman materiallari to'plami. – Toshkent, 2022. – 62-65-b.

9. Mahmudova M. Axborotlashgan jamiyatda psixologik xavfsizlikning ahamiyati // “Research and education” Scientific Research Center “International conference on educational innovations and applied sciences”. – 2022. 15 april. – P. 75-79.

10. Mahmudova M. Media Literacy in the Context Of Information Security // “Actual problems in Higher Education in the Era of Globalization” International Scientific and Practical Conferense. – 2024. 10 march. – P. 6-7.

II bo'lim (II часть; II part)

11. Mahmudova M. Translyatsiyalarning mediaga kirib kelishi // “Mass-Media ustuvorligi va jurnalist kasbining qadriyatlari” mavzusidagi ilmiy-amaliy anjumani materiallari to'plami. – Toshkent, 2019. 30-may. – 46-48-b.

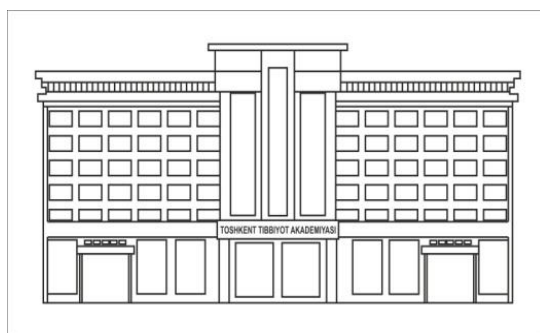
12. Mahmudova M. Zamonaviy dunyoda jurnalistikaning rivojlanishi va milliy jurnalistikaga nazar // “Mediakommunikatsiya hamda PR: yangi texnologiyalar va zamonaviy yondashuvlar” mavzusidagi Respublika miqyosidagi ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to‘plami. – Toshkent, 2019. 13-dekabr. – 67-69-b.

13. Mahmudova M. Jurnalist kadrlarni tayyorlashda jamoatchilik bilan aloqalar fanining o‘rni. // Ta’lim, fan va innovatsiya. – Toshkent, 2021. – № 3. – 174-176-b.

14. Mahmudova M. Mediata’lim axborot xavfsizligi tizimining tarkibiy qismi sifatida // Ta’lim, fan va innovatsiya. – Toshkent, 2021. – № 4. – 140-142-b.

15. Mahmudova M. Kiberterrorchilik hujumlari va oqibatlari // Ilmiy tadqiqot va innovatsiya. – Toshkent, 2022. avgust. – № 2. – Vol.1. – 161-164-b.

Avtoreferat «O‘zMU xabarlari» jurnali
tahririyatida tahrirdan o‘tkazildi



MUHARRIRIYAT VA NASHRIYOT BO'LIMI

Разрешено к печати: 9 апреля 2024 года
Объем – 3,2 уч. изд. л. Тираж – 60. Формат 60x84. 1/16. Гарнитура «Times New Roman»
Заказ № 3868 - 2024. Отпечатано РИО ТМА
100109. Ул. Фароби 2, тел: (998 71)214-90-64, e-mail: rio-tma@mail.ru

