

“POLITEYNMENT” ATAMASINING OMMAVIY AXBOROT VOSITALARIDA QO‘LLANILISHI

Bekpo‘lat Xudoyberganov O‘zJOKU magistranti

Annotasiya. Ushbu maqolada ommaviy axborot vositalarida “politeynment” atamasining qo‘llanilishi haqida so‘z boradi. Shuningdek, mazkur mavzu yuzasidan rasmiy va ilmiy adabiyotlar atroflicha tahlil qilinib ushbu atamaning kelib chiqishi sabablari ya‘ni tarixiy nazariy tipologiyasi o‘rganildi.

Kalit so‘zlar: Politeynment, ommaviy axborot vositalari, tipologiya, vazifalar.

Abstract. This article discusses the use of the term "polytainment" in mass media. In addition, the official and scientific literature on this topic was thoroughly analyzed and the reasons for the origin of this term, i.e. historical theoretical typology, were studied.

Key words: Polytainment, mass media, typology, tasks.

KIRISH

Zamonaviy ommaviy axborot vositalarining faol transformatsiyasi, axborot uzatishning yangi shakllarining paydo bo‘lishi va amaliyotda keng qo‘llanilishi sharoitida an‘anaviy ommaviy axborot vositalari ham bir qator o‘zgarishlarni boshdan kechirmoqda. Ushbu o‘zgarish ko‘pincha axborot mahsulotlari sifati va yangiliklar mazmunini taqdim etishning umumiy pasayishiga, mavzular xilma-xilligining pasayishiga, matn va rasmlarning miqdoriy nisbatining ikkinchisi foydasiga o‘zgarishiga olib keladi. Bu jarayon nashrning tabloidizatsiyasi deb ataladi.

So‘nggi yillarda kuzatilgan jahonning yetakchi sifatli ommaviy axborot vositalarining tabloidizatsiyasi, bizningcha, kengroq tendensiya - yoritishning bir qismidir. Bu jarayon siyosat va shou-biznesning uyg‘unlashuvi bilan tavsiflanadi, siyosiy jarayonlar esa yangiliklar, ko‘ngilochar va reklama birligi sifatida qabul qilinadi. Bizning fikrimizcha, zamonaviy axborot jarayonlarini rivojlantirishning bunday vektori (O‘zbekistonda ham, chet elda ham) yuqori sifatli ommaviy axborot vositalarining mazmuniga eng yaxshi ta‘sir ko‘rsatmaydi, bu esa materiallar darajasining sezilarli darajada pasayishiga olib keladi.

Umuman olganda, zamonaviy jamiyat uchun vositachilik jarayoni asosiy jarayonlardan biri bo‘lib, axborot inqilobining barcha bosqichlariga hamroh bo‘lgan tarixiy jarayon sifatida qaraladi. Mediatizatsiya ijtimoiy o‘zgarishlar jarayoni sifatida qaraladi, bunda ommaviy axborot vositalari jamiyatning turli sohalariga kuchli ta‘sir ko‘rsatadi. Zamonaviy media makon yanada murakkab va o‘zgaruvchan bo‘lib

bormoqda: aloqaning an'anaviy shakllari ommaviy kommunikatsiyaning yangi – raqamli shakllariga moslashmoqda[1].

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR

Bu tendensiya birinchi marta amerikaliklar L. Bennett va R. Entman tomonidan global tendensiya sifatida belgilangan va turli mamlakatlardagi siyosiy jarayonlarga ommaviy axborot vositalarining haddan tashqari aralashuv misollari qayd etilgan[2]. Siyosatni vositalashtirish haqida gapirganda, ular, birinchi navbatda, aholining katta qatlamlari uchun siyosiy ahamiyatga ega ma'lumotlarga kirishni kengaytirish va soddalashtirishni nazarda tutadi. Aynan ommaviy axborot vositalari “kun tartibini” shakllantiradi, ayrim voqealarni muhim va ahamiyatli, boshqalarini esa ahamiyatsiz va e'tiborga loyiq bo'lmagan voqealarga aylantiradi. Ommaviy axborot vositalari siyosiy tarkibni mustaqil ravishda tanlaydi va o'zgartiradi, ma'lum bir axborot holatlariga e'tibor qaratadi.

NATIJA VA MUHOKAMALAR

Xavf shundaki, kim asosiy ommaviy axborot vositalarini nazorat qilsa, fuqarolarga o'z siyosiy imtiyozlarini yuklashga urinishi mumkin. Boshqa tomondan, bu ommaviy axborot vositalarining siyosatchilardan mustaqilligini oshirishga olib keladi, bu esa siyosatchilarning keng auditoriyaga qaratilgan xabarlarini yaratish va e'firga uzatishni to'liq nazorat qilishini imkonsiz qiladi. Vositalashtirilgan siyosat, aslida, ommaviy axborot vositalari tomonidan taqdim etilgan va yaratilgan virtual haqiqatdir, shuningdek, vositalashtirilgan siyosat bu haqiqatni o'rnatish jarayonidir. Bu jarayon siyosiy sohada (rasmiy yoki norasmiy boshqaruv texnologiyalari yordamida) ham, ommaviy axborot vositalari bilan bog'liq bo'lganda ham, ya'ni siyosiy ma'nolarni ommaga namoyish etish orqali ommaviy axborot ta'siri va o'zaro ta'sir hodisalarining kombinatsiyasi hisoblanadi.

Boshqacha qilib aytganda, siyosatni vositachilik qilish siyosiy maydonning ommaviy axborot vositalariga kirib borish jarayonidan boshqa narsa emas va aksincha[3]. Mediatlashtirilgan siyosat zerikarli matnlar to'plami emas, balki yorqin, ba'zan quvnoq ijroga aylanadi. Bu hodisa politeynment deb ataladi va uning paydo bo'lishi bevosita siyosatning vositachiligi bilan bog'liq. Umuman olganda, g'arb tadqiqotchilari ham ommaviy axborot vositalari, ham siyosatning rivojlanish vektorining politeynment mazmunga o'tish tendensiyasini qayd etadilar.

Politeynment – siyosat (ing. politics) va entertainment (ing. entertainment) so'zlarining birikmasidan kelib chiqqan atama bo'lib, siyosat, jurnalistika va ko'ngilochar madaniyat o'rtasidagi munosabatni ifodalaydi. Ushbu kontsepsiya siyosat darajasida ko'ngilochar komponentning mavjudligini (yoki tarqalishini), ya'ni siyosiy jarayonlar yangiliklar, ko'ngilochar va reklama birligi sifatida qabul qilinganda siyosat

va shou-biznesning uyg'unligini aks ettiradi. Siyosiy o'yin-kulgi sanoati bilan bog'liq bo'lgan odobli va siyosiy teatr - bu siyosiy shou orqali siyosatchilar va hokimiyatni ommaviy qo'llab-quvvatlashga mo'ljallangan siyosiy aloqaning strategik shakllari yoki turlari[4].

Siyosiy o'yin uzatilayotgan ma'lumotlarning siyosiy jihatlarini tashqi ko'rinishda ta'kidlagan bo'lsa-da, murakkab ma'lumotlarni yanada qulayroq yoki ishonarli qilish va jamoatchilik e'tiborini siyosiy jihatdan noqulay mavzulardan chalg'itish uchun asosan pop madaniyati va jurnalistika texnikasiga tayanadi. Bundan tashqari, siyosiy muloqot ko'rinishidagi siyosiy muloqot ko'ngilochar shaklda taqdim etiladi, bu esa uni o'zlashtirish samaradorligini sezilarli darajada oshiradi, chunki idrokning hissiy komponenti sezilarli darajada oshadi.

Biroq, ko'pgina tadqiqotchilar politeynmentning yuqorida qayd etilgan hissiy komponenti sezilarli darajada zararli va hatto halokatli salohiyatga ega ekanligini ta'kidlaydilar. Shunday qilib, aynan hissiy idrokka asoslanib, siyosatni shaxsiylashtirish fenomeni yetakchining shaxsiy jozibadorligining tashqi omiliga e'tibor qaratadi va siyosiy dasturlar mazmunini ikkinchi o'ringa qo'yadi. Natijada, asosiy ishtirokchilar aniq belgilangan iqtisodiy va dunyoqarash tamoyillariga ega bo'lgan siyosiy partiyalar emas, balki ularning, asosan, o'z ambitsiyalari va opportunistik manfaatlariga yo'naltirilgan yetakchilaridir[5].

Politeynment texnologiyasining keng tarqalishi natijasida hokimiyat uchun kurashda nomzodlarning shaxsiyatiga, ularning hayotiy kelib chiqishiga emas, balki iste'dodli obraz yaratgan obrazni hissiy idrok etishiga obyektiv baho berish hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'ladi. Xuddi prodyuserlar va professional rejissyorlar tomonidan tayyorlangan siyosiy shoudek. Zamonaviy dunyoda politeynment shiddat bilan saylovchilarning sadoqati uchun kurashning asosiy vositasiga, siyosiy manfaatlarni ilgari surish va himoya qilish vositasiga aylanib bormoqda. Ko'rinishidan zararsiz bo'lib, u siyosiy psixologik urushgacha ommani manipulyatsiya qilish vositasi bo'lishi mumkin.

Shu bilan birga, politeynmentga xos bo'lgan ma'lumotlarni uzatish shakllarini soddalashtirish, diqqatni jalb qiluvchi, shov-shuvli sarlavhalarga, bahsli mavzularga (asosan, dam olish sohasiga tegishli), shuningdek, multimedia va unga qo'shiladigan materiallardan (masalan, multfilmlar, fotolar, memlar, chizmalar, kollajlar va boshqalar) faol foydalanishlarga sabab bo'ladi. Bugungi kunda, g'arb tadqiqotchilari ommaviy axborot vositalarini rivojlantirish vektorining yoritish tomon siljishi haqida endigina gapira boshlaganlarida, yetakchi yuqori sifatli ommaviy axborot vositalarida aniq tabloid xarakterdagi materiallarni topish hali ham qiyinligicha qolmoqda: faqat

bir nechta (lekin juda ko‘p xarakterli) matnlarda past sifatli kontent belgilari paydo bo‘ladi.

Biroq, dastlab ushbu turdagi ommaviy axborot vositalari uchun g‘ayrioddiy bo‘lgan tabloidizatsiyaning ushbu individual xususiyatlarini ko‘plab ingliz va frantsuz tilidagi nashrlarda kuzatish mumkin, bu bizning fikrimizcha, politeynmentga amaliy o‘tishda kontent sifati darajasining keyingi, deyarli eksponentsial pasayishidan dalolat beradi va o‘ziga xos signalidir.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, “politeymnt” ijtimoiy tarmoqlardan, kontent yaratish va efirga uzatishning zamonaviy usullaridan keng foydalanish yoshlarni faol siyosatga jalb etishga xizmat qiladi, siyosiy jarayonlarning faolligini ta‘minlaydi, jamoatchilik bilan muloqot qilish uchun yangi imkoniyatlar ochadi, bu esa umumiy mediasavodxonlikni rivojlantirish bilan birga fuqarolarning siyosiy elitasini yangilashning samarali vositasiga aylanishi mumkin. Shunday qilib, siyosatni vositalashtirish jarayoni, ya‘ni ommaviy axborot vositalarining siyosiy makonga aralashuvining kuchayishi, siyosiy ma‘lumotlarning soddalashtirilgan, qulay shakldagi ko‘ngilochar shakliga bo‘lgan talab politeynment axborot fenomenini keltirib chiqardi (siyosatning sintezi jurnalistika va o‘yin-kulgi), saylov va siyosiy jarayon kampaniyalarida siyosiy texnologiya sifatida faol foydalanilmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Axelrod E. The Role of Memes in Politics / E. Axelrod.—Режим доступа: <http://www.brownpoliticalreview.org/2016/03/role-memes-politics/>
2. Pepe the Frog, un mème coopté par les suprémacistes aux Etats-Unis Russie.— Режим доступа: http://www.lemonde.fr/big-browser/article/2016/09/13/pepe-the-frog-le-memecoopte-par-les-supremacistes-americains_4997135_4832693.Html
3. Harding L. The new special relationship: what does Putin want from Trump? / L. Harding.— Режим доступа: <https://www.theguardian.com/us-news/2016/nov/20/newspecial-relationship-what-does-putin-want-from-trump-kgb>
4. Rencontre avec des enfants soldats en Russie.—Режим доступа: <http://video.lefigaro.fr/figaro/video/rencontre-avecdes-enfants-soldats-en-russie/5129854795001/>

5. Graham C. Michelle Obama's face at inauguration 'was a barometer for most of America's feelings' / C. Graham.—Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/news/2017/01/21/michelle-obamas-face-inauguration-barometer-americasfeelings/>