

## FEYK XABARLARLARNING IJTIMOIIY TARMOQLARDA TARQALISH TEXNOLOGIYALARI

Ziyodullayeva Xumora Ilhom qizi

O‘zDJTU Xalqaro jurnalistika fakulteti talabasi

Xumoraziyodullayeva9@gmail.com

**Annotasiya.** Ushbu tezis feyk xabarlarining kelib chiqishi, insonga, jamiyatga ta'siri, yoshlar o'rtasida ommalashishi hamda soxta xabar tarqalishining oqibatlari va javobgarliklari to'g'risida. Xususan, mazkur tezis mavzusi yuzasidan o'zbek hamda jahon ilmiy adabiyotlarda keltirilgan fikrlar umumlashtirilib, taklif va tavsiyalar berilgan. Shuningdek, ushbu tezizda feyk xabarlarni aniqlaydigan bir qancha usullar keltirilgan.

**Kalit so'zlar:** Feyk, omma, veb sayitlar fishing, ijtimoiy tarmoqlar.

**Abstract.** This thesis is about the origin of fake news, its impact on people and society, its popularity among young people, and the consequences and responsibilities of spreading fake news. In particular, the opinions presented in the Uzbek and international scientific literature on the topic of this thesis are summarized, suggestions and recommendations are given. Also, this thesis presents several methods for detecting fake messages.

**Key words:** Fake, public, websites, phishing, social networks

**Абстрактный.** Эта диссертация посвящена происхождению фейковых новостей, их влиянию на людей и общество, их популярности среди молодежи, а также последствиям и ответственности за распространение фейковых новостей. В частности, обобщены мнения, представленные в узбекской и зарубежной научной литературе по теме данной диссертационной работы, даны предложения и рекомендации. Также в данной диссертации представлены несколько методов обнаружения фейковых сообщений.

**Ключевые слова:** Фейк, паблик, фишинг сайта, социальные сети.

### KIRISH

“Feyk yangiliklar” turli xil asossiz xabarlar tarqalishdan kelib chiqadi, biroq bu hodisaning yangiligi zarar keltirishga astoydil urinishdan iboratdir. Axborot imkoniyatlarini cheksizlikka daxl etadi. Asossiz, uydirma xabarlarni tarqatishdan maqsad kimnidir yoki nimanidir yomonlab ko'rsatish, noto'g'ri, soxta axborot tarqatish orqali axborot iste'molchilari orasida, auditoriyada muayyan tashkilot, idora

davlat arbobi, siyosiy shaxs, taniqli odamlarga nisbatan ishonchsizlik paydo qilishidir[1].

## ADABIYOTLAR SHARHI VA METODLAR

Tadqiqotlarga ko'ra, o'tgan yilning yanvar holatiga O'zbekistonda 27 million Internet foydalanuvchisi va 5 million 300 mingdan ortiq ijtimoiy tarmoq foydalanuvchisi ro'yxatdan o'tgan. Bu degani internet foydalanuvchilari soni umumiy aholi soniga nisbatan deyarli 75 foizini tashkil qilsa da hozirgi zamonning keng tarqalgan ko'nikmalaridan biri bo'lmish ijtimoiy tarmoqlardan aholining qariyb 15 foizi foydalana oladi[2].

Og'zaki kommunikatsiyaning rivojlanishida bunday axborotdan turli qarama-qarshiliklar, manfaatlar yo'lida foydalanilgan[3]. Soxta, uydirma axborotning o'zaro so'zlashuvdagi og'zaki ko'rinishi hozir ham saqlanib qolgan va uning ta'sir kuchi zamonaviy "feyk" lardan kam emas. Xalq og'zaki ijodining rivojlanishi tufayli "feyk" axborotlarning bir qismi ertak va dostonlarga ko'chdi. Har bir millatning nomoddiy boyligi hisoblangan ertaklari, dostonlari, afsonalarida fitna, yolg'on, uydirmalar orqali ijobiy qahramonlarga qarshi yomonliklar aks etgan. Ular aslida muayyan bir xalqning tabiati, milliy xususiyatlar, turmush tarzining ifodasi bo'lgan. Yozma adabiyot paydo bo'lganidan keyin soxta, uydirma axborot aks etgan holatlar badiiy asarlar mazmunida uchraydi.

## TAHLIL VA NATIJALAR

Faktchekerlar muammosi haqida gapirganda, shuni ta'kidlash kerakki, ular allaqachon "zararlangan" axborot oqimi izlari bo'ylab ishlaydi, feyklarning oshkor qilinishi dezinformatsiya asosida paydo bo'lgan tushunchalarni o'zgartirishga qodir emas. Bu xulosa "Psychological Science" nashri tomonidan "Dezinformatsiyani rad qiluvchi psixologik meta-analiz" nomi ostida chop qilingan ilmiy tadqiqot natijasiga asoslangan. Qiyinchilik tug'diradigan jihati shundaki, onlayn ravishda tarqalgan feyklarni to'g'rilash yetarli emasdek ko'rinadi, sababi auditoriya aynan to'g'rilangan, haqiqiy axborotga ishonishi qiyinlashadi. "The Guardian" nashrining sotsial va yangi medialar muharriri Martin Belamning qayd etishicha, "bunga chek qo'yish uchun faktcheking o'z-o'zi uchun yetarli emas, biz haqiqatni tarqatishda qaysi yo'l samarali ekanini hal qilib olishimiz darkor"[4]. Xalqaro qidiruv tizimi Google esa dunyoning bir qancha nufuzli tahririyatlari hamkorligida eng muhim xabarlar yuzasidan verifikatsiya o'tkazadi. Masalan, qidiruv tizimiga "Xillari Klinton Rossiyaga uran sotdi" so'rovi kiritilsa, "PolitiFact, Snopes va The Washington Post" kabi eng kamida uchta tahririyat orqali tekshirilib, "bu yolg'on yoki bu kabi kelishuv bo'lmagan" belgisi bilan belgilangan xabarlarni chiqaradi.

Video “YouTube” ga joylangan bo‘lsa, YouTube DataViewer servisidan o‘tkaziladi. U videoning tarmoqqa qachon yuklanganini ko‘rsatadi va bir nechta skrenshotlarni chiqarib beradi. Skrenshotlar orqali qidiruv berib, shunga o‘xshash videolarni qidirib ko‘rish mumkin bo‘ladi. “InVID” servisi orqali esa turli platformalardan yuklangan videolar haqida to‘liq ma‘lumot olish mumkin. U video internetga yuklangan paytdan boshlab bosib o‘tgan yo‘lini ko‘rsatadi. Videoni ko‘rishda mashina raqamlari, mayda yozuvlar, insonlarning ust-boshi, binolar holatiga diqqat qaratish orqali ham videoga ishlov bergan-berilmaganini aniqlash mumkin.

Videoni skrinshot qilib, Google video orqali o‘tkazish. Shuningdek, “TinEye” dasturidan foydalanish. U Google video tamoyillari asosida ishlaydi. Agarda feyk video “Youtube” servisinde joylashgan bo‘lsa, siz “Youtube” ajratgan miniatyuralardan foydalanishingiz mumkin.

“Youtube”dagi videoroliklar miniatyuralarini Youtube Data Viewer orqali tekshirish mumkin. Mazkur servis video qachon ijtimoiy tarmoqqa joylashtirilgan vaqti va kunini ham bilish imkonini beradi. 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[5]. Feyk ma‘lumotlarni tarqatishning asosiy maqsadi – e‘tiborni jalb qilish, odamlarni yolg‘onga ishontirishga, jamiyatda amaldagi hukumatga nisbatan ishonchsizlikni keltirib chiqarishga va mamlakatda beqarorlikni keltirib chiqarishdan iborat.

## XULOSA

Xulosa o‘rnida aytish joizki, bugungi kunda faktlarni professional tekshirish faktchekingga ixtisoslashgan tashkilot ekspertlari va turli sifatli media jurnalistlari tomonidan amalga oshiriladi. Bundan tashqari, Facebook va Twitter ijtimoiy tarmoqlari, Google qidiruv tizimi feyk xabarlar va ularni belgilashda alohida o‘z filtr tizimiga ega. Bizning fikrimizcha, xalqaro miqyosdagi mediasavodxonlik bo‘yicha loyihalar ham mass medianing “ongli iste‘molchilari”ni shakllantirishga, feyk yangiliklarni mustaqil ravishda ajratib olish ko‘nikmasini shakllantirishga yordam beradi. Shu bois maktab bosqishidayoq o‘quvchilarning darsliklariga mediasavodxonlik darsligini kiritish lozim. So‘ng har chorak yakunida ushbu darslik bo‘yicha imtihonlar olinsa o‘ylaymiki shu kabi muammolarga duch kelganlar soni kamayar edi.

Ba‘zan odamlar yolg‘onligi aniq bo‘lib turgan axborotga ko‘proq ishonishadi.

Chunki inson tabiatida yolgʻonga ishonish kuchliroq. Yolgʻon xabarda kimningdir shaʼniga nisbatan salbiy fikrlar boʻladi. U, albatta, tanqidiy boʻladi. Axborot oluvchilar odatda haqiqiy holat baribir yashiriladi, degan gumonda yolgʻon mazmundagi axborotga va yolgʻonligi aniq boʻlib turgan maʼlumotga koʻproq ishonishadi. Chunki inson tabiatida haqiqiy holat baribir yashiriladi, degan gumonda yolgʻon mazmundagi axborotni qabul qiladi. Shuning uchun yolgʻon axborot qanday koʻrinishda boʻlmasin, unga ishonch kuchliroq va haqiqat yuzaga chiqquniga qadar odamlar orasida aylanib yuradi. Bu bir tomondan, axborotni oʻz vaqtida oshkor qilmaslik bilan ham bogʻliq. Shuning uchun “Feyk xabarlar” ning ijtimoiy tarmoqlarda tarqalishi oson. U yoki bu axborot rasmiy manbalarda chop etilmagach, turli kanallarda, bu sohada professional boʻlmagan insonlar tomonidan voqealarning notoʻgʻri talqin qilingan holda tarqalishi mana shunday oqibatlarni ham keltirib chiqaradi. Soxta yangiliklar atayin tarqatilganda shunday bir vaziyat yuzaga keladiki, endilikda odamlar nimaga va kimga ishonish yoki ishonmasligini bilmay qolishadi. Soʻngi paytlarda yolgʻon, uydirma xabarlar, nafaqat koʻngilochar nashrlar, internet yoki ijtimoiy tarmoqlarda, balki jiddiy, rasmiy nashrlar, xatto obroʻli OAVda ham uchramoqda. Maʼlum boʻlishicha, ayollar erkaklarga qaraganda televizor koʻrishni avzal koʻrishadi. Erkaklar esa, internet ommaviy axborot vositalariga ayollarga qaraganda koʻproq murojaat qilishadi. Shu bilan birga, erkaklar olingan maʼlumotlarga ayollarga qaraganda eʼtiborliroq boʻladi.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻYXATI

1. Kaminska, Izabella (January 17, 2017). “A lesson in fake news from the info-wars of ancient Rome”. Financial Times. Financial Times. Retrieved July 4, 2017.
2. <https://daryo.uz/2023/10/28/ozbekistonda-ijtimoiy-tarmoqlardan-foydalanuvchilar-soni-malum-qilindi>
3. 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>
4. <https://www.theguardian.com/international>
5. <https://factchecking.uz/uz/2020/11/05/videofeykni-qanday-aniqlash-mumkin/>