

MANIPULATIVE INFLUENCE MEANS AND TECHNOLOGIES

Abdukahhorov Lochinbek Tursunali ugli

Researcher at Namangan State University

Annotation.

Manipulative influence is a complex of socio-psychological, cultural and information technologies aimed at directly or indirectly influencing the consciousness, emotions and behavior of an individual, social group or the general public, often used covertly, but in some cases openly. Its essence is that manipulation limits the subject's ability to fully and objectively assess reality, directs the process of independent thinking and reduces the ability to make free decisions. Through this, certain ideas, views, values or behavioral models acquire a dominant position in the public consciousness.

Keywords: national sources of information, globalization, information space, ideological education, harms, spiritual people.

Manipulyativ ta'sir zamonaviy kommunikatsiya va axborot muhitida ikki asosiy yo'nalishda namoyon bo'ladi – to'g'ridan-to'g'ri ta'sir va bilvosita ta'sir. To'g'ridan-to'g'ri ta'sir usullariga ommaviy targ'ibot, siyosiy chiqishlar, reklama kompaniyalari, ommaviy tadbirlar va turli shakldagi jamoatchilik bilan muloqot kiradi. Bu usulda manipulyator o'z g'oyasi yoki manfaatini auditoriyaga ochiq va to'g'ridan-to'g'ri yetkazadi, ko'pincha ta'sir vositalari sifatida ta'sirchan nutq, vizual materiallar, ommaviy ma'naviy shiorlar, emotsional obrazlar va maxsus ssenariylashtirilgan tadbirlardan foydalanadi. Siyosiy mitingda notiq milliy ramzlar, tarixiy qiyofalar va qo'rquv yoki umid uyg'otuvchi ritorik ifoda vositalari bilan tinglovchi ongiga ta'sir ko'rsatishini misol sifatida ko'rsatish mumkin.

Bilvosita ta'sir esa ko'pincha auditoriya tomonidan darhol sezilmaydigan, yashirin yoki kam oyoqlangan kommunikatsiya strategiyalariga asoslanadi. Bu usulda manipulyatsiya axborotni selektiv berish (ya'ni ma'lum ma'lumotlarni ta'kidlab, boshqalarini e'tibordan chetda qoldirish), ramzlar va belgilar orqali his-tuyg'ular uyg'otish, ijtimoiy norma va trendlarni sun'iy yaratish, madaniy kodlar va assotsiatsiyalar orqali g'oyalarni singdirish kabi shakllarda amalga oshiriladi. Jumladan, ijtimoiy tarmoqlarda muayyan xeshteg kompaniyasi orqali yangi ijtimoiy tendensiya shakllantirilishi yoki film va kliplarda muayyan hayotiy modellar normal deb ko'rsatilishi mumkin.

Ilmiy nuqtai nazardan, har ikki usul ham inson ongidagi kognitiv jarayonlar va emotsional mexanizmlardan foydalanishga asoslanadi. Kognitiv psixologiyada bu jarayon inson ma'lumotni qanday qabul qilishi, qayta ishlashi va yodda saqlashi bilan bog'liq bo'lib, "framing effect" (kontekst o'zgarishi ta'siri), "availability heuristic" (e'tiborli ma'lumotga asoslanish), yoki "priming" (oldindan yo'naltirish) kabi mexanizmlar orqali izohlanadi. Emotsional ta'sir esa miyaning limbik tizimi, ayniqsa amigdala va nukus yadrosi faoliyati bilan bog'liq bo'lib, qo'rquv, umid, g'urur yoki nafrat kabi kuchli his-tuyg'ularni uyg'otish orqali qaror qabul qilish jarayonini mantiqiy tahlildan ko'ra tezkor va hissiy reaksiyaga yo'naltiradi.

Amaliyotda to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita ta'sir ko'pincha birgalikda qo'llanadi. Siyosiy reklamada ham avval ta'sirchan video va ritorika orqali to'g'ridan-to'g'ri ta'sir ko'rsatilishi, keyin esa ijtimoiy tarmoqlarda shu reklamadagi obrazlar va shiorlar qayta-qayta takrorlanib, trendga aylanishi orqali bilvosita ta'sir amalga oshirilishi mumkin. Shuningdek, tijorat marketingida ham avval reklama roligi orqali to'g'ridan-to'g'ri mahsulotga qiziqish uyg'otilib, keyin moda jurnallari, bloglar va inflyuenserlar orqali uning iste'molini ijtimoiy me'yor sifatida ko'rsatish yo'li bilan bilvosita ta'sir qo'llaniladi.

Shunday qilib, manipulyativ ta'sirning har ikki yo'nalishi – to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita – inson ongidagi idrok va hissiy mexanizmlarni faollashtirishga qaratilgan bo'lib, ularning

samaradorligi ko‘pincha birgalikda va uzluksiz qo‘llanish orqali maksimal darajada oshiriladi. Bu jarayonni anglash va tahlil qilish, o‘z navbatida, media savodxonlik, tanqidiy fikrlash va axborot xavfsizligi sohalaridagi bilim va ko‘nikmalarni rivojlantirish uchun zarur nazariy asos hisoblanadi.

Zamonaviy tadqiqotlarda manipulyatsiyaning nazariy asoslari kamida uchta yirik fan sohasi bilan uzviy bog‘liq. Ular kognitiv psixologiya, ommaviy kommunikatsiya nazariyasi, axborot xavfsizligi va media muhit tahlili bo‘lib, bir-birini to‘ldiruvchi tahliliy instrumentlar sifatida xizmat qiladi.

Kognitiv psixologiya – insonning idrok, diqqat, tafakkur, xotira va qaror qabul qilish jarayonlarini o‘rganuvchi psixologiyaning muhim yo‘nalishi bo‘lib, manipulyativ ta‘sirni ilmiy jihatdan tushuntirishda asosiy nazariy poydevor hisoblanadi. Ushbu sohaning xulosalariga ko‘ra, odam axborotni qabul qilish va qayta ishlash jarayonida doimo neyropsixologik va ijtimoiy-psixologik omillar ta‘sirida bo‘ladi. Manipulyatsiya esa aynan shu jarayondagi zaif nuqtalardan – “kognitiv filtrlar” va “kognitiv ifloslanish” kabi mexanizmlardan – foydalanish orqali amalga oshiriladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Picard R. W. Affective Computing. – Cambridge, MA: MIT Press, 1997. – P. 214.
2. Benedict Anderson. Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. – London: Verso, 1983. p. 36-40.
3. Michel Foucault. Discipline and Punish: The Birth of the Prison. – New York: Pantheon Books, 1977. p. 25-30.
4. Jürgen Habermas. The Theory of Communicative Action. – Boston: Beacon Press, 1984. p. 260-270.
5. Noam Chomsky, and Edward S. Herman.. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. – New York: Pantheon, 1988. p. 1-10.
6. Европейская комиссия. Закон о цифровых услугах: Регламент (ЕС) 2022/2065. – Брюссель: Европейский союз, 2022. – С. 3-9.
7. ЮНЕСКО. Учебная программа по медиаграмотности и информационной грамотности для учителей. –Париж: Издательство ЮНЕСКО, 2021. модули 1-3.