

МЕДИАКОММУНИКАЦИЯЛАР - МУЛОҚОТГА ГЛОБАЛ МИҚЁСДА КИРИШИШ ВОСИТАСИ СИФАТИДА

Бугунги кунда юртимизда медиа ва медиакommunikациялар соҳасини янада ривожлантириш, уларни фуқароларнинг ижтимоий фаоллигига таъсирини янада оширишга оид чора-тадбирлар тизимли равишда амалга оширилмоқда. Айниқса, Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ш.Мирзиёевнинг “2017-2021 йилларга мўлжалланган Ўзбекистонни янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси” тўғрисидаги Фармонида белгиланганидек, ижтимоий соҳани ривожлантиришда медиакommunikация воситалари муҳим аҳамият касб этади.[1]

Маълумки, коммуникациялар биринчи навбатда глобаллашув, ахборотлаштириш, технология, ахборот-коммуникация соҳаларидаги ўзгаришларини жадаллаштиришга, медиаконда ахборот майдонинг кенгайишига, янги маълумот олиш воситаларининг пайдо бўлишига ва бошқа илмий соҳалар билан яқинлашиш жараёنларига хизмат қилади.

Дастлаб, медиакommunikацияларнинг фалсафий таҳлилидан олдин, коммуникация тушунчасининг моҳиятига тўхталиб ўтсак. «Коммуникация» атамаси фанга XX асрнинг бошида кириб келган. «Коммуникация» латинча “коммунисатио, коммунисо” сўзларидан келиб чиққан бўлиб, боғлайман, мулоқот қиламан маъноларини англатади. Ижтимоий фанларда коммуникация биргаликда ҳаракат қилиш, ўзаро таъсир ҳақидаги илмий билим соҳаси ҳамда ушбу жараёнлар ва уларнинг натижаларини ифодалаш учун қўлланилади. Коммуникация муаммоларига оид илмий-тадқиқотлар, айниқса, Иккинчи жаҳон урушидан сўнг кенг қўламда ўрганила бошланди. Бунга яққол мисол сифатида 1960 йиллар бошига келиб, фалсафа ва социология илмий адабиётларида коммуникация тушунчасининг юздан ортқ таърифлари мавжуд бўлганини айтиш мумкин. Тасаввур ҳосил бўлиши учун мазкур таърифлардан фақат тўрттасини келтириб ўтамоғимиз:

1. «Коммуникация - бу мураккаб динамик тизимлар ва унинг ахборотни қабул қилиш, тўплаш, ўзгартириш имконига эга қисмлари ўртасида ахборот алмашинуви».
2. «Коммуникация - бу ахборотни ўзига хос алмашиш, унинг эмоционал ва интеллектуал мазмунини акс эттириш жараёни».
3. «Коммуникация - инсонларнинг конгитив ва меҳнат фаолияти жараёнида ўзаро муносабатларга киришишнинг ўзига хос шакли».
4. «Коммуникация - новербал ва вербал ҳаракатлар натижасида ахборот олиш».

Кўриниб турибдики, бу таърифларда мазкур феноменнинг айрим жиҳатларигагина урғу берилган. Шунинг ўзи коммуникациянинг нақадар қамрови кенг ва мураккаб ҳодиса эканига ишорадир. Кибернетика асосчиси Норберт Винер таъкидлашича: «Ахборот алмашинуви - бу жамиятни бирлаштирувчи цемент».[2]

Ижтимоий коммуникация - инсонларнинг ўзаро муносабатларга киришишнинг ўзига хос шакли бўлиб, унда ахборот узатиш тил ва бошқа белгилар тизимлари ёрдамида амалга оширилади. Канадалик социолог Маршал Маклюен фикрича, коммуникация усулининг алмашиши тарихнинг ривожланиш босқичларини ифода этади. Шунга кўра, у инсоният ривожланишнинг қуйидаги даврларини ажратган:

- оғзаки коммуникация (бу даврда жамоа доирасида коммуникатив муҳит коммуникантларни бевосита ҳар томонлама қамраб олган);
- ёзма коммуникация (ёзилган хабарлар вақт ва макон тўсиқларини кесиб ўтган);
- нашр-коммуникация (коммуникантларни ялпи қамраб олишнинг ошиши, «Геттенберг галактикаси»нинг яратилиши, яъни, босма китоблар чоп этиш технологиясининг ихтиро қилиниши);
- мултимедиа коммуникацияси (бевосита мулоқотга глобал миқёсда киришиш).

М.Маклюеннинг гоёсига биноан, коммуникатив муҳит маданият хусусиятларини белгилаб беради. Унинг фикрича, замонавий маданият мазмунан визуал, XIX аср охири XX аср боши маданияти

эса асосан ёзма бўлган.

Коммуникация муаммоларини гуманитар, табиий ва техник фанлар вакиллари тадқиқ қилишади. Фақат инсонлараро эмас, балки ҳайвонлараро, компьютерлараро, «инсон- машина» ва алоқа тизимларида ахборот алмашинувини ўрганувчи фанларнинг вакиллари - кибернетиклар, биологлар, этологлар, семиотиклар ахборот алмашинувини “коммуникация” деб атайдилар. Машҳур социолог олим М.С.Каган коммуникацияларни бир томонга йўналтирилган жараёндир, деб ҳисоблайди.[3] Шунингдек, XX асрнинг 60 йилларида америкалик социологлар (Лазарсфелд, Липпман, Лассуелл, Мертон, Маклюен ва бошқалар) ўз тадқиқотларида «оммавий коммуникация» атамасини ҳам қўллай бошладилар.

Ҳар қандай назарияда бўлганидек, коммуникация назарияси ҳам «ахборот», «коммуникация», «ахборот алмашинуви», «коммуникатив макон» каби ўзига хос тушунчалари (категориялари) га эга. М.Вебер, Г.Гадамер, Г.Шпетлер илгари сурган коммуникация моделида коммуникациянинг асосий натижаси бу инсоннинг бошқа инсон томонидан тушунилиши, ўзаро тушуниш [4] деб аталади.

Коммуникация - бу ўзига хос ахборот алмашинуви бўлиб, унинг натижасида жўнатувчи- дан қабул қилувчига интеллектуал ва эмоционал ахборотни узатиш жараёни кечади. Хусусан, *Глобал ҳамкорлик - барҳарор ривожланиш шартли ва қафолати* коммуникация жараёнларини амалга оширишда муайян шартлар бажарилган бўлиши лозим. Улар қуйидагилар:

- коммуникатив жараён учун камида икки томоннинг иштироки зарур;
- коммуникация доимо тескари алоқа тамойилига таянади;
- коммуникация маълум белгилар тизимисиз амалга оширилмайди.

Маълумки, коммуникатив жараённинг турли моделлари мавжуд. Мисол учун, Аристотел коммуникация жараёнининг учта (нотиқ - нутқ - аудитория) компонентини ажратган бўлса, замонавий вариантда у «коммуникатор - хабар - коммуникант» кўринишига эга. Ахборот алмашинуви коммуникациянинг ҳам, мулоқотнинг ҳам марказий ху су сянга эканлиги туфайли бу категорияларни тушунтириш, изоҳлаш борасида, табиий равишда, хилма-хилликлар келиб чиқди ва бир қатор ёндашувлар пайдо бўлди. Биринчи ёндашув мазмунан икки тушунчани маъно жиҳатдан айнанлаштиришдан иборат. Бу ёндашув юзага чиқишига етакчи психолог ва файласуфлар Л.С.Виготский, В.Н.Курбатов, А.А.Леонтевлар катта ҳисса қўшган. Қатор қомусий ва изоҳли луғатларда «коммуникация» атамаси «хабар йўли, мулоқот» деб талқин қилинган.

Коммуникация субъект-объект алоқаси бўлиб, унда субъект маълум ахборотни узатади, объект эса ахборотнинг пассив қабул қилувчи сифатида намоён бўлади, унинг вазифаси ахборотни қабул қилиш, тушуниш, яхши англаш ва шу ахборотни иноватга олиб, ҳаракатланишдан иборат.

Коммуникация назарияси ичида “медиакоммуникация” соҳаси алоҳида ажралиб чиқиб, бугунги илм-фанда алоҳида йўналиш сифатида ўрганилмоқда. “Медиакоммуникация” атамаси ҳали ҳам умумий қабул қилинган асосга эга эмас. Ҳар бир олим ўз қарашини ўзига хос тарзда изоҳлайди. Кенг маънода алоқа жамиятдаги ахборот алоқаси ҳисобланади. Медиакоммуникация тушунчаси латин тилидан олинган бўлиб, хабар, узатиш ва “ўрта”, яъни оралиқ, воситачилик деган маъноларни англатади.

Медиакоммуникацияларнинг моҳиятини очиб беришда медиареллик асосий фалсафий мезон саналади. XX асрнинг ўрталарида, оммавий коммуникациялар жамиятда тартибга солиш функцияларини амалга оширишни бошлаганида (яъни: мафкуравий, ташкилий, прогностик, когнитив) ва юбурувчининг ва минглаб томошабинлар ўртасида яна бир алоқа канали пайдо бўлди. “Медиа” префикси бўлган сўзлар нутқ айланишига фаол кириб келди. Илмий жамоатчилик ижтимоий-маданий жараёнларни оммавий ахборот воситалари орқали талқин эта бошлашди.

Яқинда пайдо бўлган ахборот-технологик цивилизация феноменини ўрганишнинг аҳамияти шундаки, жамиятда ва ҳар бир инсон ҳаётининг барча соҳаларида глобал ўзгаришларга, шунингдек, ишлаб чиқариш ва ахборотни қайта ишлаш саноатини яратишга олиб келди.

Медиа-коммуникация соҳасидаги тадқиқот фаолиятининг умумий ҳолатини тасвирлаш учун француз муаллифлари, файласуф Г. иллес Делезга ва психоаналист Феликс Гваттариларнинг қарашлари аҳамиятлидир. Улар бу соҳада “ризом”(илдиз) тоифасини ишлаб чиқдилар. Кенг маънода “ризом”

марказлаштириш, буюртма бериш ва симметрия мавжуд бўлмаган дунёдаги тасвир сифатида хизмат қилиши мумкин. “Ризом” атамаси алоқа ва медиа-коммуникация тадқиқотлари тизимида ҳам қўлланилиши мумкин. Албатта, барча алоқа назариялари бир-бири билан боғлиқ, аммо ҳеч ким илмий жамоатчилик учун афзалроқ эмас. Бундан ташқари, “алоқа”, “медиа-коммуникация” атамалари умумий эътирофга эга эмас ва уларнинг барчаси кесишади ва ҳисобга олинади.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, шуни айтиш мумкинки Медиакоммуникация бу - оммавий ахборот воситалари ва техник воситалар ёрдамида амалга оширилаётган минглаб одамлар ўртасидаги ахборот муносабатидир.

АДАБИЁТЛАР:

1 .Мирзиёев Ш. 2017 йил 7 февралдаги “2017-2021 йилларга мўлжалланган Ўзбекистонни янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947 сон Фармони.

4. Винер Норберт Кибернетика и общество; Тайдекс Ко, 2011.

5. Каган М.С. Мир общения. Москва, 1988. - С. 143-146.

6. Вебер М. О некоторых категориях понимающей социологии // Вебер М. Избранные произведения. Москва: Прогресс, 1990.-С.49.

7. Shermukhamedova, N. A. "Philosophy." Tashkent: Noshir (2012).

8. Намазова, Юлдуз Музаффаровна. "ГЛОБАЛ ФУҚАРОЛИК РУҲИДАГИ ТАЪЛИМ." ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ. 2019.

9. Нишанова, О. (2023). Влияние процессов глобализации на этническую культуру, in Library, 7(1), 164-167. извлечено от <https://inlibrary.uz/index.php/archive/article/view/21867>