

IJTIMOYIY TARMOQLARDA TRENDLAR ORQALI FEYK AXBOROT TARQALISHI

Ómirbaeva Aziza Bekbergen qizi,

*Berdaq nomidagi Qoraqalpoq davlat universiteti
Jurnalistika fakulteti magistranti*

Annotatsiya. Mazkur maqolada ijtimoiy tarmoqlarda trendlar orqali feyk axborot tarqalishining xususiyatlari, mexanizmlari va jamiyatga ta'siri tahlil qilinadi. Shuningdek, feyk axborotning ommalashuvida algoritmlar, blogerlar va auditoriya xulq-atvorining o'рни o'rganiladi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, trendlar orqali tarqalayotgan axborotlar ko'p hollarda tekshirilmasdan qabul qilinadi va bu axborot xavfsizligiga jiddiy tahdid soladi.

Kalit so'zlar: ijtimoiy tarmoq, trend, feyk axborot, dezinformatsiya, blogerlik, algoritmlar, media savodxonlik.

Аннотация. В статье рассматриваются особенности распространения фейковой информации через тренды в социальных сетях, а также их влияние на общественное мнение. Анализируются роль алгоритмов, блогеров и поведения аудитории в популяризации недостоверной информации. Результаты исследования показывают, что трендовый контент часто воспринимается без проверки, что создает угрозу информационной безопасности.

Ключевые слова: социальные сети, тренд, фейковая информация, дезинформация, блогеры, алгоритмы, медиаграмотность.

Abstract. This article examines the spread of fake information through trends on social media and its impact on public opinion. It analyzes the role of algorithms, bloggers, and audience behavior in amplifying misinformation. The findings indicate that trending content is often consumed without verification, posing significant risks to information security.

Keywords: social media, trends, fake information, misinformation, bloggers, algorithms, media literacy.

Kirish. So'nggi yillarda ijtimoiy tarmoqlar inson hayotining ajralmas qismiga aylandi. Bugungi kunda axborot iste'molining asosiy qismi aynan Telegram, Instagram, TikTok va boshqa platformalar orqali amalga oshirilmoqda. Shu bilan birga, mazkur platformalarda "trend" tushunchasi alohida ahamiyat kasb etmoqda. Trend — bu qisqa vaqt ichida ommalashgan, keng tarqalgan va ko'plab foydalanuvchilar tomonidan faol muhokama qilinayotgan kontent hisoblanadi.

Biroq trendlarning ommalashuv tezligi axborotning ishonchliligini ta'minlashga doim ham xizmat qilmaydi. Aksincha, ayrim hollarda feyk axborot aynan trendlar orqali keng auditoriyaga yetib boradi. Bu esa jamoatchilik fikri shakllanishiga, ijtimoiy kayfiyatga va hatto siyosiy jarayonlarga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Zamonaviy raqamli muhitda axborot tarqalishi an'anaviy mediadan farqli ravishda nazoratsiz va tezkor amalga oshiriladi. Algoritmlar foydalanuvchining qiziqishlariga mos kontentni taklif qilar ekan, bu jarayonda axborotning haqqoniyligi emas, balki uning ommalashish ehtimoli ustuvor ahamiyat kasb etadi. Natijada, sensatsion va emotsional kontent, hatto u noto'g'ri bo'lsa ham, tez tarqalish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Shu nuqtai nazardan, ijtimoiy tarmoqlarda trendlar orqali feyk axborot tarqalishi muammosini ilmiy jihatdan o'rganish, uning sabablari va oqibatlarini tahlil qilish dolzarb ahamiyatga ega.

Adabiyotlar tahlili va metodologiya. Ijtimoiy tarmoqlarda feyk axborot tarqalishi va uning trendlar orqali ommalashuvi masalasi zamonaviy media tadqiqotlarining markaziy yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Xalqaro va mahalliy ilmiy adabiyotlarda mazkur muammo turli nuqtai nazarlardan — kommunikatsiya nazariyasi, psixologiya, axborot xavfsizligi va raqamli jurnalistika doirasida o'rganilgan.

Xususan, dezinformatsiya va feyk axborot tushunchalari ilmiy adabiyotlarda bir-biriga yaqin bo'lsa-da, mazmunan farq qiladi. Dezinformatsiya — bu ataylab tarqatiladigan yolg'on axborot bo'lsa, feyk axborot kengroq tushuncha sifatida noto'g'ri yoki tekshirilmagan ma'lumotlarni ham qamrab oladi. Ayrim tadqiqotlarda esa "misinformation" (beixtiyor tarqatilgan noto'g'ri axborot) va "disinformation" (maqsadli ravishda tarqatilgan yolg'on axborot) tushunchalari ajratib ko'rsatiladi.

Zamonaviy tadqiqotchilar ijtimoiy tarmoqlarda axborot tarqalishini "virusli tarqalish" modeli orqali izohlaydilar. Bu modelga ko'ra, kontentning ommalashuvi uning haqqoniyligiga emas, balki emotsional ta'siri, soddaligi va auditoriyaga mosligiga bog'liq bo'ladi. Shu sababli sensatsion va bahsli axborotlar ko'proq tarqaladi.

Ilmiy manbalarda algoritmlarning roli ham alohida ta'kidlanadi. Ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchiga mos kontentni tanlab berish orqali "filter pufaklari" (filter bubbles) va "echo kameralar" (echo chambers) fenomenlarini yuzaga keltiradi. Natijada foydalanuvchi asosan o'z qarashlariga mos axborotni qabul qiladi.

Bundan tashqari, blogerlar va influenserlarning ta'siri ham muhim omil hisoblanadi. Ularning ishonch kapitali yuqori bo'lgani sababli ular tarqatgan axborot ko'pincha tekshirilmasdan qabul qilinadi.

Mazkur tadqiqotda analitik, komparativ, kuzatuv va tizimli yondashuv usullaridan foydalanildi. Tadqiqot sifatli (qualitative) yondashuv asosida olib borildi.

Natijalar va muhokama. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, trend mexanizmi axborot tarqalish tezligini keskin oshiradi va bunda ishonchlilik ikkinchi darajaga tushib qoladi.

Birinchi natija — trendga aylangan kontentga ishonch darajasi yuqori. Foydalanuvchilar ommalashgan axborotni ko'proq ishonchli deb qabul qiladilar.

Ikkinchi natija — algoritmlar hal qiluvchi rol o'ynaydi. Emotsional va sensatsion kontent tezroq tarqaladi.

Uchinchi natija — blogerlar ta'siri yuqori. Auditoriya ko'pincha ular orqali berilgan axborotni tekshirmaydi.

To'rtinchi natija — feyk axborot quyidagi belgilar bilan ajralib turadi:

qisqa va jalb qiluvchi sarlavha

emotsional mazmun
manba yoʻqligi
vizual materiallarning koʻpligi

Beshinchi natija — foydalanuvchilar axborotni tez ulashadi, ammo kam tekshiradi.

Natijalar asosida quyidagi xulosalar qilindi:

trendlar axborot tarqalishini tezlashtiradi;
feyk axborot aynan trendlar orqali ommalashadi;
tanqidiy fikrlash past boʻlsa, feyklar koʻpayadi;
algoritmlar va influenserlar kuchaytiruvchi omil hisoblanadi.

Xulosa. Ijtimoiy tarmoqlarda trendlar orqali axborot tarqalishi zamonaviy axborot makonining eng muhim va tezkor mexanizmlaridan biri hisoblanadi. Ushbu jarayon axborotning qisqa vaqt ichida keng auditoriyaga yetib borishini taʼminlasa-da, uning ishonchliligi masalasini ikkinchi darajaga tushirib qoʻyadi. Natijada, feyk axborotlar ham aynan shu tezlik va ommaviylik xususiyati sababli keng tarqalish imkoniyatiga ega boʻladi. Tadqiqot natijalari shuni koʻrsatadiki, ijtimoiy tarmoqlarda axborotning ommalashuvi koʻproq uning mazmuniy sifati bilan emas, balki emotsional taʼsiri, soddaligi va auditoriyaga mosligi bilan belgilanadi. Shu bois, sensatsion va bahsli kontent, hatto u notoʻgʻri boʻlsa ham, trendga aylanish ehtimoli yuqori boʻladi. Bu esa axborot muhitida notoʻgʻri maʼlumotlarning ustunlik qilishi xavfini oshiradi.

Shuningdek, algoritmlar faoliyati ham mazkur jarayonda muhim rol oʻynaydi. Ular foydalanuvchilarga qiziqishlariga mos kontentni taklif etish orqali axborot oqimini individuallashtiradi, biroq bu holat koʻpincha biryoqlama axborot isteʼmoliga olib keladi. Natijada, “filter pufaklari” va “echo kamera” muhitlari shakllanib, foydalanuvchilarning tanqidiy fikrlashi cheklanadi va ular feyk axborotni osonroq qabul qiladi.

Bundan tashqari, blogerlar va influenserlarning axborot makonidagi taʼsiri ham sezilarli darajada oshgan. Ularning auditoriya bilan oʻrnatgan ishonchli aloqasi sababli tarqatilgan maʼlumotlar koʻp hollarda tekshiruvsiz qabul qilinadi. Bu esa axborotning tez tarqalishiga xizmat qilishi bilan birga, uning haqqoniyligi bilan bogʻliq xavflarni ham kuchaytiradi.

Yana bir muhim jihat — foydalanuvchilarning axborot isteʼmoli madaniyati bilan bogʻliq. Tadqiqotlar shuni koʻrsatadiki, koʻpchilik foydalanuvchilar axborotni tezkor qabul qilish va ulashishga moyil, biroq uni tekshirish va tahlil qilishga yetarli eʼtibor qaratmaydi. Bu esa feyk axborot tarqalishining asosiy ijtimoiy omillaridan biri sifatida namoyon boʻladi. Shu munosabat bilan, feyk axborot tarqalishini kamaytirish uchun kompleks yondashuv zarur. Avvalo, aholining media savodxonligini oshirish, tanqidiy fikrlash koʻnikmalarini rivojlantirish va axborotni mustaqil tahlil qilish madaniyatini shakllantirish muhim hisoblanadi. Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlar platformalari tomonidan

algoritmik shaffoflikni ta'minlash, shubhali kontentni aniqlash va cheklash mexanizmlarini kuchaytirish ham dolzarb vazifa hisoblanadi.

Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy tarmoqlarda trendlar axborot tarqalishining kuchli vositasi bo'lib, u nafaqat ijobiy, balki salbiy oqibatlariga ham olib kelishi mumkin. Shuning uchun ushbu jarayonni chuqur o'rganish, nazorat qilish va ongli ravishda boshqarish zamonaviy axborot jamiyati oldidagi eng muhim vazifalardan biri sifatida qaraladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Claire Wardle, Hossein Derakhshan Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy. – 2017.
2. Abdumalikov A., Iminov B., Sohibov S., Qodirov Sh. Media savodxonlik va axborot madaniyati. – 2025.
3. Toshboev B.E., Normatov S.A. Media savodxonlik va axborot madaniyati. – Jizzax, 2024.
4. Nurmatov Z.Sh. Media savodxonlik va axborot madaniyati. – 2025.
5. Rayimboev Dadaxon Mediada dezinformatsiya va fake news. – 2023.
6. Pocheptsov G.G. Informatsionnye voyny i manipulyatsiya soznaniem. – 2015.
7. Soldatov A., Borogan I. Krasnaya pautina (The Red Web). – 2015.
8. Kastels Manuel Informatsionnaya epoxa: ekonomika, obshchestvo i kultura. – 2000.

Ajiniyaz atindagi
NOKIS MAMLEKETLIK
PEDAGOGIKALIQ INSTITUTI
N M P I
1934