



DECAY OF MORAL VALUES IN THE AGE OF INFORMATION

Bakhriddin Abdirahmonovich Primov

Doctoral student (DSc)

Tashkent State University of Economics

Uzbekistan, Tashkent

ABOUT ARTICLE

Key words: Moral values in the information age, moral decay, immorality, social morality, human life and the influence of information.

Received: 02.10.24

Accepted: 04.10.24

Published: 06.10.24

Abstract: This article explains that the influence of the information age of the 21st century on society is directly related to the process of the erosion of moral values and the process of alienation in people.

AXBOROTLASHGAN DAVRDA AXLOQIY QADRIYATARNING YEMIRILISHI

Baxriddin Abdiraxmonovich Primov

doktorant (DSc),

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti,

Toshkent, O'zbekiston

MAQOLA HAQIDA

Kalit soʻzlar: Axborotlashgan davrda axloqiy qadriyatlar, axloqiy yemirilishi, axloqsizlik, jamiyat axloqi, inson hayoti va axborotning taʼsiri.

Annotatsiya: Mazkur maqolada XXI asr axborot asrining jamiyat hayotiga taʼsiri bevosita axloqiy qadriyatarning yemirilishi jaroyoni bilan bogʻliq holda kechayotgani va insonlarda begonalashuv jarayoni kechayotgani yoritilgan.

РАСПАД ПРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ В ЭПОХУ ИНФОРМАЦИИ

Бахриддин Абдирахмонович Примов

докторант (DSc)

Ташкентский государственный экономический университет

Ташкент, Узбекистан

О СТАТЬЕ

Ключевые слова: Моральная ценность в информационный век, моральное разложение, безнравственность,

Аннотация: В данной статье поясняется, что влияние информационной эпохи XXI века на общество напрямую связано с процессом разложения

KIRISH

Jahonda kechayotgan informasialashuv davri kundan-kunga jadal suratlarida tezkorlik bilan amalga oshirilayotgani hech kimga sir emas. Ko‘z o‘ngimizda sodir bo‘layotgan bunday holatlar adaktiv informasion manopulyativ tarzda amalga oshirilmogdaki ba‘zida buni sezishga imkon qoldarmayotgandek. Hayotimiz sunchalik axborotlarga to‘lib toshmogdaki bunini sarasani-sarakka, puchagini-puchakka ajratishning iloji yo‘qdek. Lekin biz albatta jamiyatimiz insonlarini ma‘rifatni va tafakkurini yuksak darajaga ko‘tarishimiz lozim. Sundagina biz axborotlar ta‘sirida yemirilayotgan axloqiy qadriyatlarimizning oldini olgan, ma‘naviyatli hamda madaniyatli uchinchi renesans davri tomon harakatlanayotgan davlat va jamiyat barpo eta olamiz. Ushbu ijtimoiy-falsafiy jarayonlarni o‘rganish ma‘naviy-axloqiy hayotimizning yksalishiga va ilmiy maqolamiz mavzusining dolzarbligining oshishini belgilab beradi.

ASOSIY QISM

Adabiyotlar tahlili va metodologiyasi: Axborot va axborotlashtirish masalalari, ularning jamiyat hayotining turli sohalariga ta‘siri ko‘pgina olimlar, faylasuflar, tadqiqotchi va mutaxassislarning diqqat markazida bo‘lib keldi. Shuning uchun ham mazkur muammolarni o‘rganish hamda ularning istiqbolli yo‘nalishlarini belgilab olish uchun iqtisodiy, texnik, ijtimoiy-madaniy va falsafiy yondashuvlar asosida tadqiqotlar olib borildi.

Hozirgi kunda axborot jadallashuv nazariyasi ilmiy-metodologik jihatdan ishlandi. Bu nazariyaga J.Fon Neyman, N.Vinner, K.Shenon kabi olimlar tomonidan asos solingan. Axborot va axborotlashtirishning falsafiy-metodologik masalalarini tahlil etish asosida V.Kanke, A.Rakitov, V.Styopin, V.Goroxov, M.Rozov singari olimlar maxsus ilmiy-nazariy qarashlarni ishlab chiqishgan. Jumladan, V.Kanke “Axborot va axborotlashtirish masalalari o‘zining ratsional asoslariga ega. Buni Leybnis va Dekart qarashlarida ko‘rishimiz mumkin. Shuning uchun ham Norbert Viner, “Agar menga falsafa tarixida tanlash imkoniyati berilganida edi, men Leybnitsning qarashlarini kibernetika uchun asos qilib olgan bo‘lardim”[1] degan edi. Chunki, Leybnis bir paytning o‘zida faylasuf, fizik, matematik, texnik, tilshunos va mantiqshunos bo‘lgan. A.Rakitov esa quyidagi fikrlarni ta‘kidlagan: “Kompyuter inqiloblari falsafiy tafakkur tarzining o‘zgarishiga olib keldi. Shuning uchun ham falsafiy-metodologik masala sifatida axborotlashgan yondashuv kabi keng qamrovli yangi tushuncha paydo bo‘ldi”[2]. V.Styopin, V.Goroxov, M. Rozovning qayd etishicha, “Axborot texnikasi va texnologiyasining rivojlanishi inson va kompyuter munosabatlari doirasida yangi imkoniyatlarni yaratib, mavjud muammolarni hal qilishga yordam bermoqda”[3]. Bu misollar axborotni tadqiq qilishning ko‘plab ta‘riflari mavjudligini ko‘rsatadi. Chumonchi, axborot tashqi muhitga moslashish jarayonida olingan ma‘lumot, signalning mazmunini

ifodalashi[4] rang-baranglikni ifodalashi[5]; tanlash ehtimolligi[6]; xilma-xillikning aks etishi[7] va hokazolar ham shunday ta'riflar sirasiga kiradi. Bu ta'riflarning har biri "axborot" tushunchasining muayyan qirrasini ochib bersada, bu tushunchaga hanuzgacha aniq ta'rif berilgani yo'q.

Axborotning mohiyati to'g'risidagi turli nuqtayi nazarlardan kelib chiqib, axborot atributiv va funksional xususiyatlarga ega, deb ta'kidlash mumkin. Ba'zi bir mualliflar axborotning atributivligini tan olishib, uni materiyadagi barcha moddiy obyektlarga taalluqli xususiyat sifatida ta'riflashmoqda (B.Axlibininskiy, L.Bajenov, B.Biryukov, K.Morozov, I.Novik, L.Petrushenko, A.Ursul, O.Fayzullayev, M.Abdullayeva, R.Imomaliyeva, I.Saifnazarov, S.Sanginov, B.To'rayev, B.Karimov, Sh.Qo'shoqov, N.Shermuxamedova, G.G'affarova, E.Izzetova, A.Tulepov, M.Yoqubova, Muhammad Amin Yahyo va boshqalar). Lekin yqorida ko'satim olimlar axborotlashgan davrda axloqiy qadriyatarning yemirilishi haqida etarlicha izohlab bermagan.

Muhokama va natijalar: Axborotlashgan davrda axloqiy qadriyatarning yemirilishi esa murakkab jarayonlardan biri bo'lib, ushbu muammo birinchi navbatda axloqsizlik bilan keyingi o'rinda esa axborot intensivligi bilan bog'liq.

Bizga ma'lumki shaxsiy dunyoqarash va jamiyatdagi axloqning shakllanishiga axborotning ta'siri juda yuqori. Ayniqsa inson hayot tarzini ommaga va urfga mos ravishda tuzishni afzal ko'radi. Ko'p hollarda o'zgalarga intilish hissi yuqori keladi odamlarda.

Bugungi kunda esa virtual jamiyatning ta'siri real jamiyatga nisbatan juda yuqori. Virtual ijtimoiylashuv to'xtovsiz va muttasil amalga oshadi. Unga doimiy murojaat qilish mumkin va doim undan javob keladi. Virtual tarmoq foydali ma'lumotlarni tarqatish uchun qulayligi bilan birga zararli ma'lumotlar uchun ham birdek imkoniyatga ega. Unda istalgan fikr, istalgan g'oya tez tarqashini kuzatish mumkin.

1. Yolg'on ma'lumot. Ma'lumotlarning yagona javobgari mavjud bo'lmagan va anonimligi ta'minlangan sharoitda, insonlar axborot maydonida real jamiyatda bildirgan fikrlarni tarqatishi mumkin. Ushbu fikrlar tabulardan tashkil topgan, mantiqiy asosga ega bo'lmagan, yolg'on statistikani jamlagan, haqiqatdan uzoq, umumiy axloqqa zid, barqarorlikni buzishga qaratilgan(destruktiv)ligi, ushbu axborotning xavflilik darajasini oshiradi. Tarmoq foydalanuvchilarining ayniqsa yoshlarning yuqoridagi kabi ma'lumotlardan foydalanishi barqaror axloqiy tamoillarning shakllanishiga kuchli to'siq bo'lib xizmat qiladi.

2. Virtual munosabat. Virtual tarmoqlarda virtual jamiyatlar shakllanadi va ular yangi virtual munosabatlarni shakllantiradi. Ushbu munosabatlar real va axloqiy munosabatlardan tubdan farq qiladi. Virtual munosabatlarda suxbatdoshga xurmat, moslashish, murosaa o'rnini shaxsiy ustunlik egallaydi. Virtual suxbatdoshning real qiyofasining o'rnini shaxsning tafakkuridagi aksi egallaydi, ya'ni insonlarning real jamiyatdagi xissiyotlari, alohida belgilari va ijobiylikni standard matn yoki

suhbat orqali bilish qiyin. Shu sababli suhbatdosh qiyofasi u bildirgan matnlar orqali tashkil qilinadi xolos.

3. Destruktiv jamiyat. Virtual jamiyat a'zolari qiziqishlari orqali qutblanishi va differensiyallashuvi shunchalik murakkablashadiki unda umumiylik va birgalik tushunchalariga o'rin qolmaydi. Go'yoki istalgan jamiyat boshqasidan afzal va ular ajralib turadi. Shu tarzda jamiyat ichida kichik jamiyatlar shakllanadi va umumiy jamiyat tushunchasi o'zining funksiyasini yo'qotadi. Bunday kichik jamiyatlarni boshqarish oson ularni bir – biriga qarama – qarshi qo'yish ham shunday kechadi. Ular yagona jamiyatga birlashgandagi manipulyatsiya muammosi, kichik jamiyatlarga bo'linganda hal bo'ladi.

4. Hayotiy qoniqmaslik va ortiqcha lazzatlanish. Moddiy hayotning ustunligini ta'kidlovchi marketing va reklama xizmatlari odatda o'z maxsulotlarini hayotning asosiy manbai sifatida ta'riflaydi. Xizmat va maxsulotlar moddiy qadriyatlarni doimo ma'anaviysidan ustun qo'yadi. Uyushtirilgan sahnalar, maxsus marketing effektlar, mashxur shaxslarning ham uyushtirilgan go'yoki "real" hayoti insonlarda ehtiyojlarning ortishiga, lazzatlanishga bo'lgan hissiyotlarni shakllanishiga xizmat qiladi. Ortirilgan ushbu ehtiyojlar va real imoniyatlar o'rtasidagi farq hayotdan qoniqishning pasayishiga olib keladi.

5. Begonalashuv. Virtual jamiyat a'zolari ehtiyojlarining keskin o'zgarishi dastlabki munosabatlardagi farqlarga olib keladi. Keyinchalik muttasil o'zgarish jamiyatda ajralishga(izolyatsiya), manfaatlar farqlanishiga sabab bo'ladi, bu esa o'z – o'zidan begonalashuvni keltirib chiqaradi. Begonalashuvning ruhiy tomonlama salbiy tomoni qo'rquv va depressiyaga xisoblanadi va keyingi bosqichda salbiy emotsiyalarga yo'l ochadi. Salbiy emotsiyalar axloqsizlik va jinoyatlarga turtki berishi mumkin.

Haqiqatdan ham ijtimoiy tarmoqlar inson axloqiy qadriyatlariga jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Ko'pincha olimlar quyidagi xolatlarni tahlil qilishadi [8]:

- Kiberbulling: onlayn muhitda haqorat va tazyiqlarning ko'payishi;
- Soxta(feyk) xabarlar: odamlarning haqiqat va yolg'on haqidagi tasavvurlarini xiralashtirishi mumkin bo'lgan yolg'on ma'lumotlarning tarqalishi;
- Buzg'unchi xabarlar: irqiy, diniy va gender nafratni tarqatish;

Dastlabki matn uzatish texnologiyalari hajm, tur va vaqt jixatdan oddiy xatlardan farq qilmas edi. Xabarlariga bo'lgan ehtiyojlarning shakllanishi bilan turli gadjetlarning paydo bo'lishini, xabarlarining turlarini ham (ilova, ovozli, video, su'ratli) o'zgarishini kuzatishimiz mumkin. Taraqqiyot shu darajaga yetishdiki endilikda jonli uzatish(translyatsiya) har qanday xabarlarini o'rnini bosmoqda.

Dastlabki ijtimoiy munosabatlarni o'rnatish, hissiy va psixologik kechinmalarni uzatish yoki xabardor qilish uchun ishlatilgan matnlar maqsadni ifodalovchi vositalar edi. Axloqiy qadriyatlar

ham aslida ijtimoiy munosabatlar uchun edi. Ya'ni jamiyki axloq inson uchun, munosabat uchun tashkil qilingan. Ijtimoiy tarmoqlar davrida esa yuqoridagi vositalar asosiy maqsadga aylanishini kuzatishimiz mumkin.

Insoniylikni tashkil qiluvchi identliklar ya'ni hissiyot, tuyg'ular, hamjixatlik, hamdardlik kabi tushunchalar, tarmoq davriga kelib umumiy relyativ axloq doiralarida transformatsiyaga uchrab antisotsial ahamiyat kasb etmoqda.

Tarmoq foydalanuvchisi va tarmoq ta'siridagi bir yoqlama ijtimoiylashuv, foydalanuvchilarni monoton xissiyotlardan, bir xil tafakkur tarzidan va o'zgarmas tamoillardan tez zerikishiga va uning o'rniga oxiri yo'q, vaqtinchalik ovunchoq yoki shunchaki monoton hissiyotlarning keyingi bosqichi sifatida bachani o'ziga jalb etmoqda.

Tarmoq foydalanuvchilaridagi deviant xulq atvorning shakllanishiga bir necha omillar sabab bo'lishi mumkin lekin asosiy omillar esa quyidagilar xisoblanadi:

- Shaxsiyatning yo'qolishi - reallikdan uzoqda bo'lgan virtual tarmoqlarda insonlarning muloqoti odatda yuzaki va jiddiy xisoblanmaydi. Yuzaki va sohta munosabatlar insonda chuqur emotsional munosabatlar, insoniy g'amxo'rlik va birdamlik xususiyatlarni yo'qotadi. Oqibatda insonda yolg'izlik, jamiyatdan uzilganlik va ehtiyojlardagi differensiyallashuv yuz beradi.

- Ijtimoiylashuvning yo'qolishi - insoniyatdagi davrlar davomida shakllangan kelishuv va murosaa funksiyalari tarmoq orqali keskin pasayishi mumkin. Bunga sabab oila, maktab va do'stlar davrasida erishiladigan ijtimoiylik, tarmoqda o'tqazilgan vaqt sababli kechikadi va shaxs antisotsial funksiyalarni o'zida namoyon etadi.

- Ruhiy va jismoniy beqarorlik - kompyuter va telefondan doimiy foydalanish tayanch harakat tizimi kasalliklari, semizlik, uyquning buzilishi, metabolizmdagi tartibsizlik oqibatida eng asosiy hayotiy dunyoqarash passivligi va salbiy psixologik muhitni shakllantirish omilini keltirib chiqaradi.

Axloqiy qadriyatlarining yemirilishi jamiyat uchun salbiy xolatligini tushungan xolda shuni aytishimiz mumkin-ki, ushbu xodisa birinchi navbatda mamlakatdagi barqaror ijtimoiy muhitni buzish, buning natijasida beqaror vaziyatni o'rnatish yoki eng kata ehtimol bilan iqtisodiy manfaatlar tufayli amalga oshiriladi.

Axloqiy qadriyatlarni yemirilishida iqtisodiy manfaatlar kuzatilishi mumkin bo'lgan xolatlar:

Yangi bozor va mijozlar: "yangi axloqsizlik" ungacha mavjud bo'lmagan yangi bozorlarni shakllantirishi mumkin. Masalan jamiyatdagi "tabular" yangi axloqsizlik tufayli ochilishi mumkin va u axloqsizlik davrida u normaga aylanishi va yangi daromad manbai sifatida ishlatilishi mumkin.

Yangi qarashlar: go'yoki yangicha fikrlash, yangi tafakkur va yangi an'ana sifatida yangi media, kino va asarlarni ishlab chiqish uchun baxona vazifasini bajarishi mumkin. Odatda an'anaviy axloqiy qadriyatlar ko'p tahlil qilingani uchun, ko'pchilik qandayligidan qat'iy nazar yangilikni yoqtirishadi.

Yangi maketing tarmog'i (yangi brendlar): marketing xizmatlari ham ko'pincha yoshlarning tanlovi, zamonaviy maxsulot shuningdek yangi urf kabi tushunchalardan foydalanishadi va bunda "yangi axloqsizlik" zamonaviylik talqinida ishlatilishi mumkin.

XULOSA

Muxtasar qilib shuni aytishimiz mumkinki, axloqiy qadriyatlarning yemirilishi uchun xizmat qiladigan "yangi axloqsizlik" orqasidan daromad ko'rish ba'zi soha va tarmoqlar uchun vaqtincha daromad manbai bo'lishi mumkin lekin uning oqibatida jamiyatda qaytarib bo'lmaydigan jarayonlar sodir bo'ladi.

Global ijtimoiy tarmoqlarning paydo bo'lishi bilan biz madaniyatning ham globallashuvini shuningdek yagona axloqning shakllanishini ko'rishimiz mumkin. Yagona axloq esa ko'pincha ko'ngilochar industriyaning media ta'sirida tobora kuchayib borayotganligini kuzatmoqdamiz. Ko'ngilochar medialar yuzaki qadriyatlarni targ'ib qilish, doimiy rohat - farog'at, lazzatlanish, individuallik va erkinlikni ortiqcha targ'ib qilish orqali, javobgarlik, jamoaviylik, insoniylik, madaniyat kabi tushunchalarni yo'qolishiga olib kelmoqda. Yuqorida keltirilganlardan kelib chiqib shunday, falsafiy oqimida yuzaga kelgan ommaviy madaniyat, satanizm va bir jinslilarning nikoxi ham zamonaviy industriya va daromad manbai sifatida, axloqiylik, insoniylik, hamjixatlilik va jamoaviylik kabi qadriyatlarning yemirilishiga ham ta'sir o'tkazmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Винер Н. Человек управляющий. СПб: Питер, 2001. -С.25.
2. Ракитов А.И. Философия компьютерной революции. –Москва: Политиздат, 1991. - С.334.
3. Стёпин В.С., Горохов В.Г., Розов М.А. Философия, наука и техника. Москва, Контакт-Альфа, 1995. С.89.
4. Эшби Р. Массовая информация: стратегия и тактика потребления. Москва, Дело, 1993. -С.405.
5. Яглом Т. Массовые коммуникации в современном мире: методология анализа и практика исследования. СПб.: Питер, 2000. -С.190.
6. Урсул А.Д. Диалектика определенности и неопределенности. Кишинев, 1996. -С.61.
7. "The Impact of Social Media on Moral Values". Journal: "Media and Culture". Dr. Peter Brown, Dr. Sarah Jones. 2021. Santa Clara University

8. Primov, B.A. (2024). Axborotlashgan davrda global jarayonlar va madaniyatlar o'zgarishi. *O'zMU xabarlari*, 1(1.2), 187-191.
9. Usmonov, F.L. (2024). Philosophical analysis freedom of information. *SCIENCEPROBLEMS.UZ-Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари*, S/7(4), 94-101.
10. Saifnazarov, I., & Umarjonov, S. (2022). State and religion relations in New Uzbekistan. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 2, 414-424.
11. Primov, B.A. (2024). Axborot global jarayonlarning kuchli ta'sir vositasi. *NamDU ilmiy xabarnomasi*, 2, 209-214.
12. Saifnazarov, I. (2023). Yangi O'zbekiston: inson qadri ulug'langan yurt [New Uzbekistan: a country where human dignity is glorified, in Uzbek]. *Ilm-Ziyo-Zakovat*. –209 bet.
13. Saifnazarov, I. (2022). So'z erkinligi-Yangi O'zbekiston tayanchi [Freedom of speech is the pillar of New Uzbekistan, in Uzbek]. *Scienceweb academic papers collection*.
14. Primov, B.A. (2024). Axborotlashgan davrda internet va ijtimoiy tarmoqlarga qaramlikning kuchayishi. *Tamaddun nuri*, 2(53), 180-185.
15. Primov, B.A. (2024). Axborot texnologiyalari va jamiyat hayotidagi o'zgarishlar. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 4(21), 139-147.