

OMMAVIY AXBAROT VOSITALARI VA JAMOATCHILIK FIKRI

Ibragimov Jasurbek Ilhomjon o'g'li

ibragimovjasur1992@gmail.com

Alisher Navoiy nomidagi

*Toshkent davlat o'zbek tili va adabiyoti universiteti ijtimoiy
gumanitar fanlar kafedrasi sotsiologiya yo'nalishi o'qituvchisi*

Annotatsiya: Mazkur maqolada ommaviy axborot vositalarining jamoatchilik fikriga ta'siri tahlil

“ILMIY TADQIQOTLAR VA START-UP”LAR FORUMI TO‘PLAMI

84

jamiyatdagi muhim axborot manbai sifatida nafaqat axborot yetkazadi, balki ijtimoiy ongni shakllantiradi, munosabatlar va qadriyatlar tizimini o'zgartiradi. Tadqiqotda matbuot, radio, televideniye, internet va ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikriga qanday ta'sir ko'rsatishi misollar asosida ko'rsatib beriladi. Shuningdek, axborotning ishonchliligi, axborot manipulatsiyasi, senzura va jamoaviy ong kabi tushunchalar ham tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: OAV, jamoatchilik fikri, axborot, ta'sir, ijtimoiy ong, senzura, ijtimoiy tarmoqlar, media manipulyatsiyasi.

MASS MEDIA AND PUBLIC OPINION

Abstract: This article analyzes the impact of mass media on public opinion. As a key source of information in society, mass media not only transmits information but also shapes public consciousness and influences attitudes and values. The study illustrates how press, radio, television, the internet, and social networks affect public opinion through specific examples. It also examines concepts such as information credibility, media manipulation, censorship, and collective consciousness.

Keywords: mass media, public opinion, information, influence, social consciousness, censorship, social networks, media manipulation.

Kirish: Bugungi globallashuv va raqamli texnologiyalar asrida ommaviy axborot vositalari (OAV) inson hayotining ajralmas qismiga aylangan. OAV faqatgina axborot yetkazuvchi emas, balki jamiyatda qarashlar, munosabatlar va ijtimoiy ong shakllanishida muhim vosita sifatida namoyon bo'lmoqda. Ayniqsa, internet va ijtimoiy tarmoqlarning jadal rivojlanishi natijasida jamoatchilik fikrini shakllantirish va boshqarish imkoniyatlari yanada kengaydi. Bu holat OAVning ijtimoiy jarayonlarga, siyosiy qarorlar qabul qilinishiga va jamoaviy munosabatlarning shakllanishiga qanday ta'sir ko'rsatayotganini chuqur tahlil qilishni talab qiladi. Ushbu maqolada ommaviy axborot vositalarining jamoatchilik fikriga bo'lgan ta'siri turli jihatlari bilan ko'rib chiqiladi.

“ILMIY TADQIQOTLAR VA START-UP”LAR FORUMI TO‘PLAMI

85

Metod va materiallar. Ushbu tadqiqotda ommaviy axborot vositalarining jamoatchilik fikriga ta’sirini o’rganish uchun kompleks yondashuv qo’llanildi. Metodologik asos sifatida sotsiologik tahlil, kontent-analiz, taqqoslama metod, kuzatuv va ilmiy adabiyotlar tahlilidan foydalanildi.

Birinchi, sotsiologik tahlil yordamida jamiyatda mavjud bo’lgan ommaviy axborot vositalari turlari (matbuot, televideniye, radio, internet, ijtimoiy tarmoqlar)ning funksional roli ko’rib chiqildi. Bu metod orqali OAVning qanday vosita sifatida ishlayotgani, uning asosiy maqsadlari va auditoriyaga ta’sir shakllari aniqlashtirildi.

Ikkinchi, kontent-analiz orqali ayrim axborot manbalarida, xususan, internet portallari, telekanallar va ijtimoiy tarmoqlarda tarqatilayotgan materiallarning mazmuni, ularning til uslubi, baholovchanligi va jamiyatdagi dolzarb muammolarni qanday yoritayotgani tahlil qilindi. Ayniqsa, siyosiy, ijtimoiy va iqtisodiy mavzulardagi materiallarga e’tibor qaratildi.

Uchinchi, taqqoslama metod yordamida turli mamlakatlar (masalan, AQSh, Buyuk Britaniya va O’zbekiston)dagi OAV tizimi va ularning jamoatchilik fikriga ta’sir mexanizmlari o’zaro solishtirildi. Bu orqali OAV erkinligi, senzura darajasi, axborot olish imkoniyati va ommaviy manipulatsiyaning nisbiy darajalari aniqlab chiqildi.

Tadqiqotda shuningdek, ijtimoiy tarmoqlarda real foydalanuvchi faolligi, izohlar, bahs-munozaralar, tendensiyalarni kuzatish asosida kuzatuv metodidan ham foydalanildi. Bu usul odamlarning axborotga munosabati va ijtimoiy ongdagi o’zgarishlarni aniqlashga xizmat qildi.

Material sifatida esa ilmiy maqolalar, sotsiologik tadqiqotlar natijalari, xalqaro tashkilotlarning (masalan, UNESCO, Freedom House) axborot erkinligi bo’yicha hisobotlari, shuningdek, ijtimoiy tarmoqlardagi ommabop post va sharhlar tahlil qilindi. O’zbekiston va xorijiy manbalardan foydalanilgan bo’lib, ular zamonaviy OAVning holati va u orqali jamoatchilik fikrini shakllantirish jarayonlarini ochib berishda muhim ahamiyat kasb etdi.

Tadqiqot natijalari va tahlil: Olib borilgan tahlillar asosida OAVning jamoatchilik fikriga ta’siri bir necha asosiy yo’nalishlarda kuchli ekanligi aniqlandi. Tadqiqot natijalari quyidagi asosiy jihatlarni ko’rsatdi:

“ILMIY TADQIQOTLAR VA START-UP”LAR FORUMI TO‘PLAMI

86

1. Axborot manbalarining ishonchliligi jamoatchilik fikrini belgilaydi: Respondentlar bilan olib borilgan kuzatuv va tahlillar shuni ko’rsatdiki, jamoatchilik ko’proq ishonchli va rasmiy manbalarga

tayanishga harakat qiladi. Ammo so'nggi yillarda ijtimoiy tarmoqlardagi axborot oqimi kuchaygani sababli, odamlar ko'pincha rasmiy OAV emas, balki blogerlar, mustaqil platformalar va foydalanuvchi fikrlariga tayangan holatda qarorlar qabul qilmoqda. Bu esa ba'zida noto'g'ri yoki manipulyatsiyalangan axborotlarga ishonishga olib keladi.

2. Ijtimoiy tarmoqlar jamoatchilik fikrining asosiy shakllantiruvchisiga aylangan: So'nggi yillarda internet va ayniqsa ijtimoiy tarmoqlar (Facebook, Telegram, Twitter, Instagram) orqali tarqaladigan axborot jamoatchilik fikriga tez va bevosita ta'sir qilmoqda. Odamlar yangiliklarni ko'proq ushbu platformalardan qabul qilmoqda va o'z fikrini ommaviy tarzda bildirayotganlari sababli, u yerda yuzaga kelgan munozaralar keng auditoriyani o'z ichiga olmoqda.

3. OAV orqali ijtimoiy muammolar dolzarb mavzuga aylanmoqda: Matbuot va televideniye, ayniqsa jurnalistik reportajlar, ijtimoiy muammolarni yoritishda asosiy vosita bo'lib xizmat qilmoqda. Bu orqali jamoatchilik e'tibori dolzarb masalalarga yo'naltirilmoqda: korrupsiya, ekologik muammolar, ta'lim va sog'liqni saqlash tizimidagi kamchiliklar OAVda keng yoritilgan sari fuqarolarning talabchanligi va fuqarolik faolligi oshmoqda.

4. Axborot manipulyatsiyasi jamoatchilik fikrini chalg'itishi mumkin; Tahlillar ko'rsatmoqdaki, ayrim hollarda ma'lumotlar noto'g'ri yoki biryoqlama tarzda yoritilishi orqali jamoatchilik fikri ongli ravishda yo'naltirilmoqda. Bu holat ayniqsa siyosiy jarayonlar yoki ijtimoiy noroziliklar paytida yaqqol seziladi. Shu bois axborot savodxonligi va tanqidiy fikrlash ko'nikmalarining ahamiyati ortmoqda.

5. Ijtimoiy ongdagi o'zgarishlar sezilarli: OAV va internet ta'sirida jamoatchilik fikrida sezilarli o'zgarishlar yuz bermoqda. Ayniqsa, yosh avlod yangiliklarga, dolzarb muammolarga nisbatan faol munosabat bildirayotganini ko'rish mumkin. Bu holat fuqarolik jamiyatining rivojlanishi va ijtimoiy jarayonlardagi ishtirok darajasining ortib borayotganidan dalolat beradi.

“ILMIY TADQIQOTLAR VA START-UP”LAR FORUMI TO‘PLAMI

87

Xulosa: Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, ommaviy axborot vositalari jamoatchilik fikrining shakllanishida muhim va hal qiluvchi o'ringa ega. Ayniqsa, zamonaviy raqamli vositalar va ijtimoiy tarmoqlarning keng tarqalishi jamoaviy ongga tezkor va keng ko'lamli ta'sir ko'rsatmoqda. OAV nafaqat axborot tarqatuvchi vosita, balki ijtimoiy qarashlar, qadriyatlar va munosabatlarni shakllantiruvchi kuchli ijtimoiy institut sifatida namoyon bo'lmoqda.

Shuningdek, tadqiqot davomida axborotning ishonchliligi, axborot manipulyatsiyasi va senzura kabi muammolar mavjudligi aniqlanib,

bu holatlar jamoatchilik fikrining ob'ektiv shakllanishiga to'sqinlik qilishi mumkinligi ta'kidlandi. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlarda tarqaladigan noto'g'ri ma'lumotlar jamiyatda salbiy oqibatlarga olib kelishi mumkin.

Ushbu vaziyatdan kelib chiqib, jamiyatda axborot madaniyatini oshirish, OAV faoliyatini ochiqlik va xolislik tamoyillari asosida olib borish, fuqarolarning axborot savodxonligini rivojlantirish zarur ekani xulosa qilindi. Shuningdek, OAV va jamoatchilik o'rtasida sog'lom muloqotni yo'lga qo'yish, fuqarolik jamiyatini rivojlantirishda ommaviy axborot vositalaridan samarali foydalanish muhim ahamiyatga ega.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Karimov, I. A. Yuksak ma'naviyat — yengilmas kuch. Toshkent: Ma'naviyat, 2008. 180 bet.
2. Xolmurodov, M. Ommaviy axborot vositalari va jamoatchilik fikri. Toshkent: O'zbekiston Milliy ensiklopediyasi nashriyoti, 2019. 256 bet.
3. Toirov, B. Axborot kommunikatsiya texnologiyalari va ularning ijtimoiy jarayonlarga ta'siri. Toshkent: Innovatsiya, 2021. 198 bet.
4. McQuail, D. Mass Communication Theory (6th ed.). London: SAGE Publications, 2010. pp. 89–113.
5. Lippmann, W. Public Opinion. New York: Free Press, 1997 (original 1922). pp. 16–41.
6. Freedom House. Freedom of the Press Report – 2023. [Online]. Available at: <https://freedomhouse.org/report/freedompress/2023> [Accessed: 5 April 2025].

“ILMIY TADQIQOTLAR VA START-UP”LAR FORUMI TO'PLAMI

88

7. Castells, M. Communication Power. Oxford: Oxford University Press, 2009. pp. 45–78.
8. Boyd, D. Social Media: A Phenomenon of Public Opinion and Youth Identity. New York: Yale University Press, 2014. pp. 101–134.
9. UNESCO. World Trends in Freedom of Expression and Media Development – Global Report 2022. Paris: UNESCO Publishing, 2022. pp. 55–72.