



JAMOATCHILIK FIKRINI SHAKLLANTIRISHDA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING ROLI

Xalqaro Nordik Universiteti 3-kurs talabasi

Olimjonova Anora Murodjon qizi

Email: anora130906@gmail.com

ANNOTATSIYA: *Ushbu maqolada ommaviy axborot vositalarining (OAV) zamonaviy jamiyatda jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi o'rni tahlil qilinadi. Maqolada televidenie, radio, matbuot va internet-nashrlar, shuningdek ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik ongiga ta'sir mexanizmlari ko'rib chiqiladi. OAVning axborot tarqatish, kun tartibini belgilash (agenda-setting) va jamoat fikrini yo'naltirish funksiyalari, shuningdek raqamli davrda yuzaga kelayotgan yangi tendensiyalar va muammolar - masalan, "yolg'on yangiliklar" (fake news), axborot manipulyatsiyasi va mediasavodxonlik masalalari yoritiladi. Tadqiqot natijalari OAVning ijtimoiy-siyosiy jarayonlarga ta'sirini chuqurroq tushunishga xizmat qiladi.*

Kalit so'zlar: *Ommaviy axborot vositalari, jamoatchilik fikri, kun tartibini belgilash, ijtimoiy tarmoqlar, mediasavodxonlik, axborot manipulyatsiyasi, raqamli media, jamoat ongi, media ta'siri, axborot xavfsizligi.*

KIRISH

Zamonaviy jamiyat rivojlanishining muhim xususiyatlaridan biri axborotning inson hayotidagi o'rni tobora ortib borayotganligidir. Ommaviy axborot vositalari - televidenie, radio, gazeta-jurnallar, internet-portallar va ijtimoiy tarmoqlar - nafaqat voqea-hodisalar haqida ma'lumot yetkazib beruvchi vosita, balki jamiyatdagi qarashlar, e'tiqodlar va munosabatlarni shakllantiruvchi kuchli omilga aylandi.

Jamoatchilik fikri - bu ma'lum bir ijtimoiy guruh yoki jamiyatning muayyan masala yuzasidan umumiy, ustuvor nuqtai nazari bo'lib, u turli omillar, jumladan



shaxsiy tajriba, ta'lim, madaniy muhit va OAV ta'siri ostida shakllanadi. Ayni damda, aynan OAV jamoatchilik fikrini shakllantirishning eng ta'sirchan vositalaridan biri hisoblanadi, chunki u millionlab odamlarga bir vaqtning o'zida murojaat qilish, ularning e'tiborini muayyan mavzularga qaratish va voqealarni ma'lum bir nuqtai nazardan taqdim etish imkoniyatiga ega.

Mazkur maqolaning maqsadi - OAVning jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi rolini nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilish, uning asosiy mexanizmlarini aniqlash hamda raqamli davrda yuzaga kelayotgan yangi xavf va imkoniyatlarni yoritishdir.

2026-yil 6-iyul kuni «Ijtimoiy fikr» respublika jamoatchilik fikrini o'rganish markazi tomonidan aholining ommaviy axborot vositalari faoliyati, axborot iste'moli madaniyati hamda mamlakat axborot makonida kechayotgan jarayonlarga munosabatini kompleks o'rganishga qaratilgan respublika miqyosidagi sotsiologik tadqiqot boshlandi.

ASOSIY QISM

1. Ommaviy axborot vositalarining ijtimoiy vazifalari

OAV jamiyatda bir qator muhim vazifalarni bajaradi:

- Axborot tarqatish funksiyasi - jamiyatni mamlakat va dunyoda ro'y berayotgan voqealar haqida xabardor qilish;
- Tarbiyaviy-ma'rifiy funksiya - aholining bilim darajasini oshirish, madaniy va ma'naviy qadriyatlarni targ'ib qilish;
- Nazorat funksiyasi - davlat organlari va turli tuzilmalar faoliyati ustidan jamoatchilik nazoratini amalga oshirish ("to'rtinchi hokimiyat" tushunchasi);
- Integratsiya funksiyasi - jamiyat a'zolarini umumiy qadriyatlar va manfaatlar atrofida birlashtirish;
- Rekreativ funksiya - aholining bo'sh vaqtini mazmunli tashkil etish.

Ushbu funksiyalarning barchasi bevosita yoki bilvosita jamoatchilik fikriga ta'sir ko'rsatadi.

2. Jamoatchilik fikrini shakllantirish mexanizmlari



OAV jamoatchilik fikrini bir necha usul orqali shakllantiradi:

Kun tartibini belgilash (agenda-setting) nazariyasi. Ushbu nazariyaga ko'ra, OAV odamlarga nima haqida o'ylash kerakligini emas, balki qaysi masalalar haqida o'ylash kerakligini belgilaydi. Ma'lum bir voqea yoki muammoning ommaviy axborot vositalarida qanchalik ko'p va tez-tez yoritilishi, uning jamiyat nazarida qanchalik muhim ekanligi haqidagi tasavvurni shakllantiradi.

Freyming (freymlash) usuli. Bir xil voqea turlicha kontekst va urg'u bilan taqdim etilishi mumkin. Masalan, iqtisodiy islohotlar "qiyinchiliklar davri" yoki "yangi imkoniyatlar davri" sifatida yoritilishi jamoat munosabatiga sezilarli farq keltirib chiqaradi.

Tanlab yoritish va soyaga qo'yish. Muayyan faktlarni ta'kidlash, boshqalarini esa e'tibordan chetda qoldirish orqali auditoriyaning e'tibori muayyan tomonga yo'naltiriladi.

Emotsional ta'sir. Vizual va matnli materiallar orqali hissiy kechinmalarni uyg'otish - qo'rquv, hamdardlik, g'azab yoki quvonch kabi tuyg'ular - odamlarning muayyan masalaga munosabatini tezlashtiradi va kuchaytiradi.

Fikr liderlari va ekspertlar ishtiroki. Jamiyatda obro'ga ega bo'lgan shaxslarning fikri OAV orqali keng tarqalganda, u jamoatchilik nazarida qo'shimcha vaznga ega bo'ladi.

3. Raqamli davr va ijtimoiy tarmoqlarning yangi roli

So'nggi o'n yillikda internet va ijtimoiy tarmoqlarning (Facebook, Instagram, Telegram, YouTube, X va boshqalar) keng tarqalishi bilan jamoatchilik fikrini shakllantirish jarayoni tubdan o'zgardi. Endi har bir foydalanuvchi nafaqat axborot iste'molchisi, balki uni yaratuvchi va tarqatuvchi ham bo'lib qoldi. Bu quyidagi ijobiy va salbiy oqibatlarga olib keldi:

Ijobiy jihatlar:

- Axborotga tezkor va keng qamrovli kirish imkoniyati;
- Jamoatchilikning davlat va jamiyat hayotidagi masalalarga faol jalb etilishi;



- Turli nuqtai nazarlarning bir vaqtning o'zida namoyon bo'lishi, pluralizmning kuchayishi.

Salbiy jihatlari va xavflari:

- "Yolg'on yangiliklar" (fake news) va dezinformatsiyaning tez tarqalishi;
- "Filtr pufakchasi" (filter bubble) va "aks-sado kamerasi" (echo chamber) hodisalari, ya'ni foydalanuvchining faqat o'z qarashlariga mos kontentni ko'rishi natijasida qarashlarning qutblashuvi;

- Axborot manipulyatsiyasi va maqsadli propaganda xavfi;
- Botlar va soxta akkauntlar orqali jamoatchilik fikrini sun'iy shakllantirish urinishlari.

4. Mediasavodxonlik - zamonaviy zaruriyat

Yuqorida sanab o'tilgan xavflarni bartaraf etishning eng samarali yo'llaridan biri aholi, ayniqsa yoshlar orasida mediasavodxonlikni oshirishdir. Mediasavodxonlik - bu shaxsning turli manbalardan olingan axborotni tanqidiy tahlil qilish, uning ishonchliligini baholash va manipulyatsiya usullarini aniqlay olish qobiliyatidir. Bunday ko'nikmalarga ega bo'lgan jamiyat a'zolari OAV ta'siriga ko'r-ko'rona berilib ketmasdan, mustaqil va asosli fikr yurita oladi.

Shu bilan birga, jurnalistika sohasida kasbiy etika va axborotning haqqoniyligi, ob'ektivligi tamoyillariga rioya qilish, OAVning ishonchliligini ta'minlashning muhim sharti hisoblanadi.

XULOSA

O'tkazilgan tahlil shuni ko'rsatadiki, ommaviy axborot vositalari zamonaviy jamiyatda jamoatchilik fikrini shakllantirishning eng muhim va ta'sirchan vositalaridan biri bo'lib qolmoqda. Kun tartibini belgilash, freymlash, tanlab yoritish va emotsional ta'sir kabi mexanizmlar orqali OAV nafaqat odamlarni xabardor qiladi, balki ularning voqealarga munosabatini ham sezilarli darajada shakllantiradi.

Raqamli texnologiyalar va ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi bu jarayonni yanada murakkablashtirdi - bir tomondan axborotga kirish imkoniyatlari kengaydi, ikkinchi tomondan dezinformatsiya va manipulyatsiya xavfi ortdi. Shu sababli,



jamiyatda mediasavodxonlikni oshirish, OAV faoliyatida haqqoniylik va shaffoflik tamoyillarini mustahkamlash, shuningdek axborot xavfsizligini ta'minlash bo'yicha davlat va jamoat darajasidagi choralarni kuchaytirish dolzarb vazifa bo'lib qolmoqda. Faqat shu tarzda OAV jamiyat taraqqiyotiga xizmat qiluvchi, ob'ektiv va mas'uliyatli institutga aylanishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. McCombs M., Shaw D. *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. Public Opinion Quarterly, 1972.
2. Lippmann W. *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company, 1922.
3. Entman R.M. *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. Journal of Communication, 1993.
4. O'zbekiston Respublikasining "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi Qonuni.
5. Назаров У. *Оммавий ахборот воситалари ва жамоатчилик фикри*. Тошкент: Университет, 2019.
6. Castells M. *Communication Power*. Oxford University Press, 2013.
7. UNESCO. *Media and Information Literacy: Policy and Strategy Guidelines*. Paris, 2013.
8. Пугачёв В.П., Соловьёв А.И. *Введение в политологию*. Москва: Аспект Пресс, 2003.