



IJTIMOIIY-GUMANITAR SOHADA ILMIY-INNOVATSION TADQIQOTLAR

ILMIY METODIK JURNALI



VOL.3 № 3

2026

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING MADANIY ME'YORLAR VA QADRIYATLARNI SHAKLLANTIRISHDAGI ROLI

Ergashev Yusuf Mo'min o'g'li
Guliston davlat universiteti, o'qituvchi

Annotatsiya

Maqolada ommaviy axborot vositalari (OAV)ning madaniy me'yorlar va qadriyatlarni shakllantirishdagi o'rni ijtimoiy-falsafiy hamda sotsiologik yondashuvlar doirasida tahlil qilinadi. OAVning normativ, konstruktiv, integrativ, nazorat va konfliktogen funksiyalari tizimlashtiriladi. Shuningdek, raqamli platformalar sharoitida algoritmik tavsiyalar, axborot pufaklari, posthaqiqat, dezinformatsiya, mediamadaniyat va media savodxonlik masalalari yoritiladi. Tadqiqot natijasida OAVning qadriyatlar dinamikasiga ta'siri ko'p omilli ekani, ijtimoiy barqarorlik uchun esa media savodxonlikni kuchaytirish, etik standartlarni qat'iylashtirish va platforma javobgarligini oshirish zarurligi asoslanadi.

Kalit so'zlar: OAV, madaniy me'yor, qadriyat, ijtimoiylashtirish, diskurs, framing, agenda-setting, algoritmi, posthaqiqat, mediamadaniyat, media savodxonlik, dezinformatsiya, ijtimoiy barqarorlik.

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ КУЛЬТУРНЫХ НОРМ И ЦЕННОСТЕЙ

Эргашев Юсуф Мумин угли
Гулистанский государственный университет, преподаватель

Аннотация

В статье анализируется роль средств массовой информации (медиа) в формировании культурных норм и ценностей в рамках социально-философского и социологического подходов. Систематизированы нормативная, конструктивная, интегративная, контрольная и конфликтообразующая функции СМИ. Также освещены вопросы алгоритмических рекомендаций, информационных пузырей, постправды, дезинформации, медиакультуры и медиаграмотности в контексте цифровых платформ. Результаты исследования показывают, что влияние СМИ на динамику ценностей носит многофакторный характер, и для социальной стабильности необходимо повышать медиаграмотность, ужесточать этические стандарты и повышать ответственность платформ.

Ключевые слова: средства массовой информации, культурная норма, ценность, социализация, дискурс, фрейминг, формирование повестки дня, алгоритм, постправда, медиакультура, медиаграмотность, дезинформация, социальная стабильность.

THE ROLE OF MASS MEDIA IN SHAPING CULTURAL NORMS AND VALUES

Ergashev Yusuf Mo'min ugli
Gulistan State University, Lecturer

Abstract

The article analyzes the role of the media (mass media) in the formation of cultural norms and values within the framework of socio-philosophical and sociological approaches. The

normative, constructive, integrative, control and conflict-generating functions of the media are systematized. Also, the issues of algorithmic recommendations, information bubbles, post-truth, disinformation, media culture and media literacy in the context of digital platforms are highlighted. The research results show that the impact of the media on the dynamics of values is multifactorial, and for social stability, it is necessary to strengthen media literacy, tighten ethical standards and increase platform responsibility.

Keywords: mass media, cultural norm, value, socialization, discourse, framing, agenda-setting, algorithm, post-truth, media culture, media literacy, disinformation, social stability..

Madaniy me'yorlar va qadriyatlar jamiyat hayotining ichki me'morchiligini tashkil etadi: ular shaxs xulq-atvorini yo'naltiradi, ijtimoiy institutlar faoliyatini muvofiqlashtiradi va avlodlar o'rtasidagi ma'naviy hamda ijtimoiy davomiylikni ta'minlaydi. Zamonaviy jamiyatda bunday me'yoriy maydon faqat oila, ta'lim, mahalla yoki diniy-ma'naviy institutlar orqali emas, balki ommaviy axborot vositalari hamda raqamli platformalar vositasida ham shakllanadi [1; 2].

OAVning ta'sir kuchi shundaki, u ommaviy auditoriya ongida "normal" va "nomaqbul", "maqbul" va "rad etiladigan" xatti-harakatlar haqidagi tasavvurlarni shakllantiradi. Yangiliklar, seriallar, reklama, ko'ngilochar kontent va ijtimoiy tarmoq diskurslari orqali muvaffaqiyat modeli, fuqarolik pozitsiyasi, gender rollari, iste'mol madaniyati, oilaviy munosabatlar va ijtimoiy mas'uliyat haqidagi ramkalar ishlab chiqiladi [3; 4].

Raqamli transformatsiya sharoitida bu jarayon yanada murakkablashdi. An'anaviy OAV bilan bir qatorda ijtimoiy tarmoqlar, bloglar, videoplatformalar, podkastlar va influencerlar qadriyatlar translyatsiyasining faol subyektlariga aylandi. Endilikda nafaqat tahririyat siyosati, balki algoritmik tavsiya tizimlari, monetizatsiya logikasi, trendlar, virallik va auditoriyaning emotsional reaksiyasi ham me'yoriy maydonga bevosita ta'sir ko'rsatmoqda [5; 6].

Maqolaning maqsadi OAVning madaniy me'yorlar va qadriyatlarni shakllantirishdagi rolini kompleks tahlil qilish, asosiy nazariy modellarni tizimlashtirish hamda raqamli muhitdagi yangi xatarlar va imkoniyatlarni ilmiy jihatdan yoritishdan iborat. Shu maqsaddan kelib chiqib, OAV ta'sirining nazariy yondashuvlari taqqoslanadi, qadriyatlar shakllanishidagi funksiyalar ajratiladi, algoritmlar va axborot pufaklarining normativ oqibatlari ko'rib chiqiladi, media savodxonlik va etik standartlarning ijtimoiy barqarorlikdagi o'rni asoslanadi.

Maqola nazariy-analitik metodologiyaga tayanadi. Birinchidan, struktur-funksional yondashuv OAVning jamiyatdagi integrativ, nazorat va normativ vazifalarini ochib beradi [7]. Ikkinchidan, sotsial konstruktivizm media voqelikni shunchaki aks ettirmasdan, uni ramziy jihatdan "qurishi", ya'ni ma'no ishlab chiqarishini tushuntiradi [4]. Uchinchidan, diskurs tahlili OAV tilida qadriyatlar qanday nomlanishi, qaysi obrazlar orqali mustahkamlanishi va qaysi ramkalar asosida talqin qilinishini aniqlash imkonini beradi [8]. To'rtinchidan, medialogik yondashuv media formatlari, texnologik arxitektura va platforma mexanizmlarining kontentdan kam bo'lmagan darajada ta'sir ko'rsatishini asoslaydi [2; 9]. Nihoyat, risk-kommunikatsiya nuqtai nazari dezinformatsiya, stereotiplash va polaryatsiya kabi xavflarning ijtimoiy oqibatlarini tahlil qilishga xizmat qiladi [10]. Madaniy me'yor jamiyatda maqbul xulq-atvor andozalarini, "mumkin" va "mumkin emas", "to'g'ri" va "noto'g'ri" chegaralarini belgilovchi ijtimoiy kutishlar hamda qoidalar tizimidir. Me'yorlar rasmiy (huquqiy) va norasmiy (axloqiy, urf-odatga tayanuvchi) shaklda namoyon bo'ladi, sanksiyalar bilan mustahkamlanadi va makon hamda zamonga qarab o'zgarishi mumkin [11]. Qadriyat esa shaxs va jamiyat uchun muhim deb topilgan ma'no, ideal va maqsadlar tizimidir. U "nima muhim?", "nima afzal?", "qaysi yo'l to'g'ri?" kabi savollarga javob beradi. Qadriyatlar identiklikni shakllantiradi va me'yorlar orqali amaliy xulqqa ko'chadi. Shu ma'noda OAV qadriyat → me'yor → xulq zanjiriga ta'sir etuvchi muhim institutsional vositadir [4; 12]. Normativ funksiya OAVning "maqbullik standartlari"ni yaratish qobiliyatida namoyon bo'ladi. Yangiliklarda qaysi xatti-harakatlar qoralangani yoki ma'qullangani, serial va

ko'ngilochar kontentda qaysi qahramon ideallashtirilgani, reklamalar va lifestyle-kontentda qanday hayot tarzi targ'ib qilingani auditoriya uchun ko'rinmas me'yoriy chiziqlarni chizadi [3; 7].

Ijtimoiylashtirish funksiyasi orqali OAV shaxsni jamiyatga moslashtiradi: fuqarolik mas'uliyati, mehnat etikasi, muloqot madaniyati, ota-onalik modeli, gender rollari va ijtimoiy muvaffaqiyat haqidagi tasavvurlarni uzatadi. Ayniqsa yoshlar auditoriyasida media muomala uslubi, konfliktni hal qilish modeli va trendga ergashish motivatsiyasiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi [13]. Integrativ funksiya milliy bayramlar, tarixiy xotira, sport yutuqlari va umumjamiyat uchun muhim voqealarni yoritish orqali "biz" hissini mustahkamlaydi. Biroq mazkur funksiya noto'g'ri boshqarilganda "boshqalar"ni chetlashtirish, stigmatizatsiya va ijtimoiy ajralishni ham kuchaytirishi mumkin [1; 14]. Nazorat va sanksiyalash funksiyasi jamoatchilik fikri orqali ishlaydi. OAV ayrim xulq-atvor shakllarini qoralash yoki ideallashtirish orqali ijtimoiy nazoratni kuchaytiradi. Ko'pincha ommaviy muhokama huquqiy sanksiyadan tezroq ishlaydi: korrupsiya, zo'ravonlik yoki bolalar huquqlarining buzilishi yoritilganda jamiyatdagi murosasizlik darajasi ortadi va me'yorlar qayta belgilanishi mumkin [7; 15]. Konfliktogen funksiya esa sensatsion sarlavhalar, manipulyativ framing, nafrat tili va "biz-ular" qarama-qarshiligini kuchaytiruvchi kontentda yaqqol ko'rinadi. Bunday hollarda OAV ijtimoiy birdamlikni emas, balki polaryatsiya va qadriyatlar to'qnashuvini kuchaytiruvchi omilga aylanadi [10; 16]. Agenda-setting modeli OAV auditoriyaga nimani o'ylashni emas, nimani muhim deb hisoblashni ko'proq belgilashni ta'kidlaydi. Demak, qaysi masala axborot oqimida ustun bo'lsa, jamiyat qadriyatlar ierarxiyasi ham ko'pincha shu kun tartibiga mos ravishda qayta tartiblanadi [17]. Framing modeli esa muammoning qanday talqin qilinishini markazga qo'yadi. Bir xil voqea turlicha ramkalandanda aybdor, jabrlanuvchi, yechim va axloqiy baho ham o'zgaradi. Bu media diskursning qadriyat shakllanishidagi konstruktiv qudratini ko'rsatadi [8]. Kultivatsiya nazariyasiga ko'ra, uzoq muddatli media iste'moli real ijtimoiy hayot haqidagi tasavvurni bosqichma-bosqich shakllantiradi. Ayniqsa zo'ravonlik, xavf, ijtimoiy rollar va stereotiplar haqidagi tasavvurlarda bu jarayon kuchli namoyon bo'ladi [18]. "Sukut spirali" modeli esa dominant pozitsiya kuchli ko'rinadigan sharoitda qarama-qarshi fikr egalari sukut saqlashga moyil bo'lishini ko'rsatadi. Natijada jamiyatda "hamma shunday o'ylaydi" degan noto'g'ri tasavvur paydo bo'lib, qadriyatlar bir yo'nalishda qotib qolishi mumkin [19].

Raqamli platformalarda algoritmik tavsiyalar diqqat iqtisodiyoti tamoyili asosida ishlaydi: ko'proq ko'rish, izoh, ulashish va emotsional reaksiyani keltiradigan kontent ustun tarqatiladi. Buning natijasida emotsional ifoda, keskin nutq, soddalashtirilgan "qora-oq" baholashlar va mojaroli kontent ko'proq ko'rinish oladi [5; 20]. Axborot pufagi va echo-chamber hodisalari foydalanuvchining asosan o'z qarashiga mos kontentni ko'rishi bilan bog'liq. Qarama-qarshi pozitsiyalarning kam ko'rinishi murosaga kelish madaniyatini susaytiradi, tolerantlikni zaiflashtiradi va jamiyat bo'linishini kuchaytiradi [5; 21]. Posthaqiqat sharoitida esa faktlardan ko'ra emotsiya, "ishonchli ko'ringan" manba va trend kuchliroq ishlaydi. Dezinformatsiya ommaviy ishonchga putur yetkazadi; ishonch zaiflashgan joyda esa me'yorlar va institutsional legitimlik ham yemirila boshlaydi [10; 20].

Media savodxonlik axborotni topish, tekshirish, tahlil qilish, baholash va mas'uliyat bilan ulashish kompetensiyalarini qamrab oladi. U nafaqat texnik ko'nikma, balki tanqidiy fikrlash, manbani farqlash va manipulyativ usullarni tanish malakasini ham o'z ichiga oladi [13].

Media savodxonlik yetishmasa, stereotiplar mustahkamlanadi, radikallashtirish osonlashadi, manipulyatsiya kuchayadi va ayniqsa yoshlar orasida ko'rinish imiji mazmundan ustun bo'lib qolishi mumkin. Shu bois media savodxonlikni maktab, oliy ta'lim va uzluksiz ta'lim bosqichlarida tizimli joriy etish ijtimoiy barqarorlikning muhim shartidir [13; 22].

Birinchi mexanizm til va semantikadir. Muammo qanday nomlanishi – masalan, "jinoyatchi", "qurbon", "xatoga yo'l qo'ygan shaxs", "faol fuqaro" kabi atamalar – auditoriyaning

axloqiy bahosini o'zgartiradi [8].

Ikkinchi mexanizm vizual madaniyatdir. Rasm, video, montaj va drammatizatsiya darajasi kuchaysa, auditoriya voqea yuzasidan tezroq va hissiyroq axloqiy hukm chiqaradi. Shu sababli vizual framing ham normativ ta'sirning mustaqil vositasi hisoblanadi [2; 9].

Uchinchi mexanizm hero-making va stigmatizatsiyadir. OAV "ideal" qahramonlar orqali ma'qullangan me'yorlarni, stigmatizatsiya orqali esa nomaqbul xulqni belgilaydi. To'rtinchi mexanizm reklama va iste'mol qadriyatlar bilan bog'liq: reklama ko'pincha muvaffaqiyatni brend, baxtni iste'mol, obro'ni tashqi atributlar bilan bog'lab, ma'naviy qadriyatlar bilan raqobatlashuvchi kodlar ishlab chiqaradi [3; 15].

OAV erkinligi ijtimoiy taraqqiyotning zarur sharti bo'lsa-da, u mas'uliyat bilan muvozanatda bo'lishi kerak. Jurnalistik etikada fakt va fikrni ajratish, manba shaffofligi, nafrat tili va diskriminatsiyadan qochish, bolalar hamda zaif guruhlar haqidagi materiallarda ehtiyotkorlik, shaxs sha'ni va daxlsizligini hurmat qilish kabi tamoyillar markaziy ahamiyatga ega [15; 22]. Raqamli platformalarda esa muammo yanada murakkab: kontent tez tarqaladi, ammo javobgarlik diffuz tus oladi. Shu sababli platforma siyosati, moderatsiya, algoritmik shaffoflik va foydalanuvchi oldidagi hisobdorlik masalalari ijtimoiy barqarorlik bilan bevosita bog'liqdir [6; 10].

Amaliy tavsiyalar:

Birinchidan, ta'lim tizimida media savodxonlikni bosqichma-bosqich joriy etish zarur: tanqidiy fikrlash, faktcheking, manipulyatsiya usullarini tanish va raqamli xavfsizlik bo'yicha amaliy modullar ishlab chiqilishi kerak.

Ikkinchidan, OAV va platformalarda etik kodekslar kuchaytirilishi, stigmatizatsiya hamda nafrat tiliga nisbatan nol tolerantlik siyosati izchil qo'llanilishi lozim.

Uchinchidan, algoritmik shaffoflikni oshirish talab etiladi: tavsiya mexanizmlarining umumiy ishlash tamoyillari tushuntirilishi, foydalanuvchilarga sozlamalarni boshqarish imkoniyati kengaytirilishi kerak.

To'rtinchidan, oilaviy qadriyatlar, ekologik ong, sog'lom turmush tarzi, fuqarolik madaniyati va ijtimoiy birdamlikni targ'ib qiluvchi ijtimoiy reklama va madaniy kontentni ko'paytirish maqsadga muvofiq.

Beshinchidan, OAV kontentini professional hamjamiyat, NNT va ilmiy markazlar ishtirokida monitoring qilish mexanizmlarini takomillashtirish hamda yoshlar bilan ishlashda ijtimoiy mas'uliyatli influencerlar bilan hamkorlikni rivojlantirish zarur.

Xulosa: OAV madaniy me'yorlar va qadriyatlarni shakllantirishda strategik institut bo'lib, u jamiyatning normativ karkasini mustahkamlashi ham, zaiflashtirishi ham mumkin. An'anaviy OAV davrida tahririyat siyosati hal qiluvchi o'rin tutgan bo'lsa, raqamli muhitda algoritmik boshqaruv, virallik, trendlar va diqqat iqtisodiyoti qadriyatlar dinamikasiga kuchli ta'sir ko'rsatmoqda [2; 5].

Shu sababli media savodxonlik, jurnalistik etik standartlar va platforma javobgarligi ijtimoiy barqarorlikning tayanch shartlariga aylanmoqda. OAVning ijobiy imkoniyatlari – ijtimoiy birdamlikni mustahkamlash, ma'naviy tarbiyani qo'llab-quvvatlash va fuqarolik ongini yuksaltirish – faqat mas'uliyatli kommunikatsiya modeli asosida to'liq ro'yobga chiqadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge, MA: The MIT Press, 1989.
2. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. Cambridge, MA: The MIT Press, 1994.
3. Bourdieu P. On Television. New York: The New Press, 1998.
4. Berger P. L., Luckmann T. The Social Construction of Reality: A Treatise in the

Sociology of Knowledge. New York: Anchor Books, 1966.

5. Castells M. The Rise of the Network Society. 2nd ed. Chichester: Wiley-Blackwell, 2010.

6. Thompson J. B. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Stanford: Stanford University Press, 1995.

7. Lazarsfeld P. F., Merton R. K. Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action // The Communication of Ideas / ed. by L. Bryson. New York: Harper, 1948. P. 95–118.

8. Goffman E. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. New York: Harper & Row, 1974.

9. Hall S. Encoding/Decoding // Culture, Media, Language / ed. by S. Hall et al. London: Hutchinson, 1980. P. 128–138.

10. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

11. Baudrillard J. Simulacra and Simulation. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1994.

12. Silverstone R. Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis. Cambridge: Polity, 2006.

13. Potter W. J. Media Literacy. 9th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2019.

14. Chomsky N., Herman E. S. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. New York: Pantheon Books, 1988.

15. Gerbner G. Cultivation Analysis: An Overview // Mass Communication and Society. 1998. Vol. 1, No. 3–4. P. 175–194.

16. Noelle-Neumann E. The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin. 2nd ed. Chicago: University of Chicago Press, 1993.

17. McCombs M. Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion. 2nd ed. Cambridge: Polity, 2014.

18. Pariser E. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. New York: Penguin Press, 2011.

19. Sunstein C. R. #Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media. Princeton: Princeton University Press, 2017.

20. van Dijck J., Poell T., de Waal M. The Platform Society: Public Values in a Connective World. New York: Oxford University Press, 2018.