



IJTIMOIIY-GUMANITAR SOHADA ILMIY-INNOVATSION TADQIQOTLAR

ILMIY METODIK JURNALI

ISSN 3060-5059



VOL.3 № 5

2026

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING SIYOSIY JARAYONLAR VA IJTIMOYIY FIKRNI SHAKLLANTIRISHDAGI MANIPULYATIV VA KOMMUNIKATIV ROLI

Yoqubjonov Sherzod G'olibjon o'g'li
Namangan davlat universiteti, tayanch doktorant

Annotatsiya

Maqolada ommaviy axborot vositalarining siyosiy jarayonlar va jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi manipulyativ va kommunikativ roli tahlil qilinadi. OAVning axborot oqimlari orqali siyosiy ong, imij va qarashlarga ta'siri hamda agenda-setting asosida jamoatchilik e'tiborini yo'naltirish imkoniyatlari yoritiladi.

Kalit so'zlar: OAV, siyosiy jarayonlar, jamoatchilik fikri, manipulyatsiya, kommunikatsiya, axborot oqimi.

МАНИПУЛЯТИВНАЯ И КОММУНИКАТИВНАЯ РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Якубжонов Шерзод Голибжон угли
Наманганский государственный университет, базовый докторант

Аннотация

В статье рассматривается манипулятивная и коммуникативная роль СМИ в формировании политических процессов и общественного мнения. Раскрывается влияние информационных потоков на политическое сознание и возможность управления вниманием общества.

Ключевые слова: СМИ, политические процессы, общественное мнение, манипуляция, коммуникация, информационные потоки.

THE MANIPULATIVE AND COMMUNICATIVE ROLE OF MASS MEDIA IN SHAPING POLITICAL PROCESSES AND PUBLIC OPINION

Yoqubjonov Sherzod G'olibjon o'g'li
Namangan State University, Doctoral student

Abstract

The article examines the manipulative and communicative role of mass media in shaping political processes and public opinion. It highlights the media's influence on political awareness, images, and attitudes, as well as its ability to direct public attention through information flows and agenda-setting.

Keywords: mass media, political processes, public opinion, manipulation, communication, information flow.

Bugungi kunda axborot oqimlari tez sur'atlar bilan o'sib, eng muhim jarayonlar yanada kuchaymoqda. Ommaviy axborot vositalari bu jarayonlarning markazida bo'lib, ular jamiyatdagi asosiy transformatsiyalarni yaratish va shakllantirishda muhim rol o'ynamoqda. Ommaviy axborot vositalari, avvalo, o'z auditoriyasining jamoatchilik fikrini shakllantiradigan va jamiyatdagi barqarorlikni saqlashi kerak bo'lgan asosiy faktordir.

Ommaviy axborot vositalarining ahamiyati shundaki, odamlar atrofda sodir bo'layotgan ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy o'zgarishlar to'g'risida xabardor bo'lishadi. Axborotni tarqatishda o'z rolini bajarishda ommaviy axborot vositalari ham jamoatchilik fikrini shakllantirishda hal qiluvchi vazifani bajaradi. Bu demokratik tizimda muhim ahamiyatga ega, chunki har qanday mavzu bo'yicha ijobiy fikr jamoatchilik tomonidan qonuniylashtirilishi va tasdiqlanishini anglatadi. Aksariyat hollarda ommaviy axborot vositalari siyosiy jarayonlarda bilvosita ishtirokchi yoki uchinchi tomon rolini o'ynaydi. Bugungi kunda tadqiqotchilar uchun muhim vazifalardan biri — ommaviy axborot vositalarini ijtimoiy fikrni shakllantirishda va siyosiy nizolarning oldini olishda samarali vosita sifatida foydalanishni tadqiq qilishdir.

Shuni ham ta'kidlash joizki, so'nggi o'n yilliklarda axborot oqimlarining shakli ham, dinamikasi ham o'zgardi. Ular inson psixologiyasi, uning hissiy tomonlariga qaratildi. Bu, o'z navbatida, siyosiy stereotiplarni shakllantirish va ziddiyatli vaziyatlar paydo bo'lishining tarkibiy qismlarini shakllantirish muammosini keltirib chiqardi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili (Literature review). Kishilik jamiyatining rivojlanishi ommaviy axborot vositalarining hokimiyat uchun siyosiy kurash mavzusiga aylanishiga olib keldi. Shu bilan birga, so‘nggi yillardagi butun tarixiy tajribani hisobga olgan holda ular ko‘pincha asosiy buzg‘unchi elementlardan biri sifatida harakat qilishgan. Natijada siyosiy nizolar kelib chiqq boshladi. Bunda mavjud konfliktli vaziyatlarning oldini olish, ogohlantirish va shu bilan birga boshqa axborot oqimlarini belgilash, siyosiy ziddiyatlarning tugashi va unga barham berilishi lozimdir.

Bizning fikrimizcha, siyosiy ziddiyatlarni ommaviy axborot vositalari yordamida boshqarish muammosi konseptual ahamiyatga ega bo‘lib, u jamiyatning alohida bir sohasini aks ettiradi. Ommaviy axborot vositalari u yoki bu turdagi faoliyat yoki mablag‘ hisobidan mavjud bo‘lgan ma‘lum bir tashkilot turi hisoblansa-da, bu, o‘z navbatida, u yoki bu darajada ma‘lumot olishning ma‘lum tartibini belgilaydi. Siyosiy sharhlovchilar shu doirada ish olib boradi. Tinglovchi va mijozlarga ham taalluqli bo‘lgan axborot maydoni va oqimlarining o‘ziga xosligini aniqlaydi.

Ommaviy axborot vositalaridan foydalanmasdan turib siyosiy faoliyat deyarli amalga oshirilmaydi. Chunki har qanday siyosiy subyektning maqsadi saylovchi va fuqarolarning o‘z pozitsiyalariga ta‘sir etish, ya‘ni ma‘lum dalillar, tasvirlardan foydalangan holda ularga yetkazishdir. Shu bilan birga, jamiyat va shaxsga o‘ziga xos tarzda murojaat qilish hisoblanadi. Ushbu holat axborot oqimining kommunikativ jihatlarini izohlaydi.

“Ommaviy axborot vositalari siyosiy jarayonda siyosiy tadbirlarni boshqarish, targ‘ibot (g‘oyaviy) va refleksiv (teskari aloqa) kabi muhim vazifalarni bajaradi. Keng omma, odatda, ommaviy axborot vositalari orqali siyosat, ijtimoiy masalalar, dam olish va ommaviy madaniyatga oid yangiliklardan xabardor bo‘ladi” [1.]. Shuningdek, ommaviy axborot vositalari demokratik jamiyatda fikrlar plyuralizmi sharoitida tarbiyaviy vazifani ham bajara oladi.

Aynan OAV samarali mulohazalarni shakllantirish va siyosatchilarni yetishtirishda markaziy element rolini bajarmoqda. Bunga tabiiy ravishda siyosiy ziddiyatlarni yoritishning yangi axloq qoidalarini shakllantirish hamda axborot oqimlari va uning oqibatlari uchun mas‘uliyat hissini vujudga keltirish vazifalari kiradi. Siyosiy jarayonlarning ekstremal kabi sohalari boshqa turlarga qaraganda ko‘pincha siyosiy nizolarni yoritishda ishtirok etadi.

“Ommaviy axborot vositalari siyosiy tizim elementlarining birgalikdagi harakatlarini muvofiqlashtirish orqali siyosiy jarayonlarga ta‘sir etadi. Shu sababli, ommaviy axborot vositalari siyosiy tizimning turli darajalardagi subyekti va obyekt bo‘lib, siyosiy munosabatlarda muhim rol o‘ynaydi” [2; 12-b.]. Internet muhitidagi zamonaviy aloqa va milliy telekanallarda efir vaqti taqdim etish qonuniy bo‘lsa-da, ba‘zi holatlarda bu siyosiy subyektlar va partiyalar o‘rtasidagi mojarolar va harakatlar haqida yolg‘on axborot tarqatishga sabab bo‘ladi. Bu, shuningdek, jamoatchilik orasida siyosiy xabardorlikni oshirish va muayyan fikrlarni shakllantirishga yordam beradi. Jurnalist A. Yurkovning ta‘kidlashicha, “jurnalistika jamiyatning mafkuraviy, iqtisodiy va axloqiy jihatdan o‘zini o‘zi aniqlash va subyektivlik masalalarini ko‘rib chiqishda yanada muhim ahamiyat kasb etadi” [3; 44-b.].

“Noodatiy fakt va hodisalarni tekshiradigan nizoli jurnalistikaning yana bir turi ham borki, bu ekstremal jurnalistika” [4; 52-b.] hisoblanadi. Professional nuqtayi nazardan qaraganda, ommaviy axborot vositalari qarama-qarshiliklar haqida xabar berishda tinglovchilarga muhokama qilinayotgan konflikt mavzusi va u bilan bog‘liq muammolar to‘g‘risida ma‘lumot taqdim etishadi. Ular, shuningdek, muxoliflarning maqsadlari, ularning pozitsiyalari va qarama-qarshiliklarning o‘ziga xos xususiyatlari haqida axborot beradi, bu esa auditoriyaga voqealarga to‘liq va tushunarli yondashish imkonini beradi. Konfliktni axborot bilan ta‘minlashni amalga oshirishda ommaviy axborot vositalari konfliktga tashxis qo‘yib, u haqidagi g‘oyalarni shakllantiradi. Uning rivojlanishini bashorat qilib, muammolarni hal qilish uchun o‘z imkoniyatlarini taklif etadi. Boshqacha qilib aytganda, ular axborot sohasida mustaqil yoki qaram bo‘lgan aktor sifatida harakat qilishadi. Shunday qilib, matbuot qarama-qarshilikka oid g‘oyalarni shakllantirib, uni hal qilish uchun ko‘rsatmalar beradi. Umuman olganda, asl voqelikka ta‘sir qiladi.

Tasdiqlanmagan ma‘lumotlardan foydalanish ommaviy axborot vositalari tomonidan ma‘lum bir siyosiy voqelikni aks ettirishdan ko‘ra, uni yaratishga yo‘naltirilgan holatlarga olib keladi. Bu usulda axborot vositalari o‘z manfaatlari yo‘lida fuqarolarni jalb qilish uchun yolg‘on va manipulyativ ma‘lumotlar tarqatishi mumkin. Natijada axborot makonidagi qarama-qarshiliklar va muammolar tez-tez yoki ayni vaqtda bir-biriga to‘g‘ri kelmasligi, xususan, axborot urushi holatlarida ko‘rinarli bo‘ladi.

Hozirgi vaqtda “axborot urushi”, “axborot xavfsizligi” va boshqa shu kabi tushunchalar paydo bo‘lishining o‘zi ommaviy axborot vositalarining siyosiy soha bilan yaqin aloqalaridan dalolat beradi. Bu esa, o‘z navbatida, axborot sohasidagi kurashning kam emasligini aniq ko‘rsatadi. Har holda, bu to‘g‘ridan-

to'g'ri siyosiy qarama-qarshilikdan ko'ra muhimroqdir. Bizningcha, shaxs va jamiyatning muayyan qarashlari asosan ommaviy axborot vositalari tomonidan taqdim etilgan ma'lumotlar asosida shakllanadi.

Siyosiy mavzuning u yoki bu obrazini shakllantirishning asosiy sabablari haqida gapirishdan oldin, biz siyosiy faoliyat subyektining obrazini aniqlashtirib olishimiz lozim. Bu barcha turdagi aloqa vositasida fuqarolarning shaxsiy yoki jamoaviy ongida shakllangan qarashlar majmuasini anglatadi. Mazkur qarashlar ongli va ongsiz tarzda bo'lishi mumkinligini ko'rsatadi.

Tadqiqot metodologiyasi (Research Methodology). Hech qanday psixologik holat yakka holda mavjud bo'lmaganiday, tasvir aqliy shakllanish sifatida doimo hissiy tarkibiy qism bilan to'ldiriladi. Mazkur ikki qism birgalikda siyosiy faoliyat subyektiga yoki fuqarolarga nisbatan ma'lum xulq-atvor strategiyasini amalga oshirish uchun asosiy shartlarni yaratadi. Masalan, tasvirning mazmunida "ijobiy" xarakteristikaning mavjudligi bu holat umuman siyosiy subyektga nisbatan ijobiy munosabat bildirishni anglatmaydi. Aksincha, "ijobiy" tasvir taqdim etilgan holda, uning ma'nosi kontekstga, manipulyativ usullarga va muayyan siyosiy maqsadlarga bog'liq bo'lishi mumkin. "Ijobiy" kognitiv baho mag'rurlik, quvonch tuyg'ulariga qo'shilib ketsa-da, yakunida u hasad, norozilik kabi hissiyotlar bilan u yoki bu mavzuga nisbatan xayrixoh yoki qarama-qarshi harakatlarni ko'rsatishi mumkin.

Albatta, hissiy va ruhiy xususiyatlar bir-biri bilan o'zaro bog'liqligini yodda tutish muhim. "Agar bir subyektga nisbatan salbiy munosabat paydo bo'lsa, unga "ijobiy" deb qabul qilinish ehtimoli kamayadi. Bu siyosiy psixologiyada manipulyatsiya va kommunikativ ta'sirning qiyinlashuviga sabab bo'ladi. Chunki salbiy yoki ijobiy xislatlar asosida munosabatlar shakllanishi, subyektiv taassurotlar ham ta'sir ko'rsatadi" [5; 55-b.].

Bugungi kunda texnologiyalar rivoji va globallashtirishning tez sur'atda rivojlanishi, shuningdek, axborotlashirishning intensiv jarayonlari ommaviy axborot vositalarini o'zaro raqobat va jamoatchilik ongiga ta'sir qilish uchun faollashtirgan. Bu axborot jamoalarining jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi rolini kuchaytirib, ularni ijtimoiy va siyosiy jarayonlarga o'z ta'sirini o'tkazishga undaydi. Texnologiyalarning taraqqiyoti va axborotning oson tarqalish imkoniyatlari, o'z navbatida, media muhitdagi ko'plab o'zaro manfaatlar va ta'sir qilish strategiyalarini keltirib chiqaradi. Shuningdek, ommaviy axborot vositalari mamlakatlar o'rtasida diplomatik muloqotni o'rnatishda ham muhim rol o'ynamoqda. Bu holat nafaqat ma'lumotlarda, balki tashqi va ichki siyosatni amalga oshirishda ham seziladi. Axborotning tez tarqalishi va media muhitdagi raqobat siyosiy qarorlarning ijtimoiy va siyosiy ta'sirini kuchaytiradi. Siyosiy aktorlar media kanallarini o'z maqsadlariga muvofiq ravishda boshqarishga harakat qilishadi.

Siyosiy mavzularning ommaviy axborot vositalarida qanday namoyish qilinishi, ko'pincha, bu vositalarning ichki siyosatga bo'lgan munosabati va ma'lum bir siyosiy subyektning imijini qanday tarqatishlariga bog'liq. Ommaviy axborot vositalari tomonidan matbuot, televideniye, radioeshittirish va boshqa vositalar orqali shakllanadigan siyosiy mavzudagi media imiji shu tarzda yaratiladi. Xuddi shu tarzda, odamlarning u yoki bu hodisaga munosabatini rivojlantirish sodir bo'ladi. Shunday qilib, siyosiy faoliyat subyektining yaxlit qiyofasini shakllantirish jamiyatdagi subyektlar — prototiplar to'g'risida alohida ijobiy qarashlarni shakllantirishni talab qiladi.

Axborot jamiyatidagi asosiy resurs ommaviy axborot vositasi bo'lib qolmoqda. Shu nuqtayi nazardan, ular tasvirni shakllantirish yoki tuzatish uchun yetakchi texnik resursga aylandi. Shuni alohida ta'kidlash joizki, "OAV g'oyalari yoki bayonotlarni faqat tarqatish bilan cheklanmay, balki jamoatchilik muhokamasiga mavzu taqdim etgan holda, turli voqea va hodisalar to'g'risidagi g'oyalarni rivojlantiradi" [6; 24-b.].

Faylasuflar G. Maklyuen va K. Fiorelar [7; 16-b.] axborot jamiyatining rivojlanishi va kommunikativ makonning globallashtirishiga ta'sir qilishini o'rgangan. Bu jarayon telekanallar, radiostansiyalar, shuningdek, bosma ommaviy axborot vositalarining onlayn versiyalari va onlayn nashrlarning paydo bo'lishi bilan chambarchas bog'liq bo'lib, dunyo axborot makonining kengayishini targ'ib qiladi.

Tahlil va natijalar (Analysis and results). Bugungi kunda ommaviy axborot vositalari xalqaro hamjamiyat uchun asosiy ma'lumot manbaiga aylanmoqda. Chet davlatlarda sodir bo'layotgan voqealar haqidagi ma'lumotlar, ayniqsa, ommaviy axborot vositalarining televideniye, internet, radio va matbuot orqali tarqatilishi bilan olinadi. Agar biror tadbir ommaviy axborot vositalarida yoritilmasa, uning ahamiyati sezilarli darajada kamayadi.

Shunday qilib, ommaviy axborot vositalari har bir shaxs uchun yagona emas, balki asosiy ma'lumot manbaiga aylanib ulgurdi. Shuningdek, ommaviy axborot vositalarining xorijdagi siyosiy

faoliyat subyekti sifatida davlat imijini shakllantirishda, ya'ni u yoki bu nashr tomonidan olib borilayotgan siyosat ma'lum bir vaznga ega ekanligini ta'kidlash mumkin. Kanal va veb-saytlar orqali axborot tarqatilishi davlatning imijiga bevosita ta'sir qiladi. Bu yerda 1974-yilda amerikalik tadqiqotchilar M. Makkombs va D. Shou tomonidan taklif qilingan ommaviy axborot vositalarining jamoatchilik kun tartibiga ta'siri nazariyasining asosiy pozitsiyalari haqida to'xtalib o'tish zarur.

Fikrlarni shakllantirishda ommaviy axborot vositalarining kun tartibini belgilash nazariyasi eng katta rol o'ynaydi [8; 1–18-b.]. Ushbu kun tartibini yaratish nazariyasining ikki jihati bor, ya'ni birinchisi, ommaviy axborot vositalari haqiqatni ko'rsatmaydi, aksincha, haqiqat teletranslyatsiyadan oldin filtrlanib, shakllantiriladi. Ikkinchidan, ommaviy axborot vositalarida mavjud bo'lgan hamma narsani ko'rsatishning hojati yo'q, bu bir nechta mavzularga diqqatni jamlashdir. Bu esa, o'z navbatida, jamoatchilikni xuddi shu muhim masalalar deb o'ylashga undaydi [9; 555–594-b.].

Xulosa va takliflar (Conclusion/Recommendations). Bizning fikrimizcha, ommaviy axborot vositalari voqealarni auditoriya o'rtasida to'g'ri shakllantirishga alohida e'tibor qaratishi kerak. Agar muammo yoki voqea tomoshabinlarni jalb qila olmasa, u holda bu mavzu yanada chuqurroq muhokamaga olib borilmaydi va uning ahamiyati kamayadi. Ma'lum bir muammo ommaviy axborot vositalari orqali keng targ'ib qilinsa, faqat shundagina u jamoatchilik e'tiborini tortgan bo'ladi.

Ommaviy axborot vositalari siyosiy faoliyat subyekti imijini shakllantirishning asosiy aktori bo'lib, u siyosiy jarayonlarda ham sabab, ham vosita sifatida harakat qiladi. OAV faqat siyosiy jarayonlarga emas, balki uning ishtirokchilari bo'lgan ommaning fikrlarining shakllanishiga ham ta'sir etadi. Avvalo, bu jamoatchilik fikri bilan bog'liq jarayondir. Shu sababli ham ommaviy axborot vositalarining hukumat va jamoatchilik o'rtasida vosita sifatida ishlashiga alohida urg'u beriladi.

Ommaviy axborot vositalari siyosiy jarayonda siyosiy tadbirlarni boshqarish, targ'ibot (g'oyaviy) va refleksiv (teskari aloqa) kabi muhim vazifalarni bajaradi. Uning siyosiy hayotdagi o'rni bo'yicha mavjud yondashuvlar tahlilida plyuralistik, hukmron mafkura va elita qadriyatlariga kabi modellariga ega ekanligini kuzatamiz. Bizning fikrimizga ko'ra, ommaviy axborot vositalarining plyuralistik modeli ijobiy baholanib, unda keng axborotli fuqarolik jamiyatini tashkil etishga, davlat faoliyati ustidan jamoatchilik nazoratini kuchaytirishga harakat qilinsa, hukmron mafkura modelida hamma vaqt kapitalizm asoslarini mustahkamlashga, yirik korporatsiyalar, axborot magnatlariga xizmat qilinishini ko'ramiz. Yuqoridagi fikrlarni yakunlagan holda quyidagi umumiy xulosalarga kelish mumkin:

Birinchidan, yuqori manipulyativ va targ'ibot salohiyati zamonaviy siyosiy kommunikatsiyalarning, jumladan, internet texnologiyalarining asosiy xususiyatlarini tashkil etadi. Bir vaqtning o'zida internet texnologiyalaridan foydalangan holda milliy kommunikatsiya maydonlariga axborot-kommunikatsiya kirib kelishining yuqori salohiyatini belgilaydi;

Ikkinchidan, global siyosiy maydondagi OAVning milliy segmentlar darajasida parchalanib ketgan siyosiy kommunikatsiyalarning virtual maydoniga intensiv transformatsiyalashuvi ro'y bermoqda. Bu doirada yetakchi texnologik kuchlar o'zlarining g'oyaviy va targ'ibot mazmunini efirga uzatish, o'zlarining an'anaviy qadriyatlarini va semantik maydonlarini himoya qilish, uni o'zgartirish huquqi uchun faol raqobatlashmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Awatade M. Media and social change: current trends in India // URL: www.srjis.com
2. Корконосенко С. Г. Политическая журналистика: учебник для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2015. – С. 12.
3. Юрков А. А. Политологическая составляющая квалификации журналиста. – М.: Юрайт, 2016. – С. 44.
4. Тулупов В. В. Экстремальная журналистика // URL: http://old.relga.ru/n52/jur52_2.htm
5. Галумов Э. А. Имидж против имиджа. – М.: Известия, 2014. – С. 55.
6. Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2012. – С. 24.
7. Маклюэн Г. М., Фиоре К. Война и мир в глобальной деревне. – М.: АСТ: Астрель, 2012. – С. 16.
8. McCombs M., Reynolds A. News influence on our pictures of the world. – Lawrence Erlbaum Associates, 2002. – P. 1–18.
9. Dearing J. W., Rogers E. M. Agenda-setting research: where has it been, where is it going? // Communication Yearbook. – 1988. – Vol. 11. – P. 555–594.