e-ISSN 3060-5059
DOI: 10.67227

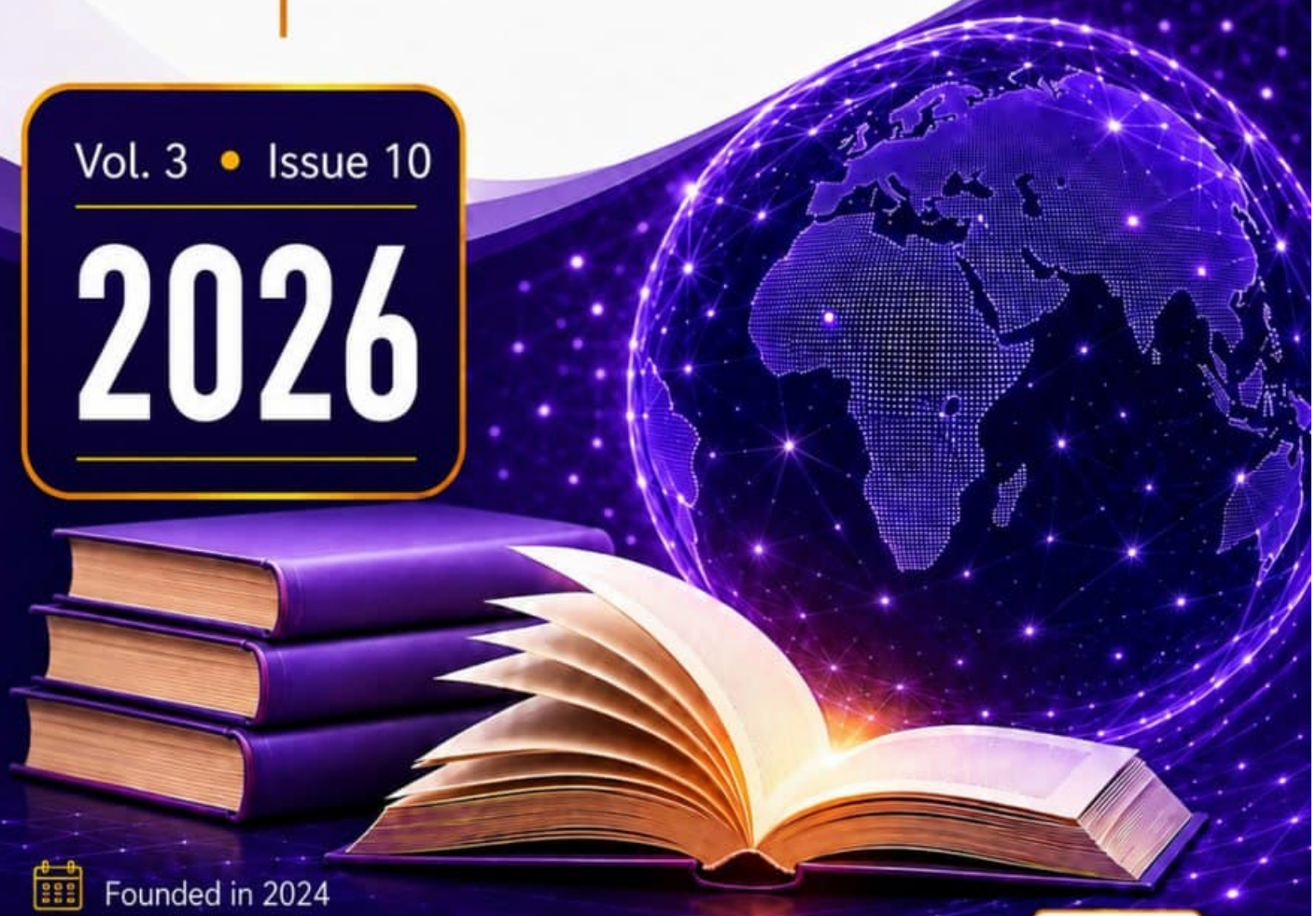
IJTIMOIY-GUMANITAR SOHADA ILMIY-INNOVATSION TADQIQOTLAR

ILMIY METODIK JURNAL

Scientific and Innovative Research in Social and Humanitarian Studies

Vol. 3 • Issue 10

2026



Founded in 2024

publishscience.uz | publish_science_journal@mail.ru

PEER REVIEWED • OPEN ACCESS

ISSN 3060-5059 (Online)
Article / Original paper https://doi.org/10.67227/pve2kx11

AXBOROT JAMIYATIDA MEDIA MADANIYATI TRANSFORMATSIYASI: IJTIMOIY SUBYEKTLIK MODUSI VA DARAJALAR IYERARXIYASINING TESKARILANISHI

Kdirbaev Baxadir Berdaxovich
Ajiniyoz nomidagi Nukus davlat pedagogika instituti, mustaqil izlanuvchi.
e-mail: bahadir.berdaxovich@gmail.com **ORCID**: https://orcid.org/0009-0001-9505-9536

Annotatsiya.
Maqolada raqamlashuv sharoitida media madaniyati ijtimoiy subyektlikni qayta ishlab chiqarish modusi sifatida tahlil qilinadi. Raqamlashuv uning unsurlarini yo‘q qilmay, ontologik, epistemologik va aksiologik-subyektiv qatlamlarda qayta tartiblashi asoslanadi. Shaxs holatini ifodalash uchun asimmetriya tushunchasi taklif etiladi, darajalar iyerarxiyasining teskarilanishi va an’anaviy jamoaviy ishonchning raqamli muhitdagi o‘zgarishi ochib beriladi.

Kalit so‘zlar: media madaniyati, axborot jamiyati, raqamlashuv, ijtimoiy subyektlik, modus, asimmetriya, ko‘rinuvchanlik, darajalar iyerarxiyasi, jamoaviy ishonch, mahalla.

ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕДИАКУЛЬТУРЫ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ: МОДУС СОЦИАЛЬНОЙ СУБЪЕКТНОСТИ И ИНВЕРСИЯ ИЕРАРХИИ УРОВНЕЙ

Кдирбаев Бахадир Бердахович
Нукусский государственный педагогический институт имени Ажинияза, независимый исследователь.

Аннотация.
В статье анализируется медиакультура в условиях цифровизации как модус воспроизводства социальной субъектности. Обосновывается положение о том, что цифровизация не уничтожает её элементы, а перестраивает их на онтологическом, эпистемологическом и аксиологически-субъективном уровнях. Для характеристики положения личности предлагается понятие асимметрии, раскрываются инверсия иерархии уровней и трансформация традиционного коллективного доверия в цифровой среде.

Ключевые слова: медиакультура, информационное общество, цифровизация, социальная субъектность, модус, асимметрия, видимость, иерархия уровней, коллективное доверие, махалля.

THE TRANSFORMATION OF MEDIA CULTURE IN THE INFORMATION SOCIETY: A MODE OF SOCIAL SUBJECTHOOD AND THE INVERSION OF THE HIERARCHY OF LEVELS

Kdirbaev Baxadir Berdaxovich
Ajiniyaz Nukus State Pedagogical Institute, Independent Researcher.

Abstract.
The article analyzes media culture in the context of digitalization as a mode of reproducing social subjectivity. It argues that digitalization does not eliminate its constituent elements but rather restructures them at the ontological, epistemological, and axiological-subjective levels. The concept of asymmetry is proposed to characterize the position of the individual, while the inversion of the hierarchy of levels and the transformation of traditional collective trust in the digital environment are examined.

Keywords: media culture, information society, digitalization, social subjectivity, mode, asymmetry, visibility, hierarchy of levels, collective trust, mahalla.

Kirish. Raqamli texnologiyalarning kundalik hayotga singishi media madaniyati haqidagi ilmiy munozarani ikki qutbga ajratdi. Texnooptimistik talqinga ko‘ra, raqamlashuv axborotga kirishni tenglashtiradi va har bir foydalanuvchiga ovoz beradi. Texnopessimistik talqin esa uni tanqidiy tafakkurni so‘ndiruvchi, insonni algoritm obyektiga aylantiruvchi jarayon deb biladi.

Ikki talqin xulosalarda qarama-qarshi bo‘lsa-da, bitta umumiy asosga tayanadi: ularning ikkalasi ham media madaniyatini mustaqil o‘zgaruvchi, raqamlashuvni esa unga tashqaridan ta’sir qiluvchi kuch deb oladi. Mazkur maqola aynan shu asosni shubha ostiga qo‘yadi: raqamlashuv media madaniyatiga tashqi omil emas, balki uning mavjudlik shartining o‘zidir. Bu yondashuvda transformatsiyani «yaxshilanish» yoki «yemirilish» tilida emas, tarkibiy tartibning o‘zgarishi tilida tasvirlash talab qilinadi.

Mavzuning dolzarbligi milliy kontekst bilan ham belgilanadi. «Raqamli O‘zbekiston — 2030» strategiyasi raqamli infratuzilma va raqamli ko‘nikmalarni jadal rivojlantirishni nazarda tutadi [1]. Infratuzilma kengaygani sari jamiyat oldida yangi savol paydo bo‘ladi: texnik imkoniyatlarning o‘sishi inson subyektligi va qadriyat yo‘nalishlariga qanday ta’sir qiladi?

ISSN 3060-5059 (Online)

Shu bois tadqiqotning asosiy savoli quyidagicha qo‘yiladi: raqamlashuv sharoitida media madaniyatidan nima yo‘qoladi, nima saqlanib qoladi va nimaning tartibi o‘zgaradi? Maqolaning maqsadi media madaniyatining raqamlashuv sharoitidagi transformatsiyasini yagona mexanizm orqali tushuntiruvchi konseptual modelni asoslash va uning shaxs hamda milliy sharoit darajasidagi namoyon bo‘lishini ko‘rsatishdan iborat. Maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar qo‘yildi: birinchidan, media madaniyatini ijtimoiy subyektlikni qayta ishlab chiqarish modusi sifatida ta’riflash va uning transformatsiyasini ontologik, epistemologik va aksiologik-subyektiv qatlamlarda tahlil qilish; ikkinchidan, shaxs media madaniyati komponentlarining darajalar bo‘yicha joylashuvini va raqamlashuv sharoitida ular iyerarxiyasining o‘zgarishini aniqlash; uchinchidan, O‘zbekiston sharoitida bu tendensiyani kuchaytiruvchi omilni hamda an’anaviy jamoaviy ishonch mexanizmining raqamli muhitdagi taqdirini ochib berish.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA

Muammoning ilmiy holati ikki an’ana bilan belgilanadi. Postsovet falsafiy fikrida media madaniyati 2000-yillardan boshlab ijtimoiy-falsafiy predmet sifatida o‘rganilgan. N. B. Kirillova media madaniyatini alohida madaniy soha emas, balki turli ijtimoiy tuzilmalarni birlashtiruvchi muhit — ijtimoiy modernizatsiya muhitining integratori sifatida talqin qiladi [2]. V. A. Vozchikov axborot jamiyati media madaniyatini ambivalent hodisa deb hisoblab, ilmiy muomalaga «media madaniyati insoni» atamasini kiritadi [3; C. 13]. Ye. I. Kuznetsova esa medialik va media madaniyatini ijtimoiy tizimning ro‘yobga chiqmagan aloqalarini faollashtirish orqali jamiyat dinamikasini belgilovchi omillar sifatida asoslaydi [4; C. 16]. Biroq bu korpus asosan raqamlashuv ommaviylashuvidan oldingi media voqeligiga tayanadi: platforma mantiqi, algoritmik vositachilik va datafikatsiya unda yo aks etmagan, yo faqat istiqbol sifatida qayd etilgan.

G‘arb mediatizatsiya nazariyasi, aksincha, aynan shu jarayonlarni tahlil markaziga qo‘yadi. A. Hepp va N. Couldry «chuqur mediatizatsiya» tushunchasi orqali ijtimoiy jarayonlarning barcha jihatlari mediatizatsiyalashgan shaklga kirganini [5; P. 137], A. Hepp esa inson amaliyotlari, ijtimoiy munosabatlar va ijtimoiy tartib raqamli media va ularning infratuzilmalari bilan chatishib ketganini ko‘rsatadi [6; P. 470]. J. van Dijck datafikatsiya ortida turgan «dataizm» mafkurasini tanqidiy tahlil qiladi [7; P. 197], C. Neuberger va hammualliflari esa raqamli transformatsiyani «bilim tartibi»ning o‘zgarishi sifatida modellashtiradi [8; P. 180]. Ammo bu nazariyada subyektlilikning aksiologik o‘lchovi ko‘pincha tahlildan tashqarida qoladi: raqamli muhitda avtonomiya [9; P. 1–2] va texnologiya keltirib chiqaradigan qadriyat o‘zgarishi [10; P. 1–2] masalalari texnologiya falsafasida endigina tizimli muhokama qilina boshladi.

Shunday qilib, adabiyotlarda ikki bo‘shliq kuzatiladi: postsovet an’anasida raqamli voqelik, G‘arb an’anasida esa qadriyat o‘lchovi yetishmaydi. Milliy sharoitda bu jarayonlarning o‘ziga xosligi, xususan, an’anaviy jamoaviy ishonch kanallarining raqamli muhitga ko‘chishi ijtimoiy-falsafiy jihatdan deyarli o‘rganilmagan: jamoatchilik fikriga oid milliy tadqiqotlarda OAVning jamiyat a’zolari tasavvurlarini shakllantirishdagi o‘rni asosan sotsiologik jihatdan yoritilgan [11]. Muallifning avvalgi ishlarida media madaniyatining sotsiomadaniy transformatsiyalardagi roli [12; B. 232–237] hamda uning ijtimoiy voqelikni konstitutsiyalovchi kuch sifatidagi ontologik va epistemologik tahlili [13; P. 2879–2886] berilgan edi. Mazkur maqola bu tahlilni aksiologik-subyektiv qatlam, shaxs darajasi va milliy sharoit bilan to‘ldiradi.

Tadqiqot nazariy-falsafiy xarakterga ega bo‘lib, konseptual tahlilga asoslanadi. Unda qiyosiy-tahliliy, germenevtik, struktural-funksional usullar hamda sistemali yondashuv qo‘llanildi. Manbalar korpusi uch guruhdan tashkil topdi: postsovet an’anasidagi media madaniyatiga bag‘ishlangan doktorlik tadqiqotlari; G‘arb mediatizatsiya va datafikatsiya nazariyasi hamda raqamli muhitda avtonomiya va qadriyat o‘zgarishi haqidagi zamonaviy falsafiy ishlar; milliy material — «Raqamli O‘zbekiston — 2030» strategiyasi, O‘zbekiston mediamakoni va jamoatchilik fikriga oid tadqiqotlar.

Qiyosiy-tahliliy usul ikki an’ananing nazariy yutuqlari va chegaralarini aniqlashga xizmat qildi. Germenevtik usul birlamchi manbalardagi tushunchalarni («media madaniyati insoni», «chuqur mediatizatsiya», «dataizm») ularning yaratilish kontekstida talqin qilishda qo‘llanildi. Struktural-funksional usul shaxs media madaniyati komponentlarini darajalarga guruhlash va ular o‘rtasidagi munosabatni aniqlash imkonini berdi.

Tahlil mezoni sifatida har bir qatlamga bir xil uch savol qo‘yildi: nima yo‘qoldi, nima saqlanib qoldi va nimaning tartibi o‘zgardi? Bu savollarning izchil takrorlanishi turli qatlamlardagi natijalarni bir-biri bilan qiyoslash va ularni yagona mexanizmga keltirish imkonini berdi. Milliy material umumiy nazariy xulosani tekshirish maydoni sifatida ko‘rib chiqildi: agar qayta tartiblash mexanizmi to‘g‘ri bo‘lsa, u an’anaviy institutlarning raqamli muhitga ko‘chishida ham namoyon bo‘lishi kerak.

Maqola dissertatsiya tadqiqoti materiallari asosida tayyorlandi. Matnni qisqartirish, tahrirlash va jurnal talablariga moslab rasmiylashtirishda sun’iy intellekt vositasidan (Claude, Anthropic) foydalanildi. Ilmiy g‘oyalar, tahlil va xulosalar muallifning dissertatsiya tadqiqotiga tegishli bo‘lib, ularning haqqoniyligi va matn sifati uchun muallif javobgar.

MUHOKAMA

Tadqiqotda media madaniyati ijtimoiy subyektlikni qayta ishlab chiqarish modusi sifatida ta’riflanadi. Lotincha modus «usul», «tarz», «o‘lchov» ma’nolarini anglatadi; falsafada u muayyan mohiyatning namoyon bo‘lish va amal qilish usulini bildiradi. Ta’rif uch nazariy asosga tayanadi. Birinchidan, ijtimoiy subyektlik — shaxsning o‘zini jamiyat a’zosi sifatida anglashi va ijtimoiy voqelikda faol harakat qila olishi — tug‘ma xususiyat emas: P. Berger va T. Luckmann ko‘rsatganidek, u ijtimoiy voqelikning internalizatsiyasi orqali shakllanadi [14]. Ikkinchidan, bu shakllanish bir martalik emas: P. Bourdieu xabitus tushunchasi orqali ko‘rsatganidek, ijtimoiy tuzilmalar kundalik amaliyotda doimiy qayta ishlab chiqariladi [15; P. 88]. Uchinchidan, M. Foucault subyektning diskurs doirasida shakllanishini ko‘rsatgan [16]; axborot jamiyatida esa bu diskursning asosiy qismi media orqali uzatiladi.

Demak, media madaniyati — shaxsning ijtimoiy subyekt sifatida shakllanishi va o‘zini anglashi media vositasida amalga oshadigan barqaror usul. Bu ta’rif axborot jamiyati nazariyalari va media madaniyatini tadqiq etishning besh paradigmasi — falsafiy-antropologik, tanqidiy-kommunikativ, konstruktivistik, germenevtik va postmodernistik — sintezi natijasida shakllantirildi. Paradigmalarning har biri fenomenning bir qatlamini yoritadi, modus tushunchasi esa

ularni yagona tahlil birligiga birlashtiradi. Ta'rifdan markaziy tezis kelib chiqadi: raqamlashuv media madaniyatining mazmunini emas, balki uning ijtimoiy subyektlikni qayta ishlab chiqarish usulini o'zgartiradi. Boshqacha aytganda, media madaniyatining tarkibiy unsurlari yo'qolmaydi — ularning o'zaro tartibi va iyerarxiyasi qayta quriladi.

Ontologik qatlam. Raqamlashuvning birinchi oqibati shundaki, media alohida kanallar majmuasidan uzluksiz yashash muhitiga aylanadi. Analog davrda gazeta o'qiladigan, televizor ko'riladigan aniq vaqt va makon bor edi: inson mediaga murojaat qilgan va undan qaytgan. Raqamli sharoitda media murojaat qilinadigan narsa emas, balki ichida yashaladigan muhitga aylanadi. Bu o'tish postsovet adabiyotida nazariy jihatdan oldindan ko'rsatilgan: Ye. I. Kuznetsova media madaniyatini jamiyatning turli quyi tizimlari o'rtasidagi o'zaro ta'sirni ta'minlovchi muhit sifatida ta'riflagan [4; C. 17]. G'arb nazariyasida xuddi shu holat chuqur mediatizatsiya tushunchasi bilan ifodalanadi [6; P. 470]. Ikki an'ana qiyoslanganda muhim xulosa chiqadi: Kuznetsova muhitiylikni nazariy darajada asoslagan bo'lsa, raqamlashuv uni empirik voqelikka aylantirdi. Ya'ni raqamlashuv tushunchalarni emas, ularning amal qilish ko'lamini o'zgartiradi.

Ontologik o'zgarishning eng aniq ko'rsatkichi — «onlayn» va «oflayn» ajratuvining ma'nosini yo'qotishi. Bugun bu ajratuv faqat aloqa uzilganda anglanadi: mediatizatsiya shu darajada chuqurlashganki, u faqat buzilganda ko'rinadi. Shu tariqa media madaniyati yo'qolmaydi — u alohida predmetlik maqomini yo'qotib, madaniyatning umumiy amal qilish sharti darajasiga ko'tariladi. Shu bilan birga, A. Hepp va S. Görland ogohlantirganidek, bundan raqamlashuvni jamiyatni bir tomonlama belgilovchi omil deb e'lon qilish xulosasi kelib chiqmaydi [17; P. 946].

Epistemologik qatlam. Ikkinchi qatlamda raqamlashuv insonning bilish qobiliyatini emas, bilimning ijtimoiy ko'rinish va tasdiqlanish tartibini o'zgartiradi. Kuzatish, taqqoslash va xulosa chiqarish qobiliyati o'zgarmaydi; o'zgaradigan narsa — qaysi bilim ijtimoiy maydonda ko'rinishi va bu tanlov qaysi mantiq asosida amalga oshishi. Analog davrda bu tanlovni tahririyatlar, noshirlar va ilmiy kengashlar amalga oshirgan, ularning mas'uliyat subyekti esa aniq edi. Raqamli muhitda tanlov funksiyasi algoritmlarga o'tadi: algoritm qaror qabul qiladi, lekin u qaror uchun javob bermaydi. J. van Dijck bu jarayon ortida «dataizm» — ma'lumotning o'zi haqiqatni kafolatlaydi degan e'tiqod — turishini ko'rsatadi [7; P. 197].

Natijada epistemologik almashinuv sodir bo'ladi: bilimning asoslanganligi (justification) o'rnini uning ko'rinuvchanligi (visibility) egallaydi. Algoritm da'voning rost yoki yolg'onligini aniqlamaydi — u faqat da'voga nisbatan foydalanuvchi munosabatini bashorat qiladi. Bu almashinuvning ikki oqibati bor. Birinchisi — muhokama o'rnini taqsimlash egallaydi: dalillar bir-biri bilan to'qnashmaydi, balki turli foydalanuvchilarga alohida yetkaziladi. J. Habermas jamoat sohasining yangi tarkibiy o'zgarishi haqidagi ishida aynan shu parchalanishga e'tibor qaratadi [18]; u senzura shaklida emas, moslashtirish shaklida kechadi. Ikkinchisi — vaqt omili: axborotning birlamchi tarqalishi uning tekshirilishidan oldinda boradi, kech kelgan haqiqat esa ijtimoiy ta'sir kuchini yo'qotadi. S. Livingstone ta'kidlaganidek, bu jarayonni tahlil qilishda auditoriyani tahlildan chiqarib yuborish emas, balki uning kundalik hayot va jamoat hayoti bilan aloqasini tan olish zarur [19; P. 170].

Aksiologik-subyektiv qatlam. Uchinchi qatlamda raqamlashuv qadriyatlarni yo'q qilmaydi, ularning iyerarxiyasini qayta tizadi. Bu eng kam ko'rinadigan qatlam: inson o'z qadriyat yo'nalishlari o'zgarganini odatda anglamaydi va o'zini avvalgidek erkin tanlov qilayotgan deb hisoblaydi. A. Hepp va S. Görland inson subyektligining proyektiv elementi — o'z harakatlari oqibatlarini tasavvur qilish qobiliyati — raqamli sharoitda ham saqlanishini ta'kidlaydi [17; P. 951]. Demak, subyektlilik yo'qolmaydi, uning amalga oshish sharoitlari o'zgaradi.

Shu nuqtada postsovet an'anasidagi eng keskin pozitsiya qayta ko'rib chiqilishi lozim. V. A. Vozchikov kiritgan «media madaniyati insoni» tushunchasi manipulyatsiyaga uchraydigan, media sohasiga qaram shaxsni anglatadi [3; C. 13]. Bu talqin bir tomonlama uzatish rejimida ishlagan OAV uchun asosli edi. Raqamli muhitda esa u yetarli emas: foydalanuvchi faqat qabul qiluvchi emas, ayni paytda kontent ishlab chiqaruvchi va ma'lumot manbaidir, qaramlik modeli esa subyektni passiv deb faraz qilib, uni tahlildan chiqarib yuboradi. Shu sababli tadqiqotda qaramlik o'rniga asimmetriya tushunchasi kiritiladi: qaramlik erkinlikning yo'qligini anglatadi, asimmetriya esa erkinlikning saqlanishini, lekin uni amalga oshirish narxining ortishini anglatadi.

Asimmetriyaning mexanizmi e'tibor resursining qayta taqsimlanishida yotadi. Uzoq muddatli ahamiyat o'rnini tezkor qiziqish, chuqur tushunish o'rnini tanib olish, mustaqil mulohaza o'rnini ijtimoiy tasdiqlanish egallaydi. Bu almashinuv majburlash orqali emas, qulaylik orqali amalga oshadi — aynan shu bois unga qarshilik ko'rsatish qiyin. Zamonaviy texnologiya falsafasida ijtimoiy tarmoqlarning avtonomiyaga salbiy ta'siri [9; P. 1–2] va texnologiya keltirib chiqaradigan qadriyat o'zgarishi [10; P. 1–2] ham shu yo'nalishda muhokama qilinmoqda. Kundalik tajribada tanlov rasmiy jihatdan to'liq saqlanadi: istalgan paytda to'xtash yoki boshqa narsaga o'tish mumkin. Lekin bu tanlov alohida irodaviy harakatni talab qiladi, oqimda qolish esa hech qanday harakatni talab qilmaydi. Shu tariqa avtonomiya yo'qolmaydi — u qimmatlashadi.

Shaxs darajasi. Qayta tartiblash mexanizmi shaxs darajasida qanday amal qiladi? Tahlil shuni ko'rsatdiki, shaxs media madaniyati beshta o'zaro bog'liq komponentdan iborat murakkab kompetensiyadir: axborot-kommunikatsion kompetentlik; mediasavodxonlik va tanqidiy fikrlash; axborotni qabul qilish va interpretatsiya qilish madaniyati; mediadiskursiv faollik; raqamli fuqarolik va mediaetika. Komponentlar mazmuni mediasavodxonlik nazariyasidagi ishlanmalarga tayanadi. W. J. Potter media xabarini idrok etish shaxs bilim tuzilmalarining tayyorgarlik darajasiga bog'liqligini ko'rsatgan [20]; A. V. Fyodorov mediakompetentlikni tanqidiy fikrlash bilan uzviy bog'laydi [21]; M. Ribble esa raqamli fuqarolikni texnik ko'nikma emas, axloqiy pozitsiya sifatida asoslaydi [22]. Muhim metodologik aniqlik shundaki, tanqidiy fikrlash «ishonmaslik» degani emas: ishonchli manbani asossiz rad etish ham tanqidiy fikrlash emas, balki uning teskarisidir.

Komponentlar funksiyasiga ko'ra uch darajaga guruhlanadi: instrumental daraja — vositadan foydalanish ko'nikmasi; refleksiv daraja — xabar qanday yaratilgani va nima uchun aynan shunday taqdim etilganini anglash;

ISSN 3060-5059 (Online)

aksiologik-subyektiv daraja — media muhitidagi xatti-harakat uchun mas'uliyat va qadriyat yo'nalishi. Raqamli sharoitda bu darajalar o'rtasidagi munosabatni belgilovchi asosiy omil — axborotni saralash funksiyasining shaxsdan tavsiya tizimlariga o'tishi. Tavsiya tizimlarining mezoni xolislik emas, diqqatni ushlab turish vaqtidir. E. Pariser ko'rsatganidek, o'tmishdagi qiziqishlarimiz kelajakda bizga nima ko'rsatilishini belgilab beradi va foydalanuvchi o'zi sezmagan holda «filtr pufagi»ga tushadi [23].

Milliy sharoit. O'zbekiston sharoitida yuqoridagi jarayonlarning o'ziga xosligi uch holat bilan belgilanadi. Birinchisi — raqamli infratuzilmaning qisqa muddatda rivojlanishi. G'arb jamiyatlarida mediatizatsiya bir necha avlod davomida bosqichma-bosqich kechgan bo'lsa, mintaqamizda analog va raqamli bosqichlar vaqt jihatidan deyarli ustma-ust tushdi. Natijada bir xonadonning o'zida an'anaviy ishonch modeli va platforma mantiqiga asoslangan model yonma-yon mavjud bo'ladi. M. Castells tavsiflagan tarmoq tuzilmasi [24; P. 500] ham bu yerda o'ziga xos ko'rinish oladi: axborot makoni ko'p markazli bo'lib, internet-nashrlar va Telegram kanallari ko'plab fuqarolar uchun asosiy manbaga, rasmiy OAV esa ko'pincha «ikkilamchi tasdiqlovchi» manbaga aylandi.

Ikkinchisi — davlat siyosatining instrumental yo'nalganligi. «Raqamli O'zbekiston — 2030» strategiyasi raqamli transformatsiyani hududiy va tarmoq dasturlari orqali amalga oshirishni nazarda tutadi; hujjatda aholi punktlarining Internet tarmog'iga ulanish darajasini 78 foizdan 95 foizga yetkazish va 587 ming nafar kishini kompyuter dasturlash asoslariga o'qitish vazifalari belgilangan [1]. Bu vazifalar infratuzilmaviy va instrumental darajada ifodalangan: ulanish qamrovi, axborot tizimlari soni, o'qitilganlar miqdori. Bu — davlat siyosati uchun tabiiy va zarur yondashuv; masala uning to'g'riligida emas, balki falsafiy jihatdan to'ldirilishi zaruratidadir.

Uchinchisi — milliy an'anaviy axloqiy tartib bilan platforma mantiqining kesishuvi. O'zbek jamiyatida axborotga ishonch tarixan shaxsiy-jamoaviy kanallar — oila, mahalla, ustoz-shogird munosabati — orqali shakllangan. Raqamli platformalar bu kanallarni almashtirmaydi, balki o'z ichiga oladi: mahalla guruhi messenjerga ko'chadi, ustozning so'zi videoyozuvga aylanadi. Jamoatchilik fikriga oid milliy tadqiqotlarda ham auditoriyaning axborot manbalariga ishonchi turli ijtimoiy guruhlarda bir xil emasligi qayd etilgan [11].

Olingan tahlil ikki nazariy an'anaga nisbatan quyidagicha joylashadi. Postsovet an'anasidan media madaniyatining muhitiy tabiati haqidagi qoida qabul qilinadi, ammo uning «qaramlik» talqini asimmetriya tushunchasi bilan almashtiriladi. G'arb mediatizatsiya nazariyasidan chuqur mediatizatsiya va datafikatsiya tahlili qabul qilinadi, ammo u subyektlilikning aksiologik o'lchovi bilan to'ldiriladi. Shu ma'noda modus tushunchasi ikki an'ana o'rtasida metodologik ko'prik vazifasini bajaradi.

Qayta tartiblash modeli texnooptimistik va texnopessimistik talqinlar nima uchun bir vaqtning o'zida qisman to'g'ri ko'rinishini ham tushuntiradi: ularning har biri bitta qayta tartiblanishning ikki tomonidan birini qayd etadi. Raqamli muhitda ovozlar soni haqiqatan ortadi (optimistlar kuzatuvi), ammo xabarni tekshirish mexanizmi zaiflashadi (pessimistlar kuzatuvi). Ikki fakt bir-biriga zid emas — ular bitta unsurning boshqa unsurlarga nisbatan o'rni o'zgarganini ko'rsatadi. Asimmetriya tushunchasiga qarshi esa bitta e'tiroz kutilishi mumkin: u qaramlikning «yumshatilgan» shakli emasmi? Javob salbiy, chunki ikki tushuncha subyekt haqida turlicha faraz qiladi va turli amaliy strategiyaga olib keladi; bu farq Natijalar qismida alohida ko'rsatiladi.

NATIJALAR

Muhokama qilingan uch qatlam tahlili natijalari 1-jadvalda umumlashtirilgan.

1-jadval

Raqamlashuv sharoitida media madaniyati transformatsiyasining uch qatlami

Qatlam	Nima saqlanadi	Nimaning tartibi o'zgaradi	Natija
Ontologik	Media va media madaniyati	Madaniyatning alohida sohasi → butun madaniyatning amal qilish sharti	Media fonga o'tadi
Epistemologik	Haqiqat tushunchasi, bilim ishlab chiqarish	Asoslanganlik → ko'rinuvchanlik; muhokama → taqsimlash; institutsional mas'uliyat → algoritmik tanlov	Bilimning tasdiqlanish tartibi o'zgaradi
Aksiologik-subyektiv	Avtonomiya, tanlov imkoniyati	Uzoq muddatli ahamiyat → tezkor qiziqish; mulohaza → ijtimoiy tasdiqlanish	Avtonomiya qimmatlashadi (asimmetriya)

Jadvaldan ko'rinadiki, uchala qatlamda bir xil natija takrorlanadi: unsur yo'qolmaydi, uning boshqa unsurlarga nisbatan o'rni o'zgaradi. Bu simmetriya tasodifiy emas — u transformatsiyaning yagona mexanizmidan, ya'ni yo'q qilish emas, qayta tartiblash mexanizmidan kelib chiqadi. Aksiologik-subyektiv qatlam natijasi shaxs holatini tavsiflovchi tushunchani qayta ko'rib chiqishni talab qiladi; qaramlik va asimmetriya tushunchalarining farqi 2-jadvalda keltirilgan.

2-jadval

Qaramlik va asimmetriya tushunchalarining qiyosi

Mezon	Qaramlik	Asimmetriya
Erkinlik	Yo'q	Saqlanadi, lekin amalga oshirish narxi ortadi
Ta'sir mexanizmi	Majburlash, manipulyatsiya	Qulaylik, e'tibor resursining qayta taqsimlanishi

ISSN 3060-5059 (Online)

Mezon	**Qaramlik**	**Asimmetriya**
Subyekt haqidagi faraz	Passiv qabul qiluvchi	Faol, lekin teng bo‘lmagan sharoitdagi ishtirokchi
Kelib chiqadigan amaliy strategiya	Zararli ta’sirdan himoyalanish	Tanlov narxini va tartibning o‘zgarishini anglash

Jadvaldan ko‘rinadiki, farq atamada emas, amaliy oqibatda. Qaramlik modeli auditoriyani himoya qilinadigan obyekt sifatida ko‘radi. Asimmetriya modeli esa uni ongli tanlov subyekti sifatida ko‘radi va tanlovning narxini ochiq qilishni talab qiladi.

Birinchi natija. Axborot jamiyati nazariyalari va media madaniyatini tadqiq etish paradigmalari sintezi asosida media madaniyatining ijtimoiy subyektlikni qayta ishlab chiqarish modusi ekanligi hamda raqamlashuv uning unsurlarini yo‘q qilmay, tartibini ontologik (media — madaniyatning umumiy amal qilish sharti), epistemologik (asoslanganlik o‘rniga ko‘rinuvchanlik) va aksiologik-subyektiv (avtonomiyaning qimmatlashuvi) qatlamlarda qayta qurishi asoslandi. Shu bois shaxs holatini «qaramlik» emas, balki asimmetriya tushunchasi orqali tavsiflash zarur.

Shaxs darajasida qayta tartiblash mexanizmi media madaniyati komponentlarining darajalar bo‘yicha joylashuvida namoyon bo‘ladi (3-jadval).

3-jadval

Shaxs media madaniyati komponentlarining darajalar bo‘yicha joylashuvi

Daraja	**Komponentlar**	**Analog davrdagi o‘rni**	**Raqamli sharoitdagi o‘rni**
Instrumental	Axborot-kommunikatsion kompetentlik	Quyi, xizmat ko‘rsatuvchi	Qolgan darajalarni qamrab oladi
Refleksiv	Mediasavodxonlik va tanqidiy fikrlash; axborotni qabul qilish va interpretatsiya qilish madaniyati	O‘rta, vositachi	Saralash va baholash algoritmga topshiriladi
Aksiologik-subyektiv	Mediadiskursiv faollik; raqamli fuqarolik va mediaetika	Yuqori, maqsadni belgilovchi	Ongli mustahkamlanmasa, bo‘sh qoladi

Analog davrda bu darajalar quyidan yuqoriga — ko‘nikmadan qadriyatga tomon tartiblangan edi: vositadan foydalanish ko‘nikmasi maqsadga erishish sharti hisoblangan, maqsadning o‘zi esa aksiologik darajada belgilangan. Raqamli sharoitda bu tartib teskarilanadi: platformaning texnik imkoniyatlari endi maqsadga erishish usulini emas, balki maqsadning o‘zi qanday shakllanishini ham belgilay boshlaydi. Refleksiv darajaga tegishli saralash va baholash algoritmga topshirilgach, shaxs uchun asosan instrumental daraja — taklif qilingan kontentdan foydalanish — qoladi. Bundan ijtimoiy-falsafiy xulosa kelib chiqadi: aksiologik daraja ongli ravishda mustahkamlanmasa, instrumental daraja uning o‘rnini egallaydi; besh komponentdan faqat birinchisini rivojlantirish qolgan to‘rttasining o‘rnini bosmaydi.

Milliy sharoitda bu tendensiya ikki yo‘nalishda namoyon bo‘ladi. Birinchidan, iyerarxiya teskarilanishi mantiqiga ko‘ra, instrumental darajadagi yutuqlar aksiologik darajadagi o‘zgarishni avtomatik ravishda keltirib chiqarmaydi: raqamli savodxonlikning o‘sishi media madaniyatining o‘sishini kafolatlamaydi. Aksincha, aksiologik daraja ongli ravishda mustahkamlanmasa, davlat dasturlarining instrumental yo‘nalganligi va infratuzilmaning jadal kengayishi teskarilanish tendensiyasini kuchaytiradi. Bu strategiyaga tanqid emas, balki uni falsafiy jihatdan to‘ldirish zarurati haqidagi xulosadir.

Ikkinchidan, an’anaviy jamoaviy ishonch raqamli muhitga ko‘chganda uning manbasi o‘zgarmaydi: u shaxsiy munosabatga asoslanishda davom etadi. O‘zgaradigan narsa — uning amal qilish chegarasi. An’anaviy sharoitda shaxsiy ishonch kichik doira ichida amal qilgan va bu doira ichida xabarni jamoa tekshira olgan. Raqamli muhitda shaxsiy doiraga mo‘ljallangan xabar cheksiz auditoriyaga yetib boradi va o‘sha yerda ham shaxsiy ishonch belgisini saqlab qoladi. Natijada ishonchning ijtimoiy nazorat mexanizmi — jamoa tomonidan tekshirilish imkoniyati — ishdan chiqadi, ishonchning o‘zi esa saqlanadi. Bu natija tadqiqotning markaziy tezisini milliy materialda tasdiqlaydi: an’anaviy ishonch mexanizmi yo‘qolmaydi, uning amal qilish chegarasi o‘zgaradi.

Ikkinchi natija. Shaxs media madaniyatining besh komponenti instrumental, refleksiv va aksiologik-subyektiv darajalarga mansubligi aniqlanib, shaxs darajasida axborotni saralashning tavsiya tizimlariga o‘tishi natijasida bu darajalar iyerarxiyasining teskarilanishi asoslandi. O‘zbekiston sharoitida bu tendensiyani davlat siyosatining instrumental yo‘nalganligi kuchaytirishi hamda an’anaviy jamoaviy ishonch raqamli muhitga ko‘chganda o‘z manbasini saqlab qolishi, biroq jamoa tomonidan tekshirilish mexanizmini yo‘qotishi ochib berildi.

XULOSA

Tadqiqot natijalari quyidagi xulosalarga olib keladi.

1. Raqamlashuv media madaniyatiga tashqaridan ta’sir qiluvchi omil emas, balki uning mavjudlik shartining o‘zidir. Shu bois uning transformatsiyasi «yaxshilanish» yoki «yemirilish» emas, qayta tartiblanish sifatida tushunilishi lozim.

2. Media madaniyati ijtimoiy subyektlikni qayta ishlab chiqarish modusidir. Raqamlashuv uning unsurlarini yo‘q qilmaydi: ontologik qatlamda media madaniyatning umumiy amal qilish shartiga aylanadi, epistemologik qatlamda asoslanganlik o‘rnini ko‘rinuvchanlik egallaydi, aksiologik-subyektiv qatlamda avtonomiya qimmatlashadi.

3. Raqamli muhitdagi shaxs holatini «qaramlik» emas, asimmetriya tushunchasi aniqroq ifodalaydi: erkinlik saqlanadi, ammo uni amalga oshirish narxi ortadi, almashinuv esa majburlash orqali emas, qulaylik orqali kechadi.

4. Shaxs media madaniyatining besh komponenti instrumental, refleksiv va aksiologik-subyektiv darajalarga mansub. Axborotni saralash tavsiya tizimlariga o‘tishi bilan bu darajalar iyerarxiyasi teskarilanadi, shu sababli mediasavodxonlik faqat texnik mashqlar orqali shakllanmaydi.

5. O‘zbekiston sharoitida bu tendensiyani davlat siyosatining instrumental yo‘nalganligi kuchaytiradi. An’anaviy jamoaviy ishonch raqamli muhitga ko‘chganda o‘z manbasini saqlaydi, ammo jamoa tomonidan tekshirilish mexanizmini yo‘qotadi; shu bois media madaniyatini shakllantirish vazifasi an’anaviy institutlarni raqamli muhitga ko‘chirish bilan hal qilinmaydi.

Natijalardan quyidagi amaliy takliflar kelib chiqadi: ma’naviyat va ma’rifat markazlari targ‘ibot ishlarida media madaniyatiga oid masalalarni «zararli ta’sirdan himoyalanish» mantiqidan «tartibning o‘zgarishini anglash» mantiqiga o‘tkazishi; raqamlashtirish dasturlaridagi miqdoriy ko‘rsatkichlar yoniga aksiologik o‘lchovni ifodalovchi sifat mezonlari kiritilishi; mediasavodxonlik kurslariga «nima uchun va qanchalik» savoliga yo‘naltirilgan refleksiv komponent qo‘shilishi; jamoatchilik fikri monitoringida mahalla va oila messenjer guruhlari orqali tarqaladigan axborotga ishonch alohida o‘lchanishi; mahalla institutini qo‘llab-quvvatlovchi tuzilmalar an’anaviy kanallar raqamli muhitga ko‘chganda yo‘qolgan tekshirish mexanizmini tiklash choralarini ishlab chiqishi maqsadga muvofiq.

Tadqiqot xulosalari nazariy-konseptual xarakterga ega va empirik o‘lchov bilan tekshirilmagan; an’anaviy ishonch mexanizmi tahlili mahalla, oila va ustoz-shogird kanallari bilan cheklangan. Uch qatlamli modelni qiyosiy diskurs tahlili va jamoatchilik fikri so‘rovlari orqali empirik tekshirish keyingi tadqiqotlar uchun istiqbolli yo‘nalish hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. «Raqamli O‘zbekiston — 2030» strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida: O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son Farmoni // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi. – 06.10.2020. – № 06/20/6079/1349. – URL: https://lex.uz/docs/-5030957. lex.uz
2. Кириллова Н. Б. Медиакультура как интегратор среды социальной модернизации: автореф. дис. … д-ра культурологии: 24.00.01. – Москва, 2005. – URL: https://cheloveknauka.com/mediakultura-kak-integrator-sredy-sotsialnoy-modernizatsii. cheloveknauka.com
3. Возчиков В. А. Философия образования и медиакультура информационного общества: автореф. дис. … д-ра филос. наук: 09.00.11. – Санкт-Петербург, 2007. – URL: https://www.cheloveknauka.com/filosofiya-obrazovaniya-i-mediakultura-informatsionnogo-obschestva. cheloveknauka.com
4. Кузнецова Е. И. Медиальность и медиакультура как факторы динамики социальной среды: автореф. дис. … д-ра филос. наук: 09.00.11. – Нижний Новгород, 2010. – URL: https://cheloveknauka.com/medialnost-i-mediakultura-kak-faktory-dinamiki-sotsialnoy-sredy. cheloveknauka.com
5. Hepp A., Couldry N. Necessary Entanglements: Reflections on the Role of a “Materialist Phenomenology” in Researching Deep Mediatization and Datafication // Sociologica. – 2023. – Vol. 17, № 1. – P. 137–153. – URL: https://doi.org/10.6092/issn.1971-8853/15793. Sociologica
6. Hepp A. Agency, Social Relations, and Order: Media Sociology’s Shift into the Digital // Communications. – 2022. – Vol. 47, № 3. – P. 470–493. – URL: https://doi.org/10.1515/commun-2020-0079. degruyterbrill.com
7. van Dijck J. Datafication, Dataism and Dataveillance: Big Data between Scientific Paradigm and Ideology // Surveillance & Society. – 2014. – Vol. 12, № 2. – P. 197–208. – URL: https://doi.org/10.24908/ss.v12i2.4776. explore.openaire.eu
8. Neuberger C., Bartsch A., Fröhlich R., Hanitzsch T., Reinemann C., Schindler J. The Digital Transformation of Knowledge Order: A Model for the Analysis of the Epistemic Crisis // Annals of the International Communication Association. – 2023. – Vol. 47, № 2. – P. 180–201. – URL: https://doi.org/10.1080/23808985.2023.2169950. Oxford Academic
9. Sahebi S., Formosa P. Social Media and Its Negative Impacts on Autonomy // Philosophy & Technology. – 2022. – Vol. 35. – Art. 70. – URL: https://doi.org/10.1007/s13347-022-00567-7. Springer Nature Link
10. van de Poel I., Kudina O. Understanding Technology-Induced Value Change: A Pragmatist Proposal // Philosophy & Technology. – 2022. – Vol. 35, № 2. – Art. 40. – URL: https://doi.org/10.1007/s13347-022-00520-8. TU Delft Research Portal
11. Bekmurodov M. O‘zbekistonda jamoatchilik fikri. – Toshkent, 1999. – URL (katalog yozuvi): https://ci.nii.ac.jp/ncid/BA9059690X.
12. Kdirbaev B. B. Axborot jamiyatida media madaniyatning sotsiomadaniy transformatsiyalardagi roli // Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari. – 2025. – 5-jild, № 12. – B. 232–237. – URL: https://doi.org/10.47390/SPR1342V5I12Y2025N42. scienceproblems.uz
13. Kdirbaev B. B. Media Culture as a Constitutive Force of Social Reality in the Information Society: An Ontological and Epistemological Analysis // American Journal of Social and Humanitarian Research. – 2025. – Vol. 6, № 12. – P. 2879–2886. – URL: https://doi.org/10.31150/ajshr.v6i12.4338. Journal Repository Portal
14. Berger P. L., Luckmann T. The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. – Garden City, NY: Doubleday, 1966. – **X, 219 p.** – URL (katalog yozuvi): https://catalog.libraries.vsc.edu/cgi-bin/koha/opac-MARCdetail.pl?biblionumber=28471. catalog.libraries.vsc.edu
15. Bourdieu P. Le sens pratique. – Paris: Éditions de Minuit, 1980. – 475 p. – URL (bibliografik yozuv): https://bourdieu.name/fr/content/le-sens-pratique-0. bourdieu.name
16. Foucault M. L’archéologie du savoir. – Paris: Gallimard, 1969. – URL (Fransiya Milliy kutubxonasi katalogi): https://catalogue.bnf.fr/ark:/12148/cb33009414r. BnF- Bibliothèque nationale de France

17. Hepp A., Görland S. O. Agency in a Datafied Society: An Introduction // Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. – 2024. – Vol. 30, № 3. – P. 945–955. – URL: https://doi.org/10.1177/13548565241254692. Andreas Hepp, Stephan O Görland, 2024
18. Habermas J. Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik. – Berlin: Suhrkamp, 2022. – 108 S. – URL: https://www.suhrkamp.de/buch/juergen-habermas-ein-neuer-strukturwandel-der-oeffentlichkeit-und-die-deliberative-politik-t-9783518587904. suhrkamp.de
19. Livingstone S. Audiences in an Age of Datafication: Critical Questions for Media Research // Television & New Media. – 2019. – Vol. 20, № 2. – P. 170–183. – URL: https://doi.org/10.1177/1527476418811118. Sonia Livingstone, 2019
20. Potter W. J. Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach. – Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2004. – URL (nashriyot sahifasi): https://www.sagepub.com/shop/buy-a-book/theory-of-media-literacy-1-226161. sagepub.com
21. Фёдоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. – Москва: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. – 616 с. – URL (PDF): https://mediaeducation.ucoz.ru/_ld/0/20_Book_2007_MComp.pdf. mediaeducation.ucoz.ru
22. Ribble M. Digital Citizenship in Schools: Nine Elements All Students Should Know. – 3rd ed. – Eugene, OR: International Society for Technology in Education, 2015. – 212 p. – URL (katalog yozuvi): https://search.worldcat.org/title/926945299. WorldCat.org
23. Pariser E. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. – New York: Penguin Press, 2011. – 294 p. – URL: https://books.google.com/books?id=zhRGngEACAAJ. Google Books
24. Castells M. The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I. – 2nd ed. – Chichester; Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2010. – 597 p. – URL: https://doi.org/10.1002/9781444319514.