e-ISSN 3060-5059
DOI: 10.67227

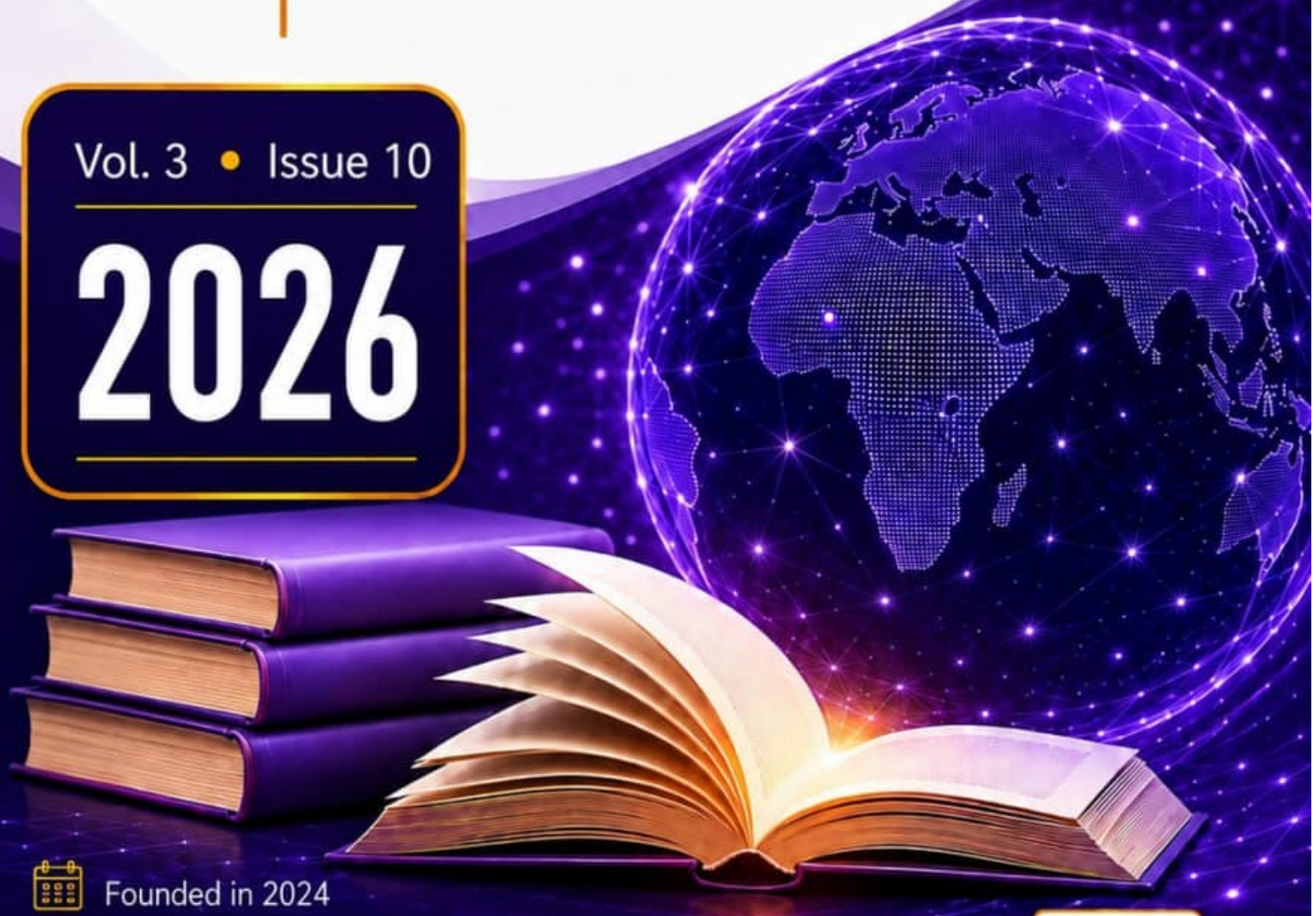
IJTIMOIY-GUMANITAR SOHADA ILMIY-INNOVATSION TADQIQOTLAR

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/wchc4483*

SIYOSIY JARAYONLARDA JAMOATCHILIK FIKRINI SHAKLLANTIRISHDA IJTIMOIY TARMOQLARNING ROLI

Isanova Gulbaxor Taxirovna
O‘zbekiston Milliy universiteti, dotsent.
e-mail: Isanova_guli@list.ru **ORCID**: https://orcid.org/0009-0001-4690-8888

Annotatsiya.
Ushbu maqolada siyosiy jarayonlarda jamoatchilik fikrini shakllantirishda ijtimoiy tarmoqlarning roli tahlil qilinadi. Muallif zamonaviy raqamli muhitda ijtimoiy tarmoqlar nafaqat muloqot vositasi, balki siyosiy ta’sir ko‘rsatishning kuchli kanaliga aylanganini ko‘rsatadi. Maqolada ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi asosiy mexanizmlari — kun tartibini belgilash, viral kontentni tarqatish, emotsional ta’sir o‘tkazish va guruhlar orqali mobilizatsiya qilish kabi jihatlar yoritilgan. Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlarning ijobiy imkoniyatlari bilan bir qatorda, dezinformatsiya, botlar, trollar va filtr pufakchalari kabi xavflar ham muhokama qilinadi. O‘zbekiston sharoitida ijtimoiy tarmoqlarning siyosiy jarayonlarga ta’siri misollar asosida ko‘rsatib o‘tilgan. Muallif jamoatchilik fikrini shakllantirishda raqamli savodxonlikni oshirish va axborot xavfsizligini ta’minlash bo‘yicha amaliy tavsiyalar beradi.

Kalit so‘zlar: ijtimoiy tarmoqlar, jamoatchilik fikri, siyosiy jarayon, kun tartibi, dezinformatsiya, botlar, mobilizatsiya, raqamli savodxonlik, O‘zbekiston.

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ

Исанова Гульбахор Тахировна
Национальный университет Узбекистана, доцент.

Аннотация.
В данной статье анализируется роль социальных сетей в формировании общественного мнения в политических процессах. Автор показывает, что в современной цифровой среде социальные сети превратились не только в средство коммуникации, но и в мощный канал политического влияния. В статье рассматриваются основные механизмы формирования общественного мнения посредством социальных сетей, включая определение информационной повестки дня, распространение вирусного контента, эмоциональное воздействие и мобилизацию через различные группы. Наряду с положительными возможностями социальных сетей обсуждаются такие риски, как дезинформация, деятельность ботов и троллей, а также формирование фильтрующих пузырей. На конкретных примерах рассматривается влияние социальных сетей на политические процессы в условиях Узбекистана. Автор предлагает практические рекомендации по повышению цифровой грамотности и обеспечению информационной безопасности в процессе формирования общественного мнения.

Ключевые слова: социальные сети, общественное мнение, политический процесс, повестка дня, дезинформация, боты, мобилизация, цифровая грамотность, Узбекистан.

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN SHAPING PUBLIC OPINION IN POLITICAL PROCESSES

Isanova Gulbaxor Taxirovna
National University of Uzbekistan, Associate Professor.

Abstract.
This article analyzes the role of social media in shaping public opinion in political processes. The author demonstrates that, in the modern digital environment, social media platforms have become not only a means of communication but also a powerful channel of political influence. The article examines the main mechanisms through which social media shape public opinion, including agenda-setting, the dissemination of viral content, emotional influence, and mobilization through online groups. Alongside the positive opportunities offered by social media, the article discusses risks such as disinformation, bots, trolls, and filter bubbles. The influence of social media on political processes in Uzbekistan is illustrated through specific examples. The author provides practical recommendations for improving digital literacy and ensuring information security in the process of shaping public opinion.

Keywords: social media, public opinion, political process, agenda-setting,

disinformation, bots, mobilization, digital literacy, Uzbekistan.

Kirish. So‘nggi o‘n yillikda ijtimoiy tarmoqlar jahon siyosiy hayotining ajralmas qismiga aylandi [1]. Telegram, Facebook, Instagram, TikTok, X (Twitter) kabi platformalar millionlab fuqarolarning kundalik muloqot maydoniga aylanibgina qolmay, balki siyosiy jarayonlarga bevosita ta’sir ko‘rsatuvchi kuchga ham aylandi. Endilikda jamoatchilik fikri faqat televideniye, radio yoki gazetalar orqali emas, balki ijtimoiy tarmoqlardagi postlar, izohlar, repostlar va qisqa videolar orqali ham shakllanmoqda. Bu holat siyosiy kommunikatsiyaning tabiatini tubdan o‘zgartirdi va yangi imkoniyatlar bilan birga, yangi xavflarni ham keltirib chiqardi [2].

Mavzuning dolzarbligi shundaki, ijtimoiy tarmoqlar endilikda faqat axborot tarqatuvchi vosita emas, balki siyosiy kuchlar o‘rtasidagi kurash maydoniga aylangan. Saylovlar, referendumlar, qonun loyihalarini muhokama qilish, norozilik harakatlari va hukumat tashabbuslarini qo‘llab-quvvatlash jarayonlarida ijtimoiy tarmoqlarning roli beqiyos darajada oshdi. Shu bilan birga, bu platformalarda yolg‘on ma’lumotlar, manipulyativ kontent va sun’iy «xalq fikri»ni yaratish holatlari ham ko‘paymoqda [3]. Bu esa jamoatchilik fikrining haqiqiy yoki sun’iy ekanligini farqlash masalasini kun tartibiga qo‘ymoqda.

Mazkur tadqiqotning maqsadi siyosiy jarayonlarda jamoatchilik fikrini shakllantirishda ijtimoiy tarmoqlarning rolini tizimli o‘rganish va ularning ijobiy hamda salbiy jihatlarini baholashdan iborat. Tadqiqot vazifalari qatoriga ijtimoiy tarmoqlarning siyosiy kommunikatsiyadagi o‘rnini aniqlash; jamoatchilik fikrini shakllantirish mexanizmlarini tahlil qilish; dezinformatsiya va manipulyatsiya xavflarini ochib berish; O‘zbekiston sharoitida ijtimoiy tarmoqlarning siyosiy jarayonlarga ta’sirini baholash; raqamli savodxonlikni oshirish bo‘yicha takliflar ishlab chiqish kiradi [4].

Tadqiqot obyekti siyosiy jarayonlardagi jamoatchilik fikri, predmeti esa uni shakllantirishda ijtimoiy tarmoqlarning roli va ta’sir mexanizmlaridir. Maqolada tizimli tahlil, qiyosiy o‘rganish, kuzatuv va ilmiy adabiyotlarni tahlil qilish usullaridan foydalanilgan.

ASOSIY QISM

Ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi rolini tushunish uchun avvalo ularning an’anaviy ommaviy axborot vositalaridan farqini anglash lozim. An’anaviy mediada axborot markazlashgan tarzda tarqatiladi — uni tahririyatlar, jurnalistlar va mutaxassislar tayyorlaydi. Ijtimoiy tarmoqlarda esa har bir foydalanuvchi bir vaqtning o‘zida ham iste’molchi, ham tarqatuvchi, ham yaratuvchidir [5]. Bu esa axborot oqimini tezlashtiradi, lekin ayni paytda uning sifatini nazorat qilishni qiyinlashtiradi.

Ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi birinchi mexanizmi — kun tartibini belgilashdir. Platformalarda qaysi mavzu ko‘proq ko‘rsatilsa, foydalanuvchilar aynan shu mavzuni muhim deb hisoblay boshlaydilar [6]. Masalan, biror ijtimoiy muammo bir necha kun davomida keng tarqalsa, u tezda jamoatchilikning asosiy muhokama mavzusiga aylanadi. Bu esa siyosiy kuchlarga o‘zlariga qulay bo‘lgan mavzularni ilgari surish yoki raqiblarining mavzularini soyada qoldirish imkonini beradi.

Ikkinchi mexanizm — emotsional ta’sir o‘tkazishdir. Ijtimoiy tarmoqlardagi kontent ko‘pincha qisqa, hissiyotga boy va tez tarqaladigan shaklda bo‘ladi. Qisqa videolar, memlar, keskin sarlavhalar va rasmli postlar foydalanuvchining hissiyotlariga bevosita ta’sir qiladi [7]. Bu esa mantiqiy dalillardan ko‘ra tezroq fikr shakllanishiga olib keladi. Siyosiy texnologlar bu xususiyatdan foydalanib, ma’lum bir siyosiy kuchga nisbatan ijobiy yoki salbiy emotsiyalarni ommalashtirishlari mumkin.

Uchinchi mexanizm — guruhlar orqali mobilizatsiya qilishdir. Ijtimoiy tarmoqlarda turli guruhlar, kanallar va sahifalar mavjud bo‘lib, ular orqali odamlar tezda birlashadi va umumiy harakatga chorlanadi [8]. Bu saylovoldi tashviqoti, imzo to‘plash, yig‘ilishlar tashkil etish yoki ma’lum bir masala bo‘yicha norozilik bildirishda yaqqol ko‘rinadi. Telegram kanallari va Facebook guruhlari orqali bir necha soat ichida minglab odamlarni jalb qilish mumkin.

To‘rtinchi mexanizm — shaxsiylashtirilgan kontent tarqatishdir. Platformalarning algoritmlari foydalanuvchining qiziqishlari, yoshi, joylashuvi va oldingi harakatlariga qarab unga mos kontentni ko‘rsatadi [9]. Bu esa har bir foydalanuvchiga alohida ta’sir o‘tkazish imkonini beradi. Siyosiy reklamalarda bu usul mikrotargeting deb ataladi, ya’ni turli guruhlarga alohida xabarlar yetkazishni anglatadi.

Biroq ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikriga ta’siri faqat ijobiy emas. Eng jiddiy xavflardan biri — dezinformatsiya va soxta yangiliklarning tarqalishidir. An’anaviy mediada xabar tekshiruvdan o‘tadi, ijtimoiy tarmoqlarda esa har kim istalgan ma’lumotni tekshirmasdan tarqatishi mumkin [10]. Ayniqsa, siyosiy mavzudagi yolg‘on xabarlar saylovlar, noroziliklar va hukumat qarorlariga nisbatan jamoatchilik munosabatini buzishi mumkin.

Ikkinchi xavf — botlar va troll akkauntlar orqali sun’iy «xalq fikri»ni yaratishdir. Botlar avtomatik ravishda izoh yozadi, repost qiladi va layk bosadi [11]. Trollar esa haqiqiy odamlar tomonidan boshqarilib, boshqa foydalanuvchilarni chalg‘itadi yoki haqorat qiladi. Natijada jamoatchilik fikri haqiqiy emas, balki sun’iy tarzda shakllantiriladi.

Uchinchi xavf — filtr qabariqlari va eko-kameralardir. Algoritmlar foydalanuvchiga faqat o‘zi yoqtiradigan yoki qo‘llab-quvvatlaydigan kontentni ko‘rsatadi. Natijada odam o‘ziga qarama-qarshi fikrlarni deyarli ko‘rmaydi va uning qarashlari yanada qat’iylashadi [12]. Bu esa jamiyatning qutblanishiga va turli guruhlar o‘rtasida dushmanlikning kuchayishiga olib keladi.

O‘zbekiston sharoitida ijtimoiy tarmoqlarning siyosiy jarayonlarga ta’siri so‘nggi yillarda sezilarli darajada oshdi. Telegram kanallari, Facebook sahifalari va Instagram akkauntlari orqali fuqarolar ijtimoiy muammolarni ko‘tarib, davlat organlariga murojaat qilmoqda [13]. Ba’zi holatlarda bu murojaatlar tezda ijobiy hal qilinmoqda, bu esa fuqarolarning ijtimoiy tarmoqlarga ishonchini oshiradi. Shu bilan birga, ayrim kanallarda dezinformatsiya va manipulyativ kontent ham tarqalmoqda, bu esa jamoatchilik fikrining buzilishiga olib kelishi mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlarning ijobiy imkoniyatlarini ham e’tirof etish lozim. Ular fuqarolarning siyosiy ishtirokini

kengaytiradi, jamoatchilik nazoratini kuchaytiradi, tezkor qayta aloqa o‘rnatadi va turli guruhlarning ovozi eshitilishiga yordam beradi [14]. Ayniqsa, yoshlar, ayollar va chekka hududlarda yashovchilar uchun ijtimoiy tarmoqlar o‘z fikrini bildirishning qulay vositasi hisoblanadi.

Jamoatchilik fikrini shakllantirishda ijtimoiy tarmoqlarning rolini to‘g‘ri yo‘naltirish uchun bir qator choralar zarur. Birinchidan, raqamli savodxonlikni oshirish, ya’ni fuqarolarni axborotning ishonchliligini tekshirishga o‘rgatish lozim. Ikkinchidan, faktcheking tashkilotlarini qo‘llab-quvvatlash va ularning faoliyatini kengaytirish kerak. Uchinchidan, ijtimoiy tarmoqlarda mas’uliyatli xulq-atvor qoidalarini shakllantirish va ularga rioya qilishni rag‘batlantirish zarur. To‘rtinchidan, davlat organlari ijtimoiy tarmoqlarda faol bo‘lishi va fuqarolar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri muloqot qilishi kerak. Beshinchidan, dezinformatsiyaga qarshi huquqiy mexanizmlarni takomillashtirish lozim.

XULOSA

Ijtimoiy tarmoqlar bugungi kunda siyosiy jarayonlarda jamoatchilik fikrini shakllantirishning eng kuchli vositalaridan biriga aylangan. Ular kun tartibini belgilash, emotsional ta’sir o‘tkazish, guruhlarni mobilizatsiya qilish va shaxsiylashtirilgan kontent tarqatish orqali fuqarolarning siyosiy qarashlariga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Shu bilan birga, dezinformatsiya, botlar, trollar va filtr qabariqlari kabi xavflar ham mavjud bo‘lib, ular jamoatchilik fikrining buzilishiga olib kelishi mumkin.

O‘zbekiston sharoitida ijtimoiy tarmoqlarning siyosiy jarayonlarga ta’siri ortib bormoqda. Bu ta’sirni ijobiy yo‘nalishga burish uchun raqamli savodxonlikni oshirish, faktcheking tizimini rivojlantirish, davlat organlarining faolligini ta’minlash va huquqiy mexanizmlarni takomillashtirish zarur. Faqat shundagina ijtimoiy tarmoqlar jamoatchilik fikrini erkin va ongli shakllantirishning haqiqiy vositasi bo‘lib xizmat qiladi.

Kelgusida ijtimoiy tarmoqlarning siyosiy jarayonlarga ta’sirini chuqurroq o‘rganish, sun’iy intellekt asosidagi dezinformatsiyani aniqlash usullarini ishlab chiqish va turli yosh guruhlarining raqamli muhitdagi xatti-harakatlarini tadqiq qilish dolzarb vazifalardan biridir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Jo‘rayev N. Q. Siyosiy kommunikatsiya va raqamli jamiyat: monografiya. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2022. – B. 85–102.
2. Jo‘rayev N. Q. Siyosiy kommunikatsiya va raqamli jamiyat: monografiya. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2022. – B. 89.
3. Xodjayev B. T. Ijtimoiy tarmoqlarda siyosiy PR texnologiyalari: o‘quv qo‘llanma. – Toshkent: Iqtisod-Moliya, 2023. – B. 112.
4. Nazarov Sh. R. Raqamli muhitda jamoatchilik fikri // Sotsiologik tadqiqotlar jurnali. – 2024. – № 1. – B. 44.
5. Karimov A. A. Ijtimoiy tarmoqlar va siyosiy mobilizatsiya: ilmiy maqola. – Toshkent: O‘zMU nashriyoti, 2024. – B. 38.
6. Muminov R. T. Kun tartibini belgilash nazariyasi: darslik. – Toshkent: Noshir, 2022. – B. 91.
7. Saidov U. S. Emotsional kontent va siyosiy ta’sir: monografiya. – Toshkent: Adolat, 2022. – B. 102.
8. Tillyaev Sh. Q. Telegram kanallari va guruh mobilizatsiyasi // Axborot texnologiyalari va jamiyat. – 2023. – № 3. – B. 63.
9. Abdurahmonova D. K. Mikrotargeting va shaxsiylashtirilgan kontent // Sotsiologik tadqiqotlar jurnali. – 2024. – № 1. – B. 55.
10. Zokirov E. A. Dezinformatsiya va soxta yangiliklar // Media va kommunikatsiya. – Toshkent, 2024. – B. 102.
11. Xalikova N. M. Botlar va trollarning jamoatchilik fikriga ta’siri // Raqamli iqtisodiyot va innovatsiyalar. – 2024. – № 1. – B. 72.
12. Azimov M. I. Filtr qabariqlari va jamiyatning qutblanishi // Tibbiyot ta’limi jurnali. – 2024. – № 2. – B. 55.
13. Abdullayeva Z. K. O‘zbekistonda ijtimoiy tarmoqlarning siyosiy roli // Tibbiyot va innovatsiyalar. – 2023. – № 4. – B. 81.
14. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son «Raqamli O‘zbekiston – 2030» strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi Farmoni. https://lex.uz/docs/-5030957