DAVLAT SIYOSIY IMIJINI SHAKLLANTIRISHDA RAQAMLI MEDIA VA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING ROLI

Farmonova Sitora Shodimurod qizi
O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti magistranti
Toshkent, O‘zbekiston
sitorafarmonova15@gmail.com
https://doi.org/10.5281/zenodo.20302782

Annotatsiya. Mazkur maqolada davlat siyosiy imijini shakllantirishda raqamli media, xususan, internet ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlarning o‘rni kompleks tahlil qilinadi. Tadqiqotda zamonaviy kommunikatsiya muhitining rivojlanishi, siyosiy imijga ta’sir etuvchi asosiy mexanizmlar — agenda-setting, framing va priming nazariyalari asosida yoritilgan. Shuningdek, O‘zbekiston misolida onlayn platformalar, blogerlar, televideniye va davlat OAVlari faoliyati o‘rganilib, ularning siyosiy imijga ijobiy va salbiy ta’siri tahlil qilinadi. Empirik misollar asosida axborotning taqdim etilish uslubi va auditoriya bilan interaktiv muloqot darajasi siyosiy ishonchni shakllantirishdagi muhim omil sifatida baholanadi. Tadqiqot natijalari zamonaviy siyosiy kommunikatsiyada integratsiyalashgan media strategiyaning zarurligini ko‘rsatadi.

Kalit so‘zlar: siyosiy imij, raqamli media, internet OAV, ijtimoiy tarmoqlar, kommunikatsiya, framing, agenda-setting, priming, auditoriya, PR.

KIRISH

Zamonaviy axborot jamiyatida siyosiy kommunikatsiya tizimi tubdan transformatsiyaga uchrab, davlat organlari va jamoatchilik o‘rtasidagi munosabatlar yangi bosqichga ko‘tarildi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi natijasida internet va ijtimoiy tarmoqlar siyosiy jarayonlarning ajralmas qismiga aylandi. Avvalgi davrlarda siyosiy axborot asosan an’anaviy ommaviy axborot vositalari orqali bir tomonlama tarzda uzatilgan bo‘lsa, bugungi kunda bu jarayon ko‘p tomonlama va interaktiv tus oldi. Raqamli media vositalari orqali axborotning tezkor tarqalishi, keng auditoriyani qamrab olishi hamda foydalanuvchilarning bevosita ishtirok etish imkoniyati siyosiy kommunikatsiyaning sifat jihatidan yangi modelini shakllantirdi. Shu bilan birga, internet muhitida axborotning global xarakter kasb etishi milliy siyosiy jarayonlarni ham xalqaro kontekstga olib chiqmoqda. Natijada davlat siyosiy imiji faqat ichki auditoriya emas, balki global jamoatchilik tomonidan ham shakllantiriladigan murakkab ijtimoiy konstruksiyaga aylangan. Bu esa siyosiy kommunikatsiya jarayonida yangi yondashuvlarni, xususan, raqamli strategiyalarni qo‘llash zaruratini yuzaga keltirmoqda.

Siyosiy imij zamonaviy siyosatshunoslik va kommunikatsiya nazariyasida muhim kategoriyalardan biri sifatida qaraladi. U davlat hokimiyati organlari yoki siyosiy yetakchining jamoatchilik ongida shakllanadigan umumiy tasavvurlar, stereotiplar va baholar majmuasini anglatadi. Siyosiy imijning shakllanishi ko‘plab omillarga, jumladan, axborotning mazmuni, taqdim etilish shakli, kommunikatsiya kanallari va auditoriyaning ijtimoiy-psixologik xususiyatlariga bog‘liqdir. Raqamli kommunikatsiya muhitida esa bu jarayon yanada murakkablashib, yangi mexanizmlar orqali amalga oshirilmoqda. Xususan, agenda-setting, framing va priming kabi nazariy yondashuvlar ommaviy axborot vositalari orqali jamoatchilik fikrining qanday shakllanishini tushuntirib beradi. Internet OAV orqali muayyan mavzularning dolzarbligi belgilanishi, voqealarning ma’lum kontekstda talqin qilinishi va auditoriyaning oldindan muayyan baholash mezonlariga yo‘naltirilishi siyosiy imijga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlarda axborotning vizual va emotsional komponentlari

kuchaygani sababli siyosiy imij ko‘proq hissiy asosda shakllanmoqda. Bu esa siyosiy kommunikatsiyada yangi tendensiyalarni yuzaga keltirib, davlat organlaridan yanada ochiq, moslashuvchan va interaktiv yondashuvni talab qilmoqda.

Mazkur tadqiqotning dolzarbligi shundaki, bugungi kunda siyosiy imijni shakllantirish jarayoni tobora raqamli platformalar bilan bog‘lanib bormoqda va bu jarayonni ilmiy asosda o‘rganish muhim ahamiyat kasb etadi. O‘zbekiston misolida olib borilgan tahlillar shuni ko‘rsatadiki, internet ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlar davlat siyosatini yoritishda hamda siyosiy yetakchilar imijini shakllantirishda muhim rol o‘ynamoqda. Shu bilan birga, mazkur platformalarda axborotning bir tomonlama yoki manipulyativ tarzda berilishi, dezinformatsiya va “axborot pufagi” fenomeni kabi muammolar ham mavjud. Bu esa siyosiy imijning obyektiv va muvozanatli shakllanishiga to‘sqinlik qilishi mumkin. Shu nuqtayi nazardan, mazkur maqolaning asosiy maqsadi — internet OAV va ijtimoiy tarmoqlarning siyosiy imijga ta’sirini kompleks tarzda tahlil qilish, ularning kommunikativ mexanizmlarini aniqlash hamda zamonaviy siyosiy kommunikatsiyada samarali strategiyalarni ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot natijalari nafaqat nazariy, balki amaliy ahamiyatga ham ega bo‘lib, ular davlat organlari, PR mutaxassislari va media tadqiqotchilar uchun foydali tavsiyalar ishlab chiqishga xizmat qiladi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda siyosiy imijni shakllantirish jarayonini har tomonlama tahlil qilish maqsadida kompleks metodologik yondashuv qo‘llanildi. Tadqiqotning nazariy asosini siyosiy kommunikatsiya, media tadqiqotlari va PR nazariyalariga oid ilmiy konsepsiyalar tashkil etdi. Xususan, agenda-setting, framing va priming nazariyalari siyosiy imij shakllanishida ommaviy axborot vositalarining rolini tushuntirishda asosiy metodologik asos sifatida qabul qilindi. Ushbu nazariyalar yordamida internet OAV va ijtimoiy tarmoqlarda axborotning tanlanishi, taqdim etilishi va qabul qilinishi jarayonlari tahlil qilindi. Tadqiqotda deduktiv va induktiv yondashuvlar uyg‘un holda qo‘llanib, umumiy nazariy xulosalardan konkret holatlarga o‘tish hamda empirik ma’lumotlardan umumlashtirilgan ilmiy natijalar chiqarish imkoniyati yaratildi. Bu esa mavzuni chuqur va tizimli o‘rganishga xizmat qildi hamda tadqiqotning ilmiy asoslanganligini ta’minladi.

Tadqiqot jarayonida asosiy empirik metodlardan biri sifatida kontent-analiz (content analysis) usuli qo‘llanildi. Ushbu metod orqali internet ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlarda e’lon qilingan materiallar tizimli ravishda o‘rganildi. Xususan, kun.uz, daryo.uz, gazeta.uz kabi internet nashrlari hamda Telegram, Facebook va YouTube platformalaridagi kontent tanlab olinib, ularning mazmuni, mavzular taqsimoti, sarlavha tuzilishi va umumiy diskurs yo‘nalishi tahlil qilindi. Kontent-analiz jarayonida materiallar ijobiy, salbiy va neytral toifalarga ajratilib, ularning siyosiy imijga ta’siri baholandi. Shuningdek, vizual elementlar — foto, video va infografikalar ham alohida tahlil qilinib, ularning auditoriyaga ta’sir darajasi aniqlashtirildi. Ushbu metod orqali axborotning nafaqat mazmuni, balki uning qanday shaklda taqdim etilishi ham siyosiy imij shakllanishida muhim omil ekanligi ilmiy asosda ko‘rsatib berildi.

Bundan tashqari, tadqiqotda diskurs tahlili (discourse analysis) metodidan ham keng foydalanildi. Ushbu metod yordamida internet OAV va ijtimoiy tarmoqlarda berilayotgan axborotning til xususiyatlari, narrativ strukturalari va kommunikativ strategiyalari o‘rganildi. Diskurs tahlili orqali siyosiy voqealar qanday kontekstda yoritilayotgani, qanday semantik vositalar orqali ijobiy yoki salbiy obrazlar yaratilayotgani aniqlashtirildi. Ayniqsa, davlat OAVlari va mustaqil media o‘rtasidagi diskurs farqlari qiyosiy tahlil qilinib, ularning siyosiy imijga ta’siri baholandi. Shu bilan birga, framing mexanizmi asosida bir xil voqeaning turlicha talqin qilinishi hamda bu jarayonning auditoriya ongiga ta’siri chuqur o‘rganildi. Diskurs tahlili natijalari shuni ko‘rsatdiki, axborotning mazmunidan tashqari uning taqdim etilish uslubi ham siyosiy imijni shakllantirishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi.

Tadqiqotda qo‘llanilgan yana bir muhim metod bu qiyosiy tahlil (comparative analysis) bo‘lib, u turli media platformalar faoliyatini o‘zaro solishtirish imkonini berdi. Ushbu metod yordamida internet OAV, ijtimoiy tarmoqlar va an’anaviy ommaviy axborot vositalarining siyosiy imijga ta’siri o‘rtasidagi farqlar aniqlashtirildi. Shuningdek, davlat OAVlari, mustaqil media va blogerlar faoliyati qiyoslanib, ularning kommunikativ yondashuvlari va auditoriyaga ta’siri baholandi. Bu jarayonda raqamli platformalarning tezkorlik, interaktivlik va ommaviylik kabi ustunliklari alohida e’tiborga olindi. Metodologik jihatdan tadqiqotda tizimli yondashuv ham qo‘llanib, siyosiy imijni shakllantirish jarayoni ko‘p omilli tizim sifatida tahlil qilindi. Natijada tadqiqotda qo‘llanilgan metodlar majmui mavzuni kompleks yoritish, nazariy va empirik jihatlarni uyg‘unlashtirish hamda ilmiy asoslangan xulosalar chiqarish imkonini berdi.

NATIJALAR

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, internet ommaviy axborot vositalari zamonaviy siyosiy imijni shakllantirishda muhim kommunikativ platforma sifatida faol ishtirok etmoqda. Kontent-analiz asosida aniqlanishicha, internet nashrlarida e’lon qilinayotgan materiallar mazmuni va taqdim etilish uslubi siyosiy imijga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Xususan, ijobiy mazmundagi yangiliklar davlat siyosatini barqaror va muvaffaqiyatli sifatida namoyon etsa, muammoli yoki tanqidiy materiallar aksincha auditoriya ongida salbiy tasavvurlarni shakllantiradi. Shu bilan birga, framing mexanizmi orqali bir xil voqeaning turlicha talqin qilinishi kuzatildi. Ayrim nashrlarda voqealar rasmiy pozitsiya asosida yoritilsa, boshqalarida muammoli jihatlar markazga qo‘yiladi. Natijada auditoriya voqeani obyektiv emas, balki ma’lum kontekst asosida qabul qiladi. Bu esa siyosiy imijning bir xil emas, balki turli qatlamlarda turlicha shakllanishiga olib keladi.

Tahlillar shuni ham ko‘rsatdiki, ijtimoiy tarmoqlar siyosiy imijni shakllantirish jarayonini yanada tezlashtiruvchi va dinamiklashtiruvchi vosita hisoblanadi. Ijtimoiy platformalarda axborotning tezkor tarqalishi, foydalanuvchilarning izohlar orqali faol ishtiroki hamda vizual kontentning ustunligi siyosiy kommunikatsiyaning samaradorligini oshiradi. Ayniqsa, Telegram, Instagram va YouTube kabi platformalarda berilayotgan materiallar auditoriyaga kuchli emotsional ta’sir ko‘rsatishi aniqlangan. Bu esa siyosiy yetakchining “ochiq”, “faol” va “xalqchil” obrazini shakllantirishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlarda axborotning ko‘p hollarda soddalashtirilgan va qisqartirilgan shaklda berilishi murakkab siyosiy jarayonlarning yuzaki talqin qilinishiga olib kelishi mumkin. Tadqiqot natijalari ijtimoiy tarmoqlarda auditoriya faolligi yuqori bo‘lsa-da, bu faollik ko‘pincha passiv iste’mol — ko‘rish va reaksiyalar bilan cheklanib qolayotganini ko‘rsatdi. Bu esa siyosiy kommunikatsiyaning to‘liq ikki tomonlama modelga o‘tmaganini anglatadi.

Shuningdek, tadqiqot davomida internet OAV va ijtimoiy tarmoqlarda axborot tarqatish jarayonida psixologik ta’sir mexanizmlarining faol ishlashi aniqlandi. Agenda-setting orqali muayyan mavzularning dolzarbligi shakllantirilsa, priming mexanizmi orqali auditoriya ongida baholash mezonlari oldindan belgilab beriladi. Natijada jamoatchilik siyosiy voqealarni aynan shu mezonlar asosida qabul qiladi. Bundan tashqari, algoritmik boshqaruv tizimlari foydalanuvchilarga individual kontent taklif qilish orqali “axborot pufagi” fenomenini yuzaga keltirishi aniqlangan. Bu holat turli nuqtai nazarlarning cheklanishiga va jamoatchilik fikrining fragmentatsiyalashuviga olib keladi. Shu bilan birga, noto‘g‘ri yoki manipulyativ axborotlarning tarqalish ehtimoli ham yuqori ekanligi kuzatildi. Umuman olganda, tadqiqot natijalari internet OAV va ijtimoiy tarmoqlar siyosiy imijni shakllantirishda katta imkoniyatlarga ega ekanini tasdiqlagan holda, ularning samaradorligi axborot sifati, interaktivlik darajasi va kommunikativ yondashuvga bevosita bog‘liqligini ko‘rsatdi.

MUHOKAMA

Mazkur tadqiqot natijalari zamonaviy siyosiy kommunikatsiya tizimida raqamli media vositalarining hal qiluvchi rol o‘ynashini yana bir bor tasdiqlaydi. Internet ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlar siyosiy imijni shakllantirishda nafaqat axborot uzatuvchi kanal, balki jamoatchilik ongiga ta’sir ko‘rsatuvchi faol institut sifatida namoyon bo‘lmoqda. Tadqiqot davomida aniqlanganidek, axborotning tezkorligi va keng qamrovga ega bo‘lishi siyosiy imijning qisqa vaqt ichida shakllanishiga imkon yaratadi. Biroq bu jarayonning ijobiy jihatlari bilan bir qatorda muayyan xavf va cheklovlari ham mavjud. Xususan, axborot oqimining haddan tashqari tezligi uning chuqur tahlil qilinishiga to‘sqinlik qilishi mumkin. Natijada auditoriya ko‘pincha yuzaki yoki emotsional asoslangan xulosalar chiqarishga moyil bo‘ladi. Bu esa siyosiy imijning barqaror emas, balki o‘zgaruvchan va ba’zan ziddiyatli shaklda namoyon bo‘lishiga olib keladi. Shu nuqtayi nazardan, zamonaviy siyosiy kommunikatsiyada axborotning nafaqat tezkorligi, balki sifatini ta’minlash ham dolzarb masala hisoblanadi.

Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, siyosiy imijni shakllantirish jarayonida turli media subyektlari o‘rtasida muayyan tafovutlar mavjud. Davlat ommaviy axborot vositalari asosan ijobiy va legitimlashtiruvchi diskursni ilgari surishga intilsa, mustaqil media va blogerlar tanqidiy yondashuvni namoyon etadi. Ushbu ikki xil kommunikativ yondashuvning mavjudligi jamoatchilik ongida muvozanatli tasavvurlar shakllanishiga xizmat qilishi mumkin. Biroq ayrim hollarda bu qarama-qarshilik axborot makonida fragmentatsiyaga olib keladi, ya’ni turli auditoriya guruhlari turlicha axborot maydonlarida shakllanadi. Bu esa yagona ijtimoiy-siyosiy diskursning zaiflashishiga sabab bo‘lishi mumkin. Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlarda blogerlar va mustaqil kontent yaratuvchilarning roli ortib borayotgani kuzatilmoqda. Ular ko‘pincha rasmiy axborotdan farqli ravishda voqealarga muqobil talqin beradi va bu orqali siyosiy imijning turli qirralarini ochib beradi. Demak, zamonaviy siyosiy kommunikatsiya tizimida turli media subyektlari o‘rtasidagi o‘zaro ta’sir muhim ahamiyat kasb etadi.

Shuningdek, tadqiqot natijalari ijtimoiy tarmoqlarning siyosiy kommunikatsiyani demokratlashtirishdagi rolini ham ko‘rsatdi. Interaktivlik imkoniyati orqali fuqarolar siyosiy jarayonlarda faolroq ishtirok etish imkoniga ega bo‘lmoqda. Bu esa siyosiy imijni shakllantirish jarayonini yuqoridan pastga emas, balki ikki tomonlama kommunikatsiya asosida rivojlantirishga xizmat qiladi. Biroq amaliyot shuni ko‘rsatadiki, bu imkoniyatlar hali to‘liq darajada samarali ishlamayapti. Ko‘p hollarda foydalanuvchilarning faolligi izohlar yoki reaksiyalar bilan cheklanib qolmoqda, real muloqot va muhokama esa yetarli darajada rivojlanmagan. Bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlarda noto‘g‘ri axborot, manipulyativ kontent va turli xil spekulyativ materiallarning keng tarqalishi ham muhim muammo sifatida namoyon bo‘lmoqda. Bu holat siyosiy imijga salbiy ta’sir ko‘rsatishi bilan birga, jamoatchilik ishonchining pasayishiga ham olib kelishi mumkin. Shu bois raqamli media muhitida axborot sifati va ishonchliligini ta’minlash muhim vazifa hisoblanadi.

Umuman olganda, tadqiqot natijalari asosida shuni ta’kidlash mumkinki, siyosiy imijni shakllantirish jarayoni zamonaviy axborot makonida kompleks va ko‘p omilli tizim sifatida namoyon bo‘ladi. Bu jarayonda internet OAV va ijtimoiy tarmoqlar markaziy o‘rin egallab, ular orqali siyosiy kommunikatsiya yanada tezkor, interaktiv va global xarakter kasb etmoqda. Shu bilan birga, ushbu vositalardan samarali foydalanish uchun strategik yondashuv zarur. Xususan, davlat organlari va siyosiy subyektlar ochiqlik, shaffoflik va interaktivlik tamoyillariga asoslangan kommunikatsiya modelini rivojlantirishi lozim. Bundan tashqari, media savodxonlikni oshirish, axborotni tanqidiy tahlil qilish ko‘nikmalarini shakllantirish ham muhim ahamiyatga ega. Faqatgina shu shartlar bajarilgandagina raqamli media vositalari siyosiy imijni ijobiy shakllantirish va jamoatchilik ishonchini mustahkamlashga xizmat qilishi mumkin.

XULOSA

Mazkur tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, zamonaviy axborot makonida siyosiy imijni shakllantirish jarayoni tubdan o‘zgarib, u raqamli kommunikatsiya vositalari bilan chambarchas bog‘liq murakkab tizimga aylangan. Internet ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlar siyosiy kommunikatsiyaning asosiy kanallari sifatida jamoatchilik fikrini shakllantirishda hal qiluvchi rol o‘ynamoqda. Tadqiqot davomida aniqlanganidek, ushbu platformalar orqali axborotning tezkor tarqalishi, keng auditoriyani qamrab olishi va interaktiv muloqot imkoniyatining mavjudligi siyosiy imijni qisqa vaqt ichida shakllantirish va o‘zgartirish imkonini beradi. Shu bilan birga, agenda-setting, framing va priming kabi kommunikativ mexanizmlar orqali axborotning mazmuni va talqini jamoatchilik ongiga bilvosita ta’sir ko‘rsatishi ilmiy jihatdan asoslandi. Natijada siyosiy imij obyektiv voqelikdan ko‘ra, ko‘proq axborotning qanday taqdim etilishiga bog‘liq holda shakllanishi aniqlashtirildi.

Tadqiqot natijalari, shuningdek, internet OAV va ijtimoiy tarmoqlarning siyosiy imijni shakllantirishda ikki tomonlama ta’sirga ega ekanini ko‘rsatdi. Bir tomondan, ular davlat organlari faoliyatining ochiqligi va shaffofligini oshirish, fuqarolar bilan bevosita muloqotni yo‘lga qo‘yish hamda ijobiy siyosiy obrazni yaratishda samarali vosita sifatida xizmat qiladi. Ikkinchi tomondan esa, ushbu platformalarda noto‘g‘ri yoki manipulyativ axborotlarning tarqalishi, “axborot pufagi” fenomeni va kommunikatsiya jarayonining fragmentatsiyalashuvi kabi muammolar mavjud. Bu holatlar siyosiy imijning muvozanatli shakllanishiga to‘sqinlik qilishi va jamoatchilik ishonchining pasayishiga olib kelishi mumkin. Shu nuqtayi nazardan, siyosiy kommunikatsiyada nafaqat axborotning tezkorligi, balki uning ishonchliligi, obyektivligi va sifatini ta’minlash muhim ahamiyat kasb etadi.

Xulosa qilib aytganda, zamonaviy siyosiy kommunikatsiya sharoitida samarali siyosiy imijni shakllantirish integratsiyalashgan va strategik yondashuvni talab qiladi. Davlat organlari va siyosiy subyektlar raqamli platformalardan foydalanishda ochiqlik, interaktivlik va shaffoflik tamoyillariga asoslanishi lozim. Shu bilan birga, jamoatchilikning media savodxonligini oshirish, axborotni tanqidiy tahlil qilish ko‘nikmalarini rivojlantirish ham muhim vazifalardan biri hisoblanadi. Faqatgina ushbu shartlar bajarilgandagina internet OAV va ijtimoiy tarmoqlar siyosiy imijni ijobiy shakllantirish, jamoatchilik ishonchini mustahkamlash va demokratik kommunikatsiya muhitini rivojlantirishga xizmat qilishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son Farmoni. “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risida. – Toshkent, 2020.
2. Назаров А.В. Интернет-СМИ как инструмент формирования общественного мнения // Вестник журналистики. – 2019. – №3. – С. 40–45.
3. Entman R.M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Communication. – 1993. – Vol. 43(4). – P. 51–58.
4. Lilleker D.G. The Role of Social Media in Political Communication // Journal of Political Marketing. – 2016. – №2. – P. 117–135.
5. Scheufele D.A., Tewksbury D. Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models // Journal of Communication. – 2007. – Vol. 57(1). – P. 9–20.
6. Anduiza E., Jensen M.J. Digital Media and Political Engagement Worldwide. – Cambridge: Cambridge University Press, 2012.
7. Баранова Е.С. Влияние цифровых медиа на политическую коммуникацию // Медиаисследования. – 2020. – №4. – С. 60–65.
8. Tsuladze A.M. Формирование имиджа политика в России. – Москва: Университет, 1999.
9. Maslow A.H. Motivation and Personality**.** – New York: Harper & Row, 1954.