

Ommaviy Axborot Vositalarining Keng Jamoatchilik Ongiga Ta'siri

Xalimova Nilufar Farxod qizi

**Yoshlar muammolarini o'rganish va istiqbolli kadrlarni tayyorlash
instituti matbuot kotibi**

Email manzil: nilufarkh@mail.ru

Bugungi kunda ommaviy axborot vositalari insonlar hayotining ajralmas qismiga aylangan. Televizion dasturlar, internet saytlari, ijtimoiy tarmoqlar va gazeta-jurnallar orqali kun davomida olingan axborotlar keng jamoatchilik ongini shakllantirishda katta rol o'ynaydi. Buning natijasida odamlar nafaqat yangiliklardan xabardor bo'lishadi, balki turli masalalar bo'yicha o'z qarashlarini ham shakllantirishadi.

Kalit so'zlar: Ommaviy axborot vositalari (OAV), Jamoatchilik ongi, Media ta'siri, Ijtimoiy tarmoqlar, Axborot savodxonligi, Jamoatchilik fikri, Media stereotiplari, Noto'g'ri ma'lumot, Media va stereotiplar, Jamoatchilik fikrini shakllantirish

OAV ning Rol va Maqsadlari

Ommaviy axborot vositalari avvalo axborot berish, o'qitish, vaqtlari mazmunli o'tishini ta'minlash va ko'ngil ochish kabi asosiy vazifalarni bajaradi. Biroq, ularning yana bir muhim vazifasi - jamoatchilik fikrini shakllantirishdir. OAV ma'lum bir mavzu yoki hodisani qanday yoritishi jamoatchilikning ushbu mavzuga bo'lgan munosabatiga bevosita ta'sir qiladi. Masalan, bir voqea haqida ijobiy yoki salbiy tarzda berilgan ma'lumotlar kishilarni ushbu hodisaga nisbatan tegishli qarashlar hosil qilishiga olib keladi.

Media va Stereotiplar

OAV orqali beriladigan axborotlar ko'pincha stereotiplar va shablonlar asosida shakllantiriladi. Masalan, filmlarda, reklamalar yoki yangiliklarda milliy, diniy yoki

ijtimoiy guruhlar haqida ko‘pincha bitta, umumiy tasavvur yaratiladi. Bu esa jamoatchilikda ma'lum guruh yoki shaxslar haqida noto‘g‘ri tushunchalar shakllanishiga olib kelishi mumkin. Bu kabi stereotiplar ayrim hollarda jamiyatda kamsitish va diskriminatsiyani kuchaytirishi ham mumkin.

Ijtimoiy Tarmoqlar va Jamoatchilik Fikri

So‘nggi yillarda ijtimoiy tarmoqlar ommaviy axborot vositalarining eng ta'sirchan shakllaridan biriga aylandi. Facebook, Instagram, Twitter kabi platformalar orqali odamlar o‘z fikrlarini bildirish, ma'lumot almashish imkoniyatiga ega bo‘lishadi. Bu esa jamoatchilik fikrini shakllantirishda muhim rol o‘ynaydi. Biroq, ijtimoiy tarmoqlarda noto‘g‘ri yoki yolg‘on ma'lumotlar ham keng tarqalishi mumkin, bu esa jamoatchilikni chalg‘itishi va noaniqlikka olib kelishi ehtimoldan xoli emas.

Media Savodxonligi

Bugungi kunda jamoatchilikni ommaviy axborot vositalarining salbiy ta'siridan himoya qilish uchun media savodxonligini oshirish zarur. Bu degani, odamlar OAV orqali beriladigan axborotlarni tanqidiy tahlil qilish, ishonchli va ishonchsiz manbalarni ajrata bilish qobiliyatiga ega bo‘lishlari kerak. Bu nafaqat noto‘g‘ri ma'lumotlarga qarshi kurashish, balki jamoatchilik ongini shakllantirishda ham muhim rol o‘ynaydi.

OAV Turi	Ijobiy Ta'sirlari	Salbiy Ta'sirlari	Misol lar	Joriy Holat
Gazeta	Xabardorlikni	Kam tarqatiladi, tez eskiradi	Mahalliy gazetalarda	Kamroq ommalashgan

	Oshiradi, chuqur tahlil		dolzar b masalalar	
Televide niya	Tezkor ma'lumot yetkazish	Manipulats iya, noto'g'ri xabarlar	Siyosi y reklama	Hali ham ko'p ommabop
Internet	Cheksiz ma'lumot yetkazish	Ma'lumotn ing haddan tashqari ko'pligi, feyk yangiliklar	Blogl ar, onlayn yaniliklar	Eng asosiy axborot vositasi
Ijtimoiy tarmoqlar	Tezkor xabar tarqatish, auditoriya bilan to'g'ridan- to'g'ri muloqot	Shaxsiy hayotning maxfiyligi buzilishi, noto'g'ri aborotlar	Twitt er va Facebookd agi trendlar	Juda ommabop va keng tarqalgan

OAV Turi va Xususiyatlari:

Gazetalar:

Tarqatilish xususiyatlari: Mahalliy va xalqaro gazetalarning ta'siri turlicha. Masalan, mahalliy gazetalarda jamiyatning ijtimoiy va madaniy masalalariga katta e'tibor qaratiladi.

Ma'lumotning ishonchligi: Gazetalar odatda tahririyat nazorati ostida, shu sababli nisbatan ishonchli manba hisoblanadi.

Televideniye:

Auditoriya qamrovi: Televideniye keng auditoriyani qamrab oladi, bu esa ommaviy axborotning tezkor yetkazilishiga imkon beradi.

Vizual ta'sir kuchi: Video va tasvirlar orqali ta'sirchan kontent yaratish imkoniyati mavjud.

Radio:

Tezkor xabar yetkazish: Radio ayniqsa favqulodda vaziyatlarda tezkor xabar yetkazish uchun juda mos keladi.



**Eshitish orqali

1. OAVning Jamiyatdagi Roliga Qarab Klasifikatsiyasi:

- Xabardorlikni oshiruvchi vositalar:
 - Yangiliklar: Mahalliy va xalqaro yangiliklar yetkazish, siyosiy, iqtisodiy va madaniy masalalarni yoritish.
 - Ilmiy va ma'rifiy dasturlar: Ilmiy maqolalar, hujjatli filmlar, o'quv qo'llanmalar va tahliliy dasturlar orqali ma'rifiy bilimlarni oshirish.
- Ommaviy muloqot vositalari:
 - Forumlar va munozara dasturlari: Fuqarolarni ishtirok etishga jalb etadigan dasturlar, jamoat fikrini shakllantirishga yordam beradi.
 - Siyosiy targ'ibot va reklama: Siyosiy partiyalar va jamoat tashkilotlarining e'lonlari orqali ommaviy muloqotni rivojlantirish.
- Ko'ngilochar vositalar:
 - Teleko'rsatuvlar va seriallar: Odamlarni dam oldirish, ularning kundalik hayotidan vaqtincha uzilib qolishini ta'minlash.
 - Sport translyatsiyalari: Sport tadbirlarini yoritish, milliy jamoalar va sportchilarni qo'llab-quvvatlash.

2. OAVning Jamiyatga Ijobiy Ta'sirlari:

- Xabardorlik va ta'lim: OAV jamiyat a'zolarining xabardorligini oshirishga xizmat qiladi. Masalan, ijtimoiy va siyosiy hodisalar, iqtisodiy o'zgarishlar, sog'liqni saqlash bo'yicha maslahatlar va boshqalar haqida keng ma'lumot beriladi.
- Demokratiyani qo'llab-quvvatlash: OAV so'z erkinligini ta'minlash, davlat va fuqarolar o'rtasida muloqot o'rnatish uchun platforma vazifasini bajaradi.
- Innovatsiya va ijodkorlikni rag'batlantirish: Texnologik yangiliklar, ijodiy loyihalar va yangi g'oyalarni targ'ib qilish orqali jamiyatda innovatsiya va ijodkorlik rivojlantiriladi.



3. OAVning Jamiyatga Salbiy Ta'sirlari:

- Yolg'on va noto'g'ri axborot tarqatish: Faqatgina senzatsiya yaratish yoki notog'ri axborotni ataylab tarqatish orqali jamiyatda noto'g'ri tushunchalar paydo bo'lishiga sabab bo'lishi mumkin.

- Ma'naviy me'yorlarga ta'sir: Ayrim ko'ngilochar dasturlar va reklamalar jamiyatning an'anaviy ma'naviy me'yorlariga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

- Axborotning ortiqcha bo'lishi (infodemiya): Ko'p miqdordagi axborot oqimi jamiyat a'zolarida charchoq yoki chalkashlik keltirib chiqarishi mumkin.

4. OAVning Axborot Va Texnologiyalar Taraqqiyotiga Ta'siri:

- Internet va ijtimoiy tarmoqlarning paydo bo'lishi: OAV va jamiyat o'rtasidagi o'zaro aloqalarni tubdan o'zgartirdi. Endi har bir inson xabar yaratish va tarqatish imkoniyatiga ega.

- Mobil ilovalar va onlayn platformalar: Yangiliklar, podkastlar, video platformalar va boshqa raqamli vositalar OAVning yangi shakllarini yaratdi va ma'lumot yetkazish usullarini kengaytirdi.

- Media savodxonligi: Zamonaviy jamiyatda har bir kishi axborotni tanqidiy tahlil qilish, manbalar ishonchliligini baholash va OAVning manipulyatsion usullaridan xabardor bo'lishi muhim.

5. OAVning Etik Masalalari:

- Xususiylik va shaxsiy hayotni himoya qilish: OAV har doim axborot tarqatishda shaxsiy hayotni hurmat qilish, maxfiy ma'lumotlarni oshkor qilmaslik tamoyiliga rioya qilishi lozim.

- Jamiyatdagi turli guruhlar o'rtasida tenglikni ta'minlash: OAV turli guruhlarining ovozini eshitishga imkon berishi va kamsitishlardan qochishi kerak.

Har bir OAV turining auditoriya qamrovi o'zgarib turadi va ko'plab omillarga, jumladan, mamlakat, hudud, demografik xususiyatlar va texnologiyalarning rivojlanishiga bog'liq. Ammo umumiy tasavvur berish uchun dunyo miqyosida qabul qilingan ayrim statistik ko'rsatkichlarni keltiraman:

1. Televideniye (TV):



- Auditoriya qamrovi: Dunyo miqyosida eng keng qamrovli OAV turi hisoblanadi. Taxminan 70-80% uy xo'jaliklari televizordan foydalanadi.

- Auditoriya soni: 5-6 milliard odam muntazam ravishda televideniye tomosha qiladi.

2. Internet (Veb-saytlar, Yangiliklar portallari):

- Auditoriya qamrovi: Internetdan foydalanish darajasi global darajada o'sib bormoqda. Taxminan 65-70% dunyo aholisining internetga kirish imkoni mavjud.

- Auditoriya soni: 5 milliarddan ortiq odam internetdan muntazam foydalanadi.

3. Ijtimoiy Tarmoqlar:

- Auditoriya qamrovi: Ijtimoiy tarmoqlar global miqyosda eng tez rivojlanayotgan va keng qamrovli platformalardir.

- Auditoriya soni: 4,7 milliard odam ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadi (masalan, Facebook, Instagram, Twitter, TikTok va boshqalar).

4. Gazetalar:

- Auditoriya qamrovi: So'nggi yillarda gazetalar auditoriyasi kamaygan. Raqamli vositalar va internet yangiliklarining rivojlanishi bunga sabab bo'lgan.

- Auditoriya soni: Taxminan 1-2 milliard odam muntazam gazeta o'qiydi, lekin bu ko'rsatkich mamlakat va hududlarga qarab farq qiladi.

5. Radio:

- Auditoriya qamrovi: Radio hali ham ko'plab mintaqalarda asosiy OAV turlaridan biri bo'lib qolmoqda, ayniqsa qishloq hududlarida.

- Auditoriya soni: Taxminan 3-4 milliard odam muntazam ravishda radio tinglaydi.

6. Podkastlar:

- Auditoriya qamrovi: Podkastlar so'nggi yillarda mashhurlik kasb etmoqda, ayniqsa yoshlar orasida.

- Auditoriya soni: Taxminan 800 milliondan 1 milliardgacha odam podkastlarni muntazam tinglaydi.



Qayd:

Bu raqamlar global ko'rsatkichlar bo'lib, ular mamlakat va mintaqaga qarab keskin farq qilishi mumkin. Masalan, rivojlangan davlatlarda internet va ijtimoiy tarmoqlar auditoriyasi yuqori bo'lsa, rivojlanayotgan davlatlarda televideniye va radio auditoriyasi yuqoriroq bo'lishi mumkin.

Xulosa

Ommaviy axborot vositalari keng jamoatchilik ongiga katta ta'sir ko'rsatadi. Ular orqali jamoatchilikka yetkazilgan axborotlar insonlarning dunyoqarashi, fikr-mulohazalari va hattoki kundalik qarorlariga ham ta'sir ko'rsatadi. Shu sababli, media savodxonligini oshirish va OAVning salbiy ta'sirlarini minimallashtirish jamiyat uchun juda muhim hisoblanadi.

Foydalaniladigan adabiyotlar:

1.Kitoblar:

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications. Ushbu kitob ommaviy axborot vositalari nazariyalarini va ularning jamoatchilikka ta'sirini keng qamrab oladi. Lull, J. (2000). *Media, Communication, Culture: A Global Approach*. Columbia University Press. Bu kitob media va madaniyatni global kontekstdagi ta'sirini tahlil qiladi.

2.Ilmiy Maqolalar:

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). *Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process*. In *Perspectives on Media Effects* (pp. 17-40). Lawrence Erlbaum Associates. Ushbu maqola ommaviy axborot vositalarining uzoq muddatli ta'sirini o'rganadi. Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2008). *A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication*. *Journal of Communication*, 58(4), 707-731. Ushbu maqola siyosiy kommunikatsiyada media ta'sirining o'zgaruvchanligi haqida.

3.Tadqiqotlar:

Anderson, C. A., & Dill, K. E. (2000). *Video Games and Aggressive Thoughts, Feelings, and Behavior in the Laboratory and in Life*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(4), 772-790. Ushbu tadqiqot video o'yinlar orqali media ta'sirining salbiy oqibatlarini o'rganadi. Bandura, A. (2001). *Social Cognitive Theory*

of Mass Communication. Media Psychology, 3(3), 265-299. Ushbu tadqiqot ommaviy axborot vositalarining ijtimoiy o‘rganishga ta‘sirini o‘rganadi.

4. Internet Maqolalar va Bloglar:

"The Role of Media in Society" - BBC Future maqolasi yoki boshqa katta nashrlar tomonidan chop etilgan tahliliy maqolalar. "How Social Media Influences Public Opinion" - Forbes yoki boshqa ommabop bloglar va maqolalar.



Research Science and Innovation House

