

JAMOATCHILIK FIKRINI SHAKLLANTIRUVCHI OMILLAR

Anvarova Muqaddas Xomidjon qizi

*O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti Xalqaro
jurnalistika yo'nalishi 3- kurs talabasi*

Annotatsiya: Manipulyatsiya turli shakllarda bo'lishi mumkin, jumladan, hissiy manipulyatsiya, psixologik manipulyatsiya va kerakli natijaga erishish uchun ma'lumot yoki vaziyatlarni manipulyatsiya qilish. Shaxslararo munosabatlarda manipulyatsiya aybdorlikni his qilish, gazni yoqish yoki kimningdir his-tuyg'ulari bilan o'ynash kabi taktikani o'z ichiga olishi mumkin, ularni manipulyator xohlagan narsani qilishga majburlash. Kengroq kontekstda manipulyatsiya ma'lum bir kun tartibi yoki maqsadga xizmat qilish uchun ma'lumotlar yoki vaziyatlarni nazorat qilish yoki o'zgartirishni anglatishi mumkin. O'zini ekspluatatsiya qilish yoki aldashdan himoya qilish uchun manipulyatsiya taktikasini tan olish va bilish muhimdir.

Kalit so'zlar: Manipulyatsiya, kontekst, ekspluatatsiya, shaxslararo munosabatlar

Bugungi kunda zamonaviy texnologiyalar va internetning rivojlanishi har bir sohaga o'z ta'sirini o'tkazmoqda. Shu jumladan, jurnalistikaga ham. Shunday ekan, bu o'zgarishlar internet jurnalistikasining paydo bo'lishiga zamin yaratdi. Hozirda internet jurnalistikasi dunyoda eng yetakchi sohalardan biri bo'lib, jamoatchilik fikrini shakllantirishda ijtimoiy tarmoqlarning qaysiki internetning o'rni katta hisoblanadi. Shu o'rinda "jamoatchilik fikrini shakllantirish nima?" degan savol tug'ilishi tayin. Jamoatchilik fikrini shakllantirish – bu shaxslarning jamiyat muammolari, hodisalari va siyosatini qanday idrok etishi, sharhlashi va munosabatini shakllantiruvchi turli omillar ta'siridagi murakkab jarayondir. Bu omillar shaxsiy tajriba va qadriyatlardan tortib, ommaviy axborot vositalarining ta'siri va ijtimoiy o'zaro ta'sirlargacha bo'lishi mumkin.

Bugungi kunda jamoatchilik fikrini shakllantirishning asosiy bir nechta omillari mavjud¹.

Jumladan:

- Shaxsiy tajribalar
- Ijtimoiylashuv
- Ommaviy axborot vositalarining ta'siri
- Siyosiy yetakchilar va elita
- Guruh dinamikasi
- Iqtisodiy omillar
- Inqiroz hodisalari
- Aniq tarafkashliklar
- Manipulyatsiya

Demak, bu omillar jamoatchilik fikrini shakllantirishning asosi hisoblanadi. Shunday ekan ularni yanada kengroq ta'rifini ko'rib chiqamiz. Jumladan:

1. Shaxsiy tajribalar² – odamlar ko'pincha shaxsiy uchrashuvlari va o'zaro munosabatlari asosida o'z fikrlarini shakllantiradilar. Misol uchun, kundalik hayotda ham kim bilandir mulaqot qilish inson ongida yangi fikrlarni shakllanishida yordam beradi. Bu fikrlash ijobiy yoki salbiy bo'lishi mumkin. Bundan tashqari, kamsitishni o'z boshidan kechirgan har bir kishi irqiy tenglik yoki ijtimoiy adolat haqida kuchli fikrlarni rivojlantirishi mumkin.

2. Ijtimoiylashuv³ – bu jamoatchilik fikrini shakllantirishda bugungi kunning muhim sababi hisoblanadi. Negaki, bu omil oila, tengdoshlar, ta'lim va madaniy kelib chiqish, shaxslarning qadriyatlarini, e'tiqodlari va munosabatlarini shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Masalan, siyosiy faol oilada o'sgan odamlar har xil siyosiy mafkuralarni qabul qilishi mumkin, ammo turli nuqtai nazarlar bilan o'ralgan odamlar esa yanada nozik qarashlarni, yanada nozik fikrlarni rivojlantirishi mumkin. Shuning uchun ham

¹ <https://cyberleninka.ru/article/n/jurnalistlarning-jamoatchilik-fikri>

² <https://cyberleninka.ru/article/n/jurnalistlarning-jamoatchilik-fikri>

³ <https://cyberleninka.ru/article/n/jurnalistlarning-jamoatchilik-fikri>

jamoatchilik fikrini shakllantirish uchun faqat bitta muhitni emas, balki turli xil nuqtai nazarlar bilan o'ralgan muhitni sinab ko'rishi kerak. Chunki ko'pni ko'rgan va o'z ustida ishlagan har bir insonning fikrlash doirasi keng hamda shakllangan bo'ladi.

3. Ommaviy axborot vositalarining ta'siri⁴ – ommaviy axborot vositalari, jumladan, axborot vositalari, ijtimoiy media platformalari va ko'ngilochar kanallar masalalarni shakllantirish, axborotni taqdim etish va jamoatchilik nutqiga ta'sir o'tkazish orqali jamoatchilik fikrini shakllantirishda muhim kuchga ega. Buning e'tiborli jihati shundaki bugungi kunda mamlakatimizda tv, radio va ijtimoiy tarmoqlar orqali axborot olish qulay va ommabop. Shuning uchun ham bu platformalar, ya'ni ommaviy axborot vositalari jamoatchilik fikrini shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Masalan, noxolis yoki shov-shuvli yangiliklar immigratsiya yoki iqlim o'zgarishi kabi masalalar bo'yicha jamoatchilik fikrini o'zgartirishi mumkin.

4. Siyosiy yetakchilar va elita⁵ – siyosiy yetakchilar, ta'sir o'tkazuvchilar va fikr yetakchilari o'zlarining chiqishlari, siyosatlar va ma'qullashlari orqali jamoatchilik fikrini shakllantirishlari mumkin. Misol uchun, sog'liqni saqlash tizimini isloh qilish tarafdori bo'lgan xarizmatik rahbar bu tashabbusni jamoatchilik tomonidan qo'llab-quvvatlashi mumkin.

5. Auditoriya dinamikasi⁶ – odamlar o'z fikrlarini siyosiy partiyalar, diniy birlashmalar yoki jamoat tashkilotlari kabi ijtimoiy guruhlarning fikrlari bilan moslashtirishga moyil. Auditoriya dinamikasi, ya'ni guruh dinamikasi ko'rinishida ham ishlatilib, mavjud e'tiqodlarni kuchaytirishi va o'zgacha fikrlar chegaralangan aks-sado palatalarini yaratishi mumkin. Bunga misol qilib, siyosiy qutblanish turli partiyalar tarafdorlari o'rtasida keskin tafovutga olib kelishi va ayrim masalalarda umumiy til topishni qiyinlashtirishi mumkin.

⁴ <https://cyberleninka.ru/article/n/jurnalistlarning-jamoatchilik-fikri>

⁵ <https://cyberleninka.ru/article/n/jurnalistlarning-jamoatchilik-fikri>

⁶ <https://cyberleninka.ru/article/n/jurnalistlarning-jamoatchilik-fikri>

6. Iqtisodiy omillar ⁷ – ijtimoiy-iqtisodiy holat, bandlik va moliyaviy farovonlik odamlarning tushunchalari va ustuvorliklariga ta'sir qilishi mumkin. Misol uchun, iqtisodiy qiyinchiliklarga duch kelgan kishi ish o'rinlari yaratish va iqtisodiy barqarorlik bilan bog'liq siyosatga ustuvor ahamiyat berishi mumkin. Shuning uchun ham iqtisodiy omillar har jabhada va har doim alohida ahamiyat kasb etadi.

7. Inqiroz hodisalari ⁸ – tabiiy ofatlar, terroristik hujumlar, turli xil urushlar yoki sog'liqni saqlash sohasidagi favqulodda vaziyatlar kabi yirik hodisalar siyosat va ustuvorliklarni qayta baholashga undash orqali jamoatchilik fikrini shakllantirishi mumkin. Masalan, hukumatning pandemiyaga munosabati jamoatchilikning ishonchi va malaka haqidagi tasavvuriga sezilarli ta'sir ko'rsatgani barchamizga ma'lum. Bundan tashqari, pandemiya davrida ijtimoiy tarmoqlar orqali jamoatchilik fikrini shakllantirishda ma'lum bir o'sishni ko'rgan bo'lsak, bu jarayon hozirgacha davom etayotgani, hamda ijtimoiy tarmoqlar yanada rivojlanib, o'z ta'sirini o'tkazayotgani ham barchamiz uchun yangilik emas. Ko'z oldimizda tobora rivojlanib bormoqda.

8. Aniq tarafkashliklar⁹ – shaxslar ma'lumotni idrok etishni buzishi va fikr shakllanishiga ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan tasdiqlash tarafkashligi yoki mavjudlik evristikasi kabi noto'g'ri fikrlarni namoyon qilishi mumkin. Misol uchun, kimdir o'zining oldingi e'tiqodlarini tasdiqlovchi ma'lumotni tanlab qidirsam, aksincha dalillarga qaramay, o'z qarashlarida mustahkamlanib qolishi mumkin.

Ushbu omillarni tushunish, siyosatchilar va jamoatchilik fikrini shakllantirishga yoki jamiyatdagi o'zgarishlarni amalga oshirishga intilayotgan kommunikatorlar uchun juda muhimdir. Fikrni shakllantirishning ko'p qirrali xususiyatini tan olgan holda, manfaatdor tomonlar jamoatchilik bilan muloqot qilish va ongli qarorlar qabul qilishni rag'batlantirish uchun yanada samarali strategiyalarni ishlab chiqishlari mumkin.

⁷ <https://cyberleninka.ru/article/n/jurnalistlarning-jamoatchilik-fikri>

⁸ <https://cyberleninka.ru/article/n/jurnalistlarning-jamoatchilik-fikri>

⁹ <https://cyberleninka.ru/article/n/jurnalistlarning-jamoatchilik-fikri>

9. Manipulyatsiya¹⁰ – shaxsning fikrlarini, hissiyotlarini va kelajakdagi qarorlarini o'zgartirishga urinishdir. Manipulyatsiya so'zining ma'nosi ham "qo'lga olish", "hovuchida ushlab turish" degan ma'nolarni bildiradi. Manipulyatsiyaning zamirida turli yashirin va oshkora usullar orqali insonlar diqqatini ko'zlangan obyektga qaratish yotadi¹¹. Insoniyat taraqqiyotining dastlabki bosqichlariyoq, odamlarda bir-biriga ta'sir ko'rsatish, o'zining fikrini atrofdagilarga singdirish ehtiyoji vujudga kelganini kuzatamiz. Jamiyatdagi hech bir shaxs yoki inson o'z-o'zicha, boshqalar bosib o'tgan yo'llardan yurmay turib yashashi mumkin emas. Mazkur tabiiy jarayonda kimdir boshqaruvchi, kimdir esa boshqariluvchi vazifasini bajaradi.

Nemis faylasufi, neofreydizm namoyondalaridan biri Erix Fromm jamiyat vakillarning o'zaro munosabatlarini, odamlar ustidan hukmrolik qilish yoki aksincha, birovlar izmiga bo'ysunish ishtiyoqini quyidagicha ta'riflagan: "...ular boshqalarning buyruqlariga osongina itoat qiladilar, garchi bu o'zlariga zarar keltirsa-da. Qat'iyat bilan aytilgan har qanday ahmoqona fikrga ergashadilar, sarkarda aytdimi, bas, vayronkorlikdan boshqa narsa bo'lmagan urushga ham otlanaveradilar... Aksariyat odamlar, mudrab yotgan go'daklar singari, ularga do'q-po'pisa qilgan yoki ayyorlik bilan muomalada bo'lgan har qanday kimsaning ta'siriga osongina tushib, beixtiyor ortidan ergashadigandek tuyuladi. O'z fikrlarida sobit turuvchi, olomon irodasiga qarshi bora oladigan inson, qoida emas, ko'proq istisno tarzida uchrashi mumkin".¹² Bugungi kunda manipulyativ hodisalarni har jabhada, yoinki, har bir sohada ham ko'rish mumkin. Bundan tashqari, Manipulyatsiya – manipulyatoridan hech qanday kuch ishlatish, "nishon"ga jismoniy ta'sir o'tkazishni talab etmaydi. Bunda faqat inson ruhiyatiga, psixologiyasiga hujum uyushtiriladi. Jurnalistikada manipulyatsiya to'g'ri va noto'g'ri (salbiy va ijobiy) maqsadlarda qo'llaniladi. Uning maqsadi ham eng kichik – aholi ichida shov-shuv ko'tarish va auditoriya yig'ishdan eng katta - siyosiy manipulyatsiyagacha bo'lishi mumkin. Shu sababdan manipulyatsiyadan jamoatchilikning fikrini shakllantirishda ham foydalanishadi. Ko'rib chiqilayotgan

¹⁰ <https://cyberleninka.ru/article/n/jurnalistlarning-jamoatchilik-fikri>

¹¹ Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. – М.: "Эксмо", 2003. Стр. 45

¹² Фромм Э. Духовная сущность человека. Способность к добру и злу. М.: 1988. Стр. 56

xususiyatlaridan kelib chiqib shuni aytish mumkinki, manipulyatsiya jamiyatda ehtiyotkorlikni talab etuvchi tushuncha. Uni manipulyator sifatida to'g'ri maqsadlarda ishlatish, manipulyatsiya qilinayotgan shaxs sifatida buni his etib turish muhim. Aksincha, sizga yarashmaydigan va sifatsiz kiyim sotib olishingiz yoki siyosiy qaram bo'lib qolishingiz ham mumkin! Shuning uchun ham manipulyatsiyaga keng tushuncha sifatida qaraladi. Manipulyatsiya turli shakllarda bo'lishi mumkin, jumladan, hissiy manipulyatsiya, psixologik manipulyatsiya va kerakli natijaga erishish uchun ma'lumot yoki vaziyatlarni manipulyatsiya qilish. Shaxslararo munosabatlarda manipulyatsiya aybdorlikni his qilish, gazni yoqish yoki kimningdir his-tuyg'ulari bilan o'ynash kabi taktikani o'z ichiga olishi mumkin, ularni manipulyator xohlagan narsani qilishga majburlash. Kengroq kontekstda manipulyatsiya ma'lum bir kun tartibi yoki maqsadga xizmat qilish uchun ma'lumotlar yoki vaziyatlarni nazorat qilish yoki o'zgartirishni anglatishi mumkin. O'zini ekspluatatsiya qilish yoki aldashdan himoya qilish uchun manipulyatsiya taktikasini tan olish va bilish muhimdir. Qo'shimcha qilib aytadigan bo'lsak, manipulyatsiya ham o'z bosqichlariga ega bo'lib, har bir bosqich o'z harakteriga ega. Masalan, manipulyatsiya qilish manipulyator maqsad bilan munosabatlarni o'rnatishdan boshlanadi. Bu ilk bosqich hisoblanib, bunda ular nishonning ya'ni manipulyatsiya qilinadigan shaxs yoki butun boshli jamoani ishonchini qozonish uchun xushomad, joziba yoki hamdardlikdan foydalanishlari mumkin. Bu ularga o'z ishlarini yanada tezroq tugallashiga yordam beradi.¹³ Keyingi bosqichda manipulyatorlar ehtiyojlar va zaif tomonlarni aniqlashga kirishadilar. Bu ularga maqsad ishonchini qozongandan so'ng, manipulyatsiya qilinadigan shaxlarga yanada yaqin bo'lishiga yordam beradi. Ushbu ma'lumot keyinchalik maqsaddan foydalanish uchun ishlatiladi. Keyingi bosqichni manipulyatorlar "tuzoqni ochish" deb nomlashadi. Manipulyatsiyaning bu bosqichida

¹³ www.researchgate.net

manipulyator nishonga ularning ehtiyojlari yoki zaif tomonlariga mos keladigan imkoniyat yoki so'rovni taqdim etadi. Bu so'rov turli ko'rinishda bo'lishi mumkin. Masalan, moddiy yordam, biron bir yaxshilik yoki shunchaki hissiy yordam bo'lishi mumkin. Bundan so'ng, manipulyatorlar kuchaytirish va nazorat qilish bosqichini boshlashadi. Bu bosqichda maqsad so'rovga rozi bo'lgach, manipulyator ularning xatti-harakatlarini kuchaytiradi va ular ustidan ko'proq nazorat o'tkazadi. Bu maqsadni maqtash, ularni o'zini aybdor yoki majburiy his qilish yoki boshqalardan ajratib qo'yishni o'z ichiga olishi mumkin. Shu tariqa jamoatchilik fikri shakllana boradi. Shu o'rinda aytib o'tish joizki, manipulyatsiya oqibatlari halokatli bo'lishi mumkin. Masalan, manipulyatsiya qilingan odamlar o'zlarining qarorlariga shubha qila boshlaydilar va o'z-o'zini hurmat qilishni yo'qotadilar. Depressiya ularni qamrab oladi va manipulyatsiya qilingan shaxslarda doimiy stress kuzatilishi mumkin. Bundan tashqari, Manipulyatorlar ko'pincha o'z o'ljalarini do'stlari va oilasidan ajratishga harakat qilishadi. Bu holat munosabatlar bilan bog'liq muammolar keltirib chiqaradi ya'ni manipulyatsiya ta'siridagi odamlar do'stlar, oila va romantik hamkorlar bilan munosabatlarga zarar etkazishi mumkin. Bu o'z navbatida yo'lgizlik va qaramlikka olib keladi. Bu hodisalar esa sekinlik bilan moliyaviy muammolarni ham keltirib chiqaradi. Shu tarzda inson ongida qaramlik va o'z fikrida turolmaslik hislatlari shakllanadi. Bu esa jamoatchilik fikrini shakllanishida katta ta'sir ko'rsatadi.

Bugungi kunda jamoatchilik fikri deganda muayyan mavzuga oid shaxsiy qarashlar va e'tiqodlarning yig'indisi bo'lib, jamiyatning muhim qismi tomonidan ifodalanadi. 1918-yilda yozgan amerikalik sotsiolog Charlz Xorton Kuli: "Jamoatchilik fikrini keng kelishuv holati emas, balki o'zaro ta'sir va o'zaro ta'sir jarayoni sifatida ta'kidladi"¹⁴. Amerikalik siyosatshunos V.O. Key 1961-yilda jamoatchilik fikrini "hukumatlar e'tibor berishni oqilona deb hisoblaydigan xususiy shaxslarning fikrlari"¹⁵ deb ta'riflagan. 1990-yillarda statistik va demografik tahlilning keyingi yutuqlari jamoatchilik fikrini ma'lum bir demografik yoki etnik guruh kabi aniqlangan aholining jamoaviy nuqtai nazari sifatida

¹⁴ <https://www.britannica.com/topic/public-opinion/Public-opinion-and-government>

¹⁵ <https://www.britannica.com/topic/public-opinion/Public-opinion-and-government>

tushunishga olib keldi. Bundan tashqari jamoatchilik fikrining ta'sirini faqatgina siyosat yoki saylovlar tashkil etadi desak, xato bo'ladi, albatta. Chunki, bu nafaqat siyosat yoki savlovlarda, balki madaniyat, moda, adabiyot va san'at, marketing va jamoatchilik bilan aloqalar kabi ko'plab boshqa sohalarda ham o'z ta'sirini ko'rsata oladi. Bugungi kunda esa bu holat eng dolzarblaridan biri hisoblanadi. Biroq, jamoatchilik fikrining qarama-qarshi tushunchalari asrlar davomida shakllandi, ayniqsa, siyosat, savdo, din va ijtimoiy faollikka jamoatchilik fikrini o'lchashning yangi usullari qo'llanila boshlandi. Qo'shimcha qilib aytadigan bo'lsak, siyosatshunoslar va ayrim tarixchilar jamoatchilik fikrining davlat va siyosatdagi rolini alohida ta'kidlab, uning davlat siyosatini ishlab chiqish ta'siriga alohida e'tibor qaratishgan. Darhaqiqat, ba'zi siyosatshunoslar jamoatchilik fikrini milliy irodaga teng deb hisoblaydilar. Sotsiologlar esa siyosatshunos va tarixchilardan farqli o'laroq jamoatchilik fikrini ijtimoiy o'zaro ta'sir va aloqa mahsuli sifatida tasavvur qiladilar. Bu nuqtai nazardan ko'rinib turibdiki, jamiyat a'zolari bir-biri bilan muloqot qilmas ekan, ya'ni ular o'rtasida kommunikatsiya yo'q ekan, biror masala yuzasidan jamoatchilik fikri bo'lishi mumkin emas. Ularning shaxsiy fikrlari bir-birlariniki bilan o'xshash bo'lsa-da, ularning e'tiqodlari televidenie, radio, elektron pochta, ijtimoiy tarmoqlar, bosma ommaviy axborot vositalari yoki telefon orqali biron bir shaklda yetkazilmaguncha jamoatchilik fikrini tashkil etmaydi. Bundan tashqari, sotsiologlar ma'lum bir masala bo'yicha bir vaqtning o'zida ko'plab turli xil jamoatchilik fikrlari mavjud bo'lishi mumkinligini ham alohida ta'kidlab o'tadilar. Amerikalik tadqiqotchi Irving Krespi fikricha: "Jamoatchilik fikrining mohiyati interaktiv, ko'p o'lchovli va doimiy o'zgaruvchan bo'lishdir"¹⁶. Shunday qilib, bu tadqiqotlar jamoatchilik fikrini shakllantirish uchun omil bo'lib xizmat qiladi.

Olimlar, siyosatshunoslar, hamda tarixchilardan farqli o'laroq, jamoatchilik fikriga ta'sir o'tkazishni maqsad qilganlar boshqa shaxslar ham bor. Ular boshliqlar, aksiyadorlar, mahalla birlashmalari rahbarlari yoki shu kabi mansabdor shaxslar bo'lishi mumkin. Ko'pincha, omma oldida bildirilgan fikrlar shaxsiy fikrlardan farq qiladi. Ba'zi

¹⁶ <https://www.britannica.com/topic/public-opinion/Public-opinion-and-government>

qarashlar, garchi keng tarqalgan bo'lsa ham, umuman ifodalanmasligi mumkin. Shunday qilib, avtoritar yoki totalitar davlatda ko'p odamlar hukumatga qarshi bo'lishi mumkin, lekin o'z munosabatlarini hatto oilalari va do'stlariga bildirishdan qo'rqishlari mumkin. Bunday hollarda hukumatga qarshi jamoatchilik fikri, albatta, rivojlanmaydi.

Jamoatchilik fikrini shakllantirish tarixdan bizgacha yetib kelgan. Jamoatchilik fikri atamasi XVIII asrgacha qo'llanilmagan bo'lsa-da, jamoatchilik fikriga yaqindan o'xshagan hodisalar ko'p tarixiy davrlarda sodir bo'lgani aniq. Masalan, Bobil va Ossuriyaning qadimiy tarixida xalqona qarashlarga ishoralar mavjud, jumladan, xalifaning o'zini niqob qilib olib, o'zing boshqaruvi haqida xalq orasidagi mishmishlarni eshitish uchun odamlar bilan aralashib ketgani haqida afsonalar ham mavjud. Bu ham jamoatchilik fikrining ma'lum bir darajada rivojlanayotganini ko'rsatadi. Bundan farqli o'laroq, Aflotun jamoatchilik fikriga unchalik ahamiyat bermadi, chunki u jamiyatni donoligi aholining bilimi va intellektual imkoniyatlaridan ancha yuqori bo'lgan faylasuf-shohlar boshqarishi kerak deb hisoblardi. Aristotel esa «xalqning qo'llab-quvvatlashini yo'qotgan kishi endi shoh bo'lmaydi», deb ta'kidlagan. Uning davrida Afinada ovoz beruvchi aholi soni shahar aholisining atigi 10-15 foizini tashkil qilgan¹⁷.

Shu o'rinda aytish joizki, internet hali kirib kelmagan vaqtlarda, ijtimoiy tarmoqlar bo'lmagan davrlarda jamoatchilik fikri qanday shakllangan? O'tgan asrlarda jamoatchilik fikrini shakllantirishda notiqalar va voizlar yetakchi o'rin egallagan, negaki, ular butun ommani o'z ortidan ergashtira olgan, turli xil axborotlar berib, ommaviy ongini rivojlantirishda o'z hissalarini qo'shishgan. Bu esa o'z navbatida jamoatchilik fikrini shakllantirishda muhim omil bo'lib xizmat qilgan. Asrlar davomida bu omillar shakllanib, bugungi kundagi internet asrida yanada takomillashdi. Ijtimoiy tarmoqlar esa jamoatchilik fikrini shakllantirishda muhim omil bo'lib xizmat qildi.

Huquqiy asoslarning yaratilishi fuqarolik jamiyatini rivojlantirishda jamoatchilik nazoratini bevosita muhim masalaga aylantirdi. Shunday qilib, O'zbekiston Respublikasi

¹⁷ <https://www.britannica.com/topic/public-opinion/Public-opinion-and-government>

Konstitutsiyasi o'z fuqarolariga jamiyat va davlat ishlarini boshqarishda yakka tartibda yoki o'zlari saylagan vakillari orqali bevosita ishtirok etish huquqini beradi. Bunday ishtirok etish o'z-o'zini boshqarish, referendumlardan foydalanish va davlat institutlarini demokratik tashkil etish orqali amalga oshiriladi. Bundan tashqari, Konstitutsiyada davlat organlari faoliyati ustidan jamoatchilik nazoratini kuchaytirish muhimligi ta'kidlangan. "O'zbekiston Respublikasining Jamoatchilik nazorati to'g'risida"gi qonuni jamiyat va fuqarolik institutlari tomonidan davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan huquqiy hujjatlar ijrosi ustidan nazoratni amalga oshirish uchun keng qamrovli va samarali qonunchilik bazasini yaratishga qaratilgan.¹⁸ Demokratiya xalqni hokimiyatning kelib chiqishi deb e'tirof etadigan, ularga davlat ishlari bilan shug'ullanish huquqini beruvchi, turli fuqarolarning huquq va erkinliklarini himoya qiluvchi boshqaruv turidir. Jamoatchilik bilan aloqalar xalq tomonidan jamoatchilik fikri va jamoatchilik irodasi deb nomlanuvchi yagona vosita orqali boshqariladi. Ushbu vositaning kuchi va ta'siri qanchalik katta bo'lsa, jamoatchilik bilan aloqalar shunchalik kuchli kuchga aylanadi. Axborotni global miqyosda tarqatish orqali ishlab chiqilgan ma'muriy fikrlash, manfaatlar to'qnashuvini muntazam ravishda samarali tartibga solish, cheklash va hal qilishda qiyinchiliklar tug'diradi. Jamoatchilik bilan aloqalar siyosatchilar tomonidan ma'lum darajada siyosiy maqsadlarni amalga oshirish uchun strategik vosita sifatida qo'llaniladi. Ommaviy axborot vositalari bu jarayonda o'zining keng va hali ochilmagan boshqaruv imkoniyatlaridan foydalangan holda muhim rol o'ynaydi. Jamoatchilik nazorati tizimi samaradorligini ta'minlovchi muhim masala – jamoatchilik kengashlarining muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi va ular tomonidan qabul qilingan qarorlarning ahamiyati. Tajribaviy dalillar shuni ko'rsatadiki, bunday qarorlarning maslahat xarakteri, hatto hokimiyat ijro etuvchi hokimiyatning ruxsati bo'lmagan taqdirda ham ularni amalga oshirishdan bosh tortish uchun asoslar taqdim etishga majbur bo'lsa ham, ularni amalga oshirishga to'sqinlik qiladi. Shu bilan birga, idoralar faoliyati samaradorligini oshirishdan manfaatdor bo'lgan

¹⁸ Inoue, T. (2023). An overview of public relations in japan and the selfcorrection concept. In K. Sriramesh, & D. Vercic (Eds.), *The global public relations handbook* (pp. 68-85). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

mutaxassislar ham, mutasaddilar ham jamoatchilik kengashlarini alohida boshqaruv organiga aylantirish va maxsus vakolatlarga ega bo'lish zarurligini ta'kidlamoqda. So'nggi ikki yilda ommaviy axborot vositalariga alohida e'tibor qaratilib, so'z erkinligini ta'minlash borasidagi ishlar amalga oshirilmoqda. Bu hukumat va jamiyat o'rtasidagi aloqaning mustahkamlanishiga, shuningdek, uzluksiz aloqalar ta'minlanishiga olib keldi. Faollikning bu shakli ijtimoiy tarmoqlar va bloglar platformalaridagi harakatlar uchun ham qo'llanilishi mumkin, lekin u ko'pincha nizolar va tortishuvlarga olib keladi. E'tiborlisi, jamiyatning faolligi va siyosiy ishlarda ishtiroki sezilarli darajada oshdi. Darhaqiqat, bu mo'ljallangan maqsad edi. Jamoatchilik nazorati kuchayib, ko'plab jarayonlar bo'yicha fikr bildirilishiga olib keldi. Bu hukumat va jamiyat o'rtasidagi mustahkam hamkorlikni kuchaytirdi. Zamonaviy siyosat siyosatchilar o'z saylov okruglarining maqsadli qatlamlariga alohida murojaat qilishlari zarur bo'lganda, yangi hokimiyat kurashlari paydo bo'lishini tobora ko'proq kuzatmoqda. Eshittirish xabarlarini jo'natishda ma'lum bir maqsadli auditoriyani hisobga olish va ularning turli xususiyatlarini hisobga olish muhimdir. Bundan tashqari, jarayon davomida eng so'nggi tadqiqot va ishlanmalarga doimiy ravishda murojaat qilish juda muhimdir. Amaliy siyosat sohasida siyosiy kurash va faollikning asosiy usullari tobora ko'proq shaxsiylashtirilgan va interaktiv xabarlar atrofida to'planib bormoqda

Bu omillar bugungi kunda jamoatchilik fikrini shakllantirishda katta ahamiyat kasb etadi va blogosferani shakllanishiga olib keladi. Shu o'rinda savol tug'ilishi tabiiy. Blogosfera nima o'zi? Blogosferaning jamoatchilik fikriga qanday ta'siri bor? Va shu kabi bir qancha savollar. Demak, blogosferaga to'xtaladigan bo'lsak, **bugungi kunda internet inson hayotining ajralmas qismiga aylanib borayotgani, media segmentlari orasida blogosferaning shakllanib borishiga zamin yaratdi. Deyarli barchamiz kunni internet bilan boshlab, u bilan yakunlaymiz. Kamiga barcha axborot manbalari va yangiliklarni ham internet orqali qabul qilinayotgan bir zamonda bloglarning ahamiyati yanada ortib bormoqda.** Internet tarmog'i bloglardan iborat bo'lib, bloglarning o'zaro birlashishi esa blogosferaning tuzilishini shakllantiradi.

Bloglarning shakllanishi va rivojlanishi G'arbda yuzaga kelgan «Fuqarolik jurnalistikasi» tushunchasi bilan bevosita bog'liq bo'lib, internet tarmog'ida o'zining shaxsiy sahifasi ya'ni blogiga ega bo'lgan fuqaro sodir bo'layotgan voqea-xodisalarga o'z munosabatini bildirish orqali yuzaga kelgan. Zero, blogging fuqarolik jurnalistikasining asosiy shakllaridan biri ekanligi bir qator manbalar bilan tasdiqlangan. Blogosfera tushunchasi inglizcha «blogosphere» so'zidan olingan bo'lib, internet tarmog'idagi barcha bloglarning yig'indisi hisoblanadi. Blogosferani «tirik organizm» desak mubolag'a bo'lmaydi. Sababi u so'z erkinligiga asoslangan internet faoliyatining asosi sanaladi. Bloglar juda ko'p, lekin blogosfera hamma uchun bitta. Demak, blogosfera – bu ma'lumotlar manbai bo'lib, jamoatchilik fikri va qarashlarini o'rganish uchun muhim muhit hisoblanadi hamda u ko'pincha zamonaviy global ijtimoiy tendensiyalarni o'rganadigan akademik va akademik bo'lmagan ishlarda hisobga olinadi. Uning asosini bloglar va bloggerlar tashkil etadi. Internet globallashtirgan zamonda, ijtimoiy tarmoqlar keng ahamiyat kasb etmoqda. Ulardan foydalanish esa kundan kunga rivojlanib bormoqda. Bu o'z navbatida turli xil bloglarni paydo bo'lishiga sabab bo'lyapti. Bugungi kunda o'z yo'nalishiga ega turli xil bloglarni ko'rishimiz mumkin. Shunday ekan bloglarni yurituvchilar shaxslar ko'z oldimizda blogger sifatida gavdalandi. Bloggerlar o'z bloglarini turli xil media kontentlar bilan boyitib bormoqdalar. Bu jarayon jamoatchilik fikrini shakllantirishda muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda. Vaholangki, O'zbek media olamiga bu uslubni kirib kelishi jamoatchilik fikrini shakllantirishni yanada tezlashtirib yubordi. Bu omil esa insonlar ongida blogosfera nomi bilan shakllandi. Yildan yilga sayqallangan blogosfera atamasi, bugungi kunda katta maydonni qamrab oldi. Shu o'rinda savol tug'ilishi tabiiy. Xo'sh, blog o'zi nima?, Bloggerlar kimlar?. Bu kabi savollarga aniq va qisqa javob topish oson emas. Negaki, qarashlar, fikrlar turlicha, hamda ta'riflar ham ko'p.

« Blog – bu nashrlar doimiy ravishda amalga oshiriladigan va teskari xronologik tartibda namoyish etiladigan veb-sayt ». Blog so'zi inglizcha so'zdan olingan bo'lib, veblog , veb-jurnal ma'nolarini beradi ya'ni veblog yoki veb-jurnal so'zlarining

qisqartmasi hisoblanadi. Blogning muallifi bo'lish, blogni saqlash yoki mavjud blogga maqola qo'shish "blog yuritish" deb nomlanadi. Blogdagi matnlar "*blog yozuvlari, maqolalar yoki xabarlar*" deb yuritiladi. Ushbu ma'lumotlarni topgan, tahlil qilgan va nashr etgan odam "blogger" deb nomlanadi.¹⁹

“Blog”, “bloger” va “blogerlik” kabi soʻzlarning dunyoga kelganiga hech qancha boʻlmay, kundalik hayotimizga jadal surʼatlar bilan kirib keldi. Bloglar esa oʻz navbatida “fuqarolik jurnalistikasi” degan tushunchani yuzaga keltirdi. Endi jurnalistika sohasiga ishtiyoqi baland, mutaxassis boʻlmaganlar ham havaskor jurnalist sifatida internetda oʻz shaxsiy bloglariga ega boʻlishi, axborot tarqatuvchi sifatida faoliyat yuritishi, oʻzi guvohi boʻlgan voqealarni yoritish imkoniyatiga ega boʻldi. Blogda muntazam axborot yozib boriladi va u matn, rasmlar yoki multimediyadan iborat boʻlishi mumkin. Bloglarning oʻziga xos jihati – bu ularning qisqaliligi, vaqt qiymatiga ega ekanligi va teskari xronologik tartibda joylashishi, yaʼni oxirgi chop etilgan maqola post yoki xabar eng tepada turadi. 2009-yilgacha bloglar, asosan, yakka mualliflar tomonidan yuritilgan. Keyinchalik bloglar kichik guruhlar tomonidan ham yuritilib, asosan, bir yoʻnalishdagi mavzular yoritilgan.²⁰ Shuning uchun ham bunday bloglarni koʻp muallifli bloglar, yaʼni jamoaviy bloglar deb nomlashgan.

Keyinchalik, twitter, instagram va shu kabi boshqa mikroblog yuritish tizimlarining rivojlanishi jamoaviy bloglar hamda yakka tartibdagi mualliflik, yaʼni shaxsiy bloglarning ham ijtimoiy yangiliklar oqimiga integratsiyalashuviga olib keldi. Bloglar odatda oddiy anʼanaviy kundaliklardan ommaviyligi, doimiy oʻquvchilarga ega ekanligi, muallif va oʻquvchi oʻrtasida bevosita muloqot yaʼni izohlarda fikr qoldirish imkoniyatining mavjudligi bilan ajralib turadi. Bloggerlar koʻp holatlarda oʻz bloglariga faqatgina maqola yozibgina qolmasdan, oʻz oʻquvchilariga qiziq boʻlishi uchun turli xil viktorinalar, debat va shu kabi koʻngilochar kontentlarni ham taqdim etib turishi lozim. Bu oʻz navbatida obunachilar oʻrtasida faollikni oshiradi. Bundan tashqari boshqa

¹⁹ <https://uz.blogpascher.com/2-ta-blog/a-blog-deb-bu-nima-aniqlikdagi-va-tushuntirish>

²⁰ <https://erkinfikir.wordpress.com/2016/02/04/bloglar-haqida-qisqacha-malumat>

bloggerlar o'rtasida ijtimoiy aloqalarni o'rnatib, kollaborativ loyihalar ustida ishlashi ham katta yutuqlarga olib keladi. Tarmoqdagi barcha bloglar umumlashtirilib "blogosfera" deb ataladi. Bloglar deganda, biz ba'zan shaxsiy saytlar ham nazarda tutishimiz, chunki bunday saytlarda odatda muallifning shaxsiy qarashlari o'rin oladi. Xuddi bloglar kabi. Bu holatlarning barchasi jamoatchilik fikrini shakllantirishda alohida o'rin tutadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. «Getty Images Launches AI Tool to Transform Search for Media Publishers.» Getty Images Press Room, 2018.
2. «PA & Urbs Media Receive €706,000 Grant from Google for Automated News.» PA, 17 Sept. 2018.
3. «Getty Images Launches AI Tool to Transform Search for Media Publishers.» MarketWatch, 2 Aug. 2018
4. D.S. Artomonov. Istoriya reklami I PR. Uchebnoye posobiye. 2019-Saratov.