



## TANQIDIY NAZAR, TAHLILY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'OYALAR



### GLOBALLASHUV JARAYONLARI VA ULARNING OMMAVIY KOMMUNIKATSIYAGA TA'SIRI

**O'razaliev Botirbek Tohir o'g'li**

*O'zbekiston Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar  
universiteti 2-bosqich magistranti*

**Annotatsiya.** *Ushbu maqolada globallashuv jarayonlari va ommaviy kommunikatsiya o'rtasidagi o'zaro munosabat nazariy va empirik jihatdan tahlil qilinadi. Raqamli inqilob, transnatsional media korporatsiyalarining kuchayishi, axborot kontsentratsiyasi, ijtimoiy tarmoqlar orqali kommunikatsiyaning demokratizatsiyasi hamda dezinformatsiya muammolari tahlil etiladi. O'zbekiston kontekstida internet va ijtimoiy tarmoqlarning ommaviy kommunikatsiyaga integratsiyasi, milliy media tizimiga global ta'sirlar va mahalliy kontent rivojlanishi masalalari ko'rib chiqiladi. Maqola globallashuv sharoitida milliy axborot makonini mustahkamlash uchun aniq tavsiyalar bilan yakunlanadi.*

**Kalit so'zlar:** *axborot xavfsizligi, dezinformatsiya, globallashuv, ijtimoiy tarmoqlar, madaniy imperializm, milliy media, ommaviy kommunikatsiya.*

**Аннотация.** *В данной статье рассматривается взаимосвязь между процессами глобализации и массовой коммуникацией с теоретической и эмпирической точек зрения. Исследуются цифровая революция, усиление транснациональных медиакорпораций, концентрация информации, демократизация коммуникации через социальные сети, а также проблема дезинформации. В контексте Узбекистана рассматриваются интеграция интернета и социальных сетей в массовую коммуникацию, глобальное воздействие на национальную медиасистему и развитие локального контента. Статья завершается конкретными рекомендациями по укреплению национального информационного пространства в условиях глобализации.*

**Ключевые слова:** *глобализация, дезинформация, информационная безопасность, культурный империализм, массовая коммуникация, национальные СМИ, социальные сети.*

**Kirish.** XXI asrning ikkinchi o'n yilligiga kelib globallashuv jarayoni insoniyat hayotining barcha sohalarini, xususan ommaviy kommunikatsiya tizimini tubdan qayta shakllantirgan asosiy omilga aylandi. Raqamli texnologiyalar, internet va mobil kommunikatsiyalarning misli ko'rilmagan sur'atda rivojlanishi natijasida axborot va madaniy mahsulotlar bir lahzada Yerning istalgan nuqtasiga yetib borish imkoniyatiga ega bo'ldi. Ushbu jarayon, bir tomondan, kommunikatsiya erkinligini kengaytirib, demokratik axborot almashuviga yo'l ochsa, ikkinchi tomondan, axborot muvozanatini buzuvchi yangi muammolarni — kuchli media korporatsiyalarining hukmronligi, madaniy unifikatsiya xavfi va axborot manipulyatsiyasini — yuzaga keltirdi.





## TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'OYALAR



Globalashuv tushunchasi o'tgan asrning 60-yillarida sotsiologiya va iqtisodiyot fanida shakllana boshlagan bo'lsa-da, uning kommunikatsiya nazariyasi bilan chuqur integratsiyasi 1990-yillarda — dunyo bo'ylab internet tarmoqlarining keng yoyilishi davrida yuz berdi. Kanadalik media nazariyotchisi Marshall McLuhan o'zining «Global qishloq» (Global Village) konsepsiyasi orqali bu jarayonni ilk bor ilmiy jihatdan asosladi: uning fikricha, elektron ommaviy axborot vositalari dunyoni yagona kommunikatsion makonga aylantiradi<sup>68</sup>. Yani, «Global qishloq»ning mazmunan qishloq deya majoziy ma'noda qarab, endi odamlarning bir joyda turib qishloqning boshqa joyidagi boshqa bir inson bilan muloqot qila olishini va bunga rivojlanib borayotgan ommaviy kommunikatsiya texnologiyalari sabab bo'lishini tushintirib beradi. Keyinchalik amerikalik sotsiolog M. Castells «Tarmoq jamiyati» asarida ushbu g'oyani raqamli davrga moslashtirib, global axborot tarmoqlarining ijtimoiy tuzilmani qayta belgilashi haqidagi konsepsiyasini ishlab chiqdi<sup>69</sup>.

Globalashuv jarayoni asta – sekin butun dunya davrlariga ta'sir qila boshladi. Shu qatori Markaziy Osiyo davlatlaridan O'zbekiston ham globalashuv jarayonlaridan chetda qolmadi. 1991-yilda mustaqillikka erishgach, mamlakat ommaviy kommunikatsiya tizimi ham global o'zgarishlar bilan yuzma-yuz keldi. Milliy axborot makoni shakllanishi bilan bir paytda xorijiy media ta'siri, internet va ijtimoiy tarmoqlarning kirib kelishi, transnatsional media mahsulotlarining tarqalishi kabi jarayonlar kuzatildi. Bu kontekstda mazkur mavzuning dolzarbligi yanada oydinlashadi.

Ushbu maqolaning asosiy maqsadi — globalashuv jarayonlari va ommaviy kommunikatsiya o'rtasidagi munosabatni nazariy va empirik jihatdan tahlil qilish, bu munosabatning asosiy tendensiyalarini aniqlash hamda milliy media tizimlariga, xususan O'zbekiston tajribasiga nisbatan umumlashtirishlar chiqarishdan iborat.

Globalashuv va ommaviy kommunikatsiya munosabatini o'rganishda bir nechta nazariy yo'nalish mavjud.

Birinchi va eng nufuzli yo'nalish — madaniy imperializm nazariyasi bo'lib, uni amerikalik olim H. Shiller o'zining «Ommaviy kommunikatsiya va Amerika imperiyasi» asarida Amerika iqtisodiyoti va moliyasining shakllanayotgan imperial tarmog'i kommunikatsiya vositalaridan o'zi mavjud bo'lgan joylarda o'zini himoya qilish va mustahkamlash, hali faol bo'lmagan joylarda esa kengayish uchun foydalanadi va AQSh media sanoati global axborot oqimlarini nazorat qilib, boshqa mamlakatlar madaniyatini amerikalashtirishga xizmat qiladi<sup>70</sup>. Bu nazariya 1970-80-yillarda rivojlanayotgan mamlakatlarning yangi axborot va kommunikatsiya tartibiga oid xalqaro munozarasida markaziy ahamiyat kasb etdi.

Ikkinchi muhim yo'nalish — globalashuv jarayonida madaniy gibrirlashuv va ko'plikni asoslab beruvchi konsepsiyalar. A. Appadurai o'zining «Modernity at Large» asarida globalashuvni ethnoscape, mediascape, technoscape, financescape va ideoscape kabi besh

<sup>68</sup> McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.

<sup>69</sup> Castells M. *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. — Oxford: Wiley-Blackwell, 2010. — 23-27 p.

<sup>70</sup> Schiller, H.I. *Mass Communications and American Empire*. New York: A.M. Kelley, 1969. P. 47-49. (2nd ed.: Boulder, CO: Westview Press, 1992.)



## TANQIDIY NAZAR, TAHLILY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'UYALAR



global madaniy oqim orqali tahlil qilib, bu jarayon madaniy birxillashuvdan ko'ra murakkab va heterogen shakllarda namoyon bo'lishini ta'kidlaydi<sup>71</sup>. Uning yondashuvi mahalliy madaniyatlarning global ta'sirlarni qayta talqin qilish imkoniyatini ham ko'rsatadi.

M. Castellsning uch jildlik "Axborot asri" trilogiyasi global tarmoq jamiyatini har tomonlama tahlil qiladi. Castells fikricha, global tarmoq jamiyatini tahlil qilib, zamonaviy iqtisodiy va kommunikativ tizimlarning tarmoq mantig'i asosida ishlashini ta'kidlaydi. Uning fikricha, tarmoqqa kirish yoki undan chetda qolish yangi ijtimoiy tabaqalanishning muhim omiliga aylanmoqda<sup>72</sup>. O'zbek ilmiy adabiyotida ushbu masalalar hali yetarlicha o'rganilmagan bo'lsa-da, so'nggi yillarda bir qator tadqiqotlar paydo bo'ldi. Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti va O'zbekiston Milliy universiteti olimlarining ishlari, shuningdek, UNESCO va xalqaro ilmiy jurnallarda chop etilgan maqolalar bu yo'nalishda muhim hissa qo'shmoqda. O'zbek olimlari globallashuvni milliy madaniyat va media tizimiga ikki tomonlama tasir ko'rsatuvchi jarayon sifatida baholab, bir tomondan axborot almashinuvini kengaytirsa, ikkinchi tomondan madaniy identitet uchun yangi chaqiriqlar tug'dirishini qayd etadilar<sup>73</sup>.

Globallashuvning ommaviy kommunikatsiyaga ta'siri: asosiy yo'nalishlar

### 1. Raqamli inqilob va global media makoni shakllanishi:

Internet va raqamli texnologiyalarning keng tarqalishi ommaviy kommunikatsiya tarixida tub burilish yasadi. 2023-yil holatiga ko'ra, internet foydalanuvchilari soni 5,4 milliard kishiga yetib, bu dunyo aholisining 67 foizini tashkil etdi<sup>74</sup>. Ushbu o'sish tendensiyasi 1995-yildan buyon izchil davom etib, internet foydalanuvchilari soni 16 milliarddan milliardlab insonlarni qamrab oluvchi global tarmoqqa aylandi. Natijada internet o'nlab millionlab insonlarni o'zaro bog'lab, ularni yagona global axborot makoniga birlashtirdi.

Natijada har bir foydalanuvchi nafaqat axborot iste'molchisi, balki axborot ishlab chiqaruvchisi va tarqatuvchisiga aylandi. «Foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontent» tushunchasi global axborot oqimlarining yangi tarkibiy qismiga aylandi.

Biroq raqamli globallashuv bir xil darajada kechmayapti. "Raqamli bo'linish" muammosi global miqyosda ham, milliy darajada ham yaqqol namoyon bo'lmoqda. P.Norris ta'kidlaganidek, internet va raqamli texnologiyalarga kirish imkoniyatidagi tafovutlar rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar o'rtasida, shuningdek, bir mamlakat ichidagi turli ijtimoiy guruhlar orasida yangi turdagi axboriy tengsizlikni yuzaga keltirmoqda<sup>75</sup>.

### 2. Transnatsional media korporatsiyalari va axborot kontsentratsiyasi;

<sup>71</sup> Appadurai, A. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996. – P. 27–33.

<sup>72</sup> Castells, M. *The Rise of the Network Society*. The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. 1. Oxford: Blackwell Publishers, 1996. – P. 469–470.

<sup>73</sup> Abduraxmanova S., Fayziy Ch. Globallashuv va milliy madaniyatning jamiyatga ta'siri // *Journal of Analytical Synergy and Scientific Horizon*. 2025. – B. 19–22.

<sup>74</sup> International Telecommunication Union (ITU). *Facts and Figures 2023*. Geneva: ITU, 2023. – P. 1.

<sup>75</sup> Norris, P. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – P. 4–13.



## TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'OYALAR



Globallashuv jarayonida media sohasida ham transmilliy korporatsiyalarning kuchayishi kuzatilmoqda. Meta, Google, Netflix, Disney, News Corp va Warner Bros. Discovery kabi kompaniyalar global media va raqamli kommunikatsiya bozorida yetakchi o‘rinlarni egallab, milliardlab foydalanuvchilarning axborot iste‘moliga ta‘sir ko‘rsatmoqda. Meta va Google uzoq vaqt davomida raqamli reklama bozorida dominant mavqeni saqlab kelib, digital reklama daromadlarining katta qismini nazorat qiluvchi “duopoliya”ni shakllantirdi<sup>76</sup>.

Mazkur korporatsiyalarning kuchayishi axborot ishlab chiqarish va tarqatishning iqtisodiy jihatdan konsentratsiyalashuviga olib kelmoqda. Bundan tashqari, algoritmik filtrlash mexanizmlari foydalanuvchilarga asosan ularning qiziqishlariga mos kontentni taklif etib, “filter bubbles” va “echo chambers” kabi hodisalarning shakllanishiga sabab bo‘lmoqda<sup>77</sup>. Milliy media tizimlariga iqtisodiy bosim kuchaymoqda.

Global raqamli platformalar reklama daromadlarining katta qismini o‘ziga jalb etib, mahalliy ommaviy axborot vositalarining moliyaviy barqarorligini zaiflashtirmoqda. Reuters Institute ma‘lumotlariga ko‘ra, ko‘plab mamlakatlarda auditoriyaning raqamli platformalarga ko‘chishi natijasida an‘anaviy mahalliy media, xususan bosma nashrlar iqtisodiy qiyinchiliklarga duch kelmoqda<sup>78</sup>.

### 3. Madaniy imperializm va globallashuvga madaniy qarshilik;

H. Schillerdan boshlab davom etayotgan madaniy imperializm haqidagi munozaralar bugungi kunda yangi shakl kasb etmoqda. An‘anaviy ma‘noda AQSh media eksporti — kinofilmlar, musiqa va teleseriallar — hanuz global madaniy iste‘molda yetakchi o‘rinni saqlab qolmoqda. Hollywood xalqaro audiovizual bozorning muhim qismini nazorat qilib kelmoqda<sup>79</sup>. Ingliz tili esa internetdagi asosiy kontent tili bo‘lib, barcha veb-saytlarning yarmidan ko‘prog‘i aynan shu tilda yuritiladi.

Biroq bu manzara murakkab va ko‘p qirrali. Birinchidan, “counter-flow” — qarama-qarshi madaniy oqimlar kuchaymoqda. Janubiy Koreyaning Hallyu fenomeni, Hindistonning Bollywood sanoati va Turkiyaning serial eksporti buning yorqin misolidir. Turk seriallari bugungi kunda 140 dan ortiq mamlakatga eksport qilinib, yillik 500 million dollardan ortiq daromad keltirmoqda<sup>80</sup>.

Ikkinchidan, “glokall” yondashuv kuchaymoqda: global platformalar mahalliy auditoriyaga mos kontent ishlab chiqarishga sarmoya kiritmoqda. Netflix kabi platformalarning lokal kontent strategiyasi madaniy xilma-xillikni ma‘lum darajada qo‘llab-quvvatlamoqda.<sup>4</sup> Uchinchidan, ijtimoiy tarmoqlar mahalliy jamoalar uchun madaniy identlikni saqlash va tarqatish vositasiga aylanmoqda.

---

<sup>76</sup> eMarketer. “Meta and Google’s Hold on Digital Advertising Loosens as TikTok and Others Gain Share”, 2022.

<sup>77</sup> Pariser, E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Press, 2011. – P. 9–15.

<sup>78</sup> Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., Nielsen, R. K. *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, 2023. – P. 10–17.

<sup>79</sup> Motion Picture Association (MPA). *Theme Report 2022*. Washington, DC: MPA, 2022.

<sup>80</sup> TRT World. “Turkish TV dramas reach more than 140 countries and generate over \$500 million annually”, 2023.



4. Ijtimoiy tarmoqlar va global ommaviy kommunikatsiyaning demokratizatsiyasi;

Hozirda ijtimoiy tarmoqlar bir qator jiddiy muammolarni ham yuzaga keltirdi. Dezinformatsiya va «yangilik sifatida ko'rinadigan yolg'on» (fake news) muammosi hozir butun dunyo mediasining eng muhim muammolaridan biriga aylandi. MIT tadqiqotchilarining "Nature" jurnalida chop etilgan tadqiqotiga ko'ra, yolg'on yangiliklar ijtimoiy tarmoqlarda haqiqiy yangilikka qaraganda 6 marta tezroq tarqaladi<sup>81</sup>. Kiberxurujlar, agressiv siyosiy kampaniyalar va polarizatsiya ham ijtimoiy tarmoqlar orqali kuchaymoqda.

Bundan tashqari, platformalar tomonidan kontent moderatsiyasi global miqyosda bir xil standartda amalga oshirilmayotganligi ham muammo bo'lib qolmoqda. G'arbiy tillar va kontentga nisbatan boshqacharoq qoidalar qo'llanilishi ko'pgina mamlakatlarning axborot makonida adolatsizliklarni yuzaga keltirmoqda.

5. O'zbekiston kontekstida globallashuv va ommaviy kommunikatsiya;

O'zbekiston mustaqillikka erishgandan so'ng uning ommaviy kommunikatsiya tizimi global axborot jarayonlari bilan jadal integratsiyalashdi. 2023-yil holatiga ko'ra, mamlakatda internet foydalanuvchilari soni 24 milliondan oshib, aholining katta qismini qamrab oldi. Ijtimoiy tarmoqlar, xususan Telegram, Instagram, YouTube va TikTok O'zbekistonda axborot tarqatishning asosiy kanallariga aylandi<sup>82</sup>.

Telegram messenjeri O'zbekistonda alohida kommunikativ fenomen sifatida shakllandi: siyosiy yangiliklar, jamoatchilik muhokamalari va rasmiy e'lonlarning katta qismi aynan ushbu platforma orqali tarqatilmogda. Bu holat global platformalarning mahalliy kommunikatsiya madaniyatiga moslashishini yaqqol ko'rsatadi. Shu bilan birga, an'anaviy gazeta va televidenie auditoriyasi qisqarib, raqamli media platformalarining ta'siri ortmoqda. Mahalliy kontent yaratuvchilar — blogerlar va YouTube-kanallar — global platformalar orqali o'z auditoriyasini kengaytirib, yangi mediadagi o'zbek ovozi kuchaytirmoqda.

Xulosa va tavsiyalar

Globallashuv ommaviy kommunikatsiyaga ikki tomonlama ta'sir ko'rsatadi: bir tomondan axborot erkinligi va transchegara muloqotni kengaytirsa, ikkinchi tomondan transnatsional korporatsiyalar hukmronligi, dezinformatsiya va madaniy unifikatsiya xavfini yuzaga keltiradi. O'zbekiston tajribasi shuni ko'rsatadiki, global platformalar mahalliy kommunikatsiya madaniyatiga moslashib, o'zbekcha kontent va muloqot shakllari global tarmoqlarda o'z o'rnini topmoqda. Milliy manfaatlar va madaniy qadriyatlarni saqlagan holda global axborot makoniga faol integratsiyalashish bugungi kunda asosiy ustuvorlikka aylanmoqda. Tadqiqotimiz globallashuv jarayoning ommaviy kommunikatsiyaga yurtimiz va jahon miqyosida ta'sir etish jarayonini o'rgandik va ishimiz natijalari yuzasidan bir necha quyidagi tavsiyalarni berib o'tamiz:

<sup>81</sup> Vosoughi, S., Roy, D., Aral, S. The spread of true and false news online // *Science*. 2018. Vol. 359, No. 6380. – P. 1146–1151. DOI: 10.1126/science.aap9559.

<sup>82</sup>UZINFOCOM. O'zbekistonda internet foydalanuvchilari soni bo'yicha statistik ma'lumotlar, 2023.



## TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'OYALAR



O'zbek tilida sifatli raqamli kontent ishlab chiqarishni rag'batlantiruvchi davlat dasturlarini joriy etish.

Media savodxonligini ta'lim tizimiga kiritib, aholida dezinformatsiyani aniqlash ko'nikmalarini shakllantirish.

Barcha hududlarda internetga teng kirish imkoniyatini ta'minlash orqali raqamli tengsizlikni bartaraf etish.

Mahalliy media muassasalarining raqamli transformatsiyasini moliyaviy va huquqiy jihatdan qo'llab-quvvatlash.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Abduraxmanova S., Fayziy Ch. Globallashuv va milliy madaniyatning jamiyatga ta'siri // *Journal of Analytical Synergy and Scientific Horizon*. — 2025. — B. 19–22.

2. Appadurai A. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. — Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996. — P. 27–33.

3. Castells M. *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. 1. — Oxford: Blackwell Publishers, 1996. — P. 469–470.

4. Castells M. *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. — Oxford: Wiley-Blackwell, 2010. — P. 23–27.

5. eMarketer. *Meta and Google's Hold on Digital Advertising Loosens as TikTok and Others Gain Share*. — eMarketer, 2022.

6. International Telecommunication Union (ITU). *Facts and Figures 2023*. — Geneva: ITU, 2023. — P. 1.

7. McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. — New York: McGraw-Hill, 1964.

8. Motion Picture Association (MPA). *Theme Report 2022*. — Washington, DC: MPA, 2022.

9. Newman N., Fletcher R., Robertson C. T., Eddy K., Nielsen R. K. *Reuters Institute Digital News Report 2023*. — Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, 2023. — P. 10–17.

10. Norris P. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. — Cambridge: Cambridge University Press, 2001. — P. 4–13.

11. Pariser E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. — New York: Penguin Press, 2011. — P. 9–15.

12. Schiller H. I. *Mass Communications and American Empire*. — New York: A. M. Kelley, 1969; 2nd ed. — Boulder, CO: Westview Press, 1992. — P. 47–49.

13. TRT World. *Turkish TV dramas reach more than 140 countries and generate over \$500 million annually*. — TRT World, 2023.

14. UZINFOCOM. *O'zbekistonda internet foydalanuvchilari soni bo'yicha statistik ma'lumotlar, 2023*. — Toshkent: UZINFOCOM, 2023.



15. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online // Science. — 2018. — Vol. 359, No. 6380. — P. 1146–1151. DOI: 10.1126/science.aap9559.

