



“MEDIAMAKON EVOLYUTSIYASI: RAQAMLI DAVRDA AXBOROT OQIMLARI, TAHLIL VA BOSHQARUV STRATEGIYALARI”

Uzoqova Sabohat Fazliddin qizi

O'zbekiston Davlat jahon tillari universiteti mustqali izlanuvchisi

(sabohatuz@gamil.com)

Annotatsiya: Mazkur tezisda “mediamakon” tushunchasining mazmun-mohiyati, tarixiy shakllanish jarayoni va uning zamonaviy mediatizatsiyalashgan jamiyatdagi o‘rni tahlil qilinadi. Global axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi natijasida mediamakonning kommunikativ, madaniy va siyosiy funksiyalari kengayib borayotgani ilmiy manbalar asosida yoritiladi.

Kalit so‘zlar: mediamakon, media muhit, axborot maydoni, kommunikatsiya, raqamli transformatsiya, mediavaziyat.

Annotation: This thesis analyzes the concept of the “media space,” its essence, historical formation process, and its role in the modern mediatized society. Based on scientific sources, the study highlights how the communicative, cultural, and political functions of the media space are expanding as a result of the rapid development of global information technologies.

Keywords: media space, media environment, information field, communication, digital transformation, media situation.

“Mediamakon” atamasi ilk bor XX asrning ikkinchi yarmida g‘arbiy media nazariyalarida shakllangan bo‘lib, u “media space”, “media environment” yoki “mediated space” atamalari bilan ifodalangan. Kanadalik olim Marshall McLuhan (1964) o‘zining “Understanding Media” asarida media vositalarini insonning “tashqi nerv tizimi” sifatida ta’riflab, mediamakonni jamiyatning ijtimoiy ongini shakllantiruvchi asosiy omil sifatida talqin qilgan⁶⁷. Keyinchalik M. Castells, N. Luhmann, J. Habermas, P. Bourdieu, M. Deuze kabi tadqiqotchilar⁶⁸ bu tushunchani tarmoqlashgan axborot tizimlari, mediavaziyatlar va diskursiv maydonlar bilan bog‘lab rivojlantirdilar. O‘zbekiston ilmiy makonida esa “mediamakon” tushunchasi keyingi o‘n yillikda jadal o‘rganilmoqda. Ular OAVning ijtimoiy-madaniy jarayonlarga ta’siri, milliy mediamakonni shakllantirish mexanizmlari va uning

⁶⁷ McLuhan, M. (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. New York: McGraw-Hill.

⁶⁸ Qarang: Castells, M. (2000). The Rise of the Network Society. Oxford: Blackwell Publishing.

Habermas, J. (1989). The Structural Transformation of the Public Sphere. Cambridge: Polity Press.

Luhmann, N. (2000). The Reality of the Mass Media. Stanford University Press.

Bourdieu, P. (1998). On Television and Journalism. Cambridge: Polity Press.

Deuze, M. (2008). Media Life. Cambridge: Polity Press.





raqamli muhitdagi transformatsiyasini o'rganishga e'tibor qaratganlar. Ushbu izlanishlar umumiy xulosalarini tahlil etish shunday xulosani beradiki, mediamakon faqatgina an'anaviy OAVni emas, balki ijtimoiy tarmoqlar, raqamli platformalar, vizual va audio kontentlarni ham qamrab olgan global kommunikatsion maydonga aylangan. Shuning uchun ham u gibrid tabiatga ega bo'lib, unda informatsion oqimlar, diskurslar, foydalanuvchi ishtiroki va algoritmik boshqaruv o'zaro uyg'unlashgan.

Mediamakonning doirasi kengaygani sari uning ijtimoiy ong, siyosiy fikrlash va madaniy qadriyatlarga ta'siri ham ortmoqda. Masalan, raqamli jurnalistika, blogosfera, sun'iy intellekt asosidagi kontent ishlab chiqarish jarayonlari mediata'simi ko'paytirib, individual fikrlash modelini ham o'zgartirmoqda⁶⁹. Shu nuqtai nazardan, mediamakon endilikda nafaqat axborot uzatish vositasi, balki ijtimoiy boshqaruv va ideologik ta'sir mexanizmi sifatida namoyon bo'lmoqda. Shuningdek, mediamakonning evolyutsiyasi texnologik innovatsiyalar bilan uzviy bog'liq. Analogdan raqamli formatga, biryoqlama uzatishdan interaktiv muloqotga o'tish kabi jarayonlar ijtimoiy muhitni tarmoqlashtirib, mediavaziyat tushunchasini ilgari surdi. Endi har bir foydalanuvchi nafaqat iste'molchi, balki axborot ishlab chiqaruvchiga aylangan.

Raqamli kommunikatsiya vositalari insoniyat tarixida ilgari kuzatilmagan darajada ta'sir doirasini kengaytirgan. Buning natijasida, milliy yoki lokal voqea bir zumda xalqaro siyosiy bahs-munozaraga aylanmoqda. Shu bilan birga, mediamakon bugungi kunda hatto urushlar, ijtimoiy to'qnashuvlar va ideologik qarama-qarshiliklarning maydoniga aylanganini ko'ramiz. So'nngi 10 yilikda sodir bo'lgan ko'plab siyosiy va harbiy ziddiyatlarda (Ukraina, Yaqin Sharq, Janubiy Osiyo misolida) informatsion urushlar, "fe'k nyus", "deepfake" va "cyber propaganda" texnologiyalari hal qiluvchi rol o'ynadi. Shu jihatdan mediamakon – bu tizginsiz axborot sharsharasi, uni boshqarish mexanizmlarini ishlab chiqish esa bugungi kunning eng dolzarb ilmiy-amaliy vazifalaridan biridir.

Shu bilan birga, mediamakonning keskin kengayishi va raqamli axborot oqimlarining tezlashuvi sharoitida axborot sifatini saqlash, soxta ma'lumotlar oqimini cheklash hamda media ishonchliligini ta'minlash masalasi birlamchi ahamiyat kasb etmoqda. Bunda jurnalistik faoliyatni yangicha strategiyalar asosida yo'naltirish zarur. Shu nuqtai nazardan quyidagi amaliy takliflarni ilgari surish mumkin:

1. Spindoktoring texnologiyasidan ijobiy maqsadlarda foydalanish. OAVlarda spindoktoring (axborotni ijtimoiy ongda maqsadli shakllantirish texnologiyasi) usullaridan manipulyatsiya uchun emas, balki axborot siyosatini barqarorlashtirish, ijtimoiy muvozanatni saqlash va ijobiy kun tartibini shakllantirish

⁶⁹ UNESCO (2023). Journalism, "Fake News" and Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training. Paris: UNESCO Publishing. 14-17 betlar. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377071>





yo'lida foydalanish lozim. Bu, o'z navbatida, mediamakonni milliy manfaatlar asosida boshqarishning muhim instrumentiga aylanishi mumkin.

2. Faktcheking bo'yicha jurnalistlarni qayta tayyorlash tizimini yo'lga qo'yish. Mediamakonning tiniqligini ta'minlovchi eng muhim omil – bu fakt tekshirish madaniyati. Shu bois O'zbekiston OAVlari uchun maxsus platformalarni tashkil etish, xalqaro tajriba asosida jurnalistlarni malaka oshirish, ularni “open source intelligence” metodlariga o'rgatish zarur.

3. Sohaviy ixtisoslashgan jurnalistlar sonini ko'paytirish.

Har bir soha – iqtisod, ekologiya, raqamli texnologiya, tibbiyot yoki siyosat – o'ziga xos bilim va terminologiyani talab qiladi. Shu sababli OAVlarda mavzuviy ixtisoslashuv tizimini kuchaytirish, tor yo'nalishlarda chuqur bilimga ega jurnalistlar tayyorlash media sifatini oshiradi va noto'g'ri talqinlar sonini kamaytiradi.

4. Xalqaro va mahalliy jurnalistlar o'rtasida networking'ni yo'lga qo'yish.

Axborot global muhitda tarqalayotgan bir paytda, xalqaro tajriba almashinuvi juda muhim. Shu bois O'zbekiston jurnalistlari uchun xalqaro media tanlov va forumlar tashkil etilishi lozim. Bu tanlovlar orqali mahalliy jurnalistlar chet ellik mutaxassislar bilan aloqalar o'rnatadi, yangi texnologiyalar va etik me'yorlarni o'zlashtiradi.

5. Milliy media monitoring platformasini yaratish.

Soxta axborot, manipulyativ postlar va axborot xurujlarini kuzatish uchun yagona media monitoring tizimi zarur. Shuningdek, u xalqaro mediamakonda O'zbekiston haqida yoritilayotgan axborotlarni tahlil qilib boradi. Bu orqali tegishli mintaqadagi auditoriyaga maqsadli yo'naltirilgan axborotlar yo'nalishini ishlab chiqish va boshqarish imkonini beradi.

Xulosa qilib aytganda, mediamakon tushunchasi zamonaviy ilmiy paradigmalarda ijtimoiy-axborot jarayonlarini talqin etuvchi muhim kategoriya sifatida qaralmoqda. Uning evolyutsiyasi texnologik, madaniy va kommunikativ o'zgarishlar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, u jamiyatning tafakkur modeli va ijtimoiy ongini qayta shakllantiruvchi markaziy maydonga aylanib bormoqda. Shu sabab, mediamakonning zamonaviy shakllarini chuqur o'rganish va milliy media muhitimizda tahlil qilish hozirgi davr ilmiy izlanishlarining dolzarb yo'nalishlaridan biridir.

Yuqoridagi takliflarning amalga oshirilishi esa mediamakonda axborot tiniqligi, mas'uliyatli jurnalistika, milliy manfaat va global axborot xavfsizligi o'rtasida barqaror muvozanat yaratadi. Eng muhimi, bu orqali jurnalistika o'zining asosiy vazifasi — haqiqatni aniqlash va uni ishonchli shaklda yetkazish tamoyiliga qaytadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. McLuhan, M. (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. New York: McGraw-Hill.





2. Castells, M. (2000). The Rise of the Network Society. Oxford: Blackwell Publishing.
3. Habermas, J. (1989). The Structural Transformation of the Public Sphere. Cambridge: Polity Press.
4. Luhmann, N. (2000). The Reality of the Mass Media. Stanford University Press.
5. Bourdieu, P. (1998). On Television and Journalism. Cambridge: Polity Press.
- Deuze, M. (2008). Media Life. Cambridge: Polity Press.
6. UNESCO (2023). Journalism, “Fake News” and Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training. Paris: UNESCO Publishing. 14-17 betlar. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377071>

