

## INTERNET TARMOG'IDA JAMOATCHILIK FIKRINI SHAKLLANTIRISH MEXANIZMLARINI ANIQLASH

**Shoymuradov Temurbek Sherzod o'g'li**

Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat o'zbek tili va adabiyoti universiteti  
sotsiologiya yo'nalishi talabasi.

[temurbekshoymuradov2205@gmail.com](mailto:temurbekshoymuradov2205@gmail.com) +998912232205

<https://doi.org/10.5281/zenodo.19769587>

***Annotatsiya.** Mazkur maqolada internet tarmog'ida jamoatchilik fikrining shakllanish mexanizmlari, ularning nazariy asoslari hamda amaliy ko'rinishlari tahlil qilinadi. Raqamli kommunikatsiya vositalari, ijtimoiy tarmoqlar algoritmlari, axborot manipulyatsiyasi, liderlik omillari, shuningdek, sun'iy intellekt va botlar orqali ta'sir ko'rsatish mexanizmlari ilmiy asosda yoritiladi. Maqola natijasida internet muhitida jamoatchilik fikrini shakllantirish ko'p bosqichli, murakkab va texnologik jihatdan boshqariluvchi jarayon ekanligi aniqlanadi.*

***Kalit so'zlar:** jamoatchilik fikri, internet, ijtimoiy tarmoqlar, algoritmlar, manipulyatsiya, axborot xavfsizligi, raqamli kommunikatsiya.*

**Kirish.** XXI asrda internet global kommunikatsiya maydoniga aylandi. Avvallari jamoatchilik fikri asosan an'anaviy OAV – gazeta, radio va televideniya orqali shakllangan bo'lsa, bugungi kunda bu jarayon internet va ijtimoiy tarmoqlar orqali amalga oshirilmoqda.

Ayniqsa, Facebook, Telegram, Instagram, YouTube kabi platformalar jamoatchilik kayfiyatini belgilovchi asosiy vositaga aylangan. Internet muhiti ochiqlik, tezkorlik va interaktivlik xususiyatiga ega bo'lib, unda har bir foydalanuvchi nafaqat axborot iste'molchisi, balki uni yaratuvchi subyekt hamdir. Shu sababli internetda jamoatchilik fikri shakllanish mexanizmlarini aniqlash dolzarb muammo hisoblanadi.

Jamoatchilik fikri — muayyan ijtimoiy guruh yoki jamiyat a'zolarining dolzarb masalalarga nisbatan umumlashgan bahosi va munosabatidir. Barcha ijtimoiy fanlarda bu tushuncha keng o'rganilgan. Amerikalik sotsiolog Walter Lippmann o'zining “Public Opinion” asarida jamoatchilik fikri stereotiplar orqali shakllanishini ta'kidlaydi. Uning fikricha, odamlar real voqelikni emas, balki uning ongdagi obrazini qabul qiladi. Jurgen Habermas esa “The Structural Transformation of the Public Sphere” asarida jamoatchilik fikrining shakllanishida ochiq muloqot maydoni – “ommaviy soha” muhim rol o'ynashini asoslab bergan. Internet ushbu “ommaviy soha”ni global miqyosga olib chiqdi.

Internet muhitining jamoatchilik fikriga ta'sir qiluvchi asosiy xususiyatlari:

Interaktivlik – foydalanuvchilar fikr bildirishi, bahs yuritishi mumkin.

Tezkorlik – axborot soniyalar ichida tarqaladi.

Anonimlik – shaxsini yashirish imkoniyati mavjud.

Algoritmik boshqaruv – kontent saralash sun'iy tizimlar orqali amalga oshiriladi.

Global qamrov – geografik chegaralar yo'q.

Bu omillar internetda fikr shakllanishini tezlashtiradi va ba'zida sun'iy ravishda boshqarish imkonini yaratadi. Internetda jamoatchilik fikrini shakllantirish mexanizmlari.

Platformalar algoritmlari foydalanuvchiga qaysi axborotni ko'rsatishni belgilaydi.

Masalan, TikTok algoritmi foydalanuvchi qiziqishiga mos kontentni ko'proq namoyish etadi. Natijada “axborot pufagi” yuzaga keladi.

Bu mexanizm orqali: Muayyan mavzu sun'iy ravishda trendga chiqariladi. Bir tomonlama axborot oqimi shakllanadi. Alternativ fikrlar cheklanishi mumkin.

**Adabiyotlar tahlili va metodlar:** Jamoatchilik fikri — muayyan ijtimoiy guruh yoki jamiyat a'zolarining dolzarb masalalarga nisbatan umumlashgan bahosi va munosabatidir.

Barcha ijtimoiy fanlarda bu tushuncha keng o'rganilgan.

Internetda jamoatchilik fikrini o'rganishdan avval uning klassik nazariy asoslarini tahlil qilish zarur.

Jamoatchilik fikri tushunchasi ilk bor tizimli ravishda Walter Lippman tomonidan "Public Opinion" asarida ilmiy muomalaga kiritilgan. Lippman fikricha, insonlar real voqelikni emas, balki onglarida shakllangan stereotiplar asosida qaror qabul qiladilar.<sup>1</sup> Bu yondashuv internetdagi axborot manipulyatsiyasini tushuntirishda muhim nazariy asos bo'lib xizmat qiladi.

Keyinchalik Jo'rgen Habermas o'zining "The Structural Transformation of the Public Sphere" asarida jamoatchilik fikrining shakllanishini "ommaviy maydon" tushunchasi orqali izohladi. Uning nazariyasiga ko'ra, ochiq va erkin muloqot maydoni demokratik jamoatchilik fikrining asosidir.<sup>2</sup> Zamonaviy internet platformalari aynan shu ommaviy maydonning raqamli shakli sifatida namoyon bo'lmoqda.

Jamoatchilik fikrining shakllanishini tushuntiruvchi muhim nazariyalardan biri - agenda-setting nazariyasidir. Ushbu nazariya Maxwell McCombs va Donald Shaw tomonidan ilgari surilgan. Unga ko'ra, OAV<sup>3</sup> odamlarning nimani o'ylashini emas, balki nima haqida o'ylashini belgilaydi.<sup>4</sup> Internet muhitida bu vazifani trendlar, hashtaglar va algoritmik tavsiyalar bajaradi.

Shuningdek, "Spiral of Silence" nazariyasi muallifi Elisabeth Noelle-Neumann jamiyatda dominant fikrga qarshi bo'lgan shaxslar o'z pozitsiyasini oshkor etishdan tiyilishini ta'kidlaydi.<sup>5</sup>

Internetda "like"lar soni va izohlar ko'pligi ko'pchilik fikri illuziyasini hosil qilib, sukut spiralini yuzaga keltirishi mumkin.

Raqamli kommunikatsiya jarayonlarini tushuntirishda Manuel Castellsning "The Rise of the Network Society" asari muhim ahamiyatga ega. Castells internetni "tarmoq jamiyati"ning asosiy infratuzilmasi sifatida ko'radi. Uning fikricha, hokimiyat va axborot oqimi endi markazlashgan emas, balki tarmoq shaklida tarqaladi. Bundan tashqari, Cass Sunstein "Republic" asarida ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilarni "axborot pufagi"ga qamab qo'yishi mumkinligini ilmiy asoslab beradi.<sup>6</sup> Bu esa pluralizmning pasayishiga olib keladi.

Mazkur maqola internet tarmog'ida jamoatchilik fikrini shakllantirish mexanizmlarini aniqlashga qaratilgan bo'lib, kompleks va integrativ metodologik yondashuv asosida amalga oshiriladi. Tahlillarda sotsiologik, kommunikatsion, psixologik hamda axborot-texnologik yondashuvlar uyg'unlashtiriladi.

Nazariy asos sifatida jamoatchilik fikrining klassik va zamonaviy konsepsiyalari, jumladan, Walter Lippmann stereotiplar nazariyasi, Jurgen Habermasning ommaviy maydon konsepsiyasi, agenda-setting modeli hamda raqamli jamiyat nazariyalari qabul qilinadi. Tadqiqot aralash dizayn asosida quriladi, ya'ni sifat (qualitative) va miqdoriy (quantitative) metodlar birgalikda qo'llaniladi.

<sup>1</sup> Lippmann, Walter. Public Opinion, W. Lippmann. – New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. – 427 p.

<sup>2</sup> Habermas, Jo'rgen. The Structural Transformation of the Public Sphere / J. Habermas. – Cambridge, MA: MIT Press, 1989. – 301 p.

<sup>3</sup> Ommaviy axborot vositalari

<sup>4</sup> McCombs, Maxwell., Shaw, Donald. The agenda-setting function of mass media // Public Opinion Quarterly. – 1972. – Vol. 36. – No. 2. – P. 176–187.

<sup>5</sup> Noelle-Neumann, Elisabeth. The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin / E. Noelle-Neumann. – Chicago: University of Chicago Press, 1993. – 256 p.

<sup>6</sup> Castells, Manuel. Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age / M. Castells. – Cambridge: Polity Press, 2012. – 200 p.

**Maqsad:** Internet muhitida jamoatchilik fikrini shakllantiruvchi asosiy mexanizmlarni aniqlash va ularning ishlash xususiyatlarini empirik jihatdan tahlil qilish. **Vazifalar:** Internet platformalarida axborot tarqalish jarayonini o'rganish;

Algoritmik filtrlar va trend tizimining ta'sirini aniqlash;

Inflyuenserlar va opinion liderlarning rolini baholash;

Botlar va sun'iy akkauntlar ta'sirini tahlil qilish;

Foydalanuvchilarning axborot qabul qilish xulq-atvorini aniqlash.

**Keyingi metodimiz kontent tahlili**

**Maqsadi:** Internetdagi muayyan mavzu bo'yicha postlar, izohlar va trendlarning mazmunini tizimli o'rganish. Telegram kanallari, Instagram sahifalari, YouTube videolari izohlari kamida 200–300 ta post va 1000 ga yaqin izoh tahlil qilinadi. Tahlil mezonlari:

Kontentning emotsional ohangi (pozitiv, negativ, neytral) Like, repost va izohlar soni, Framing elementlari (sarlavha, vizual, metafora) natijada qaysi turdagi axborot tezroq ommalashishi va fikr shakllanishiga ko'proq ta'sir ko'rsatishi aniqlanadi. Aralash metodologiya qo'llanilishi natijalarning chuqurligi va ishonchliligini oshiradi hamda nazariy xulosalarni empirik ma'lumotlar bilan mustahkamlash imkonini beradi.

**Muhokama va natijalar:** Mazkur maqola doirasida o'tkazilgan kontent tahlili, natijalari internet muhitida jamoatchilik fikrining shakllanishi murakkab va ko'p omilli jarayon ekanligini tasdiqlaydi. Kontent tahlili natijalari: Ijtimoiy tarmoqlarda tanlab olingan postlar tahlili quyidagilarni ko'rsatdi: Emotsional (ayniqsa salbiy yoki sensatsion) ohangdagi postlar neytral axborotlarga nisbatan 1 yoki 2 barobar ko'proq tarqalgan. Vizual material (rasm, video) bilan berilgan xabarlar oddiy matnga qaraganda yuqori ko'rsatkichiga ega. Sarlavhasi keskin yoki bahsli bo'lgan postlar ko'proq izoh va repost yig'gan. Bu natijalar axborotni ramkalash mexanizmi jamoatchilik fikriga sezilarli ta'sir ko'rsatishini ko'rsatadi. Nazariy model bilan moslik: Olingan natijalar klassik nazariyalar bilan mos tushadi. Jumladan: Agenda-setting modeli internet trend tizimi orqali tasdiqlandi. "Sukut spirali" nazariyasiga ko'ra, ko'pchilik fikriga zid pozitsiya kamroq ifodalangan. "Ommaviy maydon" konsepsiyasi raqamli platformalarda mavjud bo'lsa-da, algoritmik cheklovlar sababli u to'liq erkin emas. Jurgen Habermas ta'riflagan ochiq muloqot maydoni internetda mavjud, ammo algoritmik filtrlar uni segmentlarga bo'lib yuboradi. Algoritmik boshqaruvning roli tahlil natijalari internetda jamoatchilik fikrining shakllanishi spontan emasligini ko'rsatdi. Platforma algoritmlari: qaysi xabar ko'proq ko'rinishini, qaysi mavzu trendga aylanishini, qaysi akkaunt ko'proq auditoriyaga chiqishini belgilab beradi. Bu esa Eli Pariser tomonidan ilgari surilgan "filter bubble" konsepsiyasini tasdiqlaydi.<sup>7</sup>

Ushbu maqola muhokamasi jarayonida aniqlandiki, Emotsional xabarlar ratsional xabarlariga nisbatan tezroq tarqaladi. Salbiy axborot ijobiy axborotga qaraganda ko'proq e'tibor tortadi. Qo'rquv, g'azab yoki hayrat uyg'otuvchi postlar tez verus bo'lib tarqaladi. Bu psixologik mexanizmlar internetdagi fikr shakllanishining asosiy harakatlantiruvchi kuchi hisoblanadi.

Manipulyatsiya va dezinformatsiya xavfi natijalar shuni ko'rsatdiki: Sun'iy akkauntlar jamoatchilik fikrining ko'pchilik tomonidan qo'llab - quvvatlanayotgani illuziyasini yaratishi mumkin. Mikro-targeting mexanizmlari individual auditoriyaga yo'naltirilgan ta'sir ko'rsatadi.

Dezinformatsiya tez tarqaladi, rad etish esa sekinroq kechadi. Bu holat axborot xavfsizligi va media savodxonlikni kuchaytirish zarurligini ko'rsatadi.

<sup>7</sup> Pariser, Eli. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You , E. Pariser. – New York: Penguin Press, 2011. – 294 p.

Yurtimizda internet foydalanuvchilari sonining ortishi jamoatchilik fikrining asosiy shakllanish maydonini raqamli platformalarga ko'chirmoqda. Bu jarayon fuqarolar faolligini oshiradi, ijtimoiy muammolarni tezkor muhokama qilish imkonini beradi, shu bilan birga, noto'g'ri axborot tarqalish xavfini ham kuchaytiradi. Muhokama natijalari shuni ko'rsatdiki, internet tarmog'ida jamoatchilik fikrini shakllantirish mexanizmlari quyidagi asosiy omillarga tayangan holda ishlaydi: Algoritmik saralash va tavsiyalar ramkalar va emotsional ta'sir trend va agenda-setting, inflyuenser va opinion liderlar, botlar va sun'iy faollik, foydalanuvchilarning psixologik xususiyatlari, shunday qilib internet muhitida jamoatchilik fikri nafaqat erkin muloqot natijasi, balki murakkab kommunikatsion va texnologik tizim mahsuli sifatida namoyon bo'lmoqda.

**Xulosa.** Yuqoridagi keltirib o'tilgan fikrlardan quyidagi xulosani keltirish mumkin, internet tarmog'ida jamoatchilik fikrini shakllantirish mexanizmlarini kompleks tarzda o'rganilib kelinmoqda. Nazariy va empirik tahlillar asosida shuni aytish mumkinki, zamonaviy raqamli muhitda jamoatchilik fikri shakllanishi an'anaviy kommunikatsiya modelidan tubdan farq qiladi.

Internet nafaqat axborotni uzatish vositasi, balki ijtimoiy ongni shakllantiruvchi mustaqil kommunikatsion makon sifatida namoyon bo'lmoqda. Tahlilning nazariy asoslari klassik jamoatchilik fikri konsepsiyalariga tayanadi. Jumladan, Walter Lippmann tomonidan ilgari surilgan stereotiplar nazariyasi internet muhitida ham o'z dolzarbligini saqlab qolmoqda.

Insonlar ko'pincha real voqelikni emas, balki media orqali shakllangan tasavvurni qabul qiladi. Internet bu tasavvurni shakllantirish jarayonini tezlashtiradi va kengaytiradi. Axborot oqimining haddan tashqari ko'pligi sharoitida foydalanuvchi tanlab qabul qilish mexanizmidan foydalanadi, bu esa noto'g'ri fikrni tasdiqlash va axborot pufagi hodisasini kuchaytiradi.

Mamlakatimiz sharoitida internet foydalanuvchilari sonining ortishi jamoatchilik fikrining asosiy shakllanish maydonini raqamli platformalarga ko'chirmoqda. Bu esa media savodxonlikni rivojlantirish, axborot madaniyatini oshirish va raqamli xavfsizlikni ta'minlash zaruratini kuchaytiradi. Fuqarolarning tanqidiy fikrlash ko'nikmalarini rivojlantirish internet muhitida barqaror va sog'lom jamoatchilik fikrini shakllantirishning muhim sharti hisoblanadi.

Umuman olganda, internet tarmog'ida jamoatchilik fikrini shakllantirish mexanizmlari texnologik, psixologik va ijtimoiy omillar kesishmasida yuzaga keladi. Raqamli platformalar demokratik muloqot imkoniyatini kengaytiradi, biroq ular orqali axborotni boshqarish va manipulyatsiya qilish ehtimoli ham mavjud. Shu sababli, zamonaviy jamiyatda internetdagi jamoatchilik fikrini o'rganish faqat kommunikatsion masala emas, balki ijtimoiy barqarorlik va axborot xavfsizligi masalasi hamdir. Umumiy maqola tahlillaridan kelib chiqib ushbu takliflarni berish mumkin:

1. Algoritmik ta'sirni chuqur o'rganish, ijtimoiy tarmoqlarda kontent tarqatilishi algoritmlar orqali boshqariladi. Shu sababli: Algoritmlarning jamoatchilik fikriga ta'sirini empirik tadqiqotlar asosida o'rganish; "Axborot pufagi" effektini aniqlash; Kontent reytingi va tavsiya tizimlarining shaffofligini ilmiy baholash zarur.

2. Media savodxonlikni oshirish: Internet foydalanuvchilarining tanqidiy fikrlash darajasi jamoatchilik fikrining sifatini belgilaydi. Shu bois: Oliy ta'lim muassasalarida "Media savodxonlik" fanini rivojlantirish;

Yoshlar orasida faktcheking madaniyatini rivojlantirish;

Soxta axborotni aniqlash ko'nikmalarini shakllantirish;

Milliy mentalitetning onlayn fikrga ta'siri;

Yoshlar auditoriyasining ijtimoiy-siyosiy faolligi;

Telegram kanallarining jamoatchilik fikridagi o'zni bo'yicha maxsus tadqiqotlar olib borish zarur.

3. Raqamli etikani shakllantirish: Internet foydalanuvchilari o'rtasida,

Mas'uliyatli fikr bildirish madaniyati;

Onlayn muloqot etikasi;

Ijtimoiy javobgarlik tushunchasini keng targ'ib qilish lozim.

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati**

1. Habermas, Jo'rgen. The Structural Transformation of the Public Sphere / J. Habermas. – Cambridge, MA: MIT Press, 1989. – 301 p.
2. Castells, Manuel. The Rise of the Network Society / M. Castells. – Oxford: Wiley-Blackwell, 2010. – 597 p.
3. Lippmann, Walter. Public Opinion / W. Lippmann. – New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. – 427 p.
4. McCombs, Maxwell., Shaw, Donald. The agenda-setting function of mass media // Public Opinion Quarterly. – 1972. – Vol. 36. – No. 2. – P. 176–187.
5. Noelle-Neumann, Elisabeth. The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin / E. Noelle-Neumann. – Chicago: University of Chicago Press, 1993. – 256 p.
6. Sunstein, Cass R.. Republic.com / C. R. Sunstein. – Princeton: Princeton University Press, 2001. – 224 p.
7. Castells, Manuel. Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age / M. Castells. – Cambridge: Polity Press, 2012. – 200 p.
8. Pariser, Eli. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You / E. Pariser. – New York: Penguin Press, 2011. – 294 p.
9. Bauman, Zygmunt. Liquid Modernity / Z. Bauman. – Cambridge: Polity Press, 2000. – 240 p.
10. Putnam, Robert D.. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community / R. D. Putnam. – New York: Simon & Schuster, 2000. – 541 p.