

JAMOATCHILIK FIKRINING SHAKLLANUV MAYDONIDA IJTIMOIIY TARMOQLARNING O'RNI

Abdujalilova Gulzira Ravshan qizi

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti

magistranti

abdujalilova.99@icloud.com

+99899-436-49-19

Annotatsiya: Maqolada internet va ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi roli tahlil qilingan. Unda Web 2.0 texnologiyalari, internet foydalanuvchilarining faolligi, axborot olish va almashish jarayonlaridagi o'zgarishlar yoritilgan. Shuningdek, O'zbekistonda internet jurnalistikasi va blogerlik faoliyatining hozirgi holati va jamoatchilik ongiga ko'rsatayotgan ta'siri misollar asosida ko'rsatib berilgan.

Kalit so'zlar: ijtimoiy tarmoqlar, internet, Web 2.0, jamoatchilik fikri, blogerlik, internet jurnalistikasi, Milliy Media

Аннотация: В статье рассматривается роль интернета и социальных сетей в формировании общественного мнения. Особое внимание уделяется технологиям Web 2.0, активности пользователей, а также изменениям в процессах получения и обмена информацией. Также проанализировано развитие интернет-журналистики и блогосферы в Узбекистане и их влияние на общественное сознание.

Ключевые слова: социальные сети, интернет, Web 2.0, общественное мнение, блогинг, интернет-журналистика, Масс Медиа

Abstract: This article analyzes the role of the Internet and social media in shaping public opinion. It focuses on Web 2.0 technologies, user activity, and the transformation of information access and sharing processes. The development of internet journalism and blogging in Uzbekistan and their impact on public consciousness are also discussed through real examples.

Keywords: social networks, internet, Web 2.0, public opinion, blogging, internet journalism, Mass Media

Ma'lumki, har qanday jamiyatda oshkoralik va ochiqlikni ta'minlash masalasi jamoatchilik fikrini o'rganish va uni shakllantirish bilan bog'liqdir. Jamiyat a'zolarining jamiyatdagi o'zgarishlarga nisbatan siyosiy faol bo'lishi uchun hokimiyat, eng avvalo, axborotga, fikrlar xilma xilligi va bahs-munozaralarga ochiq bo'lishi kerak. Ommaviy axborot vositalari esa hokimiyat va jamiyat o'rtasidagi axborot almashinuvi jarayonida yetakchi hisoblanadi. Inson axborot oqimi ichra yashar ekan, turli-tuman voqea, hodisalar va jarayonlarning bir-biriga aloqadorligini, o'zaro munosabati mohiyatini tahlil etadi,

mushohada va mulohaza qilib²² ko'radi. Bunday axborotlashgan jamiyatlarda insonning axborot olish, qabul qilish va qayta ishlov berish bilan bog'liq jarayonlarga taqiq yoki chegara qo'yilmaydi.

Yangi texnologiyalarning paydo bo'lishi va tobora rivojlanishi insoniyatning axborot almashinuvi jarayoniga ham ta'sir ko'rsatdi. Yangi ommaviy axborot vositalari orasida hayotimizning ajralmas qismiga aylangan internet axborot almashinuv platformasi sifatida butun dunyoda ommalashib ulgurdi. We are social hisobotiga ko'ra²³, 2024-yilda dunyo bo'yicha internet foydalanuvchilarining soni sal kam 5,5 milliard bo'lib, bu esa dunyo aholisining qariyb **66,2%** ini tashkil qiladi. Internet yordamida odamlar ko'plab sohalardagi ma'lumotlarni oson, arzon, tez va xavfsiz shaklda olish imkoniyatiga ega bo'ldi.

1999-yilda Darcy DiNucci o'zining **Print Magazine**²⁴ jurnalida chop etilgan **"Fragmented Future"**²⁵ nomli maqolasida ilk bor "Web 2.0" atamasini ishlatgan. 2000-yilga kelib esa, web 2.0²⁶. davrining paydo bo'lishi bilan foydalanuvchilararo ikki tomonlama muloqot o'rnatish jarayoni yuzaga keldi. Web 2.0 davrida internet foydalanuvchilari nafaqat axborotni iste'mol qiluvchilar, balki uning yaratuvchilari ham bo'ldilar. Bu esa ikki tomonlama muloqotni rivojlantirdi. Masalan, bloglar, forumlar, ijtimoiy tarmoqlar va viki-saytlar orqali foydalanuvchilar o'z fikrlarini bildirish, muhokama qilish va hamkorlikda kontent yaratish imkoniyatiga ega bo'ldilar. Shu sababdan ham bu davr "ijtimoiy tarmoqlar davri" sifatida ham ta'riflanadi. Chunki foydalanuvchilar nafaqat veb-saytlarni o'qishlari, balki boshqa foydalanuvchilar bilan muloqot qilishlari va ijtimoiy aloqada bo'lishlari mumkin edi. Bu davrda ma'lumotlarga kirish, ma'lumotni tartibga solish va ma'lumot almashish kabi xususiyat va funksiyalarga ega bo'lgan veb-log (blog) saytlari, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram va Wikipedia kabi veb-saytlar va ilovalarga ustuvorlik berildi²⁷. Internet foydalanuvchilari interfaol vositalar yordamida video, audio, matn va vizual kontentlarni osongina almashish imkoniga ega bo'ldi. Natijada ijtimoiy tarmoqlar auditoriyaning o'z fikrini erkin ayta oladigan demokratiya maydoniga aylandi. Bu esa, axborot oluvchini endilikda an'anaviy axborot vositalaridan ko'ra, yangi media, xususan ijtimoiy mediani afzal ko'rishiga olib kelmoqda. Chunki ijtimoiy tarmoqlar yordamida insonlar nafaqat kundalik voqea-hodisalardan balki o'z fikr va mulohazalarini ifoda etish imkoniyatiga ega. Bu esa o'z navbatida jamoatchilik fikrini shakllantirish jarayonini tezlashtirishi mumkin.

Bundan 19 yil avval asos solingan, video almashish platformasi sifatida qaralayotgan You Tube ham 2024-yil fevral holatiga ko'ra 2,7 milliard foydalanuvchini o'zida mujassam etgan. Internet foydalanuvchilarining 52 foizi kamida oyda bir marta bu platformaga kiradi. Kuniga jami 720 ming soatli video yuklanadi. You Tubedagi barcha foydalanuvchilar

²²Taniqulov A. Jamoatchilik fikrini shakllantirishda media axborot tizimining funksional integratsiyalashuvi. // Volume 3 . SB TSAU Conference . 2022, 852-bet

²³ We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. Retrieved from <https://wearesocial.com>

²⁴ <https://www.comentariodetexto.com/el-articulo-fantasma-de-1999-darcy-dinucci>

²⁵ <https://www.proquest.com/docview/231011953>

²⁶ <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/web-2-0>

²⁷ Badgers H. WEB 1.0'dan WEB 4.0'a Internetin Evrimi. // <https://nttdata-solutions.com/tr/blog/web-bir-sifirdanweb-dort-sifira-internetin-evrimi/>

tomonidan ko'rilgan videolarning umumiy miqdori kuniga 1 milliard soatdan ko'proqqa to'g'ri keladi²⁸. Bu omillar sabab jamoatchilik fikri asta sekin shakllana boshladi. Yuqorida aytib o'tganimizdek, Web 2.0 davri ya'ni ijtimoiy tarmoqlar davri kirib kelishi bilan, jamoatchilik fikrining shakllanishi yanada jadallashib ketdi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, mamlakatimizda qabul qilingan "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi qonun²⁹ga muvofiq veb-saytlar elektron ommaviy axborot vositalariga tegishli bo'lib ro'yxatdan o'tishga haqlidir. Shu bilan birga ijtimoiy tarmoqlarda o'z sahifalarini yuritishi va uni jamoatchilik fikrini shakllantirishda xizmat qiladigan axborotlar bilan doimiy ta'minlab turishi kerak. Bu qoida o'zlarini ommaviy axborot vositasi sifatida ko'rsatadigan saytlar faoliyatini me'yorlashtirishga imkon beradi. Bu jarayonlar natijasida esa ijtimoiy tarmoqlar insonlarning fikr almashish, axborot olish va tarqatishdagi asosiy vositasiga aylanib bormoqda. Internet va Web 2.0 texnologiyalarining rivojlanishi natijasida har bir foydalanuvchi nafaqat axborot iste'molchisi, balki uning bevosita yaratuvchisiga ham aylandi. Bu holat jamoatchilik fikrining shakllanishida yangi bosqichni boshlab berdi. Bloglar, forumlar, ijtimoiy tarmoqlar va video platformalar orqali foydalanuvchilar fikr bildirish, bahs-munozaralarda ishtirok etish, shuningdek, axborotni tez va keng auditoriyaga yetkazish imkoniga ega bo'ldi. Shu bilan birga, bunday platformalar faoliyatini me'yorlashtirish, axborot xavfsizligini ta'minlash, feyk yangiliklar tarqalishining oldini olish ham dolzarb masalalardan biri bo'lib qolmoqda. O'z navbatida, ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikriga ta'siri jamiyatdagi axborot siyosatini belgilashda ham muhim vositaga aylangan.

O'zbekiston sharoitida ham internet jurnalistikasi va ijtimoiy media taraqqiyotining jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi o'rnini tobora ortib borayotgani milliy axborot makonini mustahkamlashda dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Ayni paytda onlayn nashrlarning jurnalistlari, erkin jurnalistlar hamda bloggerlar ham birinchilardan bo'lib mamlakatda sodir bo'layotgan voqea-hodisalarni yoritishmoqda va jamoatchilik fikri shakllanishida o'z hissasini qo'shishmoqda. Shunday ekan, bugungi kunda ularning auditoriyasi kun sayin kengayib bormoqda. Bu ham O'zbekistonda internet jurnalistikasining rivojiga hamda jamoatchilik fikrining shakllanishiga yorqin misoldir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Taniqulov A. Jamoatchilik fikrini shakllantirishda media axborot tizimining funksional integratsiyalashuvi. // Volume 3 . SB TSAU Conference . 2022, 852-bet
2. We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. Retrieved from <https://wearesocial.com>
3. <https://www.comentariodetexto.com/el-articulo-fantasma-de-1999-darcy-dinucci>

²⁸<https://www.trthaber.com/haber/bilim-teknoloji/youtube-27-milyar-kullaniciya-ulasti-837448.html>

²⁹<https://lex.uz/docs/-1106870>

4. <https://www.proquest.com/docview/231011953>
5. <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/web-2-0>
6. Badgers H. WEB 1.0'dan WEB 4.0'a InternetinEvrimi. // <https://nttdatasolutions.com/tr/blog/web-bir-sifirdanweb-dort-sifira-internetin-evrimi/>
7. <https://www.trthaber.com/haber/bilim-teknoloji/youtube-27-milyar-kullaniciya-ulasti-837448.html>
8. <https://lex.uz/docs/-1106870>