OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING YOSHLAR MA’NAVIYATI VA MADANIYATI RIVOJLANISHIDAGI O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Nurmuxamedova Sevara Badriddinovna
Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy universiteti
mustaqil izlanuvchisi

Annotatsiya. Mazkur maqolada ommaviy axborot vositalarining yoshlar ma’naviyati va madaniyati rivojlanishiga ta’sirining o‘ziga xos xususiyatlari tahlil qilinadi. OAVning yoshlar dunyoqarashi, qadriyatlari, axloqiy qarashlari, madaniy didi va fuqarolik pozitsiyasi shakllanishidagi roli ommaviy kommunikatsiya, kultivatsiya, kun tartibini belgilash, freyming, ijtimoiy o‘rganish, foydalanish va qoniqish hamda ishtirok madaniyati kabi nazariy yondashuvlar asosida ko‘rib chiqiladi. Tadqiqotda OAV ta’sirining bevosita va bir yo‘nalishli emasligi, uning mazmun, kommunikativ kanal, algoritmik saralash, auditoriya, ijtimoiy muhit va qayta aloqa o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlar natijasida shakllanishi asoslanadi. Raqamli media muhitida algoritmik tavsiyalar, tezkorlik, virusli tarqalish, interaktivlik va foydalanuvchi kontentining kengayishi yoshlarning axborot tajribasiga yangi imkoniyatlar bilan bir qatorda dezinformatsiya, kiberzo‘ravonlik, shaxsiy ma’lumotlarning tarqalishi va axborotning parchalanishi kabi xavflarni ham yuzaga keltirishi aniqlanadi. Tadqiqot natijalari OAVning yoshlar ma’naviyati va madaniyatiga ijobiy ta’sirini kuchaytirishda media savodxonlik, axborot xavfsizligi, professional jurnalistika, milliy va umuminsoniy qadriyatlar uyg‘unligi hamda yoshlarning mazmunli media ishtirokini rivojlantirish muhimligini ko‘rsatadi.

Kalit so‘zlar: ommaviy axborot vositalari, yoshlar, ma’naviyat, madaniyat, media savodxonlik, raqamli media, media ta’siri, axborot xavfsizligi, algoritmik saralash, fuqarolik faolligi.

Abstract. This article analyzes the specific characteristics of the influence of mass media on the spiritual and cultural development of young people. The role of mass media in shaping young people's worldview, values, moral attitudes, cultural preferences and civic position is examined through the theoretical approaches of mass communication, cultivation theory, agenda-setting, framing, social learning, uses and gratifications, and participatory culture. The study demonstrates that media influence is neither direct nor unidirectional; rather, it emerges from the interaction of content, communication channels, algorithmic selection, audience characteristics, social environment and feedback. In the digital media environment, algorithmic recommendations, immediacy, viral dissemination, interactivity and user-generated

DOI: 10.5281/zenodo.24240638

content create new opportunities for young people while also generating risks such as disinformation, cyberbullying, privacy violations and fragmented information environments. The findings emphasize the importance of media literacy, information security, professional journalism, the integration of national and universal values, and meaningful youth participation in media for strengthening the positive impact of mass media on the spiritual and cultural development of young people.

Keywords: mass media, youth, spirituality, culture, media literacy, digital media, media influence, information security, algorithmic selection, civic engagement.

Аннотация. В статье анализируются особенности влияния средств массовой информации на духовное и культурное развитие молодежи. Роль СМИ в формировании мировоззрения, ценностей, нравственных установок, культурных предпочтений и гражданской позиции молодежи рассматривается на основе теорий массовой коммуникации, культивации, установления повестки дня, фрейминга, социального научения, использования и удовлетворения потребностей, а также культуры участия. Обосновывается, что воздействие СМИ не является прямым и однонаправленным процессом, а формируется в результате взаимодействия содержания, коммуникационного канала, алгоритмического отбора, особенностей аудитории, социальной среды и обратной связи. В условиях цифровой медиасреды алгоритмические рекомендации, оперативность, вирусное распространение, интерактивность и пользовательский контент создают новые возможности для молодежи, одновременно порождая риски дезинформации, кибербуллинга, нарушения конфиденциальности и фрагментации информационного пространства. Результаты исследования показывают необходимость развития медиаграмотности, информационной безопасности, профессиональной журналистики, гармоничного сочетания национальных и общечеловеческих ценностей и содержательного участия молодежи в медиапространстве.

Ключевые слова: средства массовой информации, молодежь, духовность, культура, медиаграмотность, цифровые медиа, влияние СМИ, информационная безопасность, алгоритмический отбор, гражданская активность.

Kirish (Introduction). Bugungi axborot makonida ommaviy axborot vositalari yoshlarning dunyoqarashi, ma'naviy qadriyatlari va madaniy qarashlarini shakllantiruvchi muhim ijtimoiy-madaniy muhitga aylandi. OAV ta'sirini faqat alohida xabar yoki ko'rsatuvning qisqa muddatli natijasi bilan izohlash yetarli emas.

Yosh inson voqelikni anglash, hodisalarga baho berish, muhim va ikkinchi darajali masalalarni farqlash, o‘zini boshqalar bilan qiyoslash hamda kelajak haqidagi tasavvurlarini shakllantirish jarayonida media mazmuni bilan muntazam munosabatga kirishadi. MakKueyl ommaviy kommunikatsiyani jamiyat, media instituti, mazmun va auditoriya o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlar tizimi sifatida talqin qiladi. Shu nuqtayi nazardan OAV ta’siri bir yo‘nalishli kommunikatsiya emas, balki bir necha bosqichdan tashkil topadigan murakkab jarayondir.[1]

OAVning yoshlar ma’naviyati va madaniyatiga ta’sirini institutsional, kommunikativ va auditoriyaga oid uch darajada ko‘rib chiqish mumkin. Institutsional darajada tahririyat siyosati, professional me’yorlar va jamoat oldidagi mas’uliyat muhim bo‘lsa, kommunikativ darajada tezkorlik, takroriylik, ommaviylik, multimedialilik va hissiy ta’sir ustunlik qiladi. Auditoriyaga oid darajada esa yoshlarning axborotni tanlashi, talqin qilishi, muhokama qilishi va qayta tarqatishi muhim ahamiyat kasb etadi. Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi mazkur jarayonni yanada murakkablashtirdi. An’anaviy OAV bilan bir qatorda ijtimoiy tarmoqlar, bloglar, podkastlar, videoplatformalar va foydalanuvchi tomonidan yaratiladigan kontentlar yoshlar media tajribasining muhim qismini tashkil etmoqda. Bunda algoritmik tavsiyalar va shaxsiylashtirilgan axborot oqimlari yosh foydalanuvchining nimalarni ko‘rishi va qaysi mavzularga e’tibor qaratishini belgilashda muhim rol o‘ynaydi.

Tadqiqotning maqsadi – OAVning yoshlar ma’naviyati va madaniyati rivojlanishiga ta’sirining o‘ziga xos xususiyatlarini tizimli ravishda aniqlash hamda ushbu ta’sirning ijobiy yo‘nalishini ta’minlovchi asosiy omillarni belgilash.

Tadqiqotning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- OAV ta’sirining nazariy asoslarini tahlil qilish;
- OAVning yoshlar ma’naviyati va madaniyatiga ta’sir mexanizmlarini aniqlash;
- raqamli media muhitining yangi xususiyatlarini o‘rganish;
- media savodxonlikning yoshlar uchun ahamiyatini asoslash;
- OAVning ijobiy ta’sirini kuchaytirishga xizmat qiluvchi mezonlarni ishlab chiqish.

Material va metodlar (methods)

Tadqiqot nazariy-tahliliy xarakterga ega bo‘lib, unda OAV va yoshlar ma’naviy-madaniy rivoji o‘rtasidagi munosabatni tushuntiruvchi ilmiy yondashuvlar tizimlashtirildi.

Tadqiqotda **tizimli tahlil**, **qiyosiy tahlil**, **kontent tahlili**, **nazariy umumlashtirish** va **ilmiy manbalarni sharhlash** metodlaridan foydalanildi.

Nazariy asos sifatida ommaviy kommunikatsiya nazariyasi, kultivatsiya yondashuvi, agenda-setting, freyming, ijtimoiy o‘rganish, foydalanish va qoniqish hamda ishtirok madaniyati konsepsiyalaridan foydalanildi. Ushbu nazariyalar OAV ta’sirini turli nuqtayi nazardan tushuntirish imkonini beradi.

Tadqiqot materiallarini Denis MakKueyl, Jorj Gerbner, Maksvell MakKombs va Donald Shou, Robert Entman, Albert Bandura, Elihu Kats va hamkorlari, Sonia Livingstone, danah boyd, Genri Jenkins va boshqa olimlarning ilmiy ishlari tashkil etdi. Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasining OAV, yoshlar siyosati va axborot xavfsizligiga oid qonunchilik hujjatlari ham tahlil qilindi.

Tadqiqotning konseptual modeli **“mazmun – kanal – algoritm – auditoriya – kontekst – qayta aloqa”** zanjiri asosida shakllantirildi. Mazkur model OAV ta’sirini faqat media mazmuni bilan cheklab qo‘ymasdan, uni shakllantiruvchi boshqa omillarni ham birgalikda ko‘rib chiqish imkonini beradi.

Natijalar (results). Tadqiqot natijasida OAVning yoshlar ma’naviyati va madaniyatiga ta’sirini belgilovchi bir qator muhim xususiyatlar aniqlandi.

Birinchidan, ommaviylik OAVning asosiy xususiyatlaridan biridir. Ommaviy axborot muayyan shaxs yoki voqeani keng jamoatchilik e’tiboriga olib chiqib, unga ramziy ahamiyat beradi. Yoshlarning ilmiy yutug‘i, ijtimoiy tashabbusi yoki volontyorlik faoliyatining ommaviy yoritilishi boshqa yoshlar uchun ijtimoiy namuna bo‘lishi mumkin. Aksincha, zo‘ravonlik, mas’uliyatsizlik yoki haddan tashqari iste’molchilikning muntazam namoyish etilishi noto‘g‘ri ijtimoiy tasavvurlarni kuchaytirishi mumkin.

Ikkinchidan, takroriylik va davriylik ma’naviy qadriyatlarning shakllanishida muhim rol o‘ynaydi. Bir xil obraz, xulq modeli yoki bahoning muntazam takrorlanishi uni yosh auditoriya uchun odatiy va tabiiy hodisa sifatida ko‘rsatishi mumkin. Gerbnerning kultivatsiya nazariyasi uzoq muddatli media iste’molining voqelik haqidagi umumiy tasavvurlarga ta’sirini tushuntiradi.[2]

Uchinchidan, OAV kun tartibini shakllantirish orqali yoshlarning nimani muhim deb hisoblashiga ta’sir ko‘rsatadi. Ta’lim, ekologiya, kasb, ilm-fan, madaniy meros va fuqarolik masalalarining muntazam yoritilishi ushbu mavzularni yoshlarning shaxsiy kun tartibiga olib kirishi mumkin.[3]

To‘rtinchidan, freyming hodisaning qanday talqin qilinishini belgilaydi. Masalan, internetdan foydalanish faqat intizomsizlik sifatida tasvirlansa, nazorat masalasi ustuvor bo‘ladi. Agar u ta’lim, ijod va muloqot imkoniyati sifatida yoritilsa, media savodxonlik va mazmunli foydalanish masalalari oldinga chiqadi.[4]

Beshinchidan, ijtimoiy o‘rganish mexanizmi yoshlarning media qahramonlaridan xulq namunalarini o‘zlashtirishida namoyon bo‘ladi. Mehnat, bilim va hamkorlik orqali muvaffaqiyatga erishayotgan qahramonlar ijobiy xulq

modelini shakllantirishi mumkin. Aksincha, tajovuzkorlik, aldov yoki faqat tashqi ko‘rinish orqali mashhurlikka erishishning namoyishi salbiy xulq modellarini kuchaytirishi ehtimoli mavjud.[5]

Oltinchidan, raqamli OAVning interaktivlik va ishtirok xususiyati yoshlarni oddiy axborot iste’molchisidan kontent yaratuvchiga aylantirmoqda. Blog, podkast, videolavha, fotoesse va boshqa media loyihalar yoshlarning ijodkorligi va fuqarolik faolligini rivojlantirish imkonini beradi. Biroq bunda mualliflik huquqi, manba ko‘rsatish, shaxsiy ma’lumotlarni himoya qilish va axborot uchun javobgarlik masalalari ham dolzarb bo‘ladi.

Yettinchidan, algoritmik saralash yoshlarning media tajribasini sezilarli darajada o‘zgartirmoqda. Platformalar foydalanuvchining avvalgi ko‘rishlari, qidiruvlari va reaksiyalariga asoslanib keyingi kontentni tavsiya qiladi. Bu shaxsiy ehtiyojga mos axborot olishni osonlashtirsa-da, faqat bir xil qarashlarni takrorlaydigan axborot muhitining shakllanishiga olib kelishi mumkin.

Sakkizinchidan, tezkorlik va virusli tarqalish ijobiy va salbiy natijalarga ega. Foydali axborot, xayriya tashabbusi yoki ijtimoiy ogohlantirish qisqa vaqt ichida katta auditoriyaga yetishi mumkin. Shu bilan birga, tekshirilmagan axborot, hissiy sarlavha yoki manipulyativ video ham xuddi shunday tez tarqaladi. Shuning uchun yoshlarning “avval ulashish, keyin tekshirish” odatidan “avval tekshirish, keyin ulashish” tamoyiliga o‘tishi muhimdir.

To‘qqizinchidan, OAVning ma’rifiy va madaniy xotira yaratish funksiyasi yoshlar rivojida katta ahamiyatga ega. Tarixiy shaxslar, milliy an’analar, hunarmandchilik, musiqa, mahalliy tarix va og‘zaki ijod media orqali yangi avlodga yetkaziladi. Milliy meros zamonaviy hayot bilan bog‘lab talqin qilinganida u yoshlar uchun faol ma’naviy resursga aylanadi.

O‘ninchidan, media savodxonlik OAVning ijobiy va salbiy ta’sirlari o‘rtasidagi muhim vositachi omil sifatida namoyon bo‘ladi. Yoshlar axborot manbasini aniqlash, turli manbalarni qiyoslash, tasvir kontekstini tekshirish, reklama va xolis axborotni farqlash hamda dalillarga asoslangan xulosa chiqarish ko‘nikmalariga ega bo‘lishi zarur.

Muhokama (discussion). Olingan natijalar OAVning yoshlar ma’naviyati va madaniyatiga ta’sirini faqat “ijobiy” yoki “salbiy” hodisa sifatida baholash yetarli emasligini ko‘rsatadi. Bir xil texnologiya ilmiy bilimlarni tarqatish, ijodkorlikni rivojlantirish va fuqarolik faolligini oshirish bilan birga dezinformatsiya, kiberzo‘ravonlik va manipulyatsiyani ham kuchaytirishi mumkin. Shu sababli media ta’sirini baholashda kontentning o‘zi bilan bir qatorda uning ishlab chiqarilish maqsadi, tarqatish mexanizmi, auditoriyaning media savodxonligi va ijtimoiy kontekstni ham hisobga olish zarur.

Yoshlarning media tajribasi bir xil emas. Yosh, ta’lim, hudud, til, oilaviy muhit, tengdoshlar guruhi va shaxsiy tajriba media mazmunini qabul qilish va talqin qilish jarayoniga ta’sir qiladi. Demak, “yoshlar”ni yagona va bir xil auditoriya sifatida ko‘rish ilmiy jihatdan cheklangan yondashuvdir.

Raqamli muhitda esa auditoriyaning faol roli yanada kuchaydi. Yosh foydalanuvchi kontentni shunchaki qabul qilmaydi, balki uni baholaydi, izohlaydi, ulashadi, qayta ishlab chiqadi yoki yangi kontent yaratadi. Shu sababli media madaniyatni shakllantirish faqat jurnalist yoki tahririyat zimmasidagi vazifa emas. Ta’lim muassasalari, oila, media tashkilotlari va yoshlarning o‘zaro hamkorligi zarur.

O‘zbekiston sharoitida OAVning yoshlar ma’naviyati va madaniyatiga ta’sirini kuchaytirish uchun milliy qadriyatlarni zamonaviy media formatlari bilan uyg‘unlashtirish muhim. Tarixiy merosni faqat bayramona shaklda emas, balki zamonaviy ta’lim, kasbiy rivojlanish, fuqarolik mas’uliyati, ekologik madaniyat va ijod bilan bog‘lash yosh auditoriya uchun uning amaliy ahamiyatini oshiradi.

Tadqiqot natijalariga ko‘ra, OAVning yoshlar ma’naviyati va madaniyatiga ijobiy ta’sirini baholashda quyidagi mezonlardan foydalanish mumkin:

1. axborotning haqqoniyligi va manbaning ochiqligi;
2. inson sha’ni va xilma-xillikka hurmat;
3. yoshni passiv iste’molchi emas, fikrlovchi subyekt sifatida ko‘rsatish;
4. milliy va umuminsoniy qadriyatlar uyg‘unligi;
5. ijodiy va fuqarolik ishtiroki uchun imkoniyat yaratish;
6. raqamli xavfsizlik va yosh xususiyatlarini hisobga olish;
7. mustaqil tekshirish va tanqidiy fikrlashga undash.

Mazkur mezonlarni kontent tahlili, yoshlar so‘rovi, fokus-guruh, media kundaliklari va kuzatuv orqali empirik jihatdan tekshirish mumkin.

Xulosa (conclusion). Tadqiqot natijasida OAVning yoshlar ma’naviyati va madaniyati rivojlanishidagi o‘ziga xosligi uning ommaviy, davriy, tanlovchi, talqin qiluvchi, multimediali, hissiy, interaktiv, ishtirokiy va algoritmik tabiatida namoyon bo‘lishi aniqlandi.

OAV yoshlar ongiga tayyor qadriyatlarni shunchaki uzatmaydi. U qaysi mavzular ko‘rinishini, kim namuna sifatida e’tirof etilishini, voqealar qanday talqin qilinishini va auditoriya ularga qanday javob berishini belgilash orqali ma’naviy-madaniy tajribani shakllantirishda ishtirok etadi.

Raqamli media sharoitida yoshlar axborot iste’molchisi bilan bir qatorda uning faol yaratuvchisiga ham aylanmoqda. Bu esa media savodxonlik, axborot xavfsizligi, mualliflik mas’uliyati va raqamli etikani yoshlar ma’naviy tarbiyasining muhim tarkibiy qismiga aylantiradi.

Shu bois OAVning yoshlar ma’naviyati va madaniyatiga ijobiy ta’sirini kuchaytirish uchun media faoliyatini faqat cheklash yoki nazorat qilish emas, balki sifatli kontent, professional jurnalistika, media savodxonlik, raqamli xavfsizlik, milliy va umuminsoniy qadriyatlar uyg‘unligi hamda yoshlarning mazmunli ishtirokini yagona tizimda rivojlantirish zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. McQuail, D. McQuail’s Mass Communication Theory. 6th ed. London: SAGE, 2010.
2. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., Shanahan, J. Growing Up with Television: Cultivation Processes. In: Bryant, J., Zillmann, D. (eds.). Media Effects: Advances in Theory and Research. 2nd ed. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2002. P. 43–67.
3. McCombs, M. E., Shaw, D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. Public Opinion Quarterly. 1972. Vol. 36, No. 2. P. 176–187. DOI: 10.1086/267990.
4. Entman, R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. Journal of Communication. 1993. Vol. 43, No. 4. P. 51–58. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x.