

RAQAMLI DUNYODA TELEDEBATLAR ORQALI
IJTIMOIY KAPITAL VA MEDIASAVODXONLIKNI
RIVOJLANTIRISHNING MUHIM OMILLARINafosat Davlatova,^{ID}

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar univetsiteti

Annotatsiya: Ushbu tezisdagi raqamli dunyoda teledebatlarni tashkil qilish orqali jamiyatda ijtimoiy kapitalni rivojlantirish, tanqidiy fikrlash va mediasavodxonlikni oshirish masalalari atroflicha muhokama qilingan. Xalqaro tajriba o'rganilib, O'zbekistonda teledebatlarni tashkil qilish bo'yicha takliflar ilgari surilgan

Kalit so'zlar: teledebat, mediasavodxonlik, media, ijtimoiy kapital, tanqidiy fikrlash, axborot, faktcheking.

Raqamli media platformalari, internet va ijtimoiy tarmoqlar asosiy axborot tarqatuvchi, odamlarning muloqot maydoniga aylanayotgan zamonaviy jamiyatda mediasavodxonlik masalalari, ma'lumotni tekshirib so'ng qabul qilish tendensiyasi so'roq ostida qolmoqda. XXI asrda axborot oqimi tez va kuchli, shu bilan birga jamiyatda dezinformatsiya xavfi yuqori. Mediamuhitning algoritmik asosda ishlashi hisobiga esa axborotga egalik va ko'rishlar sonining ortishi ba'zi jurnalistik materiallarning asosiy maqsadiga aylangan. Bunda axborotning ishonchliligi emas, balki tezkorligi asosiy o'rinda turadi. Shu nuqtayi nazardan, raqamli davrda mediasavodxonlik jamiyat uchun zaruriy resursga aylanmoqda.

Bugun ijtimoiy tarmoqdagi barcha istagan axborotini olishi va uni qayta ulashishi mumkin. Ko'p hollarda ulashiladigan axborotlar tekshirilmaydi va boricha qabul qilinadi. Ayni shu jarayonda axborotning asosiy manbasiga murojaat qilish orqali faktcheking o'tkazish, bir qancha manbalarni solishtirish bilan ma'lumotning haqqoniyligini tekshirish mumkin. Mediasavodxonlik faqat axborotni tekshirish emas balki uni o'qishdan oldin tanlash, qayta ishlash va baholay olish hamdir. Ijtimoiy kapital esa "Jamiyat a'zolari o'rtasidagi o'zaro ishonch, tarmoq aloqalari va o'zaro yordam madaniyatidir" (Putnam, 2000). Quyida mediasavodxonlik va ijtimoiy kapitalning bir biriga bog'liqligi tahlil qilinadi.

Birinchidan, mediasavodxonlik tanqidiy fikrlashni rag'batlantiradi bu esa bevosita ijtimoiy kapitalga ta'sir qiladi ya'ni ochiq muloqot madaniyatini shakllantiradi. Axborotni tog'ri qabul qila oladigan iste'molchi manipulyatsiyaga faol qarshilik ko'rsatib, notog'ri axborot tarqatishni kamaytiradi. Ma'lumotlarni tarqatishda ishtirok etish ya'ni izohlar, muhokalar qilish odamlar orasida ijtimoiy aloqalarni mustahkamlaydi. Ijtimoiy aloqalarning mustahkamlanishi esa jamiyatda ishonch va birdamlik kuchayishiga xizmat qiladi. Bog'liqlikdan ko'rinib turibdiki, mediasavodxonlik orqali ijtimoiy kapital rivojlanadi.

Teledebatlar esa jamiyatda ochiq va shaffof muloqotga

DOI:

<https://doi.org/10.62499/ijmcc.vi10.215>

Iqtibos:

Davlatova, Nafosat. 2025.
RAQAMLI DUNYODA
TELEDEBATLAR ORQALI
IJTIMOIY KAPITAL VA
MEDIASAVODXONLIKNI
RIVOJLANTIRISHNING
MUHIM OMILLARI
Markaziy Osiyoda media va
kommunikatsiyalar xalqaro ilmiy
jurnali. 11: 47-51.

tayanadigan, axborot manbalarining pozitsiyalarining bir vaqtning o'zida tahlil qilishga, taqqoslashga imkon yaratadigan siyosiy kommunikatsiya shaklidir. "Ular fuqarolarning media savodxonlik ko'nikmalarini, jumladan axborotni baholash, fakti feykdan ajratish, kontekstni tushunish va savollar berish qobiliyatini oshirishga xizmat qiladi" (Kahne, J. & Bowyer, B. 2017). Haqiqatdan ham, jonli muhokamalarda ishtirok etish fuqarolarning ijtimoiy mas'uliyatini oshiradi. Teledebatlar orqali jamoaviy muhokamalar rivojlanadi, bir-birini eshitish orqali fikrlar xilma-xilligi tan olinadi. Habermasning ommaviy soha nazariyasiga ko'ra, bunday ochiq muloqotlar demokratik ijtimoiy tizimlar barqarorligi uchun asosiy omil hisoblanadi (Habermas, 1989).

Yuqorida teledebatlarning mediasavodxonlikni oshirish, ijtimoiy kapitalni rivojlantirishga ijobiy hissiy borligi ta'kidlandi. Demokratik jarayonlarni qo'llab-quvvatlaydigan mamlakatlarda teledebatlartashkil qilish an'anasimavjud. Interaktivlik elementlari mavjud bo'lgan teledebatlarda tomoshabinlar ko'proq ijtimoiy faollik ko'rsatadi. Bu bevosita debat jarayonlarida fuqarolarning ishtiroki bilan bog'liq, ya'ni jonli savol-javoblar, muhokamalar, izohlar orqali axborotlar qayta ishlanadi va tarqatiladi.

Siyosiy jarayonlarni yoritishda debat formatlaridan foydalanish XX asrning o'rtalaridan boshlangan bo'lsada, hozirgi kunda tobora ijtimoiy tus olib bormoqda. Avvaliga, faqat nomzodlar o'rtasida o'tkazilgan teledebatlar, hozirgi kunga kelib onlayn video translyatsiyalarga o'tkazilishi hisobiga ishtirokchilik darajasi oshdi. Tomoshabinlar debatlarni kuzatish bilan bir qatorda, ularga izoh yozishi, boshqa foydalanuvchilarning fikrlarini o'qib, ular bilan muloqot qilishga imkoniyat yaratdi. Aniq misollar orqali tahlil qilinsa, 2020-yilda Joe Bayden va Donald Tramp o'rtasida o'tkazilgan debatlarda auditoriya ma'lumotlarni tekshirish imkoniga ega bo'ldi. CNN, NPR, FactCheck.org kabi platformalar tomoshabinlarga real vaqtli tekshiruv orqali noto'g'ri ma'lumotlarni aniqlab berdi. (U.S. Presidential, 2020) Bu esa bevosita axborotni to'g'ridan-to'g'ri qabul qilish o'rniga, uni aniq manbalardan tekshirishga imkoniyat yaratdi. Bu ko'nikma jurnalistlar va auditoriyaga axborotlarni faktcheking qilish jarayonlari haqida tushuncha berdi va tomoshabinlarda mediasavodxonlik reflekslari rivojlandi.

Shuningdek, 2022-yilda Fransiyada bo'lib o'tgan debatlarda har bir nomzodning nutqi so'ngida vizual faktcheking grafiklari onlayn tarzda efirga uzatilgan. (French, 2025) Bu orqali tomoshabinlar nomzodlarning so'zlarini raqamli formatda ham faktlar bilan ko'rish, taqqoslash imkoniga ega bo'lgan. Bu uslub bevosita mediasavodxonlikni rag'batlantirishga xizmat qilgan.

Mahalliy tajriba nuqtayi nazaridan, 2021-yilda "O'zbekiston

24” telekanali orqali efirga uzatilgan teledebatda ko‘tarilgan masalalar ijtimoiy tarmoqlarda keng muhokama qilinib, ekspertlar tomonidan tahlil qilingan. Bu esa auditoriyada “bu xabarga ishonish mumkinmi?” degan tanqidiy savolni keltirib chiqargan. Fuqarolar ijtimoiy tarmoqlarda bir-birlarining izohlarini o‘qib, axborotlarni birgalikda tahlil qilishgan. Bundan ko‘rinib turibdiki, teledebatlar ijtimoiy kapitalga ta’sir ko‘rsatib, auditoriyani birlashtirga va tahlil asosida mediasavodxonlikni oshirishga xizmat qilgan.

Umuman olganda, teledebatlar siyosiy reklama. Ya’ni saylovoldi jarayonlarda nomzodlar o‘z partiyalari va g‘oyalarini reklama qilishga kirishadi, fuqarolarga ta’sir o‘tkazish, ularni ishontirishga harakat qiladi. Mazkur turdagi teledasturlar nafaqat nomzodlar uchun balki auditoriya uchun ham foydali bo‘lib, fuqarolarda qabul qilayotgan axborotini solishtirish odatini shakllantiradi, axborot olish va tarqatish madaniyatini oshiradi. Dialogga kirishish, faktlar taqqoslovi, fikrlar xilma-xilligi esa axborot oqimini boshqarishga imkon yaratdi. Jamiyatda ko‘proq tahlil qilingan va ekspertlar tomonidan isbotlangan fikrlarga ishonish odatini shakllantiradi.

Yuqorida o‘rganilgan va tahlil qilingan ma’lumotlardan kelib chiqib, O‘zbekistonda mediasavodxonlikni rivojlantirish maqsadida teledebatlar formatiga bir qancha o‘zgartirishlar kiritish kerakligi aniqlandi. Xususan, teledebatlarni tashkil qilish jarayonida ochiq muhokama maydonlarini yaratish. Sababi, jamiyatda haligacha ochiq muloqotdan qo‘rqish mavjud. Bu muammoni teledebatlarda fuqarolar ishtirokini ko‘paytirish orqali yechish imkoni yaratiladi. Shu kunga qadar o‘tkazilgan teledebatlarda ko‘p hollarda faqatgina bir xil guruhlar ishtiroki ko‘zgatashlangan. Ular partiya a’zolari, tarafdorlari va volontyorlar. Bu bevosita ishtirokchilarning yopiqligiga olib kelgan va jamiyatda ishonch pasayishiga sabab bo‘lgan. Shu sababli mazkur muammoga yechim sifatida ochiq debat formatlarini tashkil etish maqsadga muvofiqdir. Bu orqali har bir ijtimoiy qatlam vakillarini qamrab olish imkoni yaratiladi. Keyinchalik ular o‘z guruhlarida muhokamalar tashkil qilib, passiv ishtirokchilikni rag‘batlantiradi.

Grafik, infografika va raqamli tahlillarning yo‘qligi axborotning tushunarligini pasaytirgan. Natijada fuqarolar o‘z dunyoqarashidan kelib chiqib axborotni qabul qilgan. Bazi debatlarida dalilsiz ma’lumotlar keltirilgan va buni tekshirish imkoni yaratilmagani sabab, aholi mazkur ma’lumotlarning iste’molchisiga aylangan. Shu bois, teledebatlar davomida vizual kontentni kuchaytirish orqali ma’lumotlarni raqamli ko‘rsatkichlar asosida ulashish maqsadga muvofiq.

2024-yilda o‘tkazilgan teledebatlarda TV+ijtimoiy tarmoq integratsiyasidan foydalanilgan va bu mahalliy teledebatlar modelida yangilik bo‘la oldi. Jarayonlarni yanada ko‘proq

tahlil qilishga imkon yaratish maqsadida jonli efirlar davomida tomoshabinlarning savollari uchun ham maxsus platformalar yaratish mumkin. Xususan, QR kodlar, bot manzillariga savollar jo'natish va ularni tanlab, javob berish funksiyasini qo'llash nomzodlarning fuqarolarga yanada yaqinlashuviga imkoniyat yaratadi.

Xulosa qilib aytganda, global dunyo axborotga to'la, raqamli jamiyat sharoitida axborot berish va olish formatlari o'zgarib bormoqda. Bu jarayonlarda teledebatlar ijtimoiy kapitalni rivojlantirish va mediasavodxonlikni oshirishga xizmat qilmoqda. Bundan teledasturlar orqali fuqarolarda turli pozitsiyalarni taqqoslash va tahlil qilishga imkon yaratilmoqda. Bu esa odamlarni turli axborotlarga "bu rostmi?" degan savol bilan qarashga undamoqda. Mazkur tezisda keltirilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, shaffof va interaktiv debatlar dezinformatsiyaga qarshi media immunitetini shakllantirishga xizmat qiladi. Biroq, bu funksiyalar to'liq ishlashi uchun teledebatlar zamonaviy, ochiq, raqamli formatlarga mos va qiziqarli bo'lishi lozim. Yangicha yondashuvlar asosida tashkil etiladigan teledebatlar O'zbekiston sharoitida mediasavodxonlik va ijtimoiy kapitalni rivojlantirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

French Presidential Debate 2022 (Macron vs Le Pen). YouTube. Retrieved October 25, 2025 from <https://www.youtube.com/watch?v=NKtZprAHJwM>

Habermas, J. (1989). The structural transformation of the public sphere. MIT Press. Retrieved October 28, 2025 from <https://mitpress.mit.edu/9780262581080/the-structural-transformation-of-the-public-sphere/>

Kahne, J., & Bowyer, B. (2017). Educating for democracy in a partisan age. *American Educational Research Journal*, 54(1), 3–34. DOI:10.3102/0002831216679817

Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Harvard University Press. Retrieved October 28, 2025 from https://www.researchgate.net/publication/220879623_Bowling_Along_The_Collapse_and_Revival_of_American_Community

U.S. Presidential Debate 2020 (Joe Biden vs Donald Trump). YouTube. Retrieved October 25, 2025 from <https://www.youtube.com/watch?v=wW1lY5jFNcQ>.

Muallif haqida:

Davlatova Nafosat—O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti tayanch doktranti, nafosatdavlatova1998@gmail.com



“KEY FACTORS IN DEVELOPING SOCIAL CAPITAL AND MEDIA
LITERACY THROUGH TELEVISED DEBATES IN THE DIGITAL
WORLD”

Abstract: This thesis comprehensively examines the role of organizing televised debates in the digital age in fostering social capital, enhancing critical thinking, and improving media literacy within society. International experiences are analyzed, and specific recommendations are proposed for the implementation of televised debates in Uzbekistan.

Keywords: televised debate, media literacy, media, social capital, critical thinking, information, fact-checking.

About the authors:

Davlatova Nafosat — PhD student of journalism and mass Communications of Uzbekistan. Email: nafosatdavlatova1998@gmail.com