

RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA ONLAYN
MEDIA: JAMOATCHILIK FIKRI VA AXLOQIY OMILLARHilola Fayzullayeva,^{ID}

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti

Annotatsiya: Ushbu maqolada raqamli transformatsiya sharoitida onlayn media va ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikrini shakllantirishga ta'siri mediaetika nuqtai nazaridan tahlil qilinadi. Tadqiqotning asosiy maqsadi ijtimoiy tarmoqlar orqali axborot tarqatish jarayonida yuzaga keladigan axloqiy muammolarni aniqlash, ularga fuqarolar, jurnalistlar va jurnalistika yo'nalishi talabalarining munosabatini o'rganish hamda axborotning haqqoniyligi, xolisligi, shaxsiy hayot daxlsizligi, inson qadr-qimmatiga hurmat va kasbiy mustaqillik kabi tamoyillarning jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi o'rnini baholashdan iborat. Tadqiqotda onlayn so'rovnomalar, qiyosiy tahlil va amaliy media keyslarni o'rganish usullaridan foydalanildi. So'rovnomalar 298 nafar fuqaro, 424 nafar jurnalist va 805 nafar jurnalistika yo'nalishi talabalarini ishtirokida o'tkazildi. Natijalar fuqarolar axborotning xolisligi, bolalar huquqlarini himoya qilish, shaxsiy hayot daxlsizligi va axborot manbalarining ishonchliligiga katta ahamiyat berishini ko'rsatdi. Jurnalistlar orasida jamoatchilik manfaati va manba ishonchliligi o'rtasidagi muvozanat, vizual materiallardan foydalanish hamda tahririy bosim bilan bog'liq axloqiy dilemmalar mavjudligi aniqlandi. Jurnalistika talabalarini orasida esa kasbiy mustaqillik, halollik va fikr bildirish erkinligi ustuvor kasbiy qadriyatlar sifatida namoyon bo'ldi. Tadqiqot natijalari raqamli media muhitida jamoatchilik fikrining shakllanishi nafaqat texnologik imkoniyatlar, balki axloqiy va ijtimoiy omillar bilan ham belgilanishini ko'rsatadi.

Kalitso'zlar: onlayn media, ijtimoiy tarmoqlar, jamoatchilik fikri, mediaetika, jurnalistik etika, axborotning haqqoniyligi, shaxsiy hayot daxlsizligi, kasbiy mustaqillik, raqamli transformatsiya.

1. Kirish

Raqamli transformatsiya jarayoni media makonining tarkibiy tuzilishi, axborot tarqatish mexanizmlari va jurnalistlik faoliyati shakllarini tubdan o'zgartirmoqda. Internet, ijtimoiy tarmoqlar, mobil kommunikatsiyalar va raqamli platformalar axborotni ishlab chiqarish, tarqatish va qabul qilish jarayonlarini tezlashtirib, jurnalist va auditoriya o'rtasidagi an'anaviy kommunikativ munosabatlarni qayta shakllantirmoqda (McQuail, 2010; van Dijck, 2013; Castells, 2010).

Raqamli muhitda auditoriya nafaqat axborotni qabul qiluvchi, balki uni yaratuvchi, sharhlovchi va qayta tarqatuvchi faol sub'ektga aylanmoqda.

Zamonaviy mediakommunikatsiyada ijtimoiy tarmoqlar jamoatchilik fikrini shakllantirishning muhim maydonlaridan biri sifatida namoyon bo'lmoqda. Facebook, Instagram, YouTube, Telegram va boshqa platformalar orqali axborotning tezkor tarqalishi fuqarolarning ijtimoiy va siyosiy faolligini kuchaytirishi, ijtimoiy muammolarni keng muhokamaga olib chiqishi hamda jamoatchilik nazorati imkoniyatlarini kengaytirishi mumkin (Boyd, 2010; van Dijck, 2013; Jenkins, 2006; Shirky, 2008).

DOI:

<https://doi.org/10.62499/ijmcc.vi14.314>

Iqtibos:

Fayzullayeva, Hilola. 2026.

RAQAMLI
TRANSFORMATSIYA
SHAROITIDA ONLAYN
MEDIA: JAMOATCHILIK
FIKRI VA AXLOQIY
OMILLAR.Markaziy Osiyoda media va
kommunikatsiyalar xalqaro ilmiy
jurnali. 14: 17-28

Reuters Institute'ning 2024 yilgi Digital News Report hisobotida ham raqamli platformalarning axborot iste'molidagi roli, vizual va videokontentning o'sishi, ijtimoiy tarmoqlardagi kontent yaratuvchilar hamda misinformation bilan bog'liq xavotirlar alohida qayd etilgan.

Biroq raqamli kommunikatsiya imkoniyatlarining kengayishi axborotning ishonchliligi va uni tarqatish mas'uliyati bilan bog'liq muammolarni ham kuchaytirmoqda. Xususan, soxta axborot, manipulyativ kontent, nafrat tili, bir tomonlama yoritish, shaxsiy hayot daxlsizligining buzilishi va vizual materiallardan noto'g'ri foydalanish jamoatchilik fikriga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. (Vosoughi et al., 2018; Allcott & Gentzkow, 2017; Tandoc et al., 2018; Wardle & Derakhshan, 2017).

Mediaetika nuqtai nazaridan jurnalist va boshqa axborot tarqatuvchilarning asosiy vazifalaridan biri jamoatchilikning ishonchli axborot olish huquqini ta'minlashdan iborat. Xalqaro jurnalistik etika me'yorlarida ham haqiqatga hurmat, faktlarni tekshirish, manbalarni himoya qilish, manfaatlar to'qnashuvining oldini olish va kamsitishga yo'l qo'ymaslik jurnalistning muhim majburiyatlari sifatida belgilanadi (International Federation of Journalists, 2019). IFJ Global Charter of Ethics for Journalists jurnalistning jamoatchilik oldidagi mas'uliyatini boshqa manfaatlardan ustun qo'yadi hamda faktlarga va jamoatchilikning haqiqatni bilish huquqiga hurmatni jurnalistning birinchi vazifasi sifatida belgilaydi.

Shu nuqtai nazardan, tadqiqotning maqsadi raqamli transformatsiya sharoitida onlayn media va ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikrini shakllantirishga ta'sirini mediaetika nuqtai nazaridan tahlil qilish, shuningdek, fuqarolar, jurnalistlar va jurnalistika yo'nalishida tahsil olayotgan talabalarning asosiy axloqiy muammolarga munosabatini aniqlashdan iborat.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi shundaki, unda jamoatchilik fikrini shakllantirish jarayoni uchta ijtimoiy-professional guruh — fuqarolar, jurnalistlar va jurnalistika talabalari kesimida o'rganildi. Bu esa raqamli media muhitida axloqiy qadriyatlarining qabul qilinishi va kasbiy qarorlarga ta'sirini qiyosiy baholash imkonini beradi.

2. Adabiyotlar tahlili

Mediaetikada axborotning haqqoniyligi, xolisligi, manba ishonchliligi, inson qadr-qimmat, shaxsiy hayot daxlsizligi va jamoatchilik manfaatlarini himoya qilish jurnalistik faoliyatning asosiy tamoyillari sifatida qaraladi. Kovach va Rosenstiel jurnalistikaning jamoatchilik oldidagi vazifasi haqiqatni izlash va jamoatchilikka ishonchli axborot taqdim etish bilan uzviy bog'liq ekanini ta'kidlaydi. (Kovach & Rosenstiel, 2007, p. 29).

Ward raqamli va global media sharoitida mediaetika tamoyillarini qayta ko'rib chiqish zarurligini ta'kidlaydi. U haqiqat, ob'ektivlik va fake news muammolarini zamonaviy mediaetikaning muhim yo'nalishlari sifatida tahlil qiladi (Ward, 2020, pp. 100–126). Christians va boshqalar mediaetik qarorlarni axloqiy qadriyatlar, jamoatchilik manfaati, zarar yetkazmaslik va kasbiy mas'uliyat nuqtai nazaridan baholash zarurligini asoslaydi (Christians et al., 2016). Bu yondashuv jurnalistning qaror qabul qilish jarayonida faqat huquqiy me'yorlarga emas, balki axloqiy oqibatlariga ham e'tibor qaratishi lozimligini ko'rsatadi.

Raqamli media muhitida jurnalistik faoliyatning texnologik jihatlari ham axloqiy qarorlarga ta'sir ko'rsatmoqda. Diakopoulos algoritmlarning yangiliklarni saralash, tavsiya qilish va tarqatish jarayonidagi rolini tahlil qilib, algoritmik qarorlarning shaffofligi va hisobdorligi masalalarini dolzarblashtiradi algoritmik qarorlarning shaffofligi va hisobdorligi masalalarini dolzarblashtiradi (Diakopoulos, 2019). Gillespie esa raqamli platformalarda kontent moderatsiyasi va platformalarning axborot oqimlarini boshqarishdagi rolga e'tibor qaratadi.

Ijtimoiy tarmoqlar faqat axborot tarqatish vositasi emas, balki “networked publics” — tarmoqlashgan jamoatchilik makonini shakllantiruvchi kommunikatsion muhit sifatida ham qaraladi (Boyd, 2010). Bu muhitda auditoriyaning axborotni qabul qilish bilan birga uni qayta ishlab chiqishi, sharhlashi va tarqatishi jamoatchilik fikri shakllanishining yangi mexanizmlarini yuzaga keltiradi.

Van Dijck ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishini platformalar, foydalanuvchilar va ma'lumotlar o'rtasidagi munosabatlar tizimi sifatida ko'radi (van Dijck, J. (2013). Castells esa tarmoq jamiyatida kommunikatsiya oqimlari ijtimoiy munosabatlar va hokimiyat mexanizmlarining muhim tarkibiy qismiga aylanganini ta'kidlaydi (Castells, 2010).

Raqamli axborot muhitida jamoatchilik fikriga salbiy ta'sir ko'rsatuvchi muhim omillardan biri — soxta axborotdir. Allcott va Gentzkow ijtimoiy tarmoqlar fake news tarqalishida muhim, garchi yagona emas, axborot manbai ekanini ko'rsatgan (Allcott & Gentzkow, 2017, pp. 211–236).

Vosoughi, Roy va Aralning tadqiqoti Twitter muhitida yolg'on axborotning tarqalish xususiyatlarini empirik jihatdan tahlil qilib, yolg'on axborotning haqiqiy axborotga nisbatan kengroq va tezroq tarqalish tendensiyasini aniqlagan (Vosoughi et al., 2018, pp. 1146–1151). Fake news tushunchasining o'zi ham ilmiy adabiyotlarda bir ma'noli emas. Tandoc, Lim va Ling 2003–2017 yillar oralig'idagi 34 ta ilmiy maqolani tahlil qilib, fake news tushunchasini satira, parodiya, fabrikatsiya, manipulyatsiya, reklama va propaganda kabi turlarga ajratgan (Tandoc et al., 2018,

pp. 137–153)

Wardle va Derakhshan esa misinformation, disinformation va mal-information tushunchalarini bir-biridan farqlashni taklif qiladi. Mualliflar raqamli axborot muhitidagi “information disorder”ni mazmun, yaratilish maqsadi va tarqatish xususiyatlari o‘zaro bog‘liq bo‘lgan kompleks hodisa sifatida talqin qiladi (Wardle & Derakhshan, 2017, pp. 1–109).

UNESCO tomonidan tayyorlangan jurnalistika ta’limi bo‘yicha qo‘llanmada ham truth, trust, misinformation, disinformation, fact-checking va social-media verification masalalari jurnalistik ta’limning muhim yo‘nalishlari sifatida ko‘rsatilgan (Ireton & Posetti, 2018, pp. 32–71).

Qo‘llanmaning 2-moduli misinformation, disinformation va mal-information, 3-moduli esa raqamli texnologiyalar, ijtimoiy platformalar va misinformation tarqalishiga bag‘ishlangan.

Shunday qilib, adabiyotlar tahlili raqamli media muhitida jamoatchilik fikri shakllanishini uchta o‘zaro bog‘liq omil orqali ko‘rish imkonini beradi: texnologik muhit, axborot mazmuni va axloqiy mas’uliyat.

3. Tadqiqot metodologiyasi

Tadqiqotda onlayn so‘rovnoma, qiyosiy tahlil va amaliy media-keyslarni o‘rganish usullaridan foydalanildi.

Onlayn so‘rovnoma 2024 yil davomida o‘tkazilib, unda jami 1527 nafar respondent ishtirok etdi:

- 298 nafar fuqaro;
- 424 nafar jurnalist;
- 805 nafar jurnalistika yo‘nalishida tahsil olayotgan talaba.

Fuqarolar o‘rtasidagi so‘rovnoma Toshkent shahri va Toshkent viloyati, Samarqand, Farg‘ona hamda Namangan hududlarida o‘tkazildi. Tanlash mezonlari sifatida respondentlarning 18 yoshdan kattaligi, onlayn axborot manbalaridan muntazam foydalanishi va ijtimoiy axborot muhitida faol ishtirok etishi inobatga olindi.

So‘rovnoma savollari voqealarni bir tomonlama yoritish, shaxsiy ma’lumotlarni oshkor qilish, shaxsiy hayot daxlsizligi, manfaatlar to‘qnashuvi, axborot manbalarining ishonchliligi, vizual materiallardan foydalanish va kasbiy mustaqillik kabi etik masalalarni qamrab oldi.

Jurnalistlar o‘rtasidagi so‘rovnoma ularning kasbiy ish staji, faoliyat yuritayotgan media turi va hududiy mansubligi hisobga olindi. Ushbu guruhga berilgan savollar asosan anonim manbalardan foydalanish, qurbonlar fotosuratlarini e’lon qilish, tahririy bosim, jamoatchilik manfaati va jurnalistik mustaqillik o‘rtasidagi muvozanat masalalariga qaratildi.

Talabalar so‘rovnomasida esa kasbiy mustaqillik, halollik,

fikr erkinligi, shaxsiy daxlsizlik va jurnalistik etika bilan bog‘liq vaziyatlar baholandi.

Tadqiqotning sifat tahlili qismida O‘zbekiston va xalqaro media amaliyotidan bir qator keyslar o‘rganildi. Jumladan, ekologik muammolar, ta’lim sohasidagi jamoatchilik muhokamalari, bolalarga nisbatan zo‘ravonlik holatlari hamda Jorj Floyd voqeasi bilan bog‘liq mediamateriallar tahlil qilindi. Tadqiqotning nazariy asosini mediaetika, deontologiya, konsekvensializm, axborot ishonchliligi va raqamli kommunikatsiya nazariyalari tashkil etdi (Ward, 2020; Christians et al., 2016; McQuail, 2010; Ward, 2004).

4. Natijalar

Tadqiqot natijalari onlayn axborot muhitida fuqarolar, jurnalistlar va jurnalistika talabalarining axloqiy mezonlarga munosabatida muayyan farqlar mavjudligini ko‘rsatdi.

4.1. *Fuqarolar munosabati*

Fuqarolarning onlayn axborotga munosabati tahlil qilinganda, axborotning xolisligi, shaxsiy hayot daxlsizligi, bolalar huquqlarini himoya qilish va axborot manbasining ishonchliligi eng muhim mezonlar sifatida namoyon bo‘ldi.

Blogger voqeaning faqat jabrlanuvchi tomoni pozitsiyasini yoritgan vaziyatda respondentlarning 36,5 foizi bunday yondashuvni tanqid qilish zarurligini bildirgan, 6,3 foizi esa uni ma’lum darajada qo‘llab-quvvatlagan. Qolgan ishtirokchilar voqeani barcha tomonlarning pozitsiyasini inobatga olgan holda yoritish zarurligini ta’kidlagan.

Bu natija auditoriyaning bir tomonlama axborot taqdim etilishiga nisbatan tanqidiy munosabati shakllanayotganini ko‘rsatadi. Mazkur tendensiya mediaetikadagi ob’ektivlik va adolatli yoritish tamoyillari bilan uyg‘un (Kovach & Rosenstiel, 2007; Ward, 2020).

Voyaga yetmaganlar tasvirlari bilan bog‘liq savolda respondentlarning 70–75 foizi bolalarning yuzi ochiq holda tasvirlanishiga salbiy munosabat bildirgan. 7,9 foizi bunday amaliyotni ma’qullagan, 15–20 foizi esa tegishli rozilik mavjud bo‘lgan taqdirdagina bunday materialni e’lon qilish mumkinligini qayd etgan.

Mazkur natija shaxsiy daxlsizlik va bolalar manfaatlarini himoya qilish masalalari auditoriya uchun muhim ekanini ko‘rsatadi.

4.2. *Jurnalistlar munosabati*

Jurnalistlar o‘rtasidagi so‘rovnoma anonim manbalardan foydalanish masalasida ikki xil yondashuv mavjudligini ko‘rsatdi.

Respondentlarning taxminan 50 foizi ishonchli deb

hisoblangan anonim manbaga asoslangan korrupsiya haqidagi ma'lumotni jamoatchilik manfaatidan kelib chiqib e'lon qilishga tayyorligini bildirgan. Qolgan 50 foizi esa manba ishonchliligi va ehtimoliy huquqiy oqibatlar bilan bog'liq xavflar tufayli bunday axborotni e'lon qilishga qarshi chiqqan.

Bu natija jamoatchilik manfaati va manba ishonchliligi o'rtasidagi etik muvozanat muammosini ko'rsatadi. IFJning Global Charter of Ethics for Journalists hujjatida ham jurnalistning manbalar bilan ishlashi, faktlarni tekshirishi va jamoatchilik oldidagi mas'uliyati alohida ta'kidlanadi (International Federation of Journalists, 2019).

Avariya va halokat qurbonlarining fotosuratlarini e'lon qilish masalasida jurnalistlarning 65 foizi inson qadr-qimmatini va shaxsiy hayot daxlsizligini ustuvor deb bilgan va bunday fotosuratlarini materialga kiritishga qarshi chiqqan. 35 foizi esa vizual material voqea mohiyatini to'liq va ta'sirchan yetkazishda muhim ahamiyatga ega ekanini ta'kidlagan.

Bu holat vizual jurnalistikada "axborot berish" va "zarar yetkazmaslik" tamoyillari o'rtasidagi muvozanat zarurligini ko'rsatadi (Ward, 2020; Christians et al., 2016).

Tahririyat egasining manfaatlariga zid material tayyorlash vaziyatida jurnalistlarning 40 foizi xolislikni ustuvor qo'yib, hatto ishdan bo'shash ehtimoli mavjud bo'lsa ham materialni e'lon qilishini bildirgan. 60 foizi esa ehtimoliy tahririy yoki iqtisodiy bosimlar tufayli bunday qarordan voz kechishini aytgan.

Mazkur natija kasbiy mustaqillikning faqat individual qadriyat emas, balki institutsional muhit bilan ham belgilanishini ko'rsatadi.

4.3. *Jurnalistika talabalari munosabati*

Jurnalistika talabalari o'rtasidagi so'rovnomaga ham kasbiy mustaqillikning yuqori baholanishini ko'rsatdi.

600 nafar (74,5 foiz) talaba ijobiy fikr bildirish sharti qo'yilgan yirik mediada amaliyot o'tashdan ko'ra mustaqil nashrni tanlashini bildirgan.

120 nafar (14,9 foiz) talaba yirik mediada amaliyot o'tashni tajriba orttirish nuqtai nazaridan maqbul deb hisoblagan.

85 nafar (10,6 foiz) ishtirokchi esa qarorni konkret vaziyatga qarab qabul qilishini bildirgan.

Natijalar talabalarda kasbiy mustaqillik, halollik va erkin fikrlash kabi qadriyatlar nisbatan yuqori shakllanganini ko'rsatadi.

5. Muhokama

Olingan natijalar raqamli media muhitida jamoatchilik fikrining shakllanishi texnologik imkoniyatlar bilan bir qatorda axloqiy omillarga ham bevosita bog'liq ekanini ko'rsatadi.

Fuqarolar o'rtasida axborotning xolisligi, manba ishonchliligi, bolalar huquqlari va shaxsiy hayot daxlsizligiga yuqori talab qo'yilishi auditoriyaning media kontentni tanqidiy baholash qobiliyati shakllanayotganini ko'rsatadi. Bu tendensiya raqamli muhitda axborotga bo'lgan ishonch masalasining dolzarbligini oshiradi.

Tadqiqot natijalari xalqaro ilmiy adabiyotlardagi xulosalar bilan hamohang. Xususan, Vosoughi, Roy va Aral yolg'on axborotning onlayn muhitda keng va tez tarqalish xususiyatini empirik jihatdan ko'rsatgan (Vosoughi et al., 2018, pp. 1146–1151). Allcott va Gentzkow esa ijtimoiy tarmoqlarni fake news tarqalishining muhim kanallaridan biri sifatida baholagan (Allcott & Gentzkow, 2017, pp. 211–236).

Tandok va boshqalarning fake news tushunchasi bo'yicha tadqiqoti ham raqamli axborotning ishonchliligini baholashda kontentning maqsadi va uning haqiqatga moslik darajasini hisobga olish zarurligini ko'rsatadi (Tandoc et al., 2018, pp. 137–153).

Jurnalistlar o'rtasidagi natijalar esa kasbiy faoliyatda jamoatchilik manfaati – manba ishonchliligi – inson qadr-qimmati – tahririy bosim o'rtasida murakkab etik muvozanat mavjudligini ko'rsatdi.

Anonim manbalardan foydalanish masalasidagi ikki xil pozitsiyani deontologik va konsekvensialistik yondashuvlar nuqtai nazaridan izohlash mumkin. Deontologik yondashuv jurnalistning kasbiy majburiyatlari, haqiqat va manba ishonchliligiga sodiqligini ustuvor qo'yadi. Konsekvensialistik yondashuv esa axborotni e'lon qilish yoki qilmaslikning ehtimoliy ijtimoiy oqibatlariga e'tibor qaratadi (Ward, 2020; Christians et al., 2016; Ward, 2004).

Qurbonlar fotosuratlarini e'lon qilish bilan bog'liq natijalar ham shu muammoni tasdiqlaydi. Bir tomondan, vizual material voqea haqida jamoatchilikka ta'sirchan axborot berishi mumkin; ikkinchi tomondan, qurbonning qadr-qimmati va yaqinlarining shaxsiy hayotiga daxl qilish xavfi mavjud. Shuning uchun vizual materialdan foydalanishda "jamoatchilik manfaati" va "zarar yetkazmaslik" mezonlari birgalikda baholanishi lozim.

Raqamli platformalarning algoritmik xususiyati ham jamoatchilik fikri shakllanishiga ta'sir qiluvchi omillardan biridir. Diakopoulos algoritmlar jurnalistik kontentni saralash va taqdim etish jarayonlariga tobora ko'proq aralashayotganini ko'rsatadi (Diakopoulos, 2019). Gillespie esa platformalarning kontent moderatsiyasidagi qarorlari qanday axborot ko'rinadi yoki ko'rinmasligini belgilashi mumkinligini ta'kidlaydi (Gillespie, 2018).

Bu holat Pariser tomonidan ilgari surilgan "filter bubble" konsepsiyasi bilan ham bog'liq. Foydalanuvchiga uning avvalgi qiziqishlari va onlayn xatti-harakatlariga mos kontentning ko'proq

tavsiya qilinishi axborot xilma-xilligini cheklashi va muayyan nuqtai nazarlarni kuchaytirishi mumkin (Pariser, 2011).

Talabalar o'rtasida mustaqillik va halollikning yuqori baholanishi kelajak jurnalistlarining kasbiy qadriyatlari shakllanayotganini ko'rsatadi. Bu natija jurnalistik ta'lim jarayonida mediaetika, faktcheking, shaxsiy daxlsizlik, raqamli xavfsizlik va kasbiy mustaqillik masalalariga alohida e'tibor qaratish zarurligini asoslaydi.

UNESCO tomonidan ishlab chiqilgan jurnalistika ta'limi qo'llanmasida ham faktlarni tekshirish, ijtimoiy tarmoqlarda manbalarni verifikatsiya qilish va misinformation/disinformation bilan ishlash jurnalistik ta'limning muhim tarkibiy qismi sifatida qoraladi (Ireton & Posetti, 2018).

O'zbekiston va xalqaro media amaliyotidan keltirilgan keyslar ham ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikri va institutsional qarorlarga ta'sir ko'rsatish imkoniyatini tasdiqlaydi. Ekologik muammolar, maktab infratuzilmasi, ta'lim kontraktlari, bolalarga nisbatan zo'ravonlik holatlari va Jorj Floyd voqeasi bilan bog'liq muhokamalarda ijtimoiy tarmoqlar jamoatchilik munosabatini shakllantirish, ijtimoiy bosimni kuchaytirish va institutsional e'tiborni jalb qilish vositasi sifatida namoyon bo'ladi.

Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlarning ta'sir kuchining ortishi soxta axborot, nafrat tili, bir tomonlama yoritish, shaxsiy hayotga aralashish va tasdiqlanmagan kontent tarqalishi xavfini ham kuchaytiradi. Shu sababli raqamli media muhitida axborot tarqatish jarayonida nafaqat huquqiy, balki axloqiy mas'uliyat mexanizmlarini ham kuchaytirish zarur.

6. Xulosa

Tadqiqot natijalari raqamli transformatsiya sharoitida onlayn media va ijtimoiy tarmoqlar jamoatchilik fikrini shakllantiruvchi muhim kommunikatsiya maydoniga aylanganini ko'rsatdi.

Tadqiqotda ishtirok etgan 298 nafar fuqaro, 424 nafar jurnalist va 805 nafar jurnalistika talabasining munosabatlari tahlil qilinishi raqamli media muhitida axloqiy qadriyatlarning turli ijtimoiy-professional guruhlarda qanday qabul qilinishini qiyosiy baholash imkonini berdi.

Fuqarolar uchun axborotning xolisligi, manba ishonchliligi, bolalar huquqlari va shaxsiy hayot daxlsizligi muhim mezonlar sifatida namoyon bo'ldi. Jurnalistlar o'rtasida esa jamoatchilik manfaati va manba ishonchliligi, vizual materialdan foydalanish va tahririy bosim bilan bog'liq etik dilemmalar aniqlandi. Talabalar orasida kasbiy mustaqillik, halollik va erkin fikrlash ustuvor qadriyatlar sifatida namoyon bo'ldi.

Tadqiqot natijalarini xalqaro ilmiy adabiyotlar bilan qiyoslash shuni ko'rsatadiki, raqamli muhitda jamoatchilik

fikrining shakllanishi axborot oqimining tezligi bilan bir qatorda uning ishonchliligi, manbasi, tarqalish algoritmlari va axloqiy kontekstiga ham bog‘liq (Diakopoulos, 2019; Vosoughi et al., 2018; Allcott & Gentzkow, 2017; Wardle & Derakhshan, 2017; Pariser, 2011).

Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlarning ta’sir kuchining ortishi misinformation, disinformation, nafrat tili, manipulyativ kontent va shaxsiy daxlsizlik bilan bog‘liq xavflarni kuchaytirmoqda. Shu sababli raqamli axborot makonida media savodxonlikni oshirish, faktlarni tekshirish mexanizmlarini takomillashtirish, shaxsiy ma’lumotlarni himoya qilish va jurnalistik mustaqillikni ta’minlash muhim vazifalardan hisoblanadi.

Amaliyot nuqtai nazaridan quyidagi yo‘nalishlarni ustuvor deb hisoblash mumkin:

1. onlayn jurnalistikada axborot manbalarini majburiy verifikatsiya qilish;
2. ijtimoiy tarmoqlarda faktcheking ko‘nikmalarini kuchaytirish;
3. bolalar va jabrlanuvchilarga oid vizual materiallar uchun alohida etik mezonlar ishlab chiqish;
4. jurnalistlarni tahririy va iqtisodiy bosimdan himoya qilish mexanizmlarini kuchaytirish;
5. jurnalistika ta’limida mediaetika va raqamli verifikatsiyani integratsiyalash;
6. foydalanuvchilarning media savodxonligini oshirish;
7. raqamli platformalarning algoritmik qarorlari va kontent moderatsiyasida shaffoflikni kuchaytirish.

Umuman, jamoatchilik fikrini shakllantirish jarayonida texnologik imkoniyatlarning o‘zi yetarli emas. Ushbu jarayonning ijtimoiy samaradorligi axborot tarqatuvchilarning axloqiy mas’uliyati, xolisligi, haqqoniyligi, inson qadr-qimmatini hurmat qilishi va axborotning ehtimoliy ijtimoiy oqibatlarini oldindan baholay olishi bilan belgilanadi.

Shu nuqtai nazardan, deontologik va konsekvensialistik yondashuvlarni uyg‘unlashtirish raqamli media muhitida mas’uliyatli kommunikatsiyani ta’minlashning muhim sharti hisoblanadi.

Adabiyotlar

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. DOI: <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>

Boyd, d. (2010). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39–58). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203876527-8>

Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-

Blackwell. DOI: <https://doi.org/10.1002/9781444319514>

Christians, C. G., Fackler, M., Richardson, K. B., Kreshel, P. J., & Woods, R. H. (2016). *Media ethics: Cases and moral reasoning* (10th ed.). Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315544199>

Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press. DOI: <https://doi.org/10.4159/9780674239302>

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press. DOI: <https://doi.org/10.12987/9780300235029>

International Federation of Journalists. (2019). *Global charter of ethics for journalists*. International Federation of Journalists. <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists>.

Ireton, C., & Posetti, J. (Eds.). (2018). *Journalism, 'fake news' & disinformation: Handbook for journalism education and training*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814743683.001.0001>

Kirillov, R. (2006). Internet: Proigrannaya voyna [Internet: The lost war]. *Kuryer*, (50), 9.

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect* (Rev. ed.). Three Rivers Press. <https://books.google.com/books?id=iMA1WhtiRBkC>

McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications. <https://search.worldcat.org/title/mcquails-mass-communication-theory/oclc/904344118>

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Arguedas, A. R., & Nielsen, R. K. (2024). *Reuters Institute digital news report 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. <https://doi.org/10.60625/RISJ-VY6N-4V57>

O'zbekiston Respublikasi. (2020). Shaxsga doir ma'lumotlar to'g'risida: O'zbekiston Respublikasining Qonuni (O'RQ-547). <https://lex.uz/docs/4396419>

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press. <https://www.penguin.co.uk/books/181850/the-filter-bubble-by-pariser-eli/9780141969923>

Shamshiyeva, I. (2015). Internet va bagrikenglik muammolari. *Infokom. uz*, (10), 84. <https://doi.org/10.71337/inlibrary.uz.universaljurnal.91578>

Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin Press. <https://www.penguinrandomhouse.com/books/300615/here-comes-everybody-by-clay-shirky/9781440632242>

Singer, J. B. (2011). *Journalism in the network: A new digital media ethics?* <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195370805.003.0008>

Ward & H. Wasserman (Eds.). *Journalism ethics: A philosophical approach*. Routledge. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195370805.001.0001>

Tandoc, E. C., Jr., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "fake news": A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press. DOI: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199970773.001.0001>

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false



news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. DOI: <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

Ward, S. J. A. (2004). *The invention of journalism ethics: The path to objectivity and beyond*. McGill-Queen's University Press. <https://doi.org/10.1515/9780773576384>

Ward, S. J. A. (2020). *Ethics and the media: An introduction* (2nd ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108779340>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe. <https://rm.coe.int/information-disorder-report-2017/1680766412>

Монахов, В. Н. (2003). *СМИ и Интернет: проблемы правового регулирования*. Экопринт. https://www.russianlaw.net/files/law/books/book_media_net_law_part1.pdf

Muallif haqida:

Fayzullaeva Xilola Fayzullaevna — filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti katta o'qituvchisi, xilola08051982@gmail.com

ONLINE MEDIA IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION: PUBLIC OPINION AND ETHICAL FACTORS

Abstract: The article examines the influence of online media and social networks on the formation of public opinion from the perspective of media ethics in the context of digital transformation. The primary objective of the study is to identify the ethical issues arising in the dissemination of information through social networks, examine the perceptions of these issues among citizens, journalists, and journalism students, and assess the role of such principles as information accuracy, objectivity, privacy, respect for human dignity, and professional independence in shaping public opinion. The study employed online surveys, comparative analysis, and an examination of practical media cases. Surveys were conducted among 298 citizens, 424 journalists, and 805 journalism students. The findings indicate that citizens attach considerable importance to information objectivity, the protection of children's rights, privacy, and the reliability of information sources. Among journalists, ethical dilemmas were identified concerning the balance between public interest and source reliability, the use of visual materials, and editorial pressure. Among journalism students, professional independence, integrity, and freedom of expression emerged as priority professional values. The findings demonstrate that the formation of public opinion in the digital media environment is determined not only by technological capabilities but also by ethical and social factors.

Keywords: online media, social networks, public opinion, media ethics, journalistic ethics, information accuracy, privacy, professional independence, digital transformation.

About the author:

Khilola Fayzullayeva — PhD in Philology, Senior Lecturer at the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan, xilola08051982@gmail.com

ОНЛАЙН-МЕДИА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ И ЭТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

Аннотация: В статье с позиций медиаэтики анализируется влияние онлайн-медиа и социальных сетей на формирование общественного мнения в условиях цифровой трансформации. Основная цель исследования заключается в выявлении этических проблем, возникающих в процессе распространения информации в социальных сетях, изучении отношения к ним граждан, журналистов и студентов журналистских специальностей, а также оценке роли таких принципов, как достоверность и объективность информации, неприкосновенность частной жизни, уважение человеческого достоинства и профессиональная независимость, в формировании общественного мнения. В исследовании использовались методы онлайн-анкетирования, сравнительного анализа и изучения практических медиакейсов. В опросах приняли участие 298 граждан, 424 журналиста и 805 студентов журналистских специальностей. Результаты исследования показали, что граждане придают значительное значение объективности информации, защите прав детей, неприкосновенности частной жизни и надёжности информационных источников. Среди журналистов выявлены этические дилеммы, связанные с необходимостью соблюдения баланса между общественным интересом и надёжностью источников, использованием визуальных материалов и воздействием редакционного давления. Для студентов журналистских специальностей профессиональная независимость, честность и свобода выражения мнения выступили в качестве приоритетных профессиональных ценностей. Полученные результаты свидетельствуют о том, что формирование общественного мнения в цифровой медиасреде определяется не только технологическими возможностями, но и совокупностью этических и социальных факторов.

Ключевые слова: онлайн-медиа, социальные сети, общественное мнение, медиаэтика, журналистская этика, достоверность информации, неприкосновенность частной жизни, профессиональная независимость, цифровая трансформация.

Об авторе:

Файзуллаева Хилола Файзуллаевна — доктор философии (PhD) по филологическим наукам, старший преподаватель Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана.

E-mail: xilola08051982@gmail.com