

JAHON MEDIA-TADQIQOTLARIDA MANIPULYATSIYA GENEZISI: W. LIPPMANN VA N. CHOMSKY NAZARIYALARI TAHLILI

Yarashova Madina Lutfulla qizi

O'zJOKU 2-bosqich magistranti

+998991359373

madinayarashova0@gmail.com

MAQOLA MALUMOTI

ANNOTATSIYA:

MAQOLA TARIXI:

Received: 22.03.2026

Revised: 23.03.2026

Accepted: 24.03.2026

KALIT SO'ZLAR:

*Axborot pufagi,
Axborotni filtrlash,
Jamoatchilik fikri,
Media
manipulyatsiyasi,
Media ta'siri, Ommaviy
kommunikatsiya, Post-
haqiqat, Propaganda,
Raqamli media,
Stereotiplar*

Mazkur maqolada jahon media-tadqiqotlarida manipulyatsiya fenomenining shakllanishi va rivojlanish bosqichlari tarixiy-tahliliy va qiyosiy yondashuvlar asosida o'rganiladi. Xususan, Walter Lippmann hamda Noam Chomsky nazariyalari doirasida ommaviy kommunikatsiya jarayonida manipulyativ ta'sir mexanizmlarining nazariy asoslari tahlil qilinadi. Tadqiqot natijasida media orqali jamoatchilik fikrining shakllanishi stereotiplar, axborotni filtrlash va algoritmik boshqaruv kabi omillar bilan chambarchas bog'liqligi aniqlanadi. Shuningdek, ushbu nazariyalarning zamonaviy raqamli media makonidagi ahamiyati hamda ularning jamoatchilik fikriga ta'siri ilmiy jihatdan asoslab beriladi.

Kirish

Zamonaviy axborot jamiyatida ommaviy axborot vositalari (OAV) nafaqat axborot yetkazuvchi vosita, balki jamoatchilik fikrini shakllantiruvchi muhim kommunikativ institut sifatida ham namoyon bo'lmoqda. Globallashuv, raqamli texnologiyalar va ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi natijasida axborot oqimining keskin ortishi bilan bir qatorda, OAVning auditoriyaga ta'sir ko'rsatish usullari ham murakkablashib bormoqda. Ayniqsa, ommaviy kommunikatsiya jarayonida manipulyatsiya mexanizmlarining qo'llanilishi bugungi media makonining dolzarb muammolaridan biri sifatida ilmiy tadqiqotlarda keng o'rganilmoqda.

Media manipulyatsiyasi tushunchasi jamoatchilik ongiga ma'lum g'oya, qarash yoki pozitsiyani bevosita yoki bilvosita singdirish jarayonini anglatadi. Bu jarayonda axborotni tanlab taqdim etish, kontekstni o'zgartirish, ma'lum stereotiplarni shakllantirish yoki hissiy ta'sir mexanizmlaridan foydalanish kabi usullar qo'llanadi. Natijada auditoriya ma'lum bir

fikr yoki qarashni mustaqil ravishda shakllantirgandek ko'rinsa-da, aslida u oldindan belgilangan kommunikativ strategiyalar ta'sirida yuzaga keladi.

Jahon media tadqiqotlarida manipulyatsiya fenomenining genezisi bir qator mashhur olimlarning ilmiy qarashlari orqali izohlanadi. Xususan, amerikalik tadqiqotchi Walter Lippmann ommaviy kommunikatsiya jarayonida stereotiplar va "jamoatchilik fikri"ning shakllanish mexanizmlarini tahlil qilgan bo'lsa, keyinchalik Noam Chomsky va Edward Herman tomonidan ishlab chiqilgan "propaganda modeli" esa zamonaviy OAV tizimida axborot oqimining qanday filtrlanishi va jamoatchilik fikrining qanday shakllantirilishini tushuntirib beruvchi muhim nazariy konsepsiyalardan biri hisoblanadi.

Metodologiya:

Mazkur ilmiy maqolada media manipulyatsiyasi fenomenining genezisini o'rganish uchun kompleks, nazariy va tahliliy yondashuvlardan foydalanildi. Tadqiqot metodologiyasi quyidagi asosiy ilmiy usullar majmuasiga tayanadi:

Birinchidan, tarixiy-tahliliy usul qo'llanildi. Ushbu yondashuv orqali media manipulyatsiyasi tushunchasining shakllanishi va rivojlanish bosqichlari izchil ravishda o'rganildi. Xususan, XX asr boshidagi Walter Lippmann qarashlaridan boshlab, zamonaviy davrda Noam Chomsky va Edward S. Herman tomonidan ishlab chiqilgan nazariyalar evolyutsion jihatdan tahlil qilindi.

Ikkinchidan, qiyosiy (komparativ) tahlil usuli asosida turli nazariy yondashuvlar o'zaro solishtirildi. Bu usul yordamida Lippmannning "jamoatchilik fikri" konsepsiyasi hamda Chomsky va Herman tomonidan ilgari surilgan "propaganda modeli"ning o'xshash va farqli jihatlari aniqlanib, ularning media manipulyatsiyasini tushuntirishdagi o'rni baholandi.

Media manipulyatsiyasi tushunchasi va uning jahon media-tadqiqotlarida shakllanishi

Media manipulyatsiyasi va propaganda tushunchalari ko'pincha bir-biriga yaqin ishlatilsa-da, ular o'rtasida nozik farqlar mavjud. Ularni tushunish psixologik ta'sirlarni tahlil qilish uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

Media Manipulyatsiyasi: Ma'lumotni qasddan buzish, o'zgartirish, noto'g'ri taqdim etish yoki tanlab oshkor etish orqali jamoatchilik fikrini yoki shaxsiy idrokni muayyan yo'nalishga burish jarayoni. Bu harakatlar ochiq-oydin yolg'onchilikdan tortib, faktlarni tanlab ko'rsatishgacha bo'lgan keng doirani qamrab olishi mumkin. Maqsad ko'pincha tor shaxsiy, siyosiy yoki iqtisodiy manfaatlarni ilgari surishdir. Manipulyatsiya har doim ham propaganda bo'lmasligi mumkin, masalan, biror mahsulotni ortiqcha maqtab reklama qilish ham manipulyatsiya hisoblanadi. Ma'lum bir g'oya, mafkura, siyosiy qarash yoki kun tartibini ilgari surish maqsadida ma'lumotni (haqiqiy, qisman haqiqiy yoki yolg'on bo'lishidan qat'i nazar) tizimli ravishda tarqatish. Propagandaning maqsadi ko'pincha kengroq bo'lib, butun jamiyatning qadriyatlari, e'tiqodlari va xatti-harakatlarini shakllantirishga qaratilgan. Manipulyatsiya propogandaning tarkibiy qismi yoki uning bir

vositasi bo'lishi mumkin, ya'ni propaganda o'z maqsadlariga erishish uchun manipulyatsiya texnikalaridan foydalanadi²⁰.

Jahon mediasida ushbu hodisalarning ta'siri ayniqsa raqamli davrda kuchaygan. Internet va ijtimoiy tarmoqlar manipulyatsiya va propagandaning yangi shakllarini yuzaga keltirib, ularning ta'sir doirasini global miqyosga olib chiqdi. Manipulyatorlar ko'proq inson hissiyotlariga — qo'rquv, g'azab va umid kabi emotsiyalarga ta'sir qilish orqali qaror qabul qilish jarayonini o'zgartiradi. Bu esa mantiqiy fikrlashning susayishiga va tezkor, ammo ko'pincha noto'g'ri qarorlar qabul qilinishiga olib keladi.

Bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlarda algoritmlar orqali faqat foydalanuvchining mavjud qarashlariga mos kontentning ko'rsatilishi manipulyatsiyani yanada kuchaytiradi. Natijada "axborot pufagi" (filter bubble) shakllanib, insonlar alternativ fikrlarni qabul qilishdan cheklanadi. Bu jarayon jahon mediasida jamoatchilik fikrining bir yoqlama shakllanishiga xizmat qiladi.

Propaganda va manipulyatsiyaning yana bir muhim ta'siri — ijtimoiy ishonchning pasayishi va jamiyatning qutblanishidir. Tadqiqotda qayd etilishicha, bu jarayonlar "tanqidiy fikrlashning zaiflashishi, jamiyatda ishonchsizlik va demokratik jarayonlarning xavf ostida qolishiga" olib keladi. Natijada, global media makonida "post-haqiqat" (post-truth) fenomeni yuzaga keladi, ya'ni faktlardan ko'ra hissiyotlar ustuvor ahamiyat kasb eta boshlaydi²¹.

Media manipulyatsiyasi va propaganda hodisalarini chuqur o'rganish, ularning nazariy asoslarini tahlil qilish hamda zamonaviy raqamli muhitdagi mexanizmlarini aniqlash bugungi kunda ilmiy va amaliy jihatdan muhim ahamiyat kasb etadi. Bu jarayonda media savodxonlikni oshirish va tanqidiy fikrlashni rivojlantirish jamiyatning axborot xavfsizligini ta'minlashning asosiy omillaridan biri hisoblanadi.

W. Lippmann nazariyasida ommaviy kommunikatsiya hamda propaganda mexanizmlari

Jamoatchilik fikri ijtimoiy ongning muhim tarkibiy qismi bo'lib, u jamiyat a'zolarining muayyan voqea-hodisalarga nisbatan shakllangan kollektiv munosabatini ifodalaydi. Ushbu tushuncha ilmiy muomalaga XX asr boshlarida kirib kelgan bo'lib, amerikalik jurnalist Walter Lippmann o'zining Public Opinion asarida ommaviy axborot vositalari inson ongida "pseudo-environment" (sun'iy muhit)ni shakllantirishini asoslab bergan.²²

Lippmanning ta'kidlashicha, inson real voqelikni bevosita emas, balki OAV yaratgan obrazlar orqali qabul qiladi. Ommaviy kommunikatsiya tizimi jamoatchilik fikrini shakllantirishda muhim vosita hisoblanadi. Chunki keng auditoriya barcha voqealarni

²⁰Nurmatov S., Anvarova N. A. Media manipulyatsiya va propaganda vositalarining psixologik ta'siri // Yosh olimlar ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari. – Qo'qon, 2023. – B. 66

²¹Nurmatov S., Anvarova N. A. Media manipulyatsiya va propaganda vositalarining psixologik ta'siri // Yosh olimlar ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari. – Qo'qon, 2023. – B. 67

²²<https://www.gutenberg.org/ebooks/6456>

bevosita kuzata olmaydi, natijada ular axborotni vositachilar – jurnalistlar va OAV orqali qabul qiladi. Shu sababli media voqelikning to‘liq aksini bermaydi, balki voqelikning ma’lum jihatlarini tanlab taqdim etadi. Lippmannning fikricha, yangiliklar jamiyatdagi barcha hodisalarni aks ettiruvchi to‘liq oynaga o‘xshamaydi, balki voqelikning faqat ayrim tomonlarini ko‘rsatadi. Bu esa jamoatchilik ongida muayyan stereotiplar va tasavvurlarni shakllantiradi.

Shuningdek, Lippmann propaganda masalasini ham jamoatchilik fikrini shakllantirish jarayonining muhim elementi sifatida ko‘rib chiqadi. Uning ta’kidlashicha, propaganda odamlarning ongidagi tasvirlarni o‘zgartirish orqali ularning ijtimoiy voqelikka munosabatini shakllantiradi. Shu bois u propagandani “odamlar javob beradigan tasvirni o‘zgartirishga qaratilgan urinish” deb izohlaydi.²³ Bundan tashqari, olim propagandaning samarali ishlashi uchun axborot oqimi bilan jamoatchilik o‘rtasida ma’lum darajada filtr yoki to‘siq mavjud bo‘lishi kerakligini ta’kidlaydi.²⁴ Bu filtr ko‘pincha ommaviy axborot vositalari, siyosiy institutlar yoki axborotni tanlab yetkazuvchi kommunikatsion mexanizmlar orqali yuzaga keladi.

Umuman olganda, Lippmannning jamoatchilik fikri nazariyasi ommaviy kommunikatsiya tadqiqotlarida muhim metodologik asos bo‘lib xizmat qiladi. U jamoatchilik fikrining shakllanishi jarayonini real voqelik, media tasvirlari va inson ongidagi stereotiplar o‘rtasidagi o‘zaro ta’sir orqali tushuntiradi. Shu jihatdan, uning nazariyasi keyinchalik propaganda va media manipulyatsiyasi bo‘yicha olib borilgan tadqiqotlar uchun muhim nazariy poydevor vazifasini bajargan.

N. Chomsky nazariyasida media manipulyatsiyasi va “propaganda modeli” tahlili

Chomsky va Herman tomonidan ishlab chiqilgan “propaganda modeli” ommaviy axborot vositalarining tizimli ishlash mexanizmini tushuntiradi va media manipulyatsiyasining struktural asoslarini ochib beradi. Noam Chomsky — amerikalik tilshunos, faylasuf va ommaviy kommunikatsiya nazariyotchisi bo‘lib, zamonaviy media tadqiqotlarida tanqidiy yondashuv asoschilaridan biri hisoblanadi. Chomsky va Edward S. Herman tomonidan ishlab chiqilgan “propaganda modeli” ommaviy axborot vositalarining jamiyatdagi rolini iqtisodiy va siyosiy omillar bilan bog‘liq holda tahlil qiladi. Ushbu modelga ko‘ra, yirik media tizimlari mustaqil axborot ishlab chiqaruvchi institut sifatida emas, balki muayyan manfaatlar doirasida shakllangan struktura sifatida faoliyat yuritadi. Model 1988-yilda chop etilgan Manufacturing Consent asarida nazariy jihatdan asoslab berilgan.²⁵

Nazariyaga ko‘ra, ommaviy axborot vositalari “beshta filtr” orqali ishlaydi: mulkchilik (ownership), reklama (advertising), axborot manbalari (sourcing), bosim va tanqid (flak) hamda mafkuraviy omillar (ideology). Ushbu filtrlar axborotning jamiyatga yetib borish

²³Lippmann W. Public Opinion. – New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. – P. 14.

²⁴Lippmann W. Public Opinion. – New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. – P. 28.

²⁵Herman E. S., Chomsky N. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. – New York: Pantheon Books, 1988. – 412 p.

jarayonida tanlanishiga va muayyan nuqtai nazarining ustuvor bo'lishiga olib keladi. Natijada, media manipulyatsiyasi ochiq senzura shaklida emas, balki axborotni tanlab berish, mavzularni cheklash va kun tartibini shakllantirish orqali amalga oshadi.

Raqamli davrda ushbu jarayonlar yanada murakkablashdi. Ijtimoiy tarmoqlar va algoritmik tizimlar foydalanuvchining avvalgi qiziqishlariga mos kontentni ko'proq ko'rsatadi. Bu esa "axborot pufagi" (filter bubble) fenomenini kuchaytirib, alternativ fikrlarning kamayishiga va jamoatchilik fikrining bir yoqlama shakllanishiga sabab bo'ladi. Shu bilan birga, hissiyotlarga asoslangan kontent (qo'rquv, g'azab, xavotir) manipulyativ ta'sirni kuchaytirib, post-haqiqat muhitining kengayishiga zamin yaratadi.

Shunday qilib, Chomsky tomonidan ilgari surilgan propaganda modeli media manipulyatsiyasini tizimli jarayon sifatida talqin qiladi va jahon media-tadqiqotlarida tanqidiy yondashuvning muhim nazariy asoslaridan biri bo'lib xizmat qiladi. Ushbu konsepsiya zamonaviy axborot makonida jamoatchilik fikrining shakllanish mexanizmlarini tushunishda dolzarb ahamiyat kasb etadi degan xulosaga kelishimiz mumkin.

Xulosa

Jahon media-tadqiqotlarida manipulyatsiya fenomenining genezisini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, ommaviy kommunikatsiya tizimi tarixan faqat axborot uzatish vositasi bo'lib qolmay, balki jamoatchilik ongini shakllantiruvchi murakkab ijtimoiy mexanizm sifatida rivojlangan. Walter Lippmann nazariyasida bu jarayon "pseudo-environment" tushunchasi orqali izohlanib, insonlarning real voqelikni bevosita emas, balki media orqali yaratilgan obrazlar asosida qabul qilishi asoslab beriladi. Bu esa stereotiplarning shakllanishiga va jamoatchilik fikrining bilvosita boshqarilishiga olib keladi.

Keyingi bosqichda Noam Chomsky va Edward S. Herman tomonidan ishlab chiqilgan "propaganda modeli" media tizimining institutsional va strukturaviy xususiyatlarini ochib beradi. Ushbu modelga ko'ra, axborot oqimi turli "filtrlar" orqali saralanadi va natijada jamoatchilik ongiga ma'lum manfaatlarga mos keluvchi kontent yetkaziladi. Bu esa manipulyatsiyaning yashirin, tizimli va institutsional shaklga ega ekanligini ko'rsatadi.

Tahlillar shuni anglatadiki, zamonaviy raqamli media makonida manipulyatsiya jarayonlari yanada murakkablashib, algoritmik boshqaruv, ijtimoiy tarmoqlar va "axborot pufagi" kabi yangi shakllar orqali kuchaymoqda. Natijada, "post-haqiqat" fenomeni kengayib, faktlardan ko'ra hissiy ta'sir ustuvor ahamiyat kasb etmoqda. Bu holat jamiyatda ishonch inqirozi, axborotning fragmentatsiyasi va ijtimoiy qutblanishga olib kelishi mumkin.

Umuman olganda, Lippmann va Chomsky nazariyalari media manipulyatsiyasining evolyutsiyasini tushuntirib beruvchi o'zaro bog'liq ilmiy asoslarni yaratadi. Ularning yondashuvlari bugungi kunda ham media tahlilida dolzarb bo'lib, jamoatchilik fikrini shakllantirish mexanizmlarini chuqur anglash imkonini beradi.

Takliflar:

Media savodxonlikni rivojlantirish –Jamiyatda, ayniqsa yoshlar orasida media savodxonlik ko‘nikmalarini shakllantirish zarur. Bu orqali auditoriya axborotni tanqidiy tahlil qilish, manipulyativ kontentni aniqlash va mustaqil xulosa chiqarish qobiliyatiga ega bo‘ladi;

Tanqidiy fikrlashni kuchaytirish – Ta’lim tizimida tanqidiy fikrlashni rivojlantiruvchi metodlarni keng joriy etish lozim. Bu manipulyatsiyaga qarshi eng samarali intellektual himoya vositasidir.

Mustaqil jurnalistikani qo‘llab-quvvatlash – OAVning iqtisodiy va siyosiy bosimlardan holi faoliyat yuritishi uchun institutsional sharoitlar yaratish zarur. Bu axborotning xolis va muvozanatli yetkazilishini ta’minlaydi;

Axborot xavfsizligi siyosatini takomillashtirish – Davlat va jamiyat darajasida manipulyativ axborot oqimlariga qarshi samarali strategiyalar ishlab chiqish lozim. Bu milliy va global axborot makonida barqarorlikni ta’minlaydi;

Ilmiy tadqiqotlarni kengaytirish–Media manipulyatsiyasi, propaganda va raqamli kommunikatsiya bo‘yicha multidisiplinar tadqiqotlarni rivojlantirish zarur. Ayniqsa, sun’iy intellekt va algoritmik ta’sir mexanizmlarini o‘rganish dolzarb hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Walter Lippmann. Public Opinion. – New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. – 427 p.
2. Edward S. Herman, Noam Chomsky. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. – New York: Pantheon Books, 1988. – 412 p.
3. Nurmatov S., Anvarova N. A. Media manipulyatsiya va propaganda vositalarining psixologik ta’siri // Yosh olimlar ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari. – Qo‘qon, 2023. – B. 66-68.
4. Walter Lippmann. Public Opinion [Elektron resurs]. – URL: <https://www.gutenberg.org/ebooks/6456>(murojaat sanasi: 10.03.2026).