Materiallar to’plami · Conference Proceedings

“Iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy huquqlarni ta’minlash: global chaqiriqlar va milliy yechimlar(Fuqarolarning iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy huquqlari: transmilliy muammolar va ularni hal etish mexanizmlari)”

IQTISODIY, IJTIMOIY VA MADANIY HUQUQLARNI TA’MINLASH: GLOBAL CHAQIRIQLAR VA MILLIY YECHIMLAR

01 October – 14 November 2026

UDK 004

RAQAMLI MEDIAMAKONDA OMMABOPLIK, MANFAAT HAMDA HAQIQATGA SODIQLIK MUAMMOSI

Nargiza Ortig‘aliyevna Jo‘raboyeva*

Farg‘ona davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi

✉ nargiza35@gmail.com

ANNOTATSIYA

Maqola raqamli ommaboplikni epistemik sifat bilan tenglashtirish muammosini tahlil qiladi. Konseptual qiyoslash ko‘rinish, qiziqish, manfaat va dalillanganlikni ajratadi. Ommaboplik hamda tijoriy manfaatning o‘zi yolg‘onlik belgisi emasligi asoslanadi. Auditoriya e’tibori va haqiqatga sodiqlikni mustaqil mezonlarda baholash taklif etiladi. Homiylikni ochish, sarlavha aniqligi va tuzatish izini saqlash orqali manfaatlar ziddiyatini tekshirish shartlari ko‘rsatiladi.

Kalit so‘zlar

ommaboplik, haqiqatga sodiqlik, manfaat, e’tibor, dalillanganlik, tahririy mustaqillik, javobgarlik.

DOI: 10.5281/zenodo.23863232

KIRISH

Raqamli xabarning ommabopligi uning ko‘rinish va tarqalish xususiyatiga tegishli; haqiqatga sodiqligi esa dalilga munosabati bilan belgilanadi. Bu ikki xususiyat bir-birini istisno etmaydi, lekin bir-birining o‘rnini ham bosa olmaydi. Platforma muhitining ommaviy qadriyatlar bilan munosabati haqidagi tadqiqotlar kommunikativ natijalarni faqat texnik samaradorlik orqali baholash yetarli emasligini ko‘rsatadi [1]. Maqola ushbu farqni ommaboplik va manfaat munosabatiga tatbiq etadi.

Vosoughi, Roy va Aral Twitterdagi 2006/2017-yillarga oid ma’lumotlarda yolg‘on va to‘g‘ri xabarlarning tarqalish tafovutlarini o‘rgangan [2]. Bunday natija e’tibor bilan faktual sifat orasidagi munosabatni tekshirish zaruratini ko‘rsatadi. Lekin u har qanday ommabop xabar yolg‘on yoki barcha raqamli muhitda bir xil mexanizm ishlaydi degan hukmni bermaydi. Tadqiqot doirasi va umumiy falsafiy xulosa orasidagi masofa saqlanishi kerak.

Maqolaning savoli shundan iborat: ommaboplik va manfaatni tan olgan holda haqiqatga sodiqlikni qanday mustaqil mezon sifatida saqlash mumkin? Maqsad tijoratlashuvni yalpi axloqiy ayblovga aylantirish emas, manfaatlar ziddiyati qaysi shartda epistemik muammoga aylanishini aniqlashdir. Taklifning markazida uch farq turadi: auditoriya e’tibori va asos, ochiq manfaat va yashirin yo‘naltirish, xatosizlik da’vosi va tuzatishga tayyorlik.

MATERIALLAR VA METODLAR

Tadqiqot konseptual qiyoslash, normativ tahlil va chegaraviy holatlarni sinashga asoslandi. Empirik maqolalar faqat muayyan kuzatuv yoki tajribaning o‘z doirasida ishlatildi. Tijoriy platformalarning foydasi,

mualliflar daromadi yoki mahalliy auditoriya ko‘rsatkichlari hisoblanmadi. Shuning uchun natijalar sababiy iqtisodiy model yoki amaldagi nashrlarning reytingi sifatida taqdim etilmaydi.

Tanlangan materiallar platformalar, axborot tarqalishi, xabarni ulashish va jurnalistik etikaga oid manbalardan iborat. Metodik jihatdan xabarning mazmuni, uni chiqarish sharoiti hamda tarqalish natijasi ajratildi. Bir darajadagi dalilni boshqa daraja haqidagi hukmga aylantirish mumkinligi tekshirildi. Masalan, homiylikni aniqlash xabarning to‘g‘riligini tekshirish uchun muhim bo‘lishi mumkin, ammo uning yolg‘onligini yakka holda isbotlamaydi.

Qarshi misollar tahlilni muvozanatlashtirdi. Kam ko‘rilgan xabar ham asossiz bo‘lishi, keng tarqalgan xabar esa puxta tekshirilgan bo‘lishi mumkin. Pulli material faktual aniqlikka rioya qilishi, daromadsiz ulashuv esa beixtiyor xatoni yoyishi mumkin. Mazkur mantiqiy holatlar manfaat va ommaboplikni baholashdan chiqarib tashlamaydi; ularni to‘g‘ridan to‘g‘ri haqiqat mezoniga aylantirishni cheklaydi. **NATIJALAR**

Ommaboplikning epistemik neytralligi emas, cheklangan ma’nosi. Birinchi natija ommaboplik ko‘rsatkichi nimani bildirishini chegaralashdir. Ko‘rilish yoki ulashish soni axborot bilan yuz bergan muayyan aloqani ifodalaydi. U xabarning tushunilganini, tasdiqlanganini yoki qabul qilinganini avtomatik ko‘rsatmaydi. Foydalanuvchi tanqid qilish, savol berish yoki saqlab qo‘yish uchun ham ulashishi mumkin. Shuning uchun tarqalish ko‘rsatkichi bilan auditoriyaning epistemik hukmi o‘rtasidagi bog‘lanish alohida o‘rganiladi.

Bu cheklash ommaboplik butunlay ahamiyatsiz degani emas. Keng qamrov xato materialning mumkin bo‘lgan oqibatini oshirishi haqidagi normativ xavotir tekshiruv mas’uliyatini kuchaytirishi mumkin. Ammo mas’uliyatning kuchayishi xabarning yolg‘on deb oldindan hukm qilinishini oqlamaydi. Maqola qamrovni tekshiruv ustuvorligini belgilovchi omil sifatida, haqiqatni esa daliliy muvofiqlik masalasi sifatida alohida joylashtiradi.

Axborotning ko‘rinish tartibi tanlangan dolzarblik mezonlari orqali tashkil etilishi mumkin [3]. Shundan kelib chiqadigan mualliflik xulosasi shuki, “odamlar ko‘rdi” degan faktni “odamlar mustaqil ravishda eng asosli deb tanladi” degan bayonga aylantirish asossiz. Bunday o‘tish uchun qanday kontent ko‘rsatilgani, tanlov sharoiti va auditoriyaning maqsadi to‘g‘risida qo‘shimcha dalil kerak. Ommaboplik tarixining o‘zi ham izohlanadigan predmetdir.

1-jadval. Ommaboplik va epistemik sifatning mustaqil tahlil mezonlari

Tahlil predmeti	Mos savol	Asossiz xulosa	Mas’uliyat sharti
Ko‘rinish	Xabar qancha va qayerda ko‘rindi?	Ko‘p ko‘rildi, demak to‘g‘ri	Qamrovni faktual asosdan ajratish
Qiziqish	Qaysi jihat auditoriya e’tiborini tortdi?	Qiziqarli demak muhim yoki dalillangan	Sarlavhaning matnga mosligi
Manfaat	Kimning qanday foydasi bor?	Manfaat bor, demak xabar yolg‘on	Homiylik va bog‘liqlikni oshkor etish
Dalillanganlik	Da’vo qaysi tekshiruvdan o‘tgan?	Mashhur muallif, demak xatosiz	Birlamchi asos va qarshi dalilga kirish
Tuzatish	Xato qanday va kimga yetkazildi?	Post o‘chirildi, muammo hal bo‘ldi	O‘zgarish sababini va izini saqlash

Jadval bir o‘lchamni boshqasiga almashtirishdagi xatolarni ko‘rsatadi. Xabar qamrovi yuqori bo‘lsa, dalillar sifati avtomatik oshmaydi. Xabar puxta dalillangan bo‘lsa, uning taqdimoti barcha auditoriya uchun tushunarli degan xulosa ham kelib chiqmaydi. Shunday qilib, haqiqatga sodiqlik bilan kommunikativ mahoratni raqib emas, mustaqil tekshiriladigan talablar deb tushunish taklif etiladi.

Manfaatning mavjudligi va manfaatlar ziddiyati. Ikkinchi natija manfaatning borligi bilan uning yashirin ustunligi orasidagi farqdir. Ilmiy, kasbiy yoki tijoriy manfaatga ega subyekt haqqoniy xabar berishi mumkin. Etik muammo manfaat dalilni tekshirishga to‘sqinlik qilganda, muhim bog‘liqlik yashirilganda yoki qarshi dalil chiqarib tashlanganda yuzaga keladi. Shuning uchun tekshiruv “foyda bormi?” savolidan boshlanishi mumkin, lekin “foyda daliliy amaliyotga qanday ta’sir qildi?” savoliga o‘tishi kerak.

Kasbiy etikada manfaatlar ziddiyatidan ehtiyot bo‘lish, homiylikni tushuntirish va axborot aniqligiga javob berish talablari mavjud [4]. Maqolaning taklifi bu talablarni uch xil oshkoralikka ajratadi: moliyaviy bog‘liqlikni ko‘rsatish,

tahririy qaror uchun javobgar subyektni aniqlash va xabar asosini tekshiruvga ochish. Ulardan bittasi mavjudligi qolganlarini keraksiz qilmaydi. Homiy nomi oshkor qilingan materialda ham faktual xato bo‘lishi mumkin.

Faraziy vaziyatda kitob savdosidan manfaatdor sharhlovchi asarning kuchli tomonlarini ta’kidlaydi. U moliyaviy aloqasini bildirsa va asarga oid tekshirish mumkin bo‘lgan ma’lumotni buzmasa, tanqidiy baholash uchun zarur kontekst taqdim etilgan bo‘ladi. Boshqa vaziyatda mustaqil tavsiya ko‘rinishidagi material yashirin to‘lov asosida tayyorlansa, ishonch munosabati boshqa tus oladi. Ushbu misol real shaxsning amaliyotini tavsiflamaydi.

E’tibor va haqiqatga sodiqlikning amaliy birligi. Uchinchi natija xabarni qiziqarli qilish bilan uni aniqlikdan uzoqlashtirish orasida zaruriy bog‘lanish yo‘qligidir. Mualliflik yondashuviga ko‘ra, sarlavha savol tug‘dirishi, lekin matnda isbotlanmagan javobni oldindan fakt sifatida bermasligi mumkin. Qisqartirish mazmunni tushunarli qilishi mumkin, ammo noaniqlik belgisini yo‘qotmasligi kerak. Kommunikativ mahorat dalilning darajasini to‘g‘ri ifodalashga xizmat qilganda haqiqatga sodiqlik bilan birlashadi.

Pennycook va hamkorlarning tajribalari aniqlikka e’tiborni yo‘naltirish xabar ulashish sifatiga ta’sir qilishi mumkinligini ko‘rsatgan [5]. Liu Xitoydagi COVID-19 xabarlari bilan o‘tkazgan replikatsiyada ham asosiy ta’sirni qo‘llab-quvvatlovchi natijalar topgan [6]. Bular barcha auditoriyada tayyor yechim mavjudligini anglatmaydi. Maqola ushbu ishlarni ommaboplik ortidan quvish va haqiqatni mutlaqo unutish o‘rtasidagi qarama-qarshilikni empirik tekshirish mumkinligining misoli sifatida ishlatadi.

Tuzatish amaliyoti haqiqatga sodiqlikning vaqt o‘lchamini ochadi. Xabar e’lon qilingan lahzadagi asos keyinchalik zaiflashishi yoki yangi dalil bilan aniqlashishi mumkin. Shu sabab sodiqlik “bir marta to‘g‘ri chiqish” bilan tugamaydi. Mualliflik taklifi xato yoki muhim o‘zgarish bo‘lganda nimaning va nega o‘zgarganini ko‘rsatishdir. Eski da’voni izsiz almashtirish auditoriyaga o‘z qarorini qayta ko‘rib chiqish uchun yetarli ma’lumot bermasligi mumkin.

MUHOKAMA

Birinchi e’tiroz tijoriy bosim kuchli bo‘lsa, individual axloqiy talab samarasiz bo‘lishidir. Bu e’tiroz institutsional shartlarni tahlilga qo‘shadi. Axborot yaxlitligi haqidagi OECD hisoboti muammoni kengroq muhit doirasida ko‘radi [7]. Shunga mos ravishda maqola javobgarlikni faqat muallif vijdoniga yuklamaydi. Tahririy tekshiruv vaqti, manfaatni oshkor etish tartibi hamda tuzatishning tashkiliy imkoniyati ham tekshiriladigan shartlardir.

Ikkinchi e’tiroz haqiqatga sodiqlikni kuchaytirish xabarlarni zerikarli va auditoriyasiz qilishi mumkinligidir. Bunday natija zaruriy emas va o‘z-o‘zidan qabul qilinmaydi. Aniqlik talabi ijodiy ifodani taqiqlamaydi; u dalilning imkoniyatidan oshib ketadigan bayonni cheklaydi. Sarlavha bilan asos o‘rtasidagi moslik, noaniqlikning ixcham ifodasi va tekshiruvga havola berish qiziqarli taqdimot bilan birga mavjud bo‘lishi mumkin. Bu imkoniyat amaliy dizayn orqali sinovdan o‘tkazilishi kerak.

Uchinchi e’tiroz kam daromadli yoki mustaqil muallifga bir xil yuk qo‘yish adolatsizligidir. Javob minimal axloqiy talab bilan kasbiy tekshiruv hajmini ajratishdir. Hech kim bilmaganini tekshirilgan fakt deb ko‘rsatmasligi kerak; chuqur ekspertiza hajmi esa vakolat, resurs va oqibatga mutanosib bo‘lishi mumkin. Cheklangan imkoniyatni ochiq bildirish javobgarlikdan voz kechish emas, auditoriyaga asosli hukm chiqarish shartini yaratishdir.

Tadqiqotda real monetizatsiya mexanizmlari qiyoslanmadi. Shu sabab tijoratlashuvning aniq platformadagi faktual sifatga ta’siri haqida sababiy hukm berilmaydi. Kelgusi tekshiruvda bir xil mavzudagi materiallarning sarlavha-matn mosligi, manbalar mustaqilligi va tuzatish izlari qiyoslanishi mumkin. Qamrov ko‘rsatkichlari alohida o‘lchanib, mazmuniy sifat bilan nazariy emas, empirik bog‘lanishi tekshirilishi lozim.

XULOSA

Ommaboplik, manfaat va haqiqatga sodiqlikni bitta o‘lchovga keltirish raqamli axborotning ijtimoiy qiymatini noto‘g‘ri tushuntiradi. Ommaboplik ko‘rinishni, manfaat faoliyatning motivatsion yoki moddiy shartini, haqiqatga sodiqlik esa dalilga javob berish amaliyotini bildiradi. Ularning birga mavjudligi muqarrar ziddiyat emas; ziddiyatning borligi va mexanizmi har bir holatda asoslanishi kerak.

Maqola homiylikni ochish, sarlavha va dalil ko‘lamini moslashtirish, muqobil tekshiruvga kirish hamda tuzatish izini saqlashni taklif etadi. Bu mezonlar muayyan nashr yoki shaxsni baholovchi reyting emas. Ular raqamli e’tiborni bilim sifatiga aylantirish uchun qanday qo‘shimcha epistemik va institutsional shartlar zarurligini ko‘rsatadigan tahliliy asosdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). The Platform Society: Public Values in a Connective World. Oxford University Press. – P. 33-45

DOI: 10.1093/oso/9780190889760.001.0001

2. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. Science, 359(6380), 1146–1151. DOI: 10.1126/science.aap9559
3. Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society (pp. 167–194). MIT Press.

   DOI: 10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009

4. Society of Professional Journalists. (2014). SPJ Code of Ethics (2014-yil 6-sentabrdagi tahrir). Murojaat sanasi: 25.09.2026.
5. Pennycook, G., Epstein, Z., Mosleh, M., Arechar, A. A., Eckles, D., & Rand, D. G. (2021). Shifting attention to accuracy can reduce misinformation online. Nature, 592, 590–595. DOI: 10.1038/s41586-021-03344-2
6. Liu, Z. (2025). Can shifting attention to accuracy reduce misinformation on social media? A replication and extension in China. Humanities and Social Sciences Communications, 12, 833. DOI: 10.1057/s41599-025-05233-9
7. OECD. (2024). Facts not Fakes: Tackling Disinformation, Strengthening Information Integrity. OECD Publishing. – P. 210-220. DOI: 10.1787/d909ff7a-en