

OMMAVIY KOMMUNIKATSIYA SOTSIAL INSTITUT SIFATIDA

*Jumanazarova Asal*

*Sh.Rashidov nomidagi SamDU 4-bosqich talabasi*

*Ilmiy rahbar: Tursunov Lochin Erkinovich*

*Sh.Rashidov nomidagi SamDU dotsenti, PhD*

**Annotatsiya:** Ushbu maqola ommaviy axborot vositalarining rolini baholashga bag'ishlangan. Ommaviy aloqa odamlarining ongiga ta'siri, uning siyosiy subyektlar tomonidan o'z manfaatlari yo'lida ishlatilishi tahlil qilinadi.

**Kalit so'zlar:** ommaviy kommunikatsiya, ijtimoiy ong, ijtimoiy institut, jamiyat.

Ommaviy kommunikatsiya - bu institutsional shakllarga ega bo'lgan va ijtimoiy faoliyat tizimi tomonidan belgilangan sotsial rollarni bajaradigan ijtimoiy jarayon.

Ommaviy aloqa faoliyat ko'rsatadigan jamiyat turiga qarab, uning shakllari butunlay boshqacha bo'lishi mumkin. Jamiyatning ijtimoiy institutlari tarkibida ommaviy aloqa muhim o'rin tutadi, chunki u ijtimoiy ongga dolzarb voqealar va hodisalarni baholashni joriy etish funksiyasini bajaradi [1].

Ommaviy kommunikatsiya instituti siyosat bilan ham, ijtimoiy institut sifatida ham, ijtimoiy faoliyatning ma'lum bir turi sifatida ham bog'liqdir. Buning sababi shundaki, ommaviy aloqa faoliyatining xususiyatlari jamiyatning ijtimoiy va siyosiy tuzilishi bilan belgilanadi.

Jamiyatning markaziy elementi bo'lgan siyosat ijtimoiy jarayonlarning barqarorligini, odamlar o'rtasidagi munosabatlarni nazorat qilish orqali ta'minlaydi va shu bilan jamiyatni shunday saqlashga yordam beradi. U ilm-fan va san'at bilan bir qatorda turadi [2]. Siyosatning ahamiyati jamiyatda sodir bo'layotgan turli xil ijtimoiy hodisalarni boshqarish tashkil etish zarurligida namoyon bo'ladi.

Bir necha yillar davomida ommaviy aloqa jamiyatning turli elementlari o'rtasida aloqa o'rnatish uchun yordamchi element bo'lib kelgan.

Ammo shuni ta'kidlash kerakki, ommaviy aloqaning yuqori sifatli va tashkiliy shakllari nisbatan yaqinda shakllangan. Darhaqiqat, oddiy kommunikatsiyalardan farqli o'laroq, ommaviy kommunikatsiyalar aniq sifatga ega, chunki ularning asosiy vazifasi jamiyatning ommaviy ongiga ta'sir qilishdir.

Buyruq kabi rag'batlantiruvchi xabarlar bajarilishi majburiy bo'lgan muayyan qonunlar va turli xil huquqiy normalarni ishlab chiqish shaklida amalga oshirilishi mumkin. Shuningdek, turli partiyalar va birlashmalar rahbarlaridan o'z tashkiloti a'zolariga nisbatan ishontirish, haqiqiy yoki uydirma ma'lumotlar shaklida xabarlar yuborilishi mumkin bo'lgan holatlar ham mumkin. Keyinchalik, bu siyosiy faoliyat subyektlari tomonidan guruhlararo yoki shaxslararo aloqa kanallari orqali, masalan,

qarama-qarshi sub'ektlarning yo'nalishini buzish yoki aksincha, bunday disorientatsiyani bartaraf etish maqsadida tarqatilishi mumkin [3]. Aniq ma'lumotlar to'g'risidagi ma'lumotlar ko'pincha yaqinlashib kelayotgan siyosiy uchrashuvlar yoki boshqa aksiyalar to'g'risidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi.

O'z navbatida, ommaviy aloqa tubdan boshqacha vazifaga ega - bu siyosiy faoliyatning amaldagi subyektlarining fikriga ko'ra dolzarb bo'lgan voqealarni baholashni ommaviy ongga kiritish orqali jamoatchilik fikrini maqsadli yaratishga yordam beradi.

Boshqacha qilib aytganda, hokimiyatni qo'lga kiritishni va ushlab turishni istagan siyosiy arboblarning iloji boricha ko'proq fuqarolarni o'z tomonlariga jalb qilish zarurati bilan uchrashadilar, chunki jamiyatning qo'shilishi bunday tizim – siyosat mavjudligining eng muhim shartidir. Bu jarayonda siyosiy faoliyat sub'ektlarining har biri taklif qiladigan turli siyosiy modellarni ommaviy ongga joriy etish bo'yicha ishlar olib borilmoqda [4]. Bunday ma'lumotlar baholash xususiyatiga ega, chunki u ma'lum bir subyektning manfaatlariga asoslangan bo'lib, uni foydali va to'g'ri deb biladi.

Jamiyatga ta'sir qilishning eng samarali usuli bu ommaviy aloqa bo'lib, u nafaqat ijtimoiy ongga ta'sir qiladi, balki fikr rahbarlarini ham shakllantiradi. Ya'ni, ommaviy aloqa bir bosqichli va ikki bosqichli aloqa modeli bo'yicha ham harakat qilishi mumkin [5].

Zamonaviy jamiyatda o'z ta'sirini oshiradigan axborot oqimlari ommaviy aloqa ijtimoiy institutiga yanada muhim rol o'ynaydi. Ommaviy ongga ta'sir ko'rsatib, ommaviy axborot vositalaridan foydalangan holda, u ijtimoiy manfaatlar sub'ektlarining maqsadlarini yaxshiroq amalga oshirishga intiladi.

Aynan shu narsa “to'rtinchi kuch” kabi atamaning paydo bo'lishiga sabab bo'ldi, bu esa ommaviy muloqotga maxsus kuch beradi [6]. Ammo, afsuski, bu metafora hech qachon siyosatshunoslar va sotsiologlarning jiddiy tadqiqotlari obyektiga aylanmagan, balki faqat jurnalistikada o'z muhokamasini topgan.

Bu yerda hokimiyat bilan o'xshashlik mutlaqo qonuniydir, chunki oz sonli ma'lumot yuboruvchilar katta auditoriyaga katta ta'sir ko'rsatadi. Shunga qaramay, bu o'xshashlikdan boshqa narsa emasligini aniq bilish kerak. Ommaviy axborot vositalarining muhim kuchga ega bo'lish jarayoni Yevropa tarixidagi burilish nuqtasi – zamonaviy jamiyat turini shakllantirish bilan juda bog'liq bo'lib chiqdi, buning uchun hokimiyat vakolatlarini amalga oshirishda bosimning rolini kamaytirish va tortishish markazini global saylov tizimining shakllanishi sharoitida ishontirish jarayoniga o'tkazish odatiy holdir.

Shunday qilib, ijtimoiy institut sifatida ommaviy aloqa har bir jamoat institutining ishlashini ta'minlash orqali jamiyat hayotining to'liq rasmini yaratishdir. Aynan shu narsa uni axborot makonida shaxsiy joylashishga qaratilgan barcha boshqa institutlardan ajratib turadi. Shuni ham ta'kidlash kerakki, ommaviy axborot vositalari

faoliyatining o'ziga xos xususiyatlari unda sodir bo'layotgan voqealarni tushunishga va boshqa jamoat institutlarining joylashishini anglashga yordam beradi.

**Foydalangan adabiyotlar ro'yxati:**

1. Zamonaviy ijtimoiy-madaniy makonni shakllantirishda ommaviy aloqa (davra suhbat) // sotsiologik tadqiqotlar. – 2012. 7-son, 26-27-sahifalar.
2. Bakulev, G. P. ommaviy aloqa. G'arb nazariyalari va tushunchalari / G. P. Bakulev. - M.: aspekt-press, 2010, 37, 54-betlar.
3. Siyosatshunoslik: darslik / Ed.- Sankt-Peterburg: Piter, 2015 Yil., 231-sahifa.
4. Pyasetskaya E. N. Davlat va shahar xodimlarining kasbiy madaniyati: o'zgarishlarning hozirgi tendentsiyalari [elektron resurs]: elektron ilmiy jurnal Sotsiologiya va siyosatshunoslik, 2014. 2-son(8). 11-15 betlar. Kirish rejimi: <http://www.sociology-and-political-science.ingnpublishing>.
5. Ommaviy aloqa sotsiologiyasi / M. K. Karpova, I. N. Stolyarov. Penza: pgu nashriyoti, 2011. [Elektron resurs]: o'quv qo'llanma.108-112-betlar.  
Режим Kirish rejimi: [http://dep\\_km.pnzgu.ru/files/dep](http://dep_km.pnzgu.ru/files/dep)
6. Kabalevskiy, A. ijtimoiy reklamani rivojlantirish bo'yicha Rossiya va xorijiy tajriba / A. Kabalevskiy. - [Elektron resurs]: elektron jurnal ijtimoiy reklama, 2015. 6-8-betlar. Kirish rejimi: [www / socreklama / ru](http://www.socreklama.ru).