



UDK: 102.69

Yusuf ERGASHEV,
Guliston davlat universiteti, Guliston, O'zbekiston.
E-mail:ergashevyusuf572@gmail.com ORCID: 0009-0004-3819-1217

NamDU dotsenti, t.f.n N.G'ofurov taqrizi asosida

CULTURAL IDENTITY AND MEDIA SPACE: ISSUES OF INDIVIDUAL, SOCIETY, AND DIGITAL IDENTITY

Abstract

This article examines the role of media space in the formation, reinterpretation, and fragmentation of cultural identity. It explains the socio-constructive nature of identity and highlights digital identity within the context of media discourses, platform architecture, and algorithmic governance. The paper argues that social networks, visual communication, and self-branding practices expand opportunities for self-presentation while also intensifying the risks of filter bubbles, polarization, disinformation, and cyberbullying. The article concludes with practical recommendations on media literacy, digital ethics, and the development of contemporary national cultural content.

Keywords: cultural identity, media space, digital identity, social networks, algorithm, discourse, performativity, self-branding, polarization, media literacy.

КУЛЬТУРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И МЕДИАПРОСТРАНСТВО: ВОПРОСЫ ИНДИВИДУАЛЬНОЙ, ОБЩЕСТВЕННОЙ И ЦИФРОВОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Аннотация

В статье анализируется роль медиапространства в формировании, переосмыслении и фрагментации культурной идентичности. Рассматриваются социально-конструктивная природа идентичности, медиадискурсы, архитектура платформ и феномен цифровой идентичности. Показано, что социальные сети, визуальная коммуникация и механизмы самобрендинга одновременно расширяют возможности самопрезентации личности и усиливают риски информационных пузырей, поляризации, дезинформации и кибербуллинга. В заключение предлагаются практические рекомендации по медиаграмотности, цифровой этике и поддержке национального культурного контента.

Ключевые слова: культурная идентичность, медиапространство, цифровая идентичность, социальные сети, алгоритм, дискурс, перформативность, самобрендинг, поляризация, медиаграмотность.

MADANIY IDENTITET VA MEDIA-MAKON: SHAXS, JAMIYAT VA RAQAMLI O'ZLIK MASALALARI

Аннотация

Maqolada media-makonning madaniy identitetni shakllantirish, qayta talqin etish va fragmentatsiya qilishdagi roli nazariy hamda amaliy jihatdan tahlil qilinadi. Identitetning sotsial-konstruktiv tabiati, media diskurslari, platforma arxitekturasi va algoritmik boshqaruv sharoitida raqamli o'zlik fenomeni yoritiladi. Ijtimoiy tarmoqlar, vizual kommunikatsiya va self-branding shaxsning o'zini namoyon etish imkoniyatini kengaytirishi bilan birga, axborot pufagi, polaryatsiya, dezinformatsiya va kiberzo'ravonlik singari xavflarni ham kuchaytirishi asoslanadi. Yakunda media savodxonlik, raqamli etika va milliy madaniy kontentni rivojlantirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqiladi.

Kalit so'zlar: madaniy identitet, media-makon, raqamli o'zlik, ijtimoiy tarmoqlar, algoritim, diskurs, performativlik, self-branding, polaryatsiya, media savodxonlik.

Kirish. Madaniy identitet insonning "men kimman?" degan savolga beradigan javoblari tizimi bo'lib, u til, tarixiy xotira, urf-odat, ramziy belgilar, qadriyatlar va ijtimoiy tajriba orqali shakllanadi. Zamonaviy jamiyatda esa bu jarayon endi faqat oila, ta'lim va mahalla kabi an'anaviy institutlar orqali emas, media-makon ta'sirida ham kechmoqda. Media bugun oddiy axborot uzatuvchi vosita emas, balki ma'no ishlab chiqaruvchi, ijtimoiy me'yorlarni standartlashtiruvchi va xulq-atvor modellarini ommalashtiruvchi madaniy institutdir [1].

Raqamli platformalar shaxsning o'zini taqdim etish, e'tirof olish, ijtimoiy aloqalarini kengaytirish va o'zini "brend" sifatida boshqarish imkoniyatlarini kengaytirdi. Shu bilan birga, algoritmik tavsiyalar va platforma iqtisodiyoti identitetni ko'rinish va e'tibor mezonlariga bog'lab qo'ydi. Bu holat raqamli o'zlikning performativ xarakter kasb etishiga olib kelmoqda [2].

Maqolaning maqsadi madaniy identitet va media-makon o'rtasidagi o'zaro ta'sir mexanizmlarini tahlil qilish,

raqamli o'zlik fenomenini ilmiy asosda izohlash hamda ijtimoiy barqarorlik uchun tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Marshall McLuhan, J. van Dijk, S. Turkle, Berger va Luckmann, Stuart Hall, R. Entman, M. Castells, T. Gillespie kabi olimlar media va identitet munosabatlarining nazariy asoslarini ishlab chiqqan. Ularning yondashuvlarida media insonning tafakkuriga ta'sir qiluvchi vosita, identitet esa ijtimoiy muloqot va diskurslar jarayonida quriladigan konstruksiya sifatida talqin qilinadi [3].

Mahalliy tadqiqotlarda ham media savodxonlik, ijtimoiy tarmoqlar va yoshlar dunyoqarashi masalalari alohida o'rganilgan. Maqsudov va Qosimova talabalarda media savodxonlikni rivojlantirishning pedagogik asoslarini yoritgan. Aminova va Matnazarov ijtimoiy tarmoqlarning yoshlar hayotidagi o'rni va mediasavodxonlikning himoya mexanizmi sifatidagi ahamiyatini ko'rsatgan. Ismoilov mediata'limning yoshlar falsafiy dunyoqarashini yuksaltirishdagi rolini asoslagan. Yusupova media va axborot savodxonligini

zamonaviy axborot muhitida zarur kompetensiya sifatida baholagan [4].

Shu bois xorijiy va mahalliy manbalarni uyg'un holda tahlil qilish media-makonning madaniy identitetga ta'sirini kompleks yoritish imkonini beradi.

Tadqiqot metodologiyas. Mazkur maqola nazariy-analitik yo'nalishda yozildi. Tadqiqotda sotsial konstruktivizm yondashuvi identitetning ijtimoiy qurilishini izohlash uchun, diskurs tahlili media matnlarida ma'no ishlab chiqarish mexanizmlarini ochish uchun, framing yondashuvi esa voqelikning media tomonidan qay tarzda talqin qilinishini ko'rsatish uchun qo'llanildi [5].

Shuningdek, tarmoq jamiyati nazariyasi va platforma tadqiqotlari yondashuvi asosida raqamli kommunikatsiya, algoritm, interfeys dizayni va auditoriya xulqi o'rtasidagi bog'liqlik tahlil qilindi. Tadqiqotning manba bazasini media nazariyasi, mediamadaniyat, ijtimoiy identitet va media savodxonlikka oid ilmiy asarlar tashkil etdi [6].

Madaniy identitet shaxsiy o'zlik va ijtimoiy mansublikni birlashtiruvchi ko'p qatlamli tizimdir. U individual tajriba bilan birga jamoaviy xotira, "biz-ular" chegaralari va ramziy identifikatsiya orqali mustahkamlanadi. Identitetning asosiy xususiyatlari - dinamiklik, kontekstualik va ko'p o'zliklilikdir [7].

Media-makon ta'sirida bu jarayon tezlashadi, chunki platformalar shaxsga turli auditoriyalar oldida turli rollarni sinab ko'rish imkonini beradi. Media muayyan guruhlar haqida takror ishlab chiqariladigan tasvirlar orqali stereotiplarni mustahkamlaydi, muvaffaqiyat, go'zallik, zamonaviylik va mashhurlikning "ideal" modellarini ommalashtiradi. Shu sababli identitetni psixologik hodisa bilan birga kommunikativ va diskursiv mahsul sifatida ham ko'rish zarur [8].

Media identitetga birinchi navbatda reprezentatsiya orqali ta'sir ko'rsatadi. Guruhlar, qadriyatlar va hayot uslublarining qanday aks ettirilishi jamoaviy tasavvurlarni shakllantiradi. Ikkinchi mexanizm - framing bo'lib, u muayyan hodisani taraqqiyot, xavf, inqiroz yoki me'yor sifatida talqin qilish imkonini beradi [9].

Uchinchi mexanizm - takror ishlab chiqarish va me'yorlashtirishdir. Media ayrim tasvirlar va xulq modellarini doimiy takrorlash orqali ularni odatiy holatga aylantiradi. To'rtinchi mexanizm - e'tibor iqtisodiyoti. Like, share va comment kabi elementlar shaxsning qaysi o'zlik shakli ko'proq ijtimoiy tasdiq olayotganini bildiradi va identitet strategiyalarini qayta sozlaydi. [10]

Raqamli o'zlik profil, post, story, sharh va onlayn aloqalar orqali yaratiladigan "onlayn men"dir. U real shaxs bilan to'liq mos kelmasligi mumkin, chunki raqamli o'zlik ko'pincha selektiv va idealizatsiyalangan taqdimotga asoslanadi. Goffmanning o'zini taqdim etish konsepsiyasi bu jarayonni tushuntirishda muhim ahamiyatga ega [11].

Performativ identitet shaxsning ijtimoiy tarmoqlarda o'zini doimiy ravishda namoyish etishi, auditoriya reaksiyasiga qarab o'zini qayta qurishi bilan izohlanadi. Like va izohlar ijtimoiy tasdiq vazifasini bajaradi. Self-branding esa shaxsning o'zini bozor logikasi asosida brend sifatida boshqarishi, ko'rinish va reputatsiya uchun strategik kontent yuritishini bildiradi. Bu jarayon imkoniyat bilan birga psixologik bosimni ham kuchaytiradi [12].

Raqamli platformalar kontentni neytral tarqatmaydi. Algoritmilar ko'proq reaksiyaga sabab bo'ladigan mazmunni oldinga chiqaradi. Natijada filter bubble va echo chamber hodisalari yuzaga keladi, foydalanuvchi asosan o'z qarashlariga mos axborot bilan o'ralib qoladi [13].

Bu holat madaniy va ijtimoiy masalalarda polaryatsiyani kuchaytiradi, "biz-ular" chegaralarini qat'iylashtiradi, muqobil fikrlarni qisqartiradi. Shunday qilib,

algoritmik boshqaruv shaxsning erkin tanlovini kengaytirayotgandek ko'rinsa-da, amalda uning dunyoqarashini platforma logikasiga bog'lab qo'yadi [14].

Global media oqimlari lokal madaniyatga ikki tomonlama ta'sir ko'rsatadi: bir tomondan standartlashuvni kuchaytiradi, ikkinchi tomondan esa globalizatsiyani yuzaga keltiradi. Glokalizatsiya sharoitida milliy qadriyatlar zamonaviy formatlarda - qisqa video, mem, podcast va vloglarda qayta ifodalanadi [15].

Bu holat madaniy merosni ommalashtirish uchun imkoniyat yaratadi, biroq mazmunning soddalashuvi, dekorativlashuvi va psevdotraditsiyalarning paydo bo'lishi xavfini ham yuzaga chiqaradi [16].

Media-makonning salbiy ta'sirlari orasida dezinformatsiya, posthaqiqat muhitining kuchayishi, kiberzo'ravonlik va identitet fragmentatsiyasi alohida o'rin tutadi. Faktga asoslangan axborotdan ko'ra emotsional ta'siri kuchli kontent tezroq tarqalishi sababli shaxsning voqelikni idrok etishida hissiy ishonch kuchayadi [17].

Kiberzo'ravonlik onlayn tahqirlash, masxara va nafrat tili ko'rinishida namoyon bo'lib, ayniqsa yoshlarning psixologik barqarorligiga salbiy ta'sir qiladi. Identitet fragmentatsiyasi esa bir shaxsning turli platformalarda bir-biriga zid obrazlar yaratishi, natijada ichki dissonans va o'zlikning beqarorlashuvi bilan ifodalanadi [18].

Tahlil va natijalar. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, media-makon madaniy identitetni shakllantiruvchi eng kuchli ijtimoiy maydonlardan biridir. U shaxsga o'zini ifodalash, ijtimoiy kapital to'plash va kreativ faoliyat olib borish imkonini beradi. Shu bilan birga, platforma me'yorlari, e'tibor iqtisodiyoti va algoritmik saralash identitetni yuzakilashtirish, stereotiplashuv va polaryatsiya xavfini kuchaytiradi [19].

Raqamli o'zlikning performativ xususiyati, glokalizatsiya jarayonidagi madaniy moslashuv va media savodxonlikka bo'lgan ehtiyoj zamonaviy mediamadaniyatning eng muhim natijalaridan biri ekanligi aniqlandi [20].

Xulosa va takliflar. Media-makonni madaniy identitetga ta'siri nuqtai nazaridan baholaganda, uning biryozlama ijobiy yoki salbiy hodisa emasligi ayon bo'ladi. U, bir tomondan, shaxsga o'z ovozi e'lon qilish, ilgari cheklangan ijtimoiy guruhlarining reprezentatsiyasini kengaytirish, milliy madaniyatni yangi formatlarda targ'ib etish va global muloqotga qo'shilish imkonini beradi. Ikkinchi tomondan esa aynan shu ochiqlik va tezkorlik manipulyatsiya, stereotiplashuv va yuzaki identitet qurilishining kuchayishiga ham xizmat qilishi mumkin [21].

O'zbekiston sharoitida media-makon masalasi ma'naviy xavfsizlik va yoshlar tarbiyasi bilan uzviy bog'liqdir. Chunki raqamli maydonda yosh avlod nafaqat bilim va axborot oladi, balki o'ziga namuna, ideal va qadriyat mezonlarini ham tanlaydi. Shu sababli milliy identitetni faqat tarixiy xotira yoki an'anaviy tarbiya bilan emas, balki zamonaviy media siyosati, sifatli kontent va mediamadaniyat bilan birgalikda mustahkamlash zarur [22].

Mahalliy olimlar tomonidan olib borilgan mediasavodxonlikka oid tadqiqotlar ham aynan shu ehtiyojni tasdiqlaydi. Ular yoshlarning axborot oqimini tanqidiy qabul qilishi, ijtimoiy tarmoqlardagi axborotni tekshirishi va raqamli muloqot etikasiga rioya qilishi bugungi kunda nafaqat pedagogik, balki madaniy barqarorlik masalasi ekanini ko'rsatadi. Demak, media-makonda identitetni himoya qilishning eng samarali yo'li taqiqlash emas, balki ongli iste'mol, mas'uliyatli ishtirok va sifatli milliy kontentni rivojlantirishdan iborat [23].

Media-makon madaniy identitetni shakllantirishning kuchli ijtimoiy instituti bo'lib, u yangi imkoniyatlar bilan birga

yangi xavflarni ham yuzaga chiqaradi. Shu sababli ta'lim tizimida media savodxonlikni majburiy kompetensiya sifatida kuchaytirish, raqamli etik me'yorlarni takomillashtirish, fact-checking madaniyatini rivojlantirish va milliy madaniy kontentni zamonaviy formatlarda ko'paytirish zarur [24].

Yoshlar psixologik gigiyenasida raqamli detoks, onlayn bosimlarni kamaytirish usullari va tanqidiy fikrlash ko'nikmalarini shakllantirish muhim. Ana shunda media-makon shaxs va jamiyat uchun tahdid emas, taraqqiyot omiliga aylanishi mumkin [25].

Media savodxonlik bo'yicha amaliy ishlar faqat nazariy kurslar bilan cheklanmasligi kerak. Oliy ta'lim muassasalarida fact-checking mashg'ulotlari, platforma algoritmlarini

tushuntiruvchi seminarlar, kiberxavfsizlik bo'yicha treninglar va milliy madaniy kontent yaratishga qaratilgan media-laboratoriyalar tashkil etilishi maqsadga muvofiq. Bunday yondashuv shaxsning raqamli makondagi ishtirokini faqat iste'molchi emas, mas'uliyatli yaratuvchi darajasiga olib chiqadi [26].

Shuningdek, yoshlar siyosati, ta'lim tizimi va ommaviy kommunikatsiya institutlari o'rtasida hamkorlik mexanizmini kuchaytirish zarur. Ta'lim muassasalari, OAV, blogerlar hamjamiyati va madaniyat muassasalari hamkorligida milliy identitet, tarixiy xotira va zamonaviy mediamadaniyatni uyg'unlashtiradigan loyihalarni ko'paytirish bugungi davr talabi hisoblanadi [27].

ADABIYOTLAR

1. McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill, 1964.
2. van Dijck J. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
3. Turkle S. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster, 1995.
4. Berger P., Luckmann T. *The Social Construction of Reality*. New York: Anchor Books, 1966.
5. Hall S. *Encoding/Decoding*. In: *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson, 1980.
6. Entman R. *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm* // *Journal of Communication*. 1993. Vol. 43(4). Pp. 51-58.
7. Castells M. *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell, 1996.
8. Gillespie T. *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*. New Haven: Yale University Press, 2018.
9. Tajfel H., Turner J. *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior*. In: *Psychology of Intergroup Relations*. Chicago, 1986.
10. Bauman Z. *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press, 2000.
11. Gerbner G. et al. *Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process*. In: *Perspectives on Media Effects*. Hillsdale: Erlbaum, 1986.
12. Goffman E. *Frame Analysis*. Boston: Northeastern University Press, 1974.
13. Pariser E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin, 2011.
14. Goffman E. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday, 1959.
15. Butler J. *Gender Trouble*. New York: Routledge, 1990.
16. Hearn A. "Meat, Mask, Burden": Probing the Contours of the Branded Self // *Journal of Consumer Culture*. 2008.
17. Robertson R. *Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity*. In: *Global Modernities*. London: Sage, 1995.
18. Wardle C., Derakhshan H. *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework*. Strasbourg: Council of Europe, 2017.
19. Kowalski R. et al. *Cyberbullying: Bullying in the Digital Age*. Hoboken: Wiley-Blackwell, 2018.
20. Turkle S. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books, 2011.
21. Mirziyoyev Sh.M. *Yangi O'zbekiston strategiyasi*. Toshkent: O'zbekiston, 2021.
22. Mirziyoyev Sh.M. *Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz*. Toshkent: O'zbekiston, 2016.
23. Maqsdov U.Q., Qosimova G.E. *Talabalarda media savodxonlikni oshirishning pedagogik asoslari* // *ORIENS*. 2022. B. 988-995.
24. Aminova G.X., Matnazarov U.R. *Ijtimoiy tarmoqlarning yoshlar hayotidagi o'rni: mediasavodxonlik* // *Ta'limning zamonaviy transformatsiyasi*. 2024. T. 4. No. 1. B. 131-137.
25. Ismoilov N.B. *Mediata'limning yoshlar hayotiga ijobiy ta'siri va ularning falsafiy dunyoqarashini yuksaltirishdagi o'rni* // *Oriental Renaissance: Innovative, Educational, Natural and Social Sciences*. 2025. T. 5. No. 1. B. 121-127.
26. Yusupova F.O. *Media va axborot savodxonligi* // *Ekonomika i sotsium*. 2024. No. 1(116).
27. Rasulov A.N. *O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalari faoliyati, o'zgarish va muammolar* // *Academic Research in Educational Sciences*. 2021. T. 2. No. 2. B. 257-264.