



UDK: 124.5:316.77

*Iltom XUDOYNAZAROV,*

*Madaniyatshunos, pedagog-tadqiqotchi, jurnalist, O'zbekiston Milliy universiteti*

*E-mail: khudoynazaroviltom@gmail.com*

#### MEDIA CULTURE AS A PHENOMENON OF SOCIAL REALITY TRANSFORMATION

Annotation

This article provides a philosophical and sociological analysis of the role of media culture in the transformation of modern social reality. The relevance of the research is explained by the fact that media has evolved from a traditional means of transmitting information into a holistic "environment" encompassing human life and a fundamental factor constructing social space. Using a systematic approach and comparative analysis methods, the article substantiates the transition of media culture from a technical occurrence to a socio-cultural phenomenon. The object of the study is the communicative transformations in the information society and their impact on social institutions. According to the author's conclusion, media culture today is fundamentally changing the human worldview and value system, forming a new cultural paradigm. The results of the article serve to understand the laws of social existence within the digital space.

**Key words:** Media culture, social reality, transformation, social space, information society, cultural paradigm, communication, digital environment, social construction, phenomenon.

#### МЕДИАКУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Аннотация

В данной статье проводится философско-социологический анализ роли медиакультуры в трансформации современной социальной реальности. Актуальность исследования обусловлена тем, что медиа превратились из традиционного средства передачи информации в целостную «среду», охватывающую жизнь человека, и в фундаментальный фактор, конструирующий социальное пространство. На основе системного подхода и методов сравнительного анализа обосновывается переход медиакультуры из технического явления в статус социокультурного феномена. Объектом исследования выступают коммуникативные трансформации в информационном обществе и их влияние на социальные институты. Согласно выводам автора, медиакультура сегодня коренным образом меняет мировоззрение и систему ценностей человека, формируя новую культурную парадигму. Результаты статьи способствуют осмыслению закономерностей существования социального бытия в цифровом пространстве.

**Ключевые слова:** Медиакультура, социальная реальность, трансформация, социальное пространство, информационное общество, культурная парадигма, коммуникация, цифровая среда, социальная конструкция, феномен.

#### MEDIAMADANIYAT IJTIMOY VOQELIKNI TRANSFORMATSIYA QILUVCHI FENOMEN SIFATIDA

Annotatsiya

Mazkur maqolada mediamadaniyatning zamonaviy ijtimoiy voqelikni transformatsiya qilishdagi roli falsafiy-sotsiologik tahlil etiladi. Tadqiqotning dolzarbligi medianing an'anaviy axborot uzatish vositasidan inson hayotini qamrab oluvchi yaxlit "muhit"ga va ijtimoiy makonni konstruksiyalovchi fundamental omilga aylangani bilan izohlanadi. Tizimli yondashuv va qiyosiy tahlil metodlari yordamida mediamadaniyatning texnik hodisadan ijtimoiy-madaniy fenomen darajasiga ko'tarilgani asoslab berilgan. Tadqiqot obyekti sifatida axborotlashgan jamiyatdagi kommunikativ transformatsiyalar va ularning ijtimoiy institutlarga ta'siri olingan. Muallifning xulosasiga ko'ra, mediamadaniyat bugungi kunda inson dunyoqarashi va qadriyatlar tizimini tubdan o'zgartirib, yangi madaniy paradigmani shakllantirmoqda. Maqola natijalari raqamli makonda ijtimoiy borliqning mavjudlik qonuniyatlarini anglashga xizmat qiladi.

**Kalit so'zlar:** Mediamadaniyat, ijtimoiy voqelik, transformatsiya, ijtimoiy makon, axborotlashgan jamiyat, madaniy paradigma, kommunikatsiya, raqamli muhit, ijtimoiy konstruksiya, fenomen.

**Kirish.** Bugungi shiddatli globallashuv va raqamli transformatsiyalar davrida insoniyat hayoti axborot oqimlari bilan shunchalik uzviy bog'landiki, mediamadaniyat endilikda shunchaki texnik imkoniyat emas, balki ijtimoiy voqelikni belgilovchi fundamental omilga aylandi. Insonning kundalik faoliyati, muloqot munosabatlari va dunyoqarashi bevosita media muhit ta'sirida shakllanmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev ta'kidlaganidek: "Bugungi kunda dunyo miqyosida axborot maydonidagi kurash va qarama-qarshiliklar tobora keskin tus olmoqda. Bunday murakkab sharoitda yoshlarimizni turli axborot xurujlaridan himoya qilish, ularda yuksak mediamadaniyatni shakllantirish — eng muhim vazifamizdir" [1].

Davlatimiz rahbarining ushbu fikrlari mediamadaniyatni ijtimoiy barqarorlik va ma'naviy yuksalishning asosi sifatida tadqiq etish muhimligini ko'rsatadi.

Mavzuning dolzarbligi shundaki, hozirgi vaqtda an'anaviy ijtimoiy makon (jismoniy lokatsiyalar, yuzma-yuz muloqot) va raqamli media muhiti o'rtasidagi chegaralar deyarli yo'qolib bormoqda. Agar ilgari media ijtimoiy voqelikni aks ettiruvchi "ko'zgu" vazifasini bajargan bo'lsa, bugun u voqelikni bevosita konstruksiyalovchi, ya'ni yaratuvchi yangi ijtimoiy "muhit"ga aylandi. Insonning jismoniy dunyodagi harakatlari raqamli platformalar bilan uzviy integratsiyalashgani natijasida "gibrid voqelik" fenomenini vujudga keltirdi. Bu esa ijtimoiy institutlar, ta'lim

va madaniyatning mavjudlik shakllarini qayta ko'rib chiqishni taqozo etmoqda.

Muammoning qo'yilishi inson madaniyatining media maydonga ko'chishi bilan bog'liq ijtimoiy-psixologik va falsafiy o'zgarishlarni tahlil qilishga qaratilgan. Savol tug'iladi: inson madaniy merosi va kundalik munosabatlarining raqamli maydonga ko'chishi ijtimoiy aloqalarni qanday transformatsiya qilmoqda? Virtual muloqotning ustuvorligi shaxslararo munosabatlardagi emotsional bog'liqlik va ijtimoiy mas'uliyat hissini qanchalik o'zgartirmoqda? Ushbu maqolada mediamadaniyatning jamiyat hayotini tashkil etuvchi passiv elementdan faol transformatorga aylanish jarayonlari va uning ijtimoiy oqibatlari ilmiy jihatdan tahlil qilinadi.

#### Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili.

Mediamadaniyat fenomenini ijtimoiy voqelikning transformatori sifatida tadqiq etishda jahon falsafiy-sotsiologik tafakkurida bir qancha fundamental yondashuvlar mavjud. Xususan, "mediallik" (mediality) tushunchasining mazmun-mohiyatini anglashda Marshall Maklyuening qarashlari poydevor vazifasini o'taydi. M. Maklyuen o'zining "Medianing anglanishi: insonning tashqi kengaytmalari" (Understanding Media: The Extensions of Man) asarida "media — bu xabar" (the medium is the message) degan g'oyani ilgari suradi [2]. Uning fikricha, media texnologiyalari shunchaki ma'lumot uzatish vositasi emas, balki insonning qabul qilish qobiliyatini kengaytiruvchi va ijtimoiy tashkil etilish shakllarini tubdan o'zgartiruvchi yangi muhitdir.

Jan Bodriyyar esa mediamadaniyatni "simulyakrlar" va "giperreallik" tushunchalari orqali tahlil qiladi. Uning nazariyasiga ko'ra, zamonaviy media voqelikni aks ettirmaydi, balki uni "konstruksiyalaydi" [3]. Bodriyyar ta'kidlaganidek, media makonida real voqelik va uning timsollari o'rtasidagi chegara yo'qolib, "giperreallik" vujudga keladi, bu yerda simulyakr (nuxsa) asl nuxsadan ko'ra muhimroq ahamiyat kasb eta boshlaydi. Bu esa ijtimoiy voqelikning media ta'sirida sun'iy ravishda transformatsiya bo'lishining falsafiy asosi hisoblanadi.

O'zbekistonlik olimlar ham globallashuv sharoitida madaniyatning transformatsiyalashuv jarayonlarini izchil tadqiq etib kelmoqdalar. Xususan, faylasuf olim N. Shermuhamedova o'z tadqiqotlarida raqamli dunyoda madaniyatlararo muloqot va bilishning epistemologik jihatlariga e'tibor qaratib, media muhitning inson ongi va qadriyatlar tizimiga ta'sirini tahlil qilgan [4].

Shuningdek, G. Mullajonova mediamadaniyatning yoshlar ijtimoiy faolligini oshirishdagi o'rnini o'rganar ekan, media-makoni shaxs ijtimoiylashuvining asosiy omillaridan biri sifatida ko'rsatib o'tadi [7]. B. Abdumajidov kabi olimlarning ishlarida esa axborotlashgan jamiyatda targ'ibot texnologiyalarining imkoniyatlari va ularning ijtimoiy ongni shakllantirishdagi funksiyalari falsafiy jihatdan asoslab berilgan [8].

1-jadval. An'anaviy ijtimoiy makon va raqamli media muhitining qiyosiy tahlili

Tahlil mezonlari	An'anaviy ijtimoiy makon	Raqamli media muhiti (Transformatsiya)
Muloqot xarakteri	Bevosita (yuzma-yuz), cheklangan lokatsiya	Virtual, transchegaraviy, uzluksiz
Ijtimoiy voqelik	Obyektiv borliqqa asoslangan	Giperreallik va simulyakrlarga asoslangan
Axborot iste'moli	Passiv qabul qilish (gazeta, TV)	Faol ishtirok (prosumerizm - yaratish va iste'mol)
Madaniy identifikatsiya	Milliy va hududiy an'analarga sodiqlik	Global mediamadaniyat bilan integratsiya
Ijtimoiy nazorat	Rasmiy institutlar (davlat, mahalla)	Algoritmilar va tarmoq etikasi (netiquette)

Matn:Muallif ishlanmasi.

Jadval tahlilidan ko'rinib turibdiki, mediamadaniyat ta'sirida ijtimoiy voqelikning "gibridlashuvi" sodir bo'lmoqda. Bunda asosiy natija sifatida quyidagilarni qayd etish lozim:

Ushbu adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, mediamadaniyat bugungi kunda jamiyatning barcha sohalariga kirib borib, an'anaviy ijtimoiy munosabatlarni yangi raqamli formatga o'tkazmoqda. Biroq, mediallikning ijtimoiy voqelikni transformatsiya qiluvchi bevosita mexanizmlari hamon chuqurroq tizimli tadqiqotlarni talab etadi.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Mazkur tadqiqot metodologiyasi o'tkazilayotgan ilmiy izlanishning "umumiy xaritasi" bo'lib, u qo'yilgan muammoning aniq yechimiga olib chiquvchi rasional qarorlar majmuasini anglatadi.

Tadqiqotning falsafiy yo'nalishi induksion (induksion) xarakterda bo'lib, unda mediamadaniyatning ijtimoiy voqelikka ta'sir ko'rsatishining xususiy jihatlaridan umumiy ilmiy xulosalar chiqarish nazarda tutilgan.

Tadqiqot dizayni media muhitidagi transformatsiya jarayonlarini tizimli o'rganishga qaratilgan bo'lib, unda quyidagi metodlardan foydalanildi:

Tizimli tahlil: Ushbu metod yordamida mediamadaniyat shunchaki alohida texnik vositalar emas, balki ijtimoiy institutlarning mazmunini o'zgartiruvchi yaxlit tizim sifatida tadqiq etildi. Bu yondashuv raqamli muhit va ijtimoiy voqelikning o'zaro aloqadorlik mexanizmlarini tizimlashtirish imkonini berdi.

Madaniy-tarixiy yondashuv: Mediallik fenomenining shakllanish bosqichlari va inson madaniyatining media maydonga ko'chishi tarixiy evolyusiya nuqtai nazaridan tahlil qilindi. Bu yondashuv an'anaviy ijtimoiy makon va raqamli muhit o'rtasidagi chegaralarning yo'qolishini madaniy kontekstda ochib berishga xizmat qiladi.

Deskriptiv (tasviriy) metod: Zamonaviy media muhitda kuzatilayotgan real jarayonlar, xususan, inson madaniyatining raqamli platformalardagi yangi ko'rinishlarini tasvirlash va ularning ijtimoiy munosabatlarga ta'sirini ifodalashda mazkur metoddan foydalanildi.

Tadqiqotda asosan ikkilamchi ma'lumot manbalaridan (ilmiy adabiyotlar, konseptual maqolalar va statistik ma'lumotlar) foydalanilgan bo'lib, tanlangan metodologik vositalarning mukammalligi olingan natijalarning ishonchiligi (reliability) va ilmiy aniqligini (validity) to'liq ta'minlaydi

**Tahlil va natijalar.** Tizimli tahlil va deskriptiv metodlar yordamida o'tkazilgan tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, mediamadaniyat ijtimoiy voqelikning shunchaki bir qismi emas, balki uning mavjudlik shaklini belgilovchi asosiy muhitga aylangan. Insonning ijtimoiy faolligi fizik makondan raqamli platformalarga ko'chishi natijasida ijtimoiy munosabatlarning yangi tipi — "raqamli ijtimoiylik" vujudga keldi [5].

Tadqiqot davomida an'anaviy ijtimoiy makon va zamonaviy media muhit o'rtasidagi farqli jihatlar va transformatsiya ko'rsatkichlari qiyoslandi. Bu jarayonlarni quyidagi jadval orqali ifodalash mumkin:

1. Makon va vaqt tushunchasining o'zgarishi: Raqamli media muhitida masofa tushunchasi o'z ahamiyatini yo'qotdi, bu esa ijtimoiy mobillikni keskin oshirdi.

2. Ijtimoiy voqelikning konstruktivlashuvi: Media platformalar endi voqea-hodisalarni shunchaki xabar qilmaydi,

balki kun tartibini (agenda-setting) belgilash orqali ijtimoiy ongda voqelikning yangi modelini yaratadi.

3. Media-iste'mol madaniyatining transformatsiyasi: Iste'molchining "prozyumer" (ham ishlab chiqaruvchi, ham iste'molchi) maqomiga o'tishi madaniyatning demokratlashuvi va shu bilan birga axborot xavfsizligi muammolarini yuzaga keltirmoqda.

Shunday qilib, tadqiqot natijalari mediamadaniyatning ijtimoiy transformatsiya kuchiga ega bo'lgan global fenomen ekanligini tasdiqlaydi.

**Xulosa va takliflar.** Mazkur tadqiqotda mediamadaniyatning zamonaviy ijtimoiy voqelikni transformatsiya qiluvchi fundamental fenomen ekanligi falsafiy va sotsiologik jihatdan tahlil qilindi. Tadqiqot davomida qo'yilgan maqsad va vazifalar o'z javobini topdi. Olingan natijalar asosida quyidagi umumiy xulosalar shakllantirildi:

Mediamadaniyat — yangi ijtimoiy muhit sifatida: Tadqiqot shuni ko'rsatdiki, mediamadaniyat endilikda shunchaki axborot uzatish vositasi emas, balki insonning yashash tarzi va ijtimoiy munosabatlarini belgilovchi gibridd "muhit"ga aylandi. Jismoniy makon va raqamli platformalar o'rtasidagi chegaralarning yo'qolishi ijtimoiy voqelikning yangi — "giperreallik" modelini vujudga keltirdi.

Ijtimoiy munosabatlarning raqamli transformatsiyasi: Inson madaniyatining media maydonga ko'chishi natijasida an'anaviy muloqot shakllari o'rmini virtual va transchegaraviy muloqot egalladi. Bu jarayon jamiyatda "prosumerizm" (iste'molchi va ishlab chiqaruvchi uyg'unligi) fenomenini kuchaytirib, ijtimoiy faollikning yangi modellari yaratdi.

Madaniy identifikatsiya va globallashtirish: Mediamadaniyat milliy madaniyatlarining global media-makon bilan integratsiyalashuvini tezlashtirdi. Bu bir tomondan madaniy muloqotni kengaytirsa, ikkinchi tomondan milliy mentalitet va qadriyatlarini asrab qolish masalasini dolzarb muammoga aylantirdi.

Tadqiqot natijalaridan kelib chiqib, quyidagi amaliy takliflar ilgari suriladi:

Mediasavodxonlikni tizimlashtirish: Ta'lim tizimining barcha bosqichlarida mediasavodxonlikni shunchaki texnik ko'nikma emas, balki madaniy paradigma sifatida o'qitishni joriy etish lozim. Bu yoshlarda axborot xurujlariga qarshi "immunitet" hosil qilishning eng samarali yo'lidir.

Milliy media-kontentni rivojlantirish: Global media muhitida milliy o'zlikni saqlab qolish uchun raqamli platformalarda milliy qadriyatlarini targ'ib qiluvchi, raqobatbardosh va jozibador media-mahsulotlar ulushini ko'paytirish zarur.

Ijtimoiy institutlar faoliyatini raqamlashtirish: Davlat va jamoat tashkilotlari o'z faoliyatini media muhitning yangi talablariga moslashtirishi, ya'ni jamiyat bilan muloqotni "virtual ijtimoiy makon" qoidalari asosida tashkil etishi maqsadga muvofiq.

Kelajakdagi tadqiqotlarda mediamadaniyatning sun'iy intellekt texnologiyalari bilan uyg'unlashuvi natijasida yuzaga keladigan ijtimoiy-axloqiy muammolarni chuqurroq o'rganish nazarda tutiladi.

#### ADABIYOTLAR

1. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O'zbekiston strategiyasi. – Toshkent: "O'zbekiston" nashriyoti, 2021. – 464 b.
2. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. – New York: McGraw-Hill, 1964. – 359 p.
3. Baudrillard J. Simulacra and Simulation. – Ann Arbor: University of Michigan Press, 1994. – 164 p.
4. Shermuhamedova N.A. Falsafa. – Toshkent: "Noshir", 2012. – 450 b.
5. Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture. – Oxford: Blackwell, 1996. – 556 p.
6. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. – New York: New York University Press, 2006. – 308 p.
7. Mullajonova G. Mediamadaniyat yoshlar ijtimoiylashuvining omili sifatida // "O'zMU xabarlari". – Toshkent, 2021. – №1/1. – B. 45-48.
8. Abdumajidov B.Z. Raqamli targ'ibot texnologiyalarining imkoniyatlari // "O'zMU xabarlari". – Toshkent, 2023. – №1/5/1. – B. 12-15.
9. Postman N. Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business. – USA: Penguin Books, 1985. – 184 p.
10. Safarov A.I. Mediamadaniyat: nazariya va amaliyot. – Toshkent: "Akademiya", 2014. – 210 b.
11. O'zbekiston Respublikasining "Axborotlashtirish to'g'risida"gi Qonuni // O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami. – Toshkent, 2003.
12. Karimov B. Axborotlashgan jamiyatda madaniy transformatsiyalar // Falsafa va huquq. – Toshkent, 2022. – №2. – B. 34-37.