JOURNALFLEDU.COM
Foreign Languages in Uzbekistan

Scientific Electronic Journal "Foreign Languages in Uzbekistan", 2026, vol. 12, No 1 (66), pp. 287–311
https://journalfledu.com
ISSN: 2181-8215 (online)

THE CONCEPT, ESSENCE, AND CHALLENGES OF REPRESENTING NATIONAL IDENTITY IN THE MEDIA

Yulduz Akmalovna Artikova

Doctor of Philological Sciences (DSc), Acting Professor
Department of Information Service and Public Relations
Uzbekistan State World Languages University
Tashkent, Uzbekistan
ortiqovayulduz@gmail.com
https://orcid.org/
https://doi.org/10.36078/1767726145

Abstract. This article analyzes the concept of national identity and the key challenges related to its representation in contemporary mass media. In the context of globalization, intensified migration processes, and the expansion of the global information space, the preservation and transformation of national identity have become particularly significant. The author examines national identity as a complex socio-cultural phenomenon shaped by historical development, language, cultural values, andcollective consciousness.. The study reviews theoretical perspectives of prominent scholars such as Benedict Anderson, Eric Hobsbawm, Anthony D. Smith, and Samuel Huntington, linking their ideas to the role of media in constructing and disseminating national identity. The article examines the influence of mass media on public consciousness, the formation of national values, and the risks of stereotypes, manipulation, and mass culture. The article also discusses the impact of cosmopolitan ideas on national identity and the potential threat of cultural homogenization. The study highlights the professional responsibility of journalists and media practitioners to consider national and cultural specifics when producing media content. The findings show that mass media function as a powerful social institution capable of strengthening national identity and safeguarding cultural heritage in the modern globalized world.

Keywords: national identity; culture; values; political processes; stereotypes; manipulation; migration; multiculturalism; intercultural communication.

MILLIY IDENTIVLIK TUSHUNCHASI, MOHIYATI VA UNING OMMAVIY AXBOROT VOSITALARIDA AKS ETISHIDAGI MUAMMOLAR

Yulduz Akmalovna Artikova

Filologiya fanlari doktori (DSc), professor v.b.
Axborot xizmati va jamoatchilik bilan aloqalar kafedrasi
O‘zbekiston davlat jahon tillari universiteti
Toshkent, O‘zbekiston

Annotatsiya. Mazkur maqolada milliy identivlik tushunchasining nazariy asoslari, uning mohiyati va zamonaviy ommaviy axborot vositalarida aks etish jarayonidagi dolzarb muammolar kompleks tarzda tahlil qilinadi. Globallashuv jarayonlarining jadallashuvi, axborot makonining kengayishi va madaniyatlararo aloqalarning kuchayishi sharoitida milliy o‘ziga xoslikni saqlab qolish masalasi alohida ahamiyat kasb etmoqda. Muallif milliy identivlikning shakllanishiga ta’sir etuvchi asosiy omillar — tarix, madaniyat, til, qadriyatlar, mentalitet hamda ijtimoiy ong tushunchalarini ilmiy-nazariy jihatdan yoritadi. Maqolada Benedikt Anderson, Erik Xobsbaum, Entoni Smit, Samuel Xantington kabi yetakchi xorijiy olimlarning qarashlari tahlil qilinib, ularning g‘oyalari milliy identivlikning media orqali shakllanishi bilan bog‘liq holda talqin etiladi. Shuningdek, O‘zbekiston media makonida milliy manfaatlar, qadriyatlar va madaniy merosni yoritish masalalariga alohida e’tibor qaratiladi. Tadqiqotda ommaviy madaniyat, stereotiplar, axborot manipulyatsiyasi va kosmopolitizmning milliy identivlikka ta’siri ham muhokama qilinadi. Muallif jurnalistlarning professional mas’uliyati, milliy mentalitetni hisobga olgan holda axborot tayyorlash zarurligini asoslab beradi. Tadqiqot natijalari OAV milliy identivlikni mustahkamlashda muhim ijtimoiy institut sifatida namoyon bo‘lishini ko‘rsatadi.

Kalit so‘zlar: milliy identivlik; madaniyat; qadriyat; siyosiy jarayonlar; stereotip; manipulyatsiya; migratsiya; multikulturalizm; madaniyatlararo muloqot.

Kirish

O‘zbekiston ko‘p millatli, multietnik davlatlardan biri bo‘lib, o‘zining diniy bag‘rikenglikka asoslangan boy tarixi, milliy qadriyatlari va urf-odatlari bilan ajralib turadi. Asrlar davomida bu mamlakatda turli millat, elat va din vakillari hamjihatlikda yashab kelishgan. Globallashuv davrining natijalari sifatida milliy identivlik masalasi dolzarb bo‘layotgan ekan, ham ichki, ham tashqi auditoriya uchun material tayyorlayotgan jurnalistlarga milliy o‘ziga xoslik xususiyatlarini inobatga olish nihoyatda muhim masalalardan biriga aylangan.

O‘zbekiston Respublikasining yangi tahrirdagi Konstitutsiyasi Muqaddimasida O‘zbekistonning yagona xalqi nomidan “...inson huquq va erkinliklariga, milliy va umuminsoniy qadriyatlarga, davlat suvereniteti prinsiplariga sodiqligimizni tantanali ravishda e’lon qilib, demokratiya, erkinlik va tenglik, ijtimoiy adolat va birdamlik g‘oyalariga sadoqatimizni namoyon qilib, inson, uning hayoti, erkinligi, sha’ni va qadr-qimmati oliy qadriyat hisoblanadigan insonparvar demokratik davlatni, ochiq va adolatli jamiyatni barpo etish borasida hozirgi va kelajak avlodlar oldidagi yuksak mas’uliyatimizni anglagan holda, fuqarolarning munosib hayot

kechirishini, millatlararo va konfessiyalararo totuvlikni, ko‘p millatli jonajon O‘zbekistonimizning farovonligini va gullab-yashnashini ta’minlashni maqsad qilgan holda, ushbu Konstitutsiyani qabul qilamiz va e’lon qilamiz”, (https://constitution.uz/uz/clause/index#section2) degan so‘zlar mamlakatimizda inson huquqlari va so‘z erkinligi borasida olib borilayotgan odil siyosatning namunasi sifatida e’tirofga loyiqdir. Jumladan, bosh Qomusimizning 33-moddasida: “Har kim fikrlash, so‘z va e’tiqod erkinligi huquqiga ega” (https://constitution.uz/uz/clause/index#section2) ekanligi hamda 35-moddasida: “Hamma uchun vijdon erkinligi kafolatlanadi” (https://constitution.uz/uz/clause/index#section2) degan jumlalari keltirilib, yurtimizda istiqomat qilayotgan har bir fuqaroning so‘z erkinligi, vijdon va e’tiqod erkinligi ta’minlanishi qonunan kafolatlangan.

Bu vazifalarni amalga oshirishda globallashuv jarayonlari ommaviy axborot vositalari xodimlari oldiga qator vazifalarni qo‘ymoqda. Yurtimizda soha xodimlari faoliyatini yuqori baholagan Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev jahon media olamida kechayotgan jarayonlarni hisobga olib jurnalistlar vazifalarini belgilab berdilar: “Global ijtimoiy-siyosiy jarayonlar beqiyos shiddat bilan o‘zgarayotgan hozirgi o‘ta murakkab va notinch dunyoda ommaviy axborot vositalarining o‘rni va ta’siri har qachongidan ham kuchli ahamiyat kasb etayotganini hammamiz sezib, anglab turibmiz. Shu ma’noda, bepoyon media olamda xolis va haqqoniy axborot tarqatish bilan birga, milliy manfaatlarimizni qat’iy himoya qiladigan jurnalist ahlining mashaqqatli mehnatini muqaddas sarhadlarimizda sergak turgan Vatan posbonlarining jasoratiga qiyoslasak, o‘ylaymanki, o‘rinli bo‘ladi. Mamlakatimizda fuqarolarning axborot sohasidagi konstitutsiyaviy huquqlarini, matbuot va so‘z erkinligining qonuniy ijrosini ta’minlash bo‘yicha sezilarli ishlar amalga oshirilmoqda” (https://kun.uz/news/2025/06/27/shavkat-mirziyoyev-ommaviy-axborot-vositalari-xodimlarini-tabrikladi?ysclid=metev3ieah901722322). Shunday ekan, milliy identivlikning nazariy asoslari, uni nazariy fan sifatidagi o‘rni va uning amaliyotda qo‘llash bo‘yicha xususiyatlarini anglash media olamda faoliyat yuritayotganlar uchun nihoyatda muhimligi aniq bo‘lmoqda.

Milliy identivlikning o‘ziga xos jihatlarinining ilmiy-nazariy xususiyatlarini tushunish jurnalistlarga voqealarni millatning madaniy, tarixiy va ijtimoiy xususiyatlari kesimida chuqur ilmiy tahlil qilishga asos bo‘ladi. Buni anglaydigan jurnalistlar turli millat vakillariga oid mavzularni etik talablarga binoan yoritishga yordam beradi.

Asosiy qism

Milliy o‘ziga xoslik, ya’ni identivlik psixologiyada ijtimoiy o‘ziga xoslik nazariyasidan kelib chiqqan bo‘lib, unda ijtimoiy guruhlarga (masalan, diniy yoki kasbiy guruhlarga) mansublik shaxs shakllanishida muhim asos bo‘lib xizmat qilishi o‘rganiladi. Milliy o‘ziga xoslik — xalq yoki etnik guruh doirasidagi odamlarni birlashtiruvchi xususiyatlar, qadriyatlar, an’analar va e’tiqodlar yig‘indisidir. U muayyan millatga mansublik hissini, shuningdek, umumiy madaniy, tarixiy va til elementlarini o‘z ichiga oladi. Milliy o‘ziga xoslik globallashuv, migratsiya, ijtimoiy o‘zgarishlar va siyosiy jarayonlar kabi turli omillar ta’sirida rivojlanishi va o‘zgarishi mumkin.

Milliy identivlikni o‘rganish ijtimoiy fanlarning muhim yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Jahonning qator yetakchi olimlari ushbu masalani chuqur ilmiy tahlil qilganlar. Ulardan biri — Benedikt Anderson bo‘lib, u britaniyalik siyosatshunos va sotsiolog, Cornell University (Kornell universiteti) professori sifatida faoliyat yuritgan. Olim, ayniqsa, Janubi-Sharqiy Osiyo mamlakatlari, xususan, Indoneziya bo‘yicha tadqiqotlari bilan tanilgan. Benedikt Anderson milliy o‘ziga xoslik tadqiq etilgan “Tasavvur qilingan jamoalar” [Anderson 2016] asarining muallifidir. Mazkur izlanishda u ramzlar, til va madaniyat orqali yaratilgan “xayoliy jamoa” sifatida millat tushunchasini o‘rganadi. Anderson milliy o‘zlikni shakllantirishda bosma nashrlar va matbuotning ahamiyatiga alohida urg‘u beradi.

Milliy identivlik masalasini tadqiq etgan yana bir muhim olim — Eric Hobsbaumdir. U britaniyalik tarixchi sifatida, ayniqsa, “uzoq XIX asr” va “qisqa XX asr” konsepsiyalari bilan ilmiy jamoatchilikka tanilgan. Olim University of London professori sifatida faoliyat yuritgan. E. Xobsbaum o‘zining “Nations and Nationalism since 1780” [Xobsbaum 2017] asarida turli tarixiy va madaniy jarayonlar ta’sirida zamonaviy millatlarning shakllanish mexanizmlarini tahlil qiladi. Uning ta’kidlashicha, millat va millatchilik tushunchalari tabiiy emas, balki muayyan tarixiy sharoitlarda shakllangan ijtimoiy konstruksiyalar bo‘lib, ko‘pincha davlat siyosati orqali shakllantiriladi va mustahkamlanadi. Shuningdek, u millatchilikning siyosiy jarayonlarga ta’siri, ayniqsa, XIX asr o‘rtalaridan XX asr o‘rtalarigacha bo‘lgan davrda dolzarb ahamiyat kasb etganini qayd etadi.

Entoni Smit britaniyalik tarixchi va sotsiolog bo‘lib, London Iqtisodiyot maktabida millatchilik va etnik kelib chiqish bo‘yicha professor bo‘lgan. U millatni o‘rganuvchi fan yo‘nalishining asoschilaridan biri hisoblanadi. Sotsiolog Entoni Smitning ta’kidlashicha [Smith 1998: 246], milliy o‘ziga xoslik avloddan-avlodga o‘tishi va saqlanib qolishi mumkin bo‘lgan uzluksizlik xususiyatiga ega. Xalq afsonalari ham odamlarda millatga mansublik tuyg‘usini kuchaytirishi mumkin. Smit globallashuv va

migratsiya kontekstida milliy o‘ziga xoslik dinamikasini o‘rganib, xilma-xillik sharoitida o‘ziga xoslik qanday o‘zgarishi va moslashishi mumkinligiga e’tibor qaratadi. Yuqorida keltirilgan jahonga mashhur olimlarning ijodi milliy o‘zlikni, milliy identivlikni anglash bo‘yicha keng ko‘lamli tadqiqot sohasining bir qismini tashkil etadi. Ularning har biri millatga mansublik tuyg‘usi qanday shakllanishi va o‘zgarishi haqida o‘ziga xos tushuncha beradi.

Yevropa olimlari Sharq va G‘arb milliy o‘ziga xosligi inqiroziga bag‘ishlangan qator tadqiqotlar o‘tkazganlar. Ularda fuqarolik va millat tushunchalari o‘rtasidagi qarama-qarshilikni bartaraf etish jarayoni, sobiq sovet Yevropa davlatlarida fuqarolik o‘ziga xosligining rivojlanishi kabi mavzular tahlil qilinadi. Ana shunday olimlardan biri — Samuel P. Xantingtondir. Yigirmanchi asrning yirik olimi, siyosatshunos va sotsiolog Xantington sivilizatsiyalar to‘qnashuvining geosiyosiy konsepsiyasini yaratib, mazkur mavzu doirasida yirik ilmiy asarlarni chop etgan. “Political Order in Changing Societies”, “The Clash of Civilizations”, “The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order” (https://ru.wikipedia.org/wiki) Xantingtonning eng mashhur asarlaridandir. U o‘z asarlarida G‘arbning Sovuq urushdagi g‘alabasidan so‘ng mamlakatlar o‘rtasidagi qarama-qarshiliklarga diniy e’tiqodlarning o‘ziga xos xususiyatlari va qadriyatlari hamda turli sivilizatsiyalar o‘rtasidagi ijtimoiy-madaniy tafovutlar sabab bo‘lishi haqidagi g‘oyani ilgari suradi.

Ommaviy axborot vositalari paydo bo‘lganidan buyon milliy identivlik masalasi dolzarb bo‘lib kelmoqda. OAV doimo ushbu mavzu bilan bevosita bog‘liq bo‘lib kelganini ta’kidlash lozim. Mavzu doirasida qator ilmiy tadqiqotlar olib borgan o‘zbek olimasi F. Mo‘minova milliy identivlik va mentalitetga OAVning ta’siriga yuqori baho beradi: “Milliy identivlik va mentalitet — millatni mustahkamlash, uni milliy tiklanish va taraqqiyotga eltishning eng kuchli vositalaridan biridir. Bu vazifalarni amalga oshirishda mahalliy ommaviy axborot vositalari hal qiluvchi o‘rin tutadi” [Muminova 2002].

Ommaviy axborot vositalari jamiyat taraqqiyotiga xizmat qilishi va davrning yetakchi g‘oyalarini keng auditoriyaga yetkazishi bilan ahamiyatlidir. Sovet davrida milliy identivlik va o‘zlikni anglash g‘oyalari yillar davomida taqiq ostida bo‘lgan. Ma’lumki, yurtimizda avval milliy istiqlol g‘oyalariga xizmat qilgan jadidlar, keyinchalik esa o‘tgan asrning 80-yillarida o‘zbek ziyolilari tomonidan bu mavzu ommaviy axborot vositalarida keng tahlil qilingan. Namangan davlat universiteti tarixchi olimi O‘. Jo‘rayev matbuotda milliy o‘zlikni anglashga xos masalalarni o‘rgangan. Uning “XX asr 80-yillarida o‘zbek ziyolilarining ommaviy

axborot vositalarida milliy o‘zlikni anglash uchun olib borgan kurashi” [Jo‘rayev 2023] nomli maqolasida mazkur masalalar tahlil qilingan.

Milliy identivlikning asosiy jihatlaridan biri madaniy xususiyatdir. Ya’ni har bir millatning o‘ziga xos madaniy mazmunini tashkil etuvchi til, san’at, adabiyot, musiqa va urf-odatlar mazkur millatning o‘ziga xosligini belgilab beruvchi jihatlardir. Ba’zan madaniyat ko‘rinishlari va milliy o‘ziga xoslik mamlakat imijini shakllantiruvchi, uning iqtisodiy o‘sishini ta’minlovchi, qolaversa, turizm sohasini rivojlantiruvchi omilga aylanishi mumkin. Zamonaviy global olamda milliy o‘ziga xoslikning madaniy ko‘rinishlari moda, kino sanoati, arxitektura va dizayn, televizion industriya taraqqiyotida urf bo‘layotganini ko‘rish mumkin.

Milliy identivlikni belgilovchi yana bir asosiy xususiyat tarixdir. Har bir millatning shakllanishi bir necha yuz yildan bir necha ming yilliklarga borib taqaladi. Umumiy tarixga ega bo‘lgan xalqlarning milliy o‘ziga xosligi ham o‘xshash bo‘ladi. Masalan, Markaziy Osiyo davlatlari bir necha ming yillardan beri bir makon va yagona tarixiy negizga ega bo‘lgan xalqlarning avlodlaridan tashkil topgan. Asrlar davomida shakllangan tarixiy umumiylik Markaziy Osiyo xalqlarining bir-biriga o‘xshash milliy o‘ziga xosligini shakllantirgan. Milliy identivlikdagi o‘xshashlik urf-odatlarda, kiyinish madaniyatida, xalq og‘zaki ijodidagi sayyor sujetlarda ko‘rinadi. O‘zbek media makonida milliy manfaatlarni tadqiq etgan olim B. Alimov bu borada shunday deydi: “Globallashuv jarayonida milliy qadriyatlarga bo‘lgan munosabatni rivojlantirib borish alohida ahamiyat kasb etadi. Eng asosiysi, bu jarayonda umuminsoniy va milliy qadriyatlarning muvozanati va moslarini uyg‘unlashtirishning muhimligini ham unutmaslik lozim” [Alimov 2019: 73].

Har bir millatning milliy o‘ziga xosligi uning qadriyatlari va e’tiqodlarida ham namoyon bo‘ladi. Masalan, “sharqona odob” iborasini olaylik. Bu ifodada Sharq xalqlariga xos bo‘lgan tavoze, bir-biriga hurmat va odob me’yorlari nazarda tutiladi, ya’ni Sharq xalqlarining umumiy qadriyatlariga xos o‘ziga xoslik sifatida talqin etiladi. Qadriyatlar va e’tiqodlar xalq og‘zaki ijodida ham yaqqol namoyon bo‘ladi. Shu bilan birga, barcha millat va elatlarning umuminsoniy, umumbashariy qadriyatlari bir-biriga o‘xshashligini aytish mumkin. Masalan, adolat va rostgo‘ylik, haqiqat va yolg‘on, jinoyat va uning muqarrar jazoga loyiq bo‘lishi va h.k. Ammo har bir millatning o‘ziga xos bo‘lgan qadriyatlari, bo‘rtib ko‘rinib turadigan xususiyatlari uni boshqalardan farqlab turadi. Masalan, o‘zbeklarning mehmondo‘stligi, kattalarga va ayollarga bo‘lgan hurmati, bolajonligi, bag‘rikengligi kabi qator ijobiy xislatlar xorijliklar tomonidan tilga olinishi kuzatiladi.

Axborot texnologiyalari shiddat bilan rivojlanib borayotgan davrda davlatlar va hududlar o‘rtasidagi chegaralar yo‘qolib bormoqda. O‘ziga xos madaniyatlarning birlashib ketish xavfi paydo bo‘lmoqda. Bu davrda har bir millat va etnik guruhning o‘zligini saqlab qolish masalasi, milliy o‘zligini anglash nihoyatda muhim sanaladi. Milliy o‘zlikni anglash — shaxslarning biror millat yoki etnik guruhga mansublik g‘oyalarini anglashi va bu g‘oyalarni shakllantirish jarayonidir. O‘zlikni anglash jarayoni bir nechta xususiyat va bosqichlarni qamrab oladi. Odamlar milliy o‘zlikni bolalik davridan boshlab, oila bag‘rida, atrof-muhit va turmush tarzida idrok etadilar. Ona tilini o‘rganish, milliy urf-odatlar va tadbirlarda qatnashish jarayonida bolada milliy o‘zlik shakllanadi.

Milliy o‘zlikni anglash tarbiya jarayonida shaxsiy idrok orqali vaqt o‘tishi bilan shakllanishini kuzatish mumkin. Milliy o‘zlikni anglash jarayonida bir millatga mansub bo‘lgan odamlar bilan muloqot qilish, fikr almashish orqali ular bilan bir guruh yoki jamoaga mansublik hissi uyg‘onadi. Shuni alohida ta’kidlash kerakki, milliy identivlik tuyg‘usi oila va atrof-muhit bilan birga ta’lim jarayoni hamda media orqali ham rivojlantiriladi. O‘zbek milliy o‘ziga xosligi haqida tadqiqotchi Y. Mirzayeva quyidagicha fikr yuritadi: “Darhaqiqat, o‘zbek mentaliteti qadimiy an’analar va marosimlarga asoslangan chuqur tabiatga ega. O‘zbek mentaliteti kattalarga hurmat kabi milliy qadriyatlarga asoslangan. Ota-onalar va keksalarga hurmat, qo‘ni-qo‘shnichilik, bolalarga nisbatan mehrlilik, milliy bayramlar... O‘zbek mentaliteti o‘zining rivojlanishi davomida ichki xotirjamlik, ma’naviyat va axloqqa, o‘zbek xalqining an’anaviy asoslari va qadriyatlarini saqlashga, shuningdek, odamlar o‘rtasidagi munosabatlarga hamda hissiy, ma’naviy va oqilona, o‘rinli muvozanatga qaratilgan. Xalqning tarixiy xotirasi va milliy o‘zini o‘zi anglashi umumiy o‘tmish qadriyatlari asosida qurilgan” [Mirzayeva 2020]. Ta’lim dargohlari bo‘lgan maktabgacha ta’lim muassasalari, maktab va oliy o‘quv yurtlarida tahsil olish jarayonida bir millatga mansublik hissi tarbiya vositalari yordamida singdiriladi. Ayniqsa, milliy o‘ziga xoslikni bolalarda tarbiyalashda gazeta, radio, televideniye, internet va ijtimoiy tarmoqlarda beriladigan materiallarning ahamiyati katta.

Mamlakat fuqarolarining milliy o‘zlikni anglashida davlatlarning bayroq, madhiya, gerb kabi milliy ramzlarining ahamiyati katta. Sportchilar g‘olib bo‘lib O‘zbekiston bayrog‘i ko‘tarilganda, ular uchun ishqibozlik qilayotganlarning o‘z yurti va millati uchun faxrlanish tuyg‘usini his qilishlarini eslash kifoya. Tarixda jangchilar bahsga kirishayotganlarida ham bayroqlarini baland ko‘tarishganlari ma’lum. Shuning uchun har bir davlat o‘zining milliy ramzlarini fuqarolarning ongi va shuuriga milliy iftixor hissi bilan singdirishga harakat qiladi. Bunda, albatta, ommaviy axborot vositalaridan foydalaniladi. Ko‘pincha barcha davlatlarda milliy

mustaqillik bayramlari paytida rasmiy davlat medialarida milliy ramzlar ko‘proq ko‘rsatiladi, millat qahramonlari haqida badiiy asarlar namoyish etiladi. Milliy ramzlarni yanada ommalashtirish maqsadida OAVlarda taniqli sportchi va shou-biznes vakillarining ijrolarini efirga berishga harakat qilinadi.

Millatning tili, tarixi, madaniyati va urf-odatlarini o‘rgatadigan maqola, eshittirish, ko‘rsatuv va dasturlar yoshlarda milliy o‘ziga xoslikni anglash tuyg‘usini chuqurroq singdiradi. Shuning uchun jurnalistlar va zamonaviy mediada faoliyat yurituvchilar tayyorlayotgan materiallarining milliy madaniyatga to‘g‘ri kelish-kelmasligini farqlay olishlari juda muhim. Har qanday shov-shuv va sensatsiyaga olib keluvchi, foyda keltiruvchi materialni keng ommaga taqdim etib bo‘lmasligini tushunish kerak. OAV xodimlari milliy identivlikka zid keluvchi, milliy o‘zlik tushunchasini buzib ko‘rsatuvchi materiallarni berishdan tiyilishlari zarur. Bunday me’yorlar qator davlatlarning media nizomlarida alohida ko‘rsatib o‘tiladi. Aksariyat hollarda xorij materiallarini badiiy kengashdan o‘tkazish, xorij OAV tomonidan tayyorlangan media mahsulotlarning milliy odob me’yorlariga to‘g‘ri kelishini nazorat qilishda namoyon bo‘ladi. Bu senzura emas. Bu auditoriya ongini manipulyatsiyadan himoya qilish usulidir.

Nima uchun milliy identivlik mavzusi bugungi kunda jurnalistlar uchun nihoyatda zarur bo‘lmoqda? Axborot tayyorlash va uzatishda behududlik, cheksizlikni ta’minlaydigan axborot asrida globallashuv vujudga kelgan. Globallashuv madaniyatlar va qadriyatlar orasidagi chegaralarni ham yo‘qotish xususiyatiga ega. Yaxshi tomoni shundaki, siz uyingizda o‘tirib boshqa millat va madaniyat haqida ko‘plab ma’lumotlarga ega bo‘lasiz. Ammo globallashuv davrida axborot oqimining ko‘pligi tufayli o‘z madaniyatingizni ham unutib qo‘yishingiz mumkin. Odamlar boshqa madaniyatni ko‘rgani va o‘rgangani bilan o‘zligini yoddan chiqarishlari ehtimoli bor. Global makonda yagona madaniyat, ya’ni ommaviy madaniyat vujudga kelmoqda.

Ommaviy madaniyat atamasi salbiy ma’noda emas, balki global axborot zamonida barcha millat va elatlarni birlashtirib turuvchi umumiy madaniyat sifatida nazarda tutiladi. Odamlar bir vaqtning o‘zida bir nechta madaniyatlarning qorishuvi va uyg‘unligida yashaydilar. Bitta makonda, mamlakatda yoki davlatda bir necha xil madaniyat unsurlaridan hosil bo‘lgan urf-odatlar sintezi vujudga keladi. Masalan, bugungi kunda yurtimizda sobiq Sovet davrida shakllangan bayramlar bilan bir qatorda arab madaniyatiga xos udumlar, shuningdek G‘arb sivilizatsiyasiga xos qadriyatlarning ommalashayotganligini kuzatamiz. O‘zimizning asl qadriyatlarimiz deb hisoblaydigan qator qadriyatlarning ham kelib chiqish tarixi turlicha. Masalan, Navro‘z — zardushtiylik davridagi bayram, o‘tganlarni yod etishga bag‘ishlangan marosimlar qadim turkiy

qabilalardan meros bo‘lib qolgan odatlar va h.k. Hozirda bu qadimgi urf-odatlar uyg‘unligidagi go‘zal madaniyatimiz yana boshqa madaniyatlar ta’siriga tushmoqda. Aynan shu nuqtada masalaning asosiy yechimi sifatida OAV oldida auditoriya ongi va hissiyotlarini milliy identivlikka yot bo‘lgan g‘oya va madaniyatlardan asrash, manipulyatsiyadan saqlash vazifalari turibdi. Buning uchun jurnalistlarning o‘zi milliy o‘ziga xoslik, ya’ni identivlikning mohiyati va mediada tutgan o‘rnini chuqur tahlil qila olishlari zarur.

Ijtimoiy ong — jamiyatdagi shaxslarning umumiy ongi bo‘lib, jamoaviy o‘zini o‘zi anglash va umumiy ijtimoiy o‘ziga xoslik tajribasi bilan bog‘liq. Ijtimoiy ong taraqqiyotining ma’lum bosqichida tuzum tabiatiga mos keladi. Lekin yangi ijtimoiy ongga o‘tish eskisini to‘liq inkor etish emas. Jamiyatning o‘zgarishi va yangi ijtimoiy ongning paydo bo‘lishi bilan avvalgi ijtimoiy ong xususiyatlari saqlanib qoladi. Masalan, sovet tizimi davrida ham odamlar “eskicha” deb atab, juda ko‘p milliy qadriyatlar va urf-odatlarni saqlab qolganlar, yashirin ravishda ularni bajarib kelganlar. Yoshi kattalar oyna va eshiklarni berkitib namoz o‘qishgan, Qur’on tilovat qilishgan. Milliy o‘zligini namoyon etuvchi ijtimoiy ong ko‘rinishlari yangi tizim va siyosat ta’sirida kamdan-kam hollarda yo‘qolib ketadi. Islom dini kirib kelganidan keyin ham mahalliy aholi zardushtiylik davridan qolgan Navro‘z bayrami, olov atrofida aylanish odatlari, turkiy qadriyatlar bilan bog‘liq marhumlar ruhini xotirlash marosimlarini saqlab qolgan. Hozirda sovet davridan qolgan Yangi yil kirib kelishini, Xalqaro xotin-qizlar bayramini, Vatan himoyachilari kunini nishonlash ham avvalgi ijtimoiy ong xususiyatlarining bugungi kunda o‘chib ketmaganligiga misol bo‘la oladi.

Dunyo tamaddunida ham avvalgi ijtimoiy ong ko‘rinishlari saqlanib qolishiga ko‘plab misollar keltirish mumkin. Xristian dini tarqalgandan keyin avvalgi dinlarga xos urf-odatlarga cheklovlar qo‘yilgan. Bunga antik davr san’ati, madaniyati va ilm-fanini misol keltirish mumkin. XVIII asrga kelib Yevropada antik davr madaniyati yana urfga kiradi. Bunga o‘rta asrlardagi Uyg‘onish — Renessans davri turtki bo‘lgan. Arxeologik qazilma ishlari natijasida topilgan ashyolar barchaning e’tiborini qadimgi dunyo sivilizatsiyasiga qaratadi. Ya’ni san’at asarlari va axloqiy me’yorlar unutilmaydi, ular ma’lum darajada qayta ko‘rib chiqilsa ham mavjud bo‘lib qoladi. Antik davr osori atiqalari bugungi kunda ham badiiy qimmatini saqlab kelmoqda. Chunki har bir davrning ijtimoiy ongi o‘tgan davrlarning urf-odatlari, an’analari, qarashlari va nazariyalariga asoslanadi. Antik davr olimlarining asarlari asosida keyingi yillarning ilmiy kashfiyotlari va ixtirolari yaratilgan. Turli davrlarga xos ijtimoiy ong ko‘rinishlari bir-birini inkor etmay, balki o‘zaro to‘ldirib kelishini shu misolda ham ko‘rish mumkin. Vaqt o‘tishi bilan ijtimoiy ongning muayyan shakllari rivojlanib,

jamiyat hayotining barcha sohalariga ta’sir ko‘rsatadi. Odamlar o‘z qarashlari asosida turli sohalarda faoliyat olib boradilar. Ijtimoiy ong odamlarni jamiyatni o‘zgartiradigan, qadriyatlarni yaratadigan ma’naviy turtki sifatida xizmat qiladi.

Ijtimoiy sohalar yo‘nalishiga ko‘ra ijtimoiy ongning turli ko‘rinishlari mavjud. Ularning bir nechtasini ko‘rib chiqamiz.

Shaxsiy ong ijtimoiy voqeliklarni idrok etishga qaratilgan bo‘lib, shaxsiy e’tiqodlar, qadriyatlar, munosabatlar va tajribalarni o‘z ichiga oladi.

Jamoaviy ong oila, jamoa yoki millatning umumiy g‘oyalari va qadriyatlari bilan bog‘liqligida namoyon bo‘ladi. Jamoaviy ong umumiy an’analar, madaniyat va tarixiy tajribalar orqali shakllanadi.

Ijtimoiy ong jamiyatdagi ijtimoiy muammolar, adolatsizliklar va tengsizliklardan xabardorlikni qamrab oladi. U ijtimoiy tuzilma va odamlar o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlarni tushunishni o‘z ichiga oladi.

Axloqiy ong ijtimoiy tuzumga xizmat qiladigan xatti-harakatlar, shaxsiy va jamoat manfaatlarining uyg‘unligiga qaratilgan ong ko‘rinishidir.

Ekologik ong tabiatni asrashga xizmat qiladi. U atrof-muhit muammolari va barqaror rivojlanishni qamrab oladi. Bu inson faoliyatining atrof-muhitga qanday ta’sir qilishini va uni himoya qilish zarurligini anglashdir.

Estetik ong badiiy qadriyatlarni yaratish va ma’naviy dunyoni boyitishga qaratilgan. U madaniy xilma-xillikka hurmat va uning ijtimoiy munosabatlarga ta’sirini tushunishni o‘z ichiga oladi.

Siyosiy ong o‘z manfaatlarini ro‘yobga chiqarish uchun siyosiy hokimiyatni egallash yoki uni saqlab qolishga yo‘naltirilgan. Unda siyosiy jarayonlar, institutlar va hokimiyat mexanizmlari tushuniladi. Shuningdek, fuqarolarning huquq va majburiyatlarini bilish hamda siyosiy hayotda faol ishtirok etish qamrab olinadi.

Huquqiy ong hukmron guruhlar manfaatlarini ko‘zlab tartib va davlat qonunlarini yaratish hamda saqlash bo‘yicha amaliy faoliyatga yo‘naltiriladi.

Demografik ong aholining o‘sish yoki kamayish dinamikasiga ta’sir qiladi.

Tarixiy ong ijtimoiy merosni asrab-avaylashga xizmat qiladi.

Oddiy ong odamlarning kundalik, bevosita ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan amaliy faoliyati — mehnat, moddiy va ma’naviy ne’matlarni ishlab chiqarish va iste’mol qilish jarayonini rag‘batlantiradi. Mafkura esa ijtimoiy guruhlarning asosiy iqtisodiy, ijtimoiy, siyosiy va ma’naviy manfaatlarini amalga oshirishga qaratilgan amaliy faoliyatini qo‘llab-quvvatlaydi.

Ommaviy axborot vositalari ko‘pincha fuqarolarda muayyan siyosiy ongni shakllantiradigan vositachidir. PR harakati va jamoatchilik bilan aloqalar yordamida siyosiy partiyalar va ularning rahbarlari ovoz berish jarayoni va saylov natijalariga ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Tarixda bo‘lib o‘tgan ana shunday saylov jarayonlarini tahlil qilaylik. O‘tgan asrda, televideniye ommalashayotgan va uning imkoniyatlari to‘la baholanmagan davrda AQSHda prezidentlikka qo‘yilgan nomzodlar o‘rtasida televizion debatlar uyushtiriladi. Tok-shoularga tayyorgarlik ko‘rayotgan Richard Nixon televideniye ahamiyatini yetarlicha baholamaydi. Tomoshabinlar uning Amerika siyosatini isloh qilish bo‘yicha tahliliy natijalarini qadrlashlariga ishonib, tashqi ko‘rinishi va jamoatchilik oldida o‘zini tutishiga ahamiyat bermaydi. Nikson tasvirga tushirish jarayonidan avval studiyadagi grimdan voz kechadi va ekranda rangi oqargan hamda g‘azablangan holda ko‘rinadi. Studiyadagi proyektorlar ta’sirida debat boshlanganidan ko‘p o‘tmay uning yuzi ter tomchilari bilan qoplanadi. U deyarli har daqiqada yuzini ro‘molcha bilan artib turadi. Niksondan farqli o‘laroq, John F. Kennedy o‘zining televizion obrazini puxta o‘ylaydi. Uning yuzi mohirona qo‘llangan grim bilan uyg‘unlashib, ekranda yaxshi ko‘rinadi. Kennedi o‘zini efirda ishonchli tutadi, yengil hazil qilib, hushchaqchaq inson sifatida taassurot qoldiradi. Shunday qilib, Kennedi to‘rt raund teledebatlarda ham ustunlikka erishadi. Debatda qatnashish uning reytingini pasaytirganini tushungan Nikson esa debatlarning beshinchi raundida qatnashishdan bosh tortadi va shu tariqa saylov boshlanishidan avval mag‘lubiyatini tan oladi. Mazkur misol ham ijtimoiy ongga ta’sir ko‘rsatishning eng samarali va ta’sirchan vositasi, avvalo, OAV ekanligini ko‘rsatadi. Chunki media inson ruhiyati va ongiga ta’sir qiladigan kuchli vositadir. Ekranda nafaqat ovoz, balki yorqin, “jonli” obrazning mavjudligi ommaviy axborot vositalarining qanchalik ta’sirchanligini isbotlaydi.

Bugun mediada biror o‘ziga xos voqeani sharhlashda “milliy mentalitet” atamasidan foydalaniladi. Milliy mentalitet tushunchasining asosiy mazmuni va uning etimologiyasini ko‘rib chiqamiz. “Mentalitet, lotincha — aql, tafakkur, fikrlash tarzi, aqliy moyillik — etnik va milliy urf-odatlar, turmush tarzi, tafakkuri, axloqi bilan belgilanadigan umumiy “aqliy xususiyatlar”, har qanday guruhning umumiy “aqliy moyilligi”, dunyoqarash, dunyoni idrok etish; madaniy an’anadir” [Gurevich 1998]. Ushbu atamani birinchi bo‘lib 1910-yilda fransuz etnolog va antropologi Lucien Lévy-Bruhl o‘zining “Les fonctions mentales dans les sociétés inférieures” (https://ru.wikipedia.org/wiki/) (“Ibtidoiy jamiyatlarda mental funksiyalar”) asarida qo‘llagan. U zamonaviy odamlar va ibtidoiy qabila vakillarining tafakkurini taqqoslagan. “Ibtidoiy mentalitet” hozirgi zamondagi tafakkurdan shu qadar farq qilganki, olim unga alohida nom bergan. “Annallar” tarixiy maktabining (https://ru.wikipedia.org/wiki/)

tadqiqotlari tufayli “mentalitet” atamasi keng ommalashgan. Fransuz olimlari tarixga psixologik yondashuvdan foydalangan holda uni jamoaviy xususiyatlari orqali o‘rganganlar. Olimlar mentalitet hayotning o‘zi kabi o‘zgaruvchan va harakatchan ekanligini ta’kidlaydilar. O‘ziga xos mentalitetlarning o‘zgarishi orqali tarixiy davrlarning xususiyatlarini ko‘rsatishga harakat qilganlar.

Odamlarning har qanday hodisani baholashi avvalgi hayotiy tajribaga, shaxsiy fikrga, qiziqishlarga va emotsional taassurotlarga asoslanadi. Mentalitet insonning atrofdagi olam haqidagi tasavvurlarini ochib beradi. Mentalitet — bu fikrlash shakllari va obrazlarini anglash ko‘nikmasidir. Shu jumladan, ongsiz mentalitet hayot va munosabatlar obrazlarining, ma’lum bir jamoa yoki madaniy an’analarning ifodasi bo‘lib xizmat qiladi. Jamoaviy mentalitet tushunchasi Alexis de Tocqueville tomonidan “Democracy in America” (https://en.wikipedia.org/wiki/Alexis_de_Tocqueville) (1835) asarida aks etgan. U Amerika ijtimoiy ongida tarqalgan noto‘g‘ri qarashlar, odatlar va hissiyotlarning sabablarini topishga harakat qilgan. Tokvilning so‘zlariga ko‘ra, Qo‘shma Shtatlarning barcha aholisi o‘xshash fikrlash tarzi bilan ajralib turadi. Qarash va fikrlar bir xil qoidalarga mos keladi. Ushbu tadqiqot keyinchalik tarixiy psixologiya yo‘nalishining shakllanishiga poydevor bo‘lgan. Tarixiy psixologiya ijtimoiy, madaniy va iqtisodiy tarix tamoyillariga murojaat qilgan fransuz olimlarining asarlarida aks etgan.

Mentalitet jamiyatning hozirgi kundagi hissiyotlari, qadriyatlari va tafakkuridan farq qiladi. Mentalitet urf-odatlar va emotsiyalarning ifodasidir. Ammo jamiyat kayfiyati o‘zgaruvchan bo‘lib, mentalitet barqaror bo‘ladi. U jamoaviy va individual ong ostida shakllanadi. Mentalitet milliy xarakter xususiyatlari bilan ifodalanadi. Milliy madaniy xususiyatlar tarixiy sharoitlardan kelib chiqib doimiy ravishda o‘zgarib turadi. Madaniy xususiyatlardan kelib chiqib stereotiplar ham o‘zgaradi. Masalan, XVIII asr boshida Yevropada ko‘pchilik inglizlar inqilobiy faoliyat va o‘zgarishlarga moyil deb hisoblanib, fransuzlar esa konservativ xalq sifatida qabul qilingan. Yuz yil o‘tib, qarashlar o‘zgargan. XIX asr boshlarida nemislar falsafa, musiqa va she’riyatga moyil, texnologiya va tadbirkorlik sohasida unchalik qobiliyatli emas deb hisoblangan va ularning o‘zlari ham bu fikrga qo‘shilgan. Germaniyadagi sanoat inqilobidan keyin bu stereotip tushunchalar yo‘qolgan. Ya’ni u yoki bu mamlakat, millat, xalq haqidagi boshqalarning tushunchalari o‘zgaruvchan bo‘lishi tabiiydir. Bunday qarashlar media orqali o‘zgarishi, yangi obraz yaratilishi mumkin.

Hozirda ko‘pgina davlatlar haqidagi ma’lum qarashlar shakllangan. Bu davlat xalqlarining mentaliteti tabiiy geografik joylashuv, tarixiy muhit yoki o‘ziga xos falsafaga bog‘liq bo‘lishi mumkin. Yaponiya orollardan iborat tog‘li hududda joylashgan mamlakat. U yerda tez-tez sunami, tayfun,

zilzila kabi tabiiy ofatlar sodir bo‘lishi tabiiy holga aylangan. Ana shunday murakkab geografik va iqlimiy sharoitlar tufayli yaponlarning xushmuomalalik, hamjihatlik va o‘zaro hurmat kabi milliy xususiyatlari shakllangan. Yaponlarning barchasi o‘zlarini bir jamoaning a’zosi deb hisoblab, atrofdagilarni rozi qilishga intiladilar. Xudbin va faqat o‘z manfaatlarini o‘ylaydiganlar u yerda hurmat qilinmaydi. G‘arbona egoizm Yaponiyada amal qilmaydi. G‘arb va sharqliklarga xos xususiyatlarni tadqiqotchilar turlicha baholaydilar. Masalan, D. Aminova bu borada shunday fikr yuritadi: “Sharq kishilari tabiiy ravishda bajarishlari lozim bo‘lgan ishlarni amalga oshiradigan va bosqichma-bosqich ish faoliyatini olib boradigan vaqtda yashaydilar. Shuningdek, ular o‘z jadvallarini o‘zgartirishni hamda ularning tartibi buzilishini xush ko‘rmaydilar. Ularga qarama-qarshi ravishda g‘arbliklar bo‘shliqda yashaydilar. Ular ko‘proq o‘z orzulari va nima qilishni istashlarini ro‘yobga chiqarishni istaydilar. Ba’zan ular sharq kishilari kabi pragmatik ham emas, lekin shu bilan birga, o‘z hayotida buyuk maqsadlarga ham erishadilar” [Aminova 2018: 192].

Amerikaliklarning milliy xarakteriga vatanparvarlik xos. Har bir xonadon davlat bayrog‘i bilan bezatiladi, maktablarda esa darslar davlat madhiyasi bilan boshlanadi. Ko‘p millatli, turfa din va irq vakillari istiqomat qiladigan AQSH fuqarolarini ana shunday davlat milliy o‘ziga xosligi birlashtirib turadi. Bunday mentalitet ham AQSHning uncha uzoq bo‘lmagan tarixi, siyosiy landshafti va jamiyat tuzilishi bilan uzviy bog‘liqdir. Siyosatshunoslar u yerning fundamental qadriyatlarini o‘rganib, ularning asosini xususiy mulk, erkinlik va imkoniyatlar tengligi tashkil etishini ta’kidlaydilar. Amerika mentalitetining asosiy tushunchalarini demokratiya, e’tiqod, erkinlik va tadbirkorlik tashkil etadi. Shuningdek, mehnatsevarlik, oilaviy qadriyatlar, foyda olish va mashhurlikka intilish kabi xususiyatlar ham mavjud.

Skandinaviya davlatlari dunyodagi eng baxtli mamlakatlar World Happiness Report (https://www.worldhappiness.report/) reytingida birinchi o‘rinda turadi. Buning zamirida o‘ziga xos milliy mentalitet — qanoatli bo‘lish xususiyati yotadi. Shimoliy Yevropa madaniyatida Janteloven — Jante qonuni deb ataladigan ma’lum qoidalar to‘plami mavjud. U daniya-norvegiyalik yozuvchi Aksel Sandemose [Sandemuse 1933] tomonidan ishlab chiqilgan. Uning qoidalariga ko‘ra, haqiqiy skandinaviyalik o‘zini boshqalardan yuqori qo‘ymasligi, aqlliroq va alohida e’tiborga loyiq deb hisoblamasligi kerak. Shvetsiyada hamma narsada mo‘tadillikni xarakterlovchi “lagom” tushunchasi mavjud. Bu so‘z vikinglar davridan beri mavjud bo‘lib, shvedlarning muhim milliy xususiyati hisoblanadi. Me’yorni bilish iste’molning barcha sohalarida — oziq-ovqatdan tortib tabiiy resurslargacha bo‘lgan ehtiyojlarni qondirishda aks etadi. Turmush tarzi va dizaynda ham Skandinaviya minimalizmi arxitektura, moda va

dizayn industriyasida o‘z aksini topib, bugungi kunda alohida uslub sifatida dunyoda mashhur.

O‘zbekistonning milliy mentalitetini xorijliklar turlicha baholaydilar. Har bir davrning o‘ziga xos qadriyatlari singdirilgani bois xalqimiz mentaliteti turlicha baholangan. Masalan, sovet tuzumi davrida asosiy iqtisodiy e’tibor paxta xom ashyosini yetishtirishga qaratilgani uchun paxtakorlik o‘zbek millatining milliy madaniyati sifatida talqin qilingan. Mustaqillikka erishgach, o‘zbek xalqining mehmondo‘stligi, samimiyligi va soddaligiga urg‘u berildi. Shu bilan birga, chetdan qaraganda aholi orasida hashamatli to‘ylarga qiziqish kabi salbiy xususiyatlar ham ko‘pchilikni taajjubga soladi. Shuni alohida ta’kidlash kerakki, xorijdan kelganlar mentalitet va milliy identivlikni o‘zlaridan farqli jihatlarga qarab baholaydilar. Sharqdan kelganlar ota-onaga bo‘lgan hurmat va odob-axloq me’yorlariga rioya qilinishini bizda o‘ziga xos xususiyat deb hisoblamasligi, g‘arbliklarga esa ana shu fazilatlar yaqqol ko‘zga tashlanishi mumkin. Shuning uchun u yoki bu millatning o‘ziga xosligini baholash subyektivlik kasb etishini hisobga olish lozim.

Mentalitet avloddan-avlodga o‘tib kelayotgan an’ana, urf-odat, qadriyat va me’yorlarni o‘z ichiga oladi. Tarix mentalitetni shakllantirishda muhim rol o‘ynaydi. Urushlar, inqiloblar, migratsiya va boshqa muhim voqealar jamoaviy ongda iz qoldirishi mumkin. Mentalitet ijtimoiy munosabatlar, oila, shuningdek, hokimiyatga bo‘lgan munosabatni ham o‘z ichiga oladi. Turmush darajasi, iqtisodiy barqarorlik va resurslardan foydalanish mentalitetga ta’sir ko‘rsatib, mehnat, tadbirkorlik va boylikka nisbatan muayyan munosabatlarni shakllantirishi mumkin. Zamonaviy dunyoda mentalitetga global tendensiyalar va madaniyatlar ta’sir qilib, an’anaviy va zamonaviy qadriyatlar uyg‘unligiga olib keladi.

Bugungi kunda zamonaviy jamiyat rivojlanishining asosiy omillaridan biri globallashuvdir. Globallashuv jarayonlari mamlakatlar va xalqlarning o‘zaro bog‘liqligining kuchayishiga, insoniyatning barcha sohalarida integratsiyalashuv va universallashuviga olib kelgan. Bu jarayonlar iqtisodiy sohada yagona jahon bozorining shakllanishi, tovar va kapitalning erkin harakatlanishi bilan bog‘liqdir. Globallashuv, shuningdek, madaniy, siyosiy va ijtimoiy jihatlari bilan ham diqqatga sazovor. Madaniy globallashuvda qadriyatlarning media orqali keng tarqalishi madaniyatlarning o‘zaro ta’sirini kuchaytiradi. Bunda turli milliy madaniyatlar yangi axborot orqali boyishi hamda ularning birlashuviga olib kelishi mumkin. Bu jarayonlar BMT kabi xalqaro tashkilotlarning milliy siyosatga ta’sirini kuchaytiradi. Davlatlar o‘rtasidagi siyosiy hamkorliklar jadallashadi. Zamonaviy axborot texnologiyalari bilim va tajribalar almashinuvini, olimlarning xalqaro aloqalarini kuchaytirib, migratsiya jarayonlarini tezlashtiradi. М. Л. Калужский fikriga ko‘ra: “Globallashuv

— dunyoning iqtisodiy, siyosiy, madaniy va diniy integratsiyalashuvi va birlashish jarayonidir" [Kalujskiy 2003: 41]. "Globallashuv" atamasining kelib chiqishi shuni ko‘rsatadiki, tarixiy bosqichlarda xalqaro savdoning o‘sishi muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, globallashuv o‘zaro bog‘liq dunyoni shakllantirishga qaratilgan taraqqiyot jarayonidir.

Globallashuvning ijobiy jihatlari bilan birga salbiy oqibatlari ham mavjud. Avvalo, bunda iqtisodiy tengsizlikning vujudga kelishi, rivojlangan va qoloq mamlakatlar o‘rtasidagi tafovutning oshishini qayd etish mumkin. Rivojlangan davlatlar yanada boyib, kambag‘al mamlakatlar yanada qashshoqlashadi. Bu davrda ishlab chiqarish va iste'molning ko‘payishi atrof-muhitga ziyon yetkazadi. Tabiiy resurslardan oqilona foydalanmaslik, ekologiyaga zarar yetkazish hajmi ishlab chiqarish ortishi bilan tezlashadi. Asosan rivojlanayotgan davlatlarda ishlab chiqarish hajmi ortib, ishchilar xavfli va xalqaro me'yorlarga javob bermaydigan sharoitlarda ishlashga majbur bo‘ladilar. Globallashuv natijasida axborot makonining umumiylashuvi davlatlar o‘rtasidagi ziddiyatlarning ortishiga va siyosiy mojarolarga olib kelishi mumkin.

Bu kabi muammolar bilan bir qatorda globallashuvning milliy identivlikka salbiy ta'siri mutaxassislarni o‘ylantirayotgan masalalardan biridir. Milliy urf-odat va qadriyatlar chegarasining yo‘qolib borishi, millatga daxldorlik tuyg‘usining susayishi global olam odamiga xos xususiyatlardan biridir. Chunki globallashuv jarayonlari nafaqat mamlakatlar va xalqlarning siyosati, iqtisodiyoti va madaniyatiga, balki shaxs va butun xalqning o‘ziga xosligiga ham yangi jihatlar kiritadi. O‘zgaruvchan dunyoning asosiy belgilaridan biri jamoaviy va individual darajadagi o‘ziga xoslik inqirozi, ya'ni barqarorlikni yo‘qotish, disorientatsiya, o‘zi haqidagi g‘oyalarning parchalanishi, umuminsoniy me'yor va qadriyatlarning yo‘qolib borishidir. Xalqlarda o‘z milliy o‘ziga xosligini saqlab qolish va rivojlantirish ehtiyoji paydo bo‘lmoqda. Globallashuv dunyoqarash va qadriyatlarni keskin o‘zgartirib, milliy identivlikdagi mafkuraviy va madaniy to‘qnashuvlarni yuzaga keltiradi.

Yer sayyorasi, butun dunyoning "global qishloq", yagona axborot makoniga aylanishini kanadalik olim Marshall McLuhan o‘tgan asr o‘rtalarida bashorat qilgan. Maklyuen "vosita – bu xabar" [McLuhan 1975] iborasini fanga kiritib, internetning paydo bo‘lishini qariyb 30 yil oldin bashorat qilgan. "Global qishloq" — bu Marshall Maklyuen tomonidan o‘zining "Gutenberg galaktikasi" [McLuhan 1962] va "Mediani anglash" [McLuhan 1964] kitoblarida elektr energiyasining paydo bo‘lishi bilan sayyorada yuzaga kelgan vaziyatni tushuntirish uchun kiritilgan atamadir. Maklyuen yer sharining "qishloq" hajmiga "qisqarganini", ya'ni xabarlarni dunyoning istalgan nuqtasidan boshqasiga bir zumda interaktiv uzatish

imkoniyati hamda yuqori sifatli dasturiy mahsulotlar paydo bo‘la boshlaganini [McLuhan 1987: 254] ilmiy qarashlarida ifodalaydi.

Insoniyat evolyutsiyasida axborotni qabul qilish madaniyatini M. Maklyuen uch bosqichga ajratadi: “Ibtidoiy madaniyat, savodxonlikdan oldingi madaniyat — atrofdagi dunyoni og‘zaki muloqot va ma’lumot uzatish shakllari orqali idrok etish va tushunish.

Yozma va bosma madaniyat, kitob mutolaasiga hurmat madaniyati — “Gutenberg galaktikasi”ning shakllanishi bilan boshlanib, individualizm va sanoat inqiloblarining noyob davri bo‘lgan. Zamonaviy bosqich — elektron jamiyat madaniyati. Atama 1962-yilda M. Maklyuen tomonidan kiritilib, kitob madaniyatidan uzoqlashib, elektron aloqa vositalari orqali vujudga kelgan “global qishloq”da “bir vaqtning o‘zida” tamoyiliga muvofiq faoliyat ko‘rsatish izohlangan” [Gakov 2001: 33].

Yozuv paydo bo‘lgunga qadar inson og‘zaki nutq orqali axborot yetkazgan. Xalq og‘zaki ijodining taraqqiyoti bu davrning yuksak ijodiy namunalari bo‘la oladi. Alifbo ixtiro qilinganidan keyin insoniyat axborotni eshitish bilan birga ko‘rish madaniyatiga ham ega bo‘ldi. Gutenbergning bosmaxonani ixtiro qilishi axborotning keng ommalashishiga xizmat qildi va jurnalistikaning paydo bo‘lishiga poydevor bo‘ldi. Qaysidir ma’noda bosma so‘z dunyoni yakka tartibda anglash imkonini berdi. Maklyuenning insoniyat taraqqiyotining uchinchi bosqichi haqidagi qarashlari go‘yo bugungi kunimiz haqida so‘zlayotgandek. U XX asrda elektr energiyasi bilan bog‘liq yangi inqilob haqida so‘z yuritib, elektr energiyasi vaqt va makonni “yo‘q qilgani”, har bir kishi boshqa odamlarning tashvishlari bilan yashashini bashorat qilgan. Haqiqatan ham, internetning ommalashishi va ijtimoiy tarmoqlarning keng tarqalishi har birimizni katta hajmdagi axborot oqimiga “ko‘mib” tashladi.

Maklyuenning fikricha, televideniye insoniyatni kitob mutolaasi madaniyatidan avvalgi, yozuv ixtiro qilingunga qadar mavjud bo‘lgan ibtidoiy davrga qaytaradi. Televizor tomosha qilganlar axborotni fikrlash orqali emas, balki sezgi va hissiyotlarga tayanib, “oynai jahon”dan olishlarini ta’kidlaydi. Zamonaviy axborot texnologiyalari ko‘pchilikni kitob mutolaasidan ancha uzoqlashtirganini, bu esa ularning fikrlash, mushohada yuritish, tahlil qilish va ijodkorlik qobiliyatini sustlashtirganini ko‘rish mumkin.

O‘tgan asr oxirlarida olimning bashoratlari bugungi davr uchun nechog‘li dolzarb bo‘layotganini tan olmaslik qiyin. Marshall Maklyuenning “vosita – bu xabar” degan fikri bugungi kunda mediashunoslar tilida aforizmga aylangan. Ya’ni bunda axborotning mazmunidan ko‘ra uni kim, qachon va qayerda aytayotgani muhimroq degan g‘oya ilgari surilgan. Maklyuenning bashoratlari bugungi kunda o‘z isbotini topmoqda. Axborot qaysi OAV

orqali berilganiga qarab uning sifatiga ishonch shakllanadi. Qayerda tarqalishiga qarab material ommalashishi yoki aksincha, e'tibordan chetda qolishi mumkin. Tahririyatning nufuzi, axborotning qachon va qaysi shaklda uzatilishi uning ko'proq auditoriyaga yetib borishiga xizmat qiladi.

Maklyuen o'sha davrda internetning ommalashuvi, audiovizual materialning inson psixologiyasiga ta'siri, axborotni qabul qilish vositalarining idrok va tafakkurga qaysi jihatdan ta'sir qilishi borasida ijobiy fikrlarini bildirgan. Vaqt ularning nechog'li haqiqatga yaqinligini isbotladi. Shu bilan birga, axborot asrining salbiy xususiyatlaridan biri — undan manipulyatsiya vositasi sifatida foydalanish mumkinligi yoki xalqlarning milliy identivligiga ta'siri bilan bog'liq global muammolar ilmiy jihatdan haligacha to'la o'z yechimini topgani yo'q.

Globallashuv xalqlarning milliy identivligiga ham salbiy, ham ijobiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Bu jarayon milliy o'ziga xoslikni turli ilmiy izlanishlar, tahlillar yaratilishi va tarqatilishi orqali boyitishi ham mumkin. Buni anglagan xalqlar o'z an'analari, urf-odatlari va madaniyatlarini tiklashga intiladilar. Axborotning global makoni milliy madaniyat ko'rinishlarining dunyo bo'ylab keng tarqalishiga zamin hozirlaydi. Bunda milliy madaniyat ko'rinishlari qisqarib, ommaviy madaniyat shakllanishi ehtimoli mavjud. Globallashuv jarayonida chet madaniyatlar va an'analarni qabul qilish kosmopolit g'oyalarning ommalashuviga turtki beradi. Globallashuv madaniyatlarning gomogenlashuvi va milliy identivlikning yo'qolishi mumkinligi bo'yicha taxminlar mavjud. Iqlim o'zgarishi yoki migratsiya inqirozlari kabi global muammolarga duch kelganda kosmopolit g'oyalar mazkur muammolarni hal qilishda birdamlik va hamkorlikni rivojlantirishga xizmat qilishi mumkin.

Kosmopolitizm barcha insonlar teng va erkin bo'lib, kelib chiqishidan qat'i nazar teng siyosiy munosabatga loyiq degan g'oyaga asoslangan qadriyatlar va tamoyillarni o'z ichiga oladi. Falsafiy kosmopolitlar barcha odamlar bir xil axloqiy me'yorlarga bo'ysunadilar hamda millatlar, davlatlar, madaniyatlar yoki jamiyatlar o'rtasidagi chegaralar ma'naviy ahamiyatga ega emas deb hisoblaydilar. Kosmopolitizm tushunchasining turli talqinlari mavjud. Masalan, anglo-amerikalik faylasuf va yozuvchi Kwame Anthony Appiah kosmopolit jamiyat haqida so'z yuritganda, unda "odamlar diniy, siyosiy kabi turli e'tiqodlariga qaramay, o'zaro hurmatga asoslangan munosabatlarga kirishishlarini" [Appia & Entoni 1997: 620] ta'kidlaydi. Kengroq ma'noda kosmopolit atamasi turli etnik, madaniy yoki diniy kelib chiqishga ega bo'lgan odamlar birga yashaydigan va o'zaro muloqot qiladigan jamiyatlarni nazarda tutadi. Kosmopolitizm falsafiy va madaniy tushuncha bo'lib, unga ko'ra odamlar milliy, etnik va madaniy kelib chiqishidan qat'i nazar bitta jamiyatga mansubdirlar. Kosmopolitizm global fuqarolik g'oyasini hamda turli madaniyat va an'analarga ega

odamlar o‘rtasidagi o‘zaro hamjihatlikni targ‘ib qiladi, barcha insonlar teng huquq va qadriyatga ega ekanligini hamda muammolarni hal qilish uchun birgalikda harakat qilish zarurligini e’tirof etadi. Shuningdek, turli madaniyat va an’analarga hurmat hamda ular o‘rtasida bilim va tajriba almashishni qo‘llab-quvvatlaydi. Asosiysi, kosmopolitizm umuminsoniy ma’naviy va axloqiy tamoyillarni qabul qilishni nazarda tutadi. Kosmopolitizm siyosiy falsafa, sotsiologik nazariya va madaniy harakatlarda namoyon bo‘ladi.

Kosmopolitizm g‘oyasining ildizlari qadimgi Yunonistonda faylasuf Diogenes of Sinope davriga borib taqaladi, deb taxmin qilinadi. Rivoyatlarga ko‘ra, Diogendan qayerlik ekanligi so‘ralganida u: “Men dunyo fuqarosiman (kosmopolitês)” deb javob bergan ekan [Diogen 1979].

Qadimgi Xitoy faylasufi Mozi o‘z asarlarida “mehr va manfaat”ga erishish uchun “boshqa davlatdan kelgan odamlarga nisbatan yaqinlarimizga yaxshi munosabatda bo‘lish” orqali erishish mumkinligini yozadi [Barbara 2021: 20]. Xitoyda “imperiya” so‘zining metonimi bo‘lgan “tian xia” — “hammasi osmon ostida” mazmunidagi atama ham yigirmanchi asr boshida postmodernistlar tomonidan kosmopolitizm tushunchasi sifatida talqin qilingan [Shen 2009].

Immanuel Kant o‘zining 1795-yildagi “Abadiy tinchlik: falsafiy ocherk” asarida “ius cosmopoliticum” — kosmopolit huquqni jahon hamjamiyatiga tinchlikka erishishga yordam beradigan asosiy tamoyil sifatida tahlil qiladi. Kantning g‘oyasi barcha odamlarni jahon hamjamiyatining teng huquqli a’zolari sifatida tushunishga asoslanadi. Kantning kosmopolit huquqi umuminsoniy mehmondo‘stlik bilan bog‘liq. Umumjahon mehmondo‘stlik deganda mehmon tinchlik maqsadi bilan chet elga kelganida uni qabul qilish huquqi tushuniladi.

G‘arb davlatlarida zamonaviy olimlar tomonidan kosmopolitizm va milliy identivlik bo‘yicha qator ilmiy tahlillar olib borilmoqda. Masalan, Montserrat Guibernau — Queen Mary University of London siyosiy fanlar professori — tadqiqotlari milliylik, ko‘p millatli demokratiyalarni boshqarish, globallashuv, fuqarolik va Yevropa o‘ziga xosligiga qaratilganini ta’kidlaydi. So‘nggi yillarda uning milliy identivlik va kosmopolitizm bo‘yicha “Assosiylik: Zamonaviy jamiyatlarda birdamlik va ajralish”, “Kosmopolit katalanizm uchun” (Per un catalanisme cosmopolita) va “Xalqlarning o‘ziga xosligi” (La identitat de les nacions) kabi qator risolalari nashr etilgan. Monserrat Gibernau kosmopolitizm qamrab oladigan yo‘nalishlarni farqlaydi. Jumladan, uning fikricha, kosmopolitizm huquq, siyosat, iqtisod va madaniyat masalalarini qamrab oladi. “Huquqiy kosmopolitizm, birinchi navbatda, global adolat va inson huquqlarini hurmat qilish bilan bog‘liq. Siyosiy kosmopolitizm

globallashuv natijasida milliy, xalqaro, transmilliy subyektlar, shuningdek, tashkilotlar va institutlar o‘zaro ta’sir qiladigan siyosiy makonlarning shakllanishiga yordam berdi. Yangi ‘global siyosiy makon’ning paydo bo‘lishi avtoritar va neofashistik ta’limotlarning kuchayishiga, shuningdek, global adolat va inson huquqlarini himoya qilishga qarshi bo‘lgan fundamentalizmning yangi turlariga olib kelishi mumkin. Masalan, terrorizmni haqiqiy, potensial yoki xayoliy tahdid sifatida qabul qilish fuqarolarga nisbatan kuzatuv mexanizmlarini kuchaytirish va ularning harakat erkinligini cheklash maqsadida ishlatilishi mumkin. Iqtisodiy kosmopolitizm dunyoning barcha burchaklarida savdo va mehnat munosabatlariga kosmopolit tamoyillarni qo‘llashdan iborat. Madaniy kosmopolitizm turli madaniyatlarga ochiqlik va ularning qadr-qimmatini tan olishni nazarda tutadi. Bu individual yoki jamoa turli madaniyat elementlarini tushunish, qabul qilish va birlashtirishga intiladigan yondashuvdir. Bu madaniy yo‘nalish bag‘rikenglik va o‘zaro tushunishni targ‘ib qiladi” [Gibernau].

Ommaviy madaniyat — omma uchun tayyorlangan va OAV orqali tarqatiladigan media materiallardir. Ommaviy madaniyat ko‘pchilik uchun mo‘ljallanadi. Bunday materiallarni tarqatishdan aniq tijoriy maqsadlar ko‘zlanadi. Bunda reklama, homiylik va mahsulotlarni sotish kabi manfaatlar nazarda tutiladi. Ko‘pchilikka manzur bo‘lishi uchun ommaviy madaniyat ko‘rinishlari sodda va tushunarli shaklda yetkaziladi. Bunday materiallar ijtimoiy ongga, madaniy o‘ziga xoslikka ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Globallashuv jarayonlari ommaviy madaniyat mahsulotlarining butun dunyoga keng tarqalishiga sabab bo‘lib, uning milliy madaniyat ko‘rinishlari bilan aralashib ketishiga olib keladi. Ommaviy madaniyat musiqa, televizion shou, kinofilmlar va badiiy adabiyot shakllarida namoyon bo‘ladi. Bunday ta’sirlardan himoyalanish uchun O‘zbekiston Milliy teleradiokompaniyasi telekanallari efirida arxiv fondida saqlanayotgan milliy madaniyat aks etgan materiallardan keng foydalanish zarur. “Bugungi kunda MTRK arxiv fondida o‘zbek milliy musiqa va teatr namoyishlarining tasvirga tushirilgan tasmalari XX asr o‘zbek madaniyatini aks ettiruvchi manba sifatida tarixiy ahamiyati yuqoridir” [Artikova 2022: 127].

Ommaviy madaniyat milliy identivlikka ham salbiy, ham ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. U odamlarni birlashtirib, ma’lum bir millatga xos bo‘lgan timsollarni yaratadi. Film va musiqa milliy identivlikning bir qismi bo‘lishi mumkin. Masalan, AQSH kinofilmlarida davlat bayrog‘i tez-tez ko‘rsatiladi. Tomoshabinlarda davlat ramzlariga nisbatan faxr-iftixor tuyg‘usini shakllantirish maqsadida bu usul qo‘llaniladi. AQSH kinofilmlarini tomosha qilgan boshqa davlat tomoshabinlarida ham bu bayroqqa nisbatan mehr paydo bo‘lishi mumkin. Yoki koreys dorama

seriallarida tarixiy shaxslar ijobiy obrazda namoyish etiladi. Yurtimizda bu seriallar ko‘rsatilganda koreys qahramonlariga taqlid qiluvchilar ko‘payganini kuzatish mumkin.

Matbuotda ommaviy madaniyat deganda ko‘pincha salbiy, saviyasiz ko‘rinishlar stereotip sifatida shakllangan. Globallashuv natijasida media orqali butun dunyoga tarqalgan ommaviy madaniyat turli xil urf-odatlar va qadriyatlar qorishmasini tashkil etishi mumkin. Bunday qorishma natijasida asl an’analar, qadriyatlar va madaniyatlar yo‘qolib ketishi ehtimoli mavjud. Masalan, bugungi kunda o‘zbek to‘ylaridagi ayrim yangi kirib kelayotgan udumlar G‘arb madaniyatiga xos bo‘lib, AQSH kinofilmlari ta’sirida shakllangan bo‘lishi mumkin. Masalan, “Merry me”, “Love story” kabi udumlar to‘y biznesini boyitadi, ammo asl milliy madaniyatimizga mos kelmay, an’analarimiz o‘rnini egallab borayotgani achinarli holatdir. Urf-odat shakllangan sari bu atamalar ham maishiy tilga kirib keladi, tushunchalar singadi. Nikoh o‘qilishi va kelin salom qilinishi bilan bir qatorda bu odatlarning bajarilishi G‘arb va o‘zbekona qadriyatlarning qorishmasini yuzaga keltiradi. Achinarlisi, bu udumlarni ommaviy madaniyat deb atalganda ko‘pchilik buni anglamasligi mumkin.

Yurtimizga kelgan xorijliklar nahorga osh tadbirini to‘g‘ri tushunmasligi mumkin. O‘zbeklar ertalabdan osh yeyishadi, degan tasavvur shakllanadi. Katta qozonlarda tayyorlangan osh rekordlari ham ana shunday stereotipning shakllanishiga sabab bo‘lgan. Asl qadriyatimiz palovning o‘zi emas, balki nahorga osh bilan bog‘liq o‘zaro hurmat va mehr-oqibat kabi qadriyatlardir. Odatlarimiz mazmunini o‘zimiz anglamasak, xorijliklarda ham noto‘g‘ri stereotip shakllanishiga sabab bo‘lamiz. Bu noto‘g‘ri tushunchalar ijtimoiy tarmoq va internet orqali keng yoyilgani sabab, mediada o‘zbeklarning milliy qadriyatlaridan biri — palov mazmunidagi ko‘plab materiallarni uchratish mumkin. Aslida esa taom emas, balki u bilan bog‘liq urf-odatlar materiallarda yetarlicha aks etmaydi.

Zamonaviy axborot texnologiyalarining ommalashuvi ommaviy madaniyatning yoshlar ongiga chuqur singib borayotganini ko‘rsatmoqda. Axborotga o‘ta sezuvchan yoshlar targ‘ib qilinayotgan ekran qahramonlariga taqlid qilishi odatiy holga aylangan. Ommaviy madaniyat shou-biznesni rivojlantiruvchi asosiy kuchdir. Bu sohada taniqli shaxslar hayotini namoyish qilish orqali mashhurlik va boylik baxtga eltuvchi vosita sifatida targ‘ib etiladi. Buning natijasida auditoriya qadriyatlarining o‘zgarishi mutaxassislarni tashvishga solmoqda. “Buyuk Britaniyada 16 yoshli bolalar o‘rtasida o‘tkazilgan so‘rov shuni ko‘rsatdiki, ularning 54 foizi ‘yulduz’ bo‘lishni orzu qilisharkan” (https://www.independent.co.uk/news/education/education-news/fame-the-career-choice-for-half-of-16yearolds-1902338.html).

“Yana bir so‘rov shuni ko‘rsatdiki, 10 yoshgacha bo‘lgan bolalarning 75 foizi baxtni pulga sotib olish mumkinligiga ishonishadi. Ular ulg‘ayganlarida kim bo‘lishni xohlashlari haqida so‘ralganda, 20% dan ortig‘i ‘shunchaki boy bo‘lishni’ xohlashlarini aytishadi” (https://www.telegraph.co.uk/news/newstopics/howaboutthat/11014591/One-in-five-children-just-want-to-be-rich-when-they-grow-up.html).

Barcha xalqlar qadriyatlarida insoniylik, ezgu maqsadlarga erishish, sabr, qanoat va iymon-e’tiqod insonni baxtli qilishi ta’kidlanadi. Ommaviy madaniyat shakllarida baxt tushunchasining moddiyotga bog‘lanishi bolalar tarbiyasiga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Demak, ommaviy madaniyatning o‘zi emas, balki unda targ‘ib qilinayotgan g‘oyalar yoshlar tafakkuriga qanday ta’sir ko‘rsatishi muhimdir.

Globallashuv siyosiy qarashlar va subyektiv nazariyalarning tez tarqalishiga sabab bo‘lib, millatchilik, irqchilik va turli oqimlarning ommalashuviga olib kelmoqda. Masalan, Namanganda xalqaro terroristik tashkilotning yashirin guruhi tashkil etilgani bo‘yicha ma’lumotlar tarqaldi. “Davlat xavfsizlik xizmatining ma’lum qilishicha…” (https://batafsil.uz/…) Mazkur misol global axborot makoni milliy o‘ziga xoslikni namoyish etish uchun ham, yot g‘oyalarni tarqatish uchun ham ishlatilishi mumkinligini ko‘rsatadi.

Tadqiqotchi E. A. Abdurahmanova globallashuvning o‘zi madaniyatga salbiy ta’sir qilmasligini, balki zamonaviy axborot texnologiyalaridan noo‘rin foydalanish katta zarar keltirishi mumkinligini ta’kidlaydi: “Madaniyatga umuman globallashuv emas, balki axborot texnologiyalari… bevosita ta’sir qiladi” [Abdurahmanova 2019: 91]. Shunday ekan, auditoriyani salbiy ta’sirlardan himoyalash uchun aholining umumiy bilim darajasini oshirish, media savodxonlikni rivojlantirish, tanqidiy fikrlashni kuchaytirish hamda OAVda milliy o‘ziga xoslik qadriyatlarini targ‘ib etuvchi materiallarni ko‘paytirish muhimdir.

Xulosa

Bugungi shiddatli zamonda jurnalistlar uchun milliy identivlikni anglash davr talabiga aylangan. Bu xususiyat ularga voqea-hodisalarni xolis talqin qilish, milliy madaniyatdagi farqlarni tushunish va tarixiy bilimlar bilan bog‘liq xatolarning oldini olish imkonini beradi. Jamiyatdagi milliy o‘ziga xosliklarning xilma-xilligini bilish stereotiplardan voz kechishga yordam beradi. Shu bilan birga, boshqa millat qadriyatlarini hurmat qilish auditoriya ishonchini mustahkamlashda muhim qadamdir.

Milliy identivlikning ijtimoiy muammolarga qanday ta’sir qilishini tushunish jurnalistlarga turli xalqlarning manfaatlarini aks ettiruvchi

dolzarb materiallar tayyorlashda qo‘l keladi. Mediadagi materiallar ijtimoiy fikr shakllanishida muhim ahamiyat kasb etar ekan, milliy identivlik bo‘yicha nazariy bilimlar mutaxassislarga inson huquqlari, ijtimoiy adolat va madaniyatlararo kommunikatsiya bilan bog‘liq masalalarga mas’uliyat bilan yondashish ko‘nikmalarini shakllantiradi. Milliy o‘ziga xoslik bo‘yicha bilimlar migratsiya, madaniyatlar integratsiyasi, ziddiyatlar kabi muhim ijtimoiy mavzularni ilmiy tahlil qilish imkonini beradi.

Jurnalistlar material tayyorlashda milliy identivlikning muhim xususiyatlarini hisobga olib, mamlakat yoki mintaqadagi mustamlakachilik tarixi, urushlar, inqiloblar va boshqa muhim tarixiy voqealarni tushunishlari zarur. Bir millat ichidagi turli etnik guruhlarning urf-odatlari, tili va dinini hisobga olish ularning o‘ziga xosligini yanada to‘liq yoritishga yordam beradi.

Jurnalistlar voqealarning auditoriya ongiga qanday ta’sir qilishini aniq bilishlari kerak. Globallashuv, migratsiya, multikulturalizm, kosmopolitizm va stereotiplar kabi zamonaviy jarayonlar milliy o‘ziga xoslikka ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Mazkur darslik shu kabi muhim ijtimoiy, siyosiy, madaniy va tarixiy jarayonlar haqida tushunchalar berib, soha mutaxassislarida zarur ko‘nikmalarni shakllantirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

Абдурахманова Е. А. Влияние глобализации на культуру // Исследования молодых ученых: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Казань, декабрь 2019 г.). — Казань: Молодой ученый, 2019. — С. 90–92. — URL: https://moluch.ru/conf/stud/archive/353/15462/ (дата обращения: 20.02.2026).

Алимов Б. Медиа маконда миллий манфаатлар: ўқув қўлланма. — Т.: Таълим медиа, 2029. — 73 б.

Аминова Д. Ҳ. Ғарб ва шарқ маданиятларининг таҳлили // Ўзбекистонда хорижий тиллар: илмий-методик электрон журнал. — 2018. — № 3 (22). — Б. 188–195.

Андерсон Б. Воображаемые сообщества. — М.: Кучково поле, 2016. — 416 с.

Аппиа К. А. Патриоты-космополиты // Critical Inquiry. — 1997. — Vol. 23, № 3. — P. 617–639.

Артикова Ю. А. Interaktiv telejurnalistikaning tipologik xususiyatlari // Foreign Languages in Uzbekistan: scientific-methodological electronic journal. — 2022. — № 5 (46). — P. 122–136. — URL:

https://journal.fledu.uz (дата обращения: 20.01.2026). — ISSN 2181-8215.

Гаков В. Рыцарь медийного образа // Коммерсантъ-Деньги. — 2001. — № 28 (332). — 18 июля. — С. 33.

Гибернау М. Национальная идентичность vs космополитическая идентичность. Манифест новой прекраснодушной утопии? // Gefter.ru. — 13.05.2016. — URL: https://gefter.ru/archive/18531 (дата обращения: 20.02.2026).

Гуревич П. С., Шульман О. И. Ментальность, менталитет // Культурология, XX век : энциклопедия : в 2 т. / гл. ред. С. Я. Левит. — СПб.: Университетская книга, 1998. — Т. 2.

Диоген Лаэртский. О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов / АН СССР, Ин-т философии ; общ. ред. и вступ. ст. А. Ф. Лосева. — М.: Мысль, 1979. — 620 с. — (Филос. наследие).

Жураев Ў. Борьба узбекской интеллигенции за реализацию национальной идентичности в средствах массовой информации в 80-е годы XX века // Общество и инновации. — 2023. — Т. 4, № 11/S. — С. 146–152. — DOI: 10.47689/2181-1415-vol4-iss11/S-pp146-152.

Калужский М. Л. Система социальной глобализации // ЭКО. — 2003. — № 4. — С. 38–58. — DOI: 10.13140/RG.2.1.1186.2243.

Маклюэн Г. М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева ; закл. ст. М. Вавилова. — М.: Жуковский : КАНОН-пресс-Ц ; Кучково поле, 2003. — 464 с.

Мирзаева Е. С. Влияние ментальности на язык СМИ (на примере телевидения Узбекистана) // Foreign Languages in Uzbekistan. — 2020. — № 2 (31). — С. 216–224. — URL: https://journal.fledu.uz (дата обращения: 20.01.2026).

Муминова Ф. Национальная идентичность, менталитет и СМИ. — URL: https://ca-.org.ru/journal/2002/journal_rus/cac-05/18.memrus.shtml (дата обращения: 20.01.2026).

Мюллер Б. Э. Космополитизм как нереляционизм: кто такой космополит сегодня? — Cham : Springer International Publishing, 2021. — 20 с. — ISBN 9783030834579.

Сандемусе А. Беглец пересекает свой след (En flyktning krysser sitt spor). — Oslo: Tiden Norsk Forlag, 1933. — 502 с.

Хобсбаум Э. Нации и национализм после 1780 года. — СПб.: Алетейя, 2017. — 308 с.

McLuhan M. Letters of Marshall McLuhan. — Oxford: Oxford University Press, 1987. — 562 p.

McLuhan M. The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. — Toronto: University of Toronto Press, 1962. — 293 p. — (Canadian University Paperbooks; Vol. 39). — ISBN 0802060412.

Shen S. Cosmopolitan publics: Anglophone print culture in semi-colonial Shanghai. — New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 2009. — 194 p. — ISBN 9780813545424.

Smith A. D. Nationalism and modernism: a critical survey of recent theories of nations and nationalism. — L.; N. Y.: Routledge, 1998. — XIV, 270 p. — Bibliogr.: p. 244–263. — Index: p. 264–270.

References

Abdurakhmanova, E. A. (2019). Issledovaniya molodykh uchenykh, 90–92, available at: https://moluch.ru/conf/stud/archive/353/15462/ (accessed 20.01.2026). (In Rus.)

Alimov, B. (2029). *Media makonda milliy manfaatlar* (National interests in media space), Tashkent, Ta'lim media. (In Uzb.)

Aminova, D. H. (2018). O'zbekistonda xorijiy tillar, 3 (22), 188–195. (In Uzb.)

Anderson, B. (2016). *Voobrazhaemye soobshchestva* (Imagined communities), Moscow, Kuchkovo pole. (In Rus.)

Appiah, K. A. (1997). Critical Inquiry, 23 (3), 617–639.

Artikova, Y. A. (2022). Foreign Languages in Uzbekistan, 5 (46), 122–136, available at: https://journal.fledu.uz (accessed 20.01.2026). (In Uzb.)

Diogenes Laertius. (1979). *O zhizni ucheniyakh i izrecheniyakh znamenitykh filosofov* (On the lives teachings and sayings of famous philosophers), Moscow, Mysl'. (In Rus.)

Gakov, V. (2001). Kommersant Dengi, 28, 33. (In Rus.)

Gibernau, M. (2016). available at: https://gefter.ru/archive/18531 (accessed 20.02.2026). (In Rus.)

Gurevich, P. S., Shulman, O. I. (1998). Kul'turologiya XX vek, Vol 2, 35–87, Saint Petersburg, Universitetskaya kniga. (In Rus.)

Hobsbawm, E. (2017). *Natsii i natsionalizm posle 1780 goda* (Nations and nationalism since 1780), Saint Petersburg, Aleteya. (In Rus.)

Kaluzhskiy, M. L. (2003). EKO, 4, 38–58, https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1186.2243 (In Rus.)

McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg galaxy The making of typographic man*, Toronto, University of Toronto Press.

McLuhan, M. (1987). *Letters of Marshall McLuhan*, Oxford, Oxford University Press.

McLuhan, M. (2003). *Ponimanie media vneshnie rasshireniya cheloveka* (Understanding media The extensions of man), Moscow, Zhukovskiy, KANON press Ts, Kuchkovo pole. (In Rus.)

Mirzaeva, E. S. (2020). Foreign Languages in Uzbekistan, 2 (31), 216–224, available at: https://journal.fledu.uz (accessed 20.01.2026). (In Rus.)

Muminova, F. (n.d.). available at: https://ca-.org.ru/journal/2002/journal_rus/cac-05/18.memrus.shtml (accessed 20.01.2026). (In Rus.)

Muller, B. E. (2021). *Kosmopolitizm kak nerelyatsionizm kto takoy kosmopolit segodnya* (Cosmopolitanism as non relationalism Who is a cosmopolitan today), Cham, Springer International Publishing. (In Rus.)

Sandemose, A. (1933). *En flyktning krysser sitt spor*, Oslo, Tiden Norsk Forlag.

Shen, S. (2009). *Cosmopolitan publics Anglophone print culture in semi colonial Shanghai*, New Brunswick, Rutgers University Press.

Smith, A. D. (1998). *Nationalism and modernism A critical survey of recent theories of nations and nationalism*, London, New York, Routledge.

Zhurayev, U. (2023). Obshchestvo i innovatsii, 4 (11), 146–152, https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol4-iss11/S-pp146-152 (In Rus.)