IJTIMOIY-IQTISODIY TRANSFORMATSIYALARNI BAHOLASHDA JAMOATCHILIK FIKRI VA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI MONITORINGI METODOLOGIYASI

METHODOLOGY OF PUBLIC OPINION AND MASS MEDIA MONITORING IN ASSESSING SOCIO-ECONOMIC TRANSFORMATIONS

Muallif: Zaxidov G'afurjon Erkinovich [1]
Affiliyatsiya: Qo'qon universiteti direktori, iqtisod fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent [1]
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.23529274

ANNOTATSIYA

Mazkur maqolada ijtimoiy-iqtisodiy transformatsiyalarni baholashda jamoatchilik fikri va ommaviy axborot vositalari monitoringining metodologik asoslari tadqiq etiladi. Jamoatchilik fikrini o'rganishning an'anaviy usullari – reprezentativ so'rovlar, fokus-guruhlar, ekspert so'rovlari hamda OAV va ijtimoiy tarmoqlar kontentini tahlil qilish usullarining imkoniyatlari va cheklovlari qiyosiy tahlil qilinadi. Kun tartibini belgilash, freyming va "sukunat spirali" nazariyalari asosida jamoatchilik fikri va media diskursi o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik asoslab beriladi. Natijada so'rov ma'lumotlari, media monitoringi va obyektiv statistik ko'rsatkichlarni triangulyatsiya qilishga asoslangan integral monitoring modeli hamda transformatsiyalarni ijtimoiy qabul qilish indeksini hisoblash metodikasi taklif etiladi.

Kalit so'zlar: jamoatchilik fikri, media monitoringi, kontent-tahlil, ijtimoiy-iqtisodiy transformatsiya, sotsiologik so'rov, triangulyatsiya, kun tartibini belgilash, freyming, integral indeks

ABSTRACT

This article examines the methodological foundations of public opinion and mass media monitoring in assessing socio-economic transformations. It provides a comparative analysis of the capabilities and limitations of traditional public opinion research methods – representative surveys, focus groups and expert surveys – and of methods for analyzing the content of mass media and social networks. Drawing on agenda-setting, framing and spiral of silence theories, the interrelation between public opinion and media discourse is substantiated. As a result, an integrated monitoring model based on the triangulation of survey data, media monitoring and objective statistical indicators is proposed, together with a methodology for calculating an index of social acceptance of transformations.

Keywords: public opinion, media monitoring, content analysis, socio-economic transformation, sociological survey, triangulation, agenda-setting, framing, composite index

Ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarning samaradorligi faqat makroiqtisodiy koʻrsatkichlar – yalpi ichki mahsulot oʻsishi, inflyatsiya darajasi yoki investitsiyalar hajmi bilan oʻlchanmaydi. Islohotlar aholi tomonidan qanday qabul qilinayotgani, ular kundalik hayotda qanday oʻzgarishlarga olib kelayotgani va jamiyatda qanday baho olayotgani ham ularning barqarorligini belgilovchi muhim omil hisoblanadi. Statistik koʻrsatkichlar ijobiy boʻlgan holatda ham aholining islohotlarga ishonchi pasaysa, ularni davom ettirish uchun zarur ijtimoiy tayanch zaiflashadi. Shu sababli davlat boshqaruvida qarorlar qabul qilish jarayoni jamoatchilik fikri va axborot makonidagi kayfiyat haqidagi ishonchli ma'lumotlarga tayanishi zarur. Bu talab "Oʻzbekiston – 2030" strategiyasida belgilangan xalqchil davlat boshqaruvi tamoyillari [2], shuningdek jamoatchilik nazorati [3] va davlat organlari faoliyatining ochiqligi [4] toʻgʻrisidagi qonunchilik bilan ham mustahkamlangan.

Oʻzbekistonda soʻnggi yillarda statistika tizimini isloh qilish va ochiq ma'lumotlar bazasini kengaytirish boʻyicha qator chora-tadbirlar amalga oshirildi. Xususan, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 24-fevraldagi PF-27-son Farmoni [1] bilan Prezident huzuridagi Statistika agentligi Milliy statistika qoʻmitasiga aylantirildi [15]. Jahon banki tomonidan 2018-yildan buyon olib borilayotgan "Oʻzbekistonliklarni tinglaymiz" (Listening to the Citizens of Uzbekistan) telefon soʻrovi esa aholining iqtisodiy farovonligi va kutishlarini muntazam kuzatib boruvchi panel tadqiqot sifatida xalqaro amaliyotdagi muhim namuna boʻlib xizmat qilmoqda [14]. Biroq jamoatchilik fikri tadqiqotlari, OAV monitoringi va rasmiy statistikani yagona metodologik tizimga birlashtiruvchi yondashuv hali shakllanmagan.

Jamoatchilik fikri va OAV oʻrtasidagi bogʻliqlik kommunikatsiya nazariyasida chuqur oʻrganilgan. U. Lippman jamoatchilik fikri voqelikning oʻzi asosida emas, balki OAV yaratgan "ongdagi tasvirlar" asosida shakllanishini birinchilardan boʻlib asoslagan [5]. M. Makkombs va D. Shou tomonidan ishlab chiqilgan kun tartibini belgilash nazariyasiga koʻra, OAV auditoriyaga nima haqida oʻylashni emas, balki qaysi masalalar haqida oʻylash kerakligini belgilaydi: ommaviy axborot vositalarida koʻp yoritilgan mavzular jamoatchilik ongida ham ustuvor masalalar sifatida qabul qilinadi [6]. R. Entman freyming nazariyasini rivojlantirib, OAV voqelikning muayyan jihatlarini tanlab, ularni boshqalaridan koʻra koʻproq ajratib koʻrsatish orqali muammoning ta'rifini, sababini, axloqiy bahosini va yechimini shakllantirishini koʻrsatadi [7]. E. Noel-Noyman esa "sukunat spirali" nazariyasida odamlar oʻz fikrini ozchilikda deb hisoblaganda uni ochiq bildirishdan tiyilishini asoslaydi [8]. Ushbu nazariya soʻrov natijalarida ijtimoiy maqbul javoblar ulushi ortishini izohlaydi va soʻrov ma'lumotlarini boshqa manbalar bilan tekshirish zarurligini koʻrsatadi.

Dj. Zaller jamoatchilik fikrini barqaror qarashlar yigʻindisi emas, balki respondentning soʻrov paytida xotirasidagi eng yaqin axborot asosida shakllantiradigan javoblari sifatida talqin qiladi [9]. Bu yondashuv media muhitidagi oʻzgarishlarni hisobga olmagan holda oʻtkazilgan soʻrov natijalarini notoʻgʻri talqin qilish xavfini koʻrsatadi. Kontent-tahlil metodologiyasida K. Krippendorf tadqiqot natijalarining ishonchliligini ta'minlash uchun kodlash tizimini aniq belgilash va

kodlovchilar oʻrtasidagi muvofiqlik koeffitsiyentini hisoblash zarurligini ta'kidlaydi [10]. N. Denzin esa bitta hodisani turli usullar, manbalar va tadqiqotchilar yordamida oʻrganish – triangulyatsiya orqali har bir usulning cheklovlarini oʻzaro qoplash mumkinligini asoslagan [11].

Tadqiqot doirasida ijtimoiy-iqtisodiy transformatsiyalarni baholashda qoʻllaniladigan asosiy usullarning imkoniyatlari va cheklovlari qiyosiy tahlil qilindi (1-jadval).

1-jadval

Jamoatchilik fikri va OAV monitoringi usullarining qiyosiy tavsifi

Usul	Ma'lumot manbai	Imkoniyatlari	Cheklovlari
Reprezentativ soʻrov	Aholining tanlanma guruhi (yuzma-yuz, telefon, onlayn)	Butun aholiga umumlashtirish, statistik xatolikni baholash	Ijtimoiy maqbul javoblar, yuqori xarajat, davriylik past
Fokus-guruh va chuqur intervyu	Maqsadli guruh vakillari	Fikrlarning sabab va motivlarini ochish	Natijalarni umumlashtirib boʻlmaydi
Ekspert soʻrovi (Delfi usuli)	Soha mutaxassislari	Prognoz va professional baho	Ekspertlar tanlovining subyektivligi
OAV kontent-tahlili	Bosma, teleradio va internet-nashrlar	Kun tartibi va freymlarni aniqlash, uzluksiz kuzatuv	Aholi fikrini emas, media diskursini aks ettiradi
Ijtimoiy tarmoqlar tahlili	Postlar, izohlar, reaksiyalar	Tezkorlik, katta hajm, avtomatlashtirish	Reprezentativ emas, botlar va soxta akkauntlar
Murojaatlar tahlili	Fuqarolarning davlat organlariga murojaatlari	Aniq muammolarni hududlar kesimida aniqlash	Faqat faol fuqarolar fikrini aks ettiradi

Jadvaldan koʻrinadiki, birorta usul ham ijtimoiy-iqtisodiy transformatsiyalarning jamiyatda qabul qilinishini toʻliq aks ettira olmaydi. Reprezentativ soʻrov aholi fikrini umumlashtirish imkonini beradi, biroq u kam davriylikda oʻtkaziladi va ijtimoiy maqbul javoblar ta'siriga uchraydi. OAV va ijtimoiy tarmoqlar monitoringi esa uzluksiz va tezkor ma'lumot beradi, ammo u aholining emas, axborot makonidagi faol ishtirokchilarning kayfiyatini aks ettiradi. Shu sababli metodologik jihatdan asoslangan baho faqat turli manbalarni triangulyatsiya qilish orqali olinishi mumkin.

Reprezentativ soʻrovning ishonchliligi tanlanma hajmining toʻgʻri hisoblanishiga bogʻliq. Oddiy tasodifiy tanlanma uchun zarur respondentlar soni quyidagi formula bilan aniqlanadi [12]:

$$n = z^2 \cdot p \cdot (1 - p) / e^2 \qquad (1)$$

bu yerda n – tanlanma hajmi; z – ishonchlilik darajasiga mos keluvchi koeffitsiyent (95 foizli ishonchlilik uchun z = 1,96); p – oʻrganilayotgan belgining kutilayotgan ulushi (ma'lumot boʻlmaganda p = 0,5 qabul qilinadi); e – ruxsat etilgan

xatolik chegarasi. Masalan, 95 foizli ishonchlilik va ±3 foizli xatolik uchun respondentlar soni 1 068 kishini tashkil etadi. Hududlar kesimida xulosa chiqarish talab etilganda tanlanma har bir hudud uchun alohida hisoblanadi yoki qatlamli tanlanma qoʻllaniladi.

OAV kontent-tahlilida esa natijalarning ishonchliligi kodlash tizimining aniq belgilanishi bilan ta'minlanadi. Bunda har bir material uchun mavzu, manba, tonallik (ijobiy, neytral, salbiy), qoʻllanilgan freym va tilga olingan subyektlar qayd etiladi. Kamida ikki kodlovchi materiallarning bir qismini mustaqil kodlaydi, ular oʻrtasidagi muvofiqlik Krippendorfning alfa koeffitsiyenti orqali baholanadi va uning qiymati 0,80 dan past boʻlmasligi tavsiya etiladi [10].

Yuqoridagi tahlil asosida ijtimoiy-iqtisodiy transformatsiyalarni baholash uchun uch blokdan iborat integral monitoring modeli taklif etiladi. Birinchi blok – jamoatchilik fikri koʻrsatkichlari, ikkinchi blok – media diskursi koʻrsatkichlari, uchinchi blok – obyektiv statistik koʻrsatkichlar. Modelning koʻrsatkichlar tizimi 2-jadvalda keltirilgan.

2-jadval

Ijtimoiy-iqtisodiy transformatsiyalarni integral monitoring qilish koʻrsatkichlari tizimi

Blok	Asosiy koʻrsatkichlar	Ma'lumot manbai	Davriylik
Jamoatchilik fikri (O)	Islohotdan xabardorlik, uni qoʻllab-quvvatlash, shaxsiy hayotdagi oʻzgarishni baholash, kelajakka oid kutishlar	Reprezentativ soʻrov, panel tadqiqot	Chorakda bir marta
Media diskursi (M)	Mavzuning yoritilish hajmi, ijobiy va salbiy materiallar nisbati, ustun freymlar, ijtimoiy tarmoqlardagi reaksiya	OAV va ijtimoiy tarmoqlar monitoringi	Haftalik
Obyektiv koʻrsatkichlar (S)	Daromadlar, bandlik, narxlar, xizmatlar sifati va mavzuga oid murojaatlar soni	Rasmiy statistika, murojaatlar tizimi	Oylik

Har bir blok koʻrsatkichlari 0 dan 1 gacha oraliqda normallashtiriladi va ular asosida transformatsiyani ijtimoiy qabul qilish indeksi hisoblanadi:

$$I = w_1 \cdot O + w_2 \cdot M + w_3 \cdot S, \quad w_1 + w_2 + w_3 = 1 \qquad (2)$$

bu yerda I – ijtimoiy qabul qilish indeksi; O, M, S – mos ravishda jamoatchilik fikri, media diskursi va obyektiv koʻrsatkichlar bloklarining normallashtirilgan qiymatlari; w_1, w_2, w_3 – bloklarning vazn koeffitsiyentlari. Vazn koeffitsiyentlarini ekspertlar soʻrovi (Delfi usuli) asosida aniqlash maqsadga muvofiq. Bizningcha, jamoatchilik fikri blokiga eng yuqori vazn berilishi lozim, chunki aynan u aholining islohotga munosabatini bevosita aks ettiradi.

Indeksning asosiy afzalligi uning qiymatidan tashqari bloklar oʻrtasidagi tafovutni ham tahlil qilish imkonini berishidir. Agar obyektiv koʻrsatkichlar

yaxshilangani holda jamoatchilik fikri bloki past qiymatga ega boʻlsa, bu islohot natijalari aholiga yetarli darajada tushuntirilmaganini yoki ular aholining kundalik hayotida sezilmayotganini koʻrsatadi. Aksincha, media diskursi bloki keskin salbiy tomonga oʻzgarib, soʻrov natijalari hali barqaror boʻlsa, bu kelgusida jamoatchilik fikrida salbiy oʻzgarish yuz berishi mumkinligi haqidagi erta ogohlantiruvchi signal hisoblanadi. Shu tariqa media monitoringi soʻrovlar oraligʻidagi davrda prognostik vazifani bajaradi.

Modelni amaliyotga joriy etishda bir qator metodologik talablarga rioya qilish zarur. Birinchidan, soʻrov anketalaridagi savollar va kontent-tahlil kodlash tizimi vaqt oʻtishi bilan oʻzgarmasligi kerak, aks holda dinamik qatorlarni solishtirish imkoniyati yoʻqoladi. Ikkinchidan, ijtimoiy tarmoqlar ma'lumotlari botlar va muvofiqlashtirilgan soxta faollikdan tozalanishi lozim. Uchinchidan, tadqiqot natijalari va metodikasi ochiq e'lon qilinishi, tanlanma hajmi, xatolik chegarasi va soʻrov oʻtkazilgan sana koʻrsatilishi lozim. Bu ESOMAR va WAPOR xalqaro kodekslarida belgilangan professional standartlarga mos keladi [13].

Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy-iqtisodiy transformatsiyalarni baholashda jamoatchilik fikri va OAV monitoringi bir-birini toʻldiruvchi usullar hisoblanadi. Reprezentativ soʻrovlar aholi munosabatining ishonchli oʻlchovini, media monitoringi esa axborot makonidagi oʻzgarishlarning tezkor va uzluksiz kuzatuvini ta'minlaydi. Ularni obyektiv statistik koʻrsatkichlar bilan triangulyatsiya qilish islohotlar natijalarini har tomonlama baholash imkonini beradi. Shu asosda quyidagi takliflar ilgari suriladi:

birinchidan, ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarni baholash uchun soʻrov, media monitoringi va statistik ma'lumotlarni birlashtiruvchi integral monitoring tizimini joriy etish hamda ijtimoiy qabul qilish indeksini muntazam hisoblab borish;

ikkinchidan, jamoatchilik fikri tadqiqotlari va OAV monitoringi uchun yagona metodik standartlarni ishlab chiqish, unda tanlanma, kodlash va natijalarni e'lon qilish talablarini belgilash;

uchinchidan, soʻrovlarning anonimlashtirilgan birlamchi ma'lumotlarini ochiq ma'lumotlar portalida e'lon qilish orqali ilmiy jamoatchilikka mustaqil tahlil qilish imkoniyatini yaratish;

toʻrtinchidan, oliy ta'lim muassasalarida sotsiologiya va jurnalistika yoʻnalishlari boʻyicha kontent-tahlil, ma'lumotlar tahlili va soʻrov metodologiyasi fanlarini kuchaytirish.

Mazkur takliflarning amalga oshirilishi davlat boshqaruvida qarorlar qabul qilish jarayonini dalillarga asoslangan holda tashkil etishga, islohotlarning ijtimoiy samaradorligini oshirishga hamda davlat va jamiyat oʻrtasidagi qayta aloqa tizimini mustahkamlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 24-fevraldagi “Statistika ishlarini tashkil etish va yuritish tizimini yangi bosqichga olib chiqish boʻyicha qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”gi PF-27-son Farmoni // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: https://lex.uz
2. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi “Oʻzbekiston – 2030” strategiyasi toʻgʻrisida”gi PF-158-son Farmoni // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: https://lex.uz
3. Oʻzbekiston Respublikasining 2018-yil 12-apreldagi “Jamoatchilik nazorati toʻgʻrisida”gi OʻRQ-474-son Qonuni // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: https://lex.uz/acts/-3679092
4. Oʻzbekiston Respublikasining 2014-yil 5-maydagi “Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati ochiqligi toʻgʻrisida”gi OʻRQ-369-son Qonuni // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: https://lex.uz
5. Lippmann W. Public Opinion. – New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. – 427 p.
6. McCombs M.E., Shaw D.L. The Agenda-Setting Function of Mass Media // Public Opinion Quarterly. – 1972. – Vol. 36, No. 2. – P. 176–187.
7. Entman R.M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Communication. – 1993. – Vol. 43, No. 4. – P. 51–58.
8. Noelle-Neumann E. The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion // Journal of Communication. – 1974. – Vol. 24, No. 2. – P. 43–51.
9. Zaller J.R. The Nature and Origins of Mass Opinion. – Cambridge: Cambridge University Press, 1992. – 367 p.
10. Krippendorff K. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. 4th ed. – Thousand Oaks: SAGE, 2018. – 472 p.
11. Denzin N.K. The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods. – New York: McGraw-Hill, 1978.
12. Groves R.M., Fowler F.J., Couper M.P. et al. Survey Methodology. 2nd ed. – Hoboken: Wiley, 2009. – 461 p.
13. ICC/ESOMAR International Code on Market, Opinion and Social Research and Data Analytics. – Amsterdam: ESOMAR, 2016.
14. World Bank. Listening to the Citizens of Uzbekistan (L2CU) Survey. – Washington, DC: World Bank. – URL: https://www.worldbank.org/en/country/uzbekistan
15. Milliy statistika qoʻmitasi tashkil etilmoqda // Kun.uz. – 2025-yil 1-mart. – URL: https://kun.uz/news/2025/03/01/milliy-statistika-qomitasi-tashkil-etilmoqda