

MARKAZIY OSIYODAGI OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING TRANS-
MILLIY AUDITORIYA SHAKLLANTIRISHDAGI ROLI VA MINTAQAVIY
BIRLASHUV JARAYONLARIGA TA'SIRI

Do'stmurodov Ismat Abdumurodovich

Xalqaro Nordik universiteti Jurnalistika yo'nalishi 2-kurs talabasi

Kirish: Markaziy Osiyo — 72 million aholisi bilan — mintaqaviy integratsiya jarayonlarida yangi bosqichga qadam qo'ymoqda, biroq bu integratsiyaning axborot o'lchami yetarlicha o'rganilmagan. Raqamli media platformalarining kengayishi va an'anaviy OAVning raqamli muhitga o'tishi masalaga yangi dolzarflik bag'ishlaydi. Tadqiqot maqsadi — OAV tizimlarining trans-milliy auditoriya shakllantirish mexanizmlarini aniqlash va mintaqaviy birlashuvga ta'sirini baholash. Ishchi gipoteza: an'anaviy OAV milliy chegaralar doirasida faoliyat yuritmoqda, biroq raqamli media platformalari trans-milliy aloqa ko'prigi vazifasini asta-sekin o'z zimmasiga olmoqda.

Kalit so'zlar: trans-milliy auditoriya, OAV, mintaqaviy integratsiya, raqamli media, Markaziy Osiyo.

METODOLOGIYA

Qiyosiy tahlil va tizimli yondashuv metodlari qo'llanilgan. OAV tizimlari media erkinligi, raqamli tarqalish, transchegara iste'mol va til siyosati o'lchovlarida tahlil qilingan. Manba bazasi: RSF Press Freedom Index (2020–2025), Freedom House hisobotlari, BMT ESCAP (2024), ITU, DataReportal statistikasi, ShHT va MDH rasmiy hujjatlari.

Birinchi topilma: an'anaviy OAV milliy chegaralar doirasida faoliyat yuritadi. RSF 2024-yilgi reytingi: Qirg'iziston 120-o'rinda, Qozog'iston 142, O'zbekiston 148, Tojikiston 153, Turkmaniston 178-o'rinda. Davlat televideniyesi (Qozog'istonda 8 mln, O'zbekistonda 12 mln auditoriya) qo'shni mamlakatlarga tarqalmaydi. Rossiya OAV (Pervyy kanal, Rossiya 24) mintaqaning barcha beshta davlatida tarqalib, Qozog'istonda auditoriya ulushi 35–40 foiz — bu mintaqaning o'z ichidagi emas, tashqi media ta'sirini ko'rsatadi.

Ikkinchi topilma: raqamli media trans-milliy aloqa ko'prigiga aylanmoqda. Internet foydalanuvchilari 52 million (72 foiz). Telegram — mintaqadagi eng ommabop platforma: O'zbekistonda 18 mln, Qozog'istonda 12 mln foydalanuvchi. O'zbekistonlik kanallar (Kun.uz, Daryo.uz) qo'shni mamlakatlar diasporasi tomonidan kuzatiladi. TikTok 15 mln+ foydalanuvchi bilan yosh avlodda mintaqaviy kontent almashinuvining eng tez o'sadigan kanali. Biroq Turkmanistonda ijtimoiy tarmoqlarga kirish qat'iy cheklangan (Freedom House: dunyodagi eng yopiq uchta davlatdan biri).

Uchinchi topilma: ShHT Media sammiti (2015-yildan), MDH MIR telekanali (kundalik 1–2 mln tomoshabin) va YOIH media bitimlari rasmiy formatda qolib, keng auditoriyaga ta'sir ko'rsatmayapti. Turkiy davlatlar tashkiloti tajribasi samaraliroq: TRT Avaz ning Markaziy Osiyo auditoriyasi 8–10 million kishi. Mintaqadagi til xilma-xilligi (5 davlat tili) trans-milliy media iste'molining eng katta to'sig'i, rus tili esa yagona lingua franca sifatida Rossiya axborot ta'sirini saqlamoqda.

An'anaviy OAVning milliy chegaradagi faoliyati sobiq sovet markazlashgan boshqaruv merosi bilan izohlanadi (Hallin va Mancini, 2004). Raqamli media bu paradigmani o'zgartirmoqda: Castells (2009) ning "tarmoq jamiyati" nazariyasiga ko'ra, raqamli tarmoqlar davlat nazoratidan mustaqil gorizontol axborot oqimlarini yaratadi — Telegram va YouTube buning dalili. Biroq imkoniyatlar internet cheklovlari (Turkmaniston, Tojikiston), til to'siqlari va kontent nazorati tufayli to'liq realizatsiya qilinmayapti. Gipoteza tasdiqlanadi: an'anaviy OAV samarasiz, raqamli media esa trans-milliy funktsiyani bosqichma-bosqich o'z zimmasiga olmoqda.

XULOSA

Xulosalar: (1) an'anaviy OAV trans-milliy auditoriya shakllantirishda samarasiz, mintaqaviy birlashuv axborot asosi zaif; (2) raqamli platformalar (Telegram 30+ mln, TikTok 15+ mln) trans-milliy aloqa ko'prigiga aylanmoqda, biroq jarayon tizimli emas; (3) mintaqaviy tashkilotlar media hamkorligi rasmiy formatda qolib, Turkiy davlatlar tashkiloti modeli samaraliroq.

Tavsiyalar: (1) C5 formatida "Markaziy Osiyo Media Hub" raqamli platformasini yaratish; (2) ShHT media hamkorligini keng auditoriyaga yo'naltirish (qo'shma podcast, veb-serial, dokumentar filmlar); (3) AI-asosli tarjima texnologiyalari orqali beshta til to'sig'ini kamaytirish va mintaqaviy kontent almashinuvini engillashtirish.

ADABIYOTLAR:

1. Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope* (2nd ed.). Polity Press.
2. DataReportal. (2024). *Digital 2024: Central Asia*. DataReportal.
3. Freedom House. (2024). *Freedom on the Net 2024*. Freedom House.
4. Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems*. Cambridge University Press.
5. ITU. (2024). *ICT Development Index 2024*. ITU.
6. Reporters Without Borders. (2024). *Press Freedom Index 2024*. RSF.
7. UN ESCAP. (2024). *Digital inclusion conference report*. ESCAP.
8. UNCTAD. (2024). *Digital Economy Report 2024*. United Nations.
9. Norris, P., & Inglehart, R. (2019). *Cultural backlash*. Cambridge University Press.
10. Caspian-Alpine Society. (2024). *Central Asia's digital economy*. Research Report.