

MIRZO ULUG'BEK NOMIDAGI
O'ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI

JAMOATCHILIK FIKRI SOTSIOLOGIYASI



O'quv qo'llanma

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG'BEK NOMIDAGI
O'ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI**

JAMOATCHILIK FIKRI SOTSIOLOGIYASI

O'quv qo'llanma

60310400 – Sotsiologiya

Toshkent-2025

UO*K: 316.3 (049.5) (075.8)

KBK: 60.527

Bekmurodov M.B., Raximova N.X., Jiyanmurodova G.Sh., Nurqulov B.G. Jamaotchilik fikri sotsiologiyasi [Matn]: O'quv qo'llanma. – Toshkent: “KREATIV FIKRLASH NASHRIYOT MATBAA UYI” MCHJ, 2025. – 160 b.

O'quv qo'llanma Oliy ta'lim Davlat standarti asosida fanning o'quv dasturiga mos ravishda 60310400 – Sotsiologiya ta'lim yo'nalishi talabalari uchun mo'ljallangan. O'quv qo'llanmada “Jamaotchilik fikri sotsiologiyasi” fanidan mavzularga oid asosiy tayanch tushunchalar, tushuntiruvchi nazariy matn, konsultativ materiallar, testlar, mustaqil ta'lim uchun mavzular, glossariy hamda asosiy va qo'shimcha adabiyotlar ro'yxati berilgan. O'quv qo'llanma O'zMU Ijtimoiy fanlar fakulteti “Sotsiologiya” kafedrasida tayyorlangan.

Mas'ul muharrir:

Xolbekov A.J. – professor, sotsiologiya fanlari doktori

Taqrizchilar:

Alekseyeva V.S. – professor v.b., sotsiologiya fanlari bo'yicha (PhD)

Zaitov E.X. – dotsent, sotsiologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Darslik O'zbekiston Milliy universiteti Kengashining 2024-yil 24-martdagi 6-sonli qaroriga asosan O'zbekiston Respublikasi Administratsiyasi huzuridagi OAKA tomonidan litsenziya berilgan nashriyotlarda nashr qilishga ruxsat berilgan. Ro'yxatga olish raqami – 324.

ISBN: 978-9910-8688-7-0

© Bekmurodov M.

MUNDARIJA

KIRISH	3
1. Zamonaviy jamiyatda va ilmiy bilimda jamoatchilik fikrining roli va ahamiyati.	5
2. "Jamoatchilik fikri" tushunchasining shakllanishi va rivojlanishi.	16
3. "Jamoatchilik fikri" tushunchasi, mazmun-mohiyati va strukturasi.	25
4. Jamoatchilik fikri obyekti va subyekti: aniqlik chegaralari ..	35
5. Xorijda jamoatchilik fikri tadqiqotlarining vujudga kelishi va rivojlanishi	45
6. O'zbekistonda jamoatchilik fikri tadqiqotlarining vujudga kelishi va rivojlanishi.	58
7. Jamoatchilik fikri sotsial institut sifatida.	73
8. Jamoatchilik fikriga ta'sir ko'rsatish mexanizmlari va usullari.	83
9. Jamoatchilik fikrini boshqarish.	93
10. OAV va jamoatchilik fikri.	102
11. Jamoatchilik fikrini tadqiq etishning uslubiy muammolari ..	117
12. Jamoatchilik fikrini tahlil qilish usullari.	132
GLOSSARIY	147
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI	154

KIRISH

“Jamoatchilik fikri sotsiologiyasi” sotsiologiyaning maxsus yoʻnalishi sifatida jamiyat hayotining murakkab va koʻp qirrali hodisasi – jamoatchilik fikrining shakllanishi, amal qilishi va tartibga solinishini oʻrganishda yuzaga keladigan dolzarb muammolarni tadqiq etishga qaratilgan. Jamoatchilik fikrini oʻrganishda sotsiologik yondashuv murakkab ijtimoiy hodisani yaxlit tasavvur qilish imkonini beradi.

Jamoatchilik fikri ijtimoiy ongning oʻziga xos koʻrinishi boʻlib, u individual fikr orqali ifodalanadi, lekin shu bilan birga shaxslarning asosiy ehtiyojlari va manfaatlariga taalluqli masalalar boʻyicha baholovchi fikrlarini aks ettiradi.

Fanni oʻrganish talabalardan sotsiologiya tarixi va nazariyasi, umumiy sotsiologiya, maxsus sotsiologik fanlar boʻyicha maʼlum darajada kasbiy bilimga ega boʻlishni hamda sotsiologik tadqiqot metodologiyasi va texnikasi fanini oʻzlashtirishni talab etadi.

“Jamoatchilik fikri sotsiologiyasi” fanini oʻrganishdan maqsad:

- jamoatchilik fikri haqida ijtimoiy voqelikning murakkab hodisasi, ijtimoiy oʻzgarishlarning faol agenti sifatida tasavvur hosil qilish;
- jamoatchilik fikrini turli jamoalarning ijtimoiy voqelik muammolari va faktlariga yashirin yoki aniq munosabatini oʻzida mujassam etgan ommaviy ong shakli sifatida tushuntirish;
- jamoatchilik fikrining sotsial institut sifatidagi tasavvurini hosil qilish, sotsial institutlar va institutsional oʻzaro munosabatlar doirasida jamoatchilik fikrining oʻrnini aniqlash;
- respondentlarning fikrlarini toʻplash va tahlil qilish usullaridan amaliy foydalanish koʻnikmalarini shakllantirish.

Fanning asosini “jamoatchilik fikri” tushunchasining shakllanishi va rivojlanishi, jahon va mahalliy sotsiologik tafakkur vakillarining gʻoyalari mazmun-mohiyati va strukturasi, jamoatchilik fikri obyekt va subyekt, xorijda va mamalakatimizda jamoatchilik fikri tadqiqotlarining vujudga kelishi va rivojlanishi, jamoatchilik fikriga taʼsir koʻrsatish mexanizmlari va usullari, jamoatchilik fikrini shakllantirish va boshqarish, jamoatchilik fikrini tadqiq etishning uslubiy muammolari, uni tahlil qilish usullari, jamoatchilik fikrining tuzilishi va funksiyalari, jamiyatning iqtisodiy, siyosiy va ijtimoiy sohalarida jamoatchilik fikrining asosiy xususiyatlari,

sotsial jarayonlarni boshqarishda jamoatchilik fikridan foydalanish usullari bilan tanishish tashkil etadi.

Mazkur fan jamoatchilik fikrining ishlashini ijtimoiy ta'sir mexanizmlari, me'yorlar, qadriyatlar va an'analarni uzatish, ijtimoiy munosabatlarni tartibga solishda ishtirok etadigan o'ziga xos sotsial institut va amaliy faoliyat sifatida yoritib berishga qaratilgan.

O'quv qo'llanmada har bir mavzu boshida asosiy tayanch iboralar, so'ngida esa o'zini nazorat qilish uchun savollar, test topshiriqlari hamda mustaqil ta'lim mavzulari berilgan. Shuningdek, mavzular bo'yicha foydalanishga keng qamrovli va yangi adabiyotlar ro'yxati taqdim etilgan. Glossariy qulaylik uchun umumlashtirilgan holda berilgan.

O'quv qo'llanma bo'yicha fikr-mulohaza va takliflaringizni Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universitetining Ijtimoiy fanlar fakulteti "Sotsiologiya" kafedrasiga 71-246-33-50 telefon raqami orqali bildirishingiz mumkin.

1-MAVZU. ZAMONAVIY JAMIYATDA VA ILMIY BILIMDA JAMOATCHILIK FIKRINING ROLI VA AHAMIYATI

REJA:

1. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasi fan sifatida
2. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasining obyekti va predmeti
3. Jamoatchilik fikri zamonaviy ilmiy bilishning predmeti sifatida
4. Jamoatchilik fikrini o'rganishning nazariy va amaliy ahamiyati

Tayanch atamalar: Jamoatchilik fikri, sotsial, guruh, ijtimoiy fenomen, ommaviy axborot vositalari, direktiv funksiyasidan, siyosiy partiyalar, siyosiy manfaatlar, bashorat qilish, institut, ijtimoiy dinamika.

Jamoatchilik fikri sotsiologiyasi – bu maxsus sotsiologik nazariya bo'lib, uning predmeti katta ijtimoiy guruhlar, sinflar va umuman olganda xalqning voqelikka nisbatan shakllanadigan ijtimoiy manfaatlar va dolzarb muammolarga oid baholovchi munosabatlarining paydo bo'lishi va amalga oshish qonuniyatlari hamda mexanizmlarini o'rganishdan iboratdir.

Qisqacha aytganda, jamoatchilik fikri sotsiologiyasi – ijtimoiy guruhlarning mavjud ijtimoiy voqelikka nisbatan baholovchi munosabatlarining shakllanishi va amalga oshish qonuniyatlarini o'rganuvchi fan sifatida tavsiflanadi.

“Jamoatchilik fikri” so'z birikmasi har birimizga yaxshi tanish. Kundalik hayotda mazkur so'z birikmasi siyosatchilar, davlat arboblari nutqlarida ko'p qo'llaniladi, uni gazeta va jurnaldagi maqolalarda o'qish, jamoatchilik og'zidan eshitish mumkin. Turmushda keng qo'llanilganligiga qaramasdan, tushunchaning ilmiy ma'nosi murakkab va ziddiyatli. Ushbu ijtimoiy fenomenning mohiyatini aniqlashga bo'lgan urinishlar jiddiy nazariy munozaralarga sabab bo'lmoqda va jamoatchilik fikri fenomeni masalasi zamonaviy sotsiologik tadqiqotlarning muhim tarkibiy qismiga aylangan.

“Jamoatchilik fikri” atamasi tarixiga e'tibor qaratadigan bo'lsak, u dastlab XII asrda Angliyada qo'llanilgan, keyinchalik boshqa mamlakatlarga o'tib, XVIII asr oxiridan boshlab keng tarqalgan, so'rovlar yordamida jamoatchilik hayotining oshkora muhokama qilinadigan

muammolarini ma'qullash yoki ma'qullamaslikni ifoda etish maqsadida umume'tirof etilgan.

Jahon sotsiologiyasi tarixida jamoatchilik fikrini o'rganishni alohida mustaqil yo'nalish sifatida ajratilishi uchta shart-sharoit bilan belgilanadi.

Birinchidan, kapitalistik ishlab chiqarishning rivojlanishi iste'molchi uchun raqobatli kurashda iste'molchi talabi va reklama samaradorligini o'rganish muammosini ilgari suradi.

Ikkinchidan, demokratik tuzilmalar, siyosiy partiyalar va siyosiy kurashlarning rivojlanishi aholi siyosiy preferensiyalari, elektorat xulq-atvori hamda targ'ibot-tashviqot faoliyati orqali siyosiy ta'sir samaradorligini o'rganish uchun yangi imkoniyatlarning shakllanishiga zamin yaratdi.

Uchinchidan, jamoatchilik fikri so'rovlariga ommaviy axborot vositalarining, asosan televideniyeining yaratilishi alohida kuch berdi. Bu auditoriyaning qiziqishlari, u yoki bu ma'lumot manbalariga murojaati motivlarini o'rganish ehtiyojini uyg'otdi. Bunga aholining bilim va madaniyati darajasining o'sganligini, uning manfaatlarining, xususan, siyosiy manfaatlarining kengayganligini ham qo'shish zarur.

XX asrning o'rtalarida G'arb mamlakatlarida jamoatchilik fikri sotsiologiyasi – o'z muammolari doirasi, tushunchaga oid apparati, uslubiyoti va tadqiqot texnikasiga ega bo'lgan maxsus sotsiologik nazariya sifatida shakllangan.

Uning o'rganish obyekti jamoatchilik fikrida haqiqatan ham sodir bo'layotgan jarayon va hodisalarni o'rganishdan iborat.

Jamoatchilik fikri sotsiologiyasining o'rganish predmeti jamoatchilik fikrining shakllanishi va rivojlanish jarayonlari, shuningdek, ushbu jarayonlarni amalga oshiruvchi muhim, barqaror va takrorlanuvchi munosabatlar hamda zaruriy aloqalar bilan bog'liq masalalarni o'z ichiga oladi. Demak, predmet chegarasidan yuqorida keltirilgan jarayonlar va hodisalar ishtirok etuvchi tasodifiy va ahamiyatsiz aloqa va munosabatlar ajratib chiqarilgan. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasi katta ijtimoiy guruhlar, umuman xalqning voqelikning ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lgan dolzarb muammolariga nisbatan bo'lgan baholovchi munosabatining qonuniyatlarini va ularning tug'ilish mexanizmlarini, tarixiy evolyutsiyasini, zamonaviy shakllanishi va harakatlanishini o'rganadi, deb

aytilsa to'g'riroq bo'lar edi. Qonuniyatlar haqida gapirilgani tasodif emas, chunki bilimlarning har qanday sohasi to'laqonli ravishda faqatgina o'z tasarrufida nafaqat tadqiqot obyektiga ega bo'lganida, balki o'z obyektiga haqida tizimlashtirilgan, ya'ni ijobiy, ilmiy bilimlarning keng ko'lamli blokiga ega bo'lganida institutsionallashtiriladi.

Jamoatchilik fikri – har tomonlama tahlil qilish va aniq ta'rif berish qiyin bo'lgan hodisalar sirasiga kiradi. Turli adabiyotlarda jamoatchilik fikri tushunchasiga 200 dan ortiq ta'riflar berilgan. Ushbu ta'riflarni umumlashtirgan holda quyidagicha ifodalash mumkin: jamoatchilik fikri – bu ma'lum bir jamoa ongining o'ziga xos namoyon bo'lish shaklidir. U jamoa a'zolarining ko'pchiligida qiziqish yoki bahs-munozara uyg'otgan obyektiv yoki subyektiv voqelikdagi faktlar, hodisalar va voqealarga nisbatan baholovchi fikrlari yoki amaliy harakatlari orqali ifodalanuvchi munosabatlarini bilvosita yoki umumlashtirilgan holda aks ettiradi.

Bugungi kunda jamoatchilik fikrini o'rganish, shakllantirish, bashorat qilish va ijtimoiy boshqaruv jarayonlarida unga e'tibor qaratish tobora kuchaymoqda. Umuman olganda, jamoatchilik fikri ma'naviy hayotning o'ziga xos hodisasi sifatida kundun-kunga o'ziga bo'lgan qiziqishni orttirib bormoqda. Ayniqsa, ijtimoiy boshqaruv sohasida jamoatchilik fikridan maqsadli ravishda foydalanish holatlari tobora ko'proq kuzatilmoqda.

Jamoatchilik fikriga bo'lgan qiziqishning o'ziga xos sabablari mavjud. Ular quyidagilar:

Jamoatchilik fikri ma'naviy hayotning o'ziga xos namoyon bo'luvchi hodisasi sifatida ushbu fikr tashuvchisi bo'lmish insonning sifat va xususiyatlarini o'zida aks ettiradi. Vaholanki, qanchalik ko'p insonlar jamoatchilik fikri tashuvchisi bo'lib chiqsa, u shunchalik darajada yuqori ta'sir kuchiga ega bo'ladi.

Har qanday vaziyatda jamoatchilik fikri insonlarning ehtiyoj va qiziqishlaridan kelib chiqishi bois, ularni inobatga olish va qondirish muhimdir.

Jamoatchilik fikri ijtimoiy-psixologik fenomen sifatida sotsial xatti-harakat va omma harakatlarining aktiv stimulyatori sanaladi. U turli xil vaziyatlarda yetarlicha uzoq muddat davomida barqaror holatini ushlab turishi mumkin.

Jamoatchilik fikrining direktiv funksiyasidan kelib chiqqan holda uni o'rganishda siyosiy manfaatlar ham mavjud.

Jamoatchilik fikri nima?

Jamoatchilik fikri – bu xalqning istak va xohishlarini bilishning noorganik uslubi (Gegel). U doimo haqiqiy va nohaqiqiy elementlarning aralashmasini o'z ichiga olsa-da, har bir davrda ulkan kuchga ega bo'lib kelgan. Jamoatchilik fikri ijtimoiy ong shakllaridan, masalan, fan yoki mafkuradan noaniqligi bilan farq qiladi. Chunki u biror holatga nisbatan taxminiy va ehtimolli bo'lgan fikrlar, mulohazalar hamda his-tuyg'ular yig'indisidan tashkil topadi. Shu sababli, u insonlar ongida vujudga keladigan o'tkinchi va o'zgaruvchan xarakterga ega. Biroq, bu jamoatchilik fikrini inobatga olmaslik kerak degani emas. Ispan faylasufi Ortega-I-Gasset ta'kidlaganidek: "Dunyoni jamoatchilik fikri boshqaradi. Bu shunday asosiy kuchki, unda jamiyatdagi hukmronlik kelib chiqadi.

Jamoatchilik fikrini sotsiologik tadqiq etishning predmeti

Jamoatchilik fikrini sotsiologik o'rganish quyidagi masalalarni qamrab oladi:

- uning ijtimoiy mohiyati;
- jamiyat hayotining turli jabhalariga ta'siri;
- shakllanish, ifodalanish va amalga oshish mexanizmlari.

Jamoatchilik fikri kishilar ongining va xatti-harakatining o'ziga xos ko'rinishi bo'lib, ijtimoiy ongning barcha shakllari (axloq, huquq, din, fan va boshqalar) bilan bog'liq holda kundalik va nazariy ong birikmasi sifatida namoyon bo'ladi.

Ijtimoiy baholash va jamoatchilik fikri

Jamoatchilik fikri har doim odamlarning biror hodisa yoki jarayonga nisbatan baholari bilan bog'liq. Ushbu ijtimoiy baholash ijtimoiy guruhlar va qatlamlarning jamiyatdagi mavqeini, shuningdek, ularning ijtimoiy vaziyatini aks ettiradi.

Jamoatchilik fikrining roli: Jamoatchilik fikri ijtimoiy xususiyatga ega bo'lib, u odamlarning ijtimoiy voqelikning biror sohasi bo'yicha fikrlari, his-tuyg'ulari va xatti-harakatlarini birlashtiradi va jamiyat hayotini baholash va tegishli o'zgarishlarni amalga oshirish (yoki mavjud holatni saqlab qolish) uchun ta'sir ko'rsatadi. Umuman olganda, tub ijtimoiy o'zgarishlar yuz berishidan oldin, aynan jamoatchilik fikrida ulkan

siljish va o'zgarishlar ro'y bermog'i lozim.

"Ijtimoiy fikr" tushunchasida bir-biridan farq qiladigan ikki xil ma'no jamlangan. Bir tarafdin, bu – u yoki bu voqea to'g'risida har xil ijtimoiy umum tomonidan bildiriladigan umumiy mulohazadir, boshka tarafdin esa – o'zida jamiyat rivojlanishining barcha darajalarida hokimiyatni amalga oshirishda qat'iy va samarali ishtirok etuvchi siyosiy institutdir. Mazkur institut jamiyat rivojlanishining barcha darajalarida qarorlar qabul qilish jarayonining e'tirof etilgan, qonunlashtirilgan mexanizmini o'zida namoyon qiladi.

Ko'pincha, jamoatchilik fikri deganda u yoki bu darajada davlatdagi ishlarning holatiga ko'p yoki kam darajada ta'sir ko'rsatishga, ijtimoiy jihatdan muhim o'rin tutgai masalalarga doir fikr va qarorlarni shakllantirishda hukumatni qo'llab-quvvatlashga qodir bo'lgan ommaviy ongning alohida holati tushuniladi. Ko'p jihatdan ushbu fenomen ijtimoiy dinamika omili sifatida qaraladi hamda keng doirada ahamiyatsiz omildan belgilovchi omil darajasiga o'zgarishi mumkin.

Muayyan davlatda aniq bir vaziyatga nisbatan jamoatchilik fikri qanday rol o'ynaydi degan savolga javob muhim ahamiyatga egadir. Chunki jamoatchilik fikr va mulohazalarini hokimiyat hamda boshqaruv organlarining amaliy qarorlariga kiritish tadbiri jamiyatning ochiq-oshkoraligi. unda eng muhim huquq va erkinliklar rivojlanganligi darajasi ko'rsatkichi, nihoyat, siyosiy tuzumning demokratlashtirish mezonlaridan biridir.

Jamoatchilik fikri zamonaviy ilmiy bilishning predmeti sifatida: Jamoatchilik fikri zamonaviy ilmiy tadqiqotlarning asosiy yo'nalishlaridan biri sifatida siyosatshunoslik, ijtimoiy psixologiya, kommunikatsiya nazariyasi, sotsiologiya va boshqa sohalarni o'z ichiga oladi. Jamoatchilik fikrini o'rganish, jamiyatdagi siyosiy, ijtimoiy va iqtisodiy jarayonlarni chuqurroq tushunish imkonini beradi. Buning natijasida, jamoatchilik fikrining shakllanishi, ta'siri va o'zgarishlari ilmiy nuqtai nazardan tahlil qilinadi. Jamoatchilik fikri – ilmiy predmet sifatida

Jamoatchilik fikri zamonaviy ilm-fan doirasida murakkab va ko'p qirrali hodisa sifatida qaraladi. Uning o'rganilishi faqat siyosiy ornillar bilan cheklanmay, balki ijtimoiy, iqtisodiy, madaniy va psixologik jihatlar ham hisobga olinadi. Jamoatchilik fikrining ilmiy predmet sifatida tahlil

qilinishi quyidagi sohalarni o'z ichiga oladi:

1. *Siyosatshunoslik*: Jamoatchilik fikri siyosatshunoslikda jamiyatning siyosiy qarashlarini, muhim siyosiy masalalarga nisbatan munosabatlarini o'rganish uchun markaziy o'rin egallaydi. Siyosatshunoslar, jamoatchilik fikrining shakllanishi, uning siyosiy partiyalar, hukumat va siyosiy jarayonlarga ta'sirini o'rganadilar. Jamoatchilik fikrining siyosiy qarorlar, saylovlar, davlat siyosati va boshqa siyosiy institutlarga qanday ta'sir ko'rsatishini tahlil qilish siyosatshunoslikda muhim tadqiqot sohasidir.

2. *Ijtimoiy psixologiya*: Ijtimoiy psixologiya nuqtai nazaridan jamoatchilik fikri, shaxslar o'rtasidagi o'zaro aloqalar, guruhlar va jamiyat bilan bo'lgan munosabatlarni o'rganadi. Guruh dinamikasi, ta'sirchanlik, konformizm, kommunikatsiya va tasavvurlarni tahlil qilish orqali jamoatchilik fikrining shakllanishi, unga ta'sir qiluvchi omillar va o'zgarish jarayonlari aniqlanadi. Ijtimoiy psixologiya, shuningdek, jamoatchilik fikrining individlar va guruhlar o'rtasida qanday tarqalishini o'rganadi.

3. *Sotsiologiya*: Jamoatchilik fikri sotsiologiya doirasida jamiyatning ijtimoiy tuzilmalari, sinfiy munosabatlar va boshqa ijtimoiy omillarga ta'sir ko'rsatuvchi ijtimoiy hodisa sifatida o'rganiladi. Sotsiologlar jamoatchilik fikrining turli ijtimoiy guruhlar, millatlar, etnik va diniy jamoalar o'rtasidagi farqlarni o'rganadilar. Shuningdek, jamoatchilik fikrining jamiyatdagi ijtimoiy normalar, qadriyatlar va ijtimoiy iqlimga qanday ta'sir qilishi ham sotsiologiyaning muhim tadqiqot yo'nalishlaridan biridir.

4. *Kommunikatsiya nazariyasi*: Jamoatchilik fikri ommaviy axborot vositalari, ijtimoiy tarmoqlar va boshqa kommunikatsiya kanallari orqali shakllanadi. Kommunikatsiya nazariyasi jamoatchilik fikrining qanday shakllanishi, tarqalishi va ijtimoiy ta'sirini o'rganadi. Bu sohada olib borilgan ilmiy tadqiqotlar ommaviy axborot vositalari (matbuot, televideniye, internet) va ijtimoiy tarmoqlar orqali jamoatchilik fikriga qanday ta'sir ko'rsatilishini, shuningdek, kommunikatsiya usullarining samaradorligini tahlil qiladi.

5. *Siyosiy iqtisod*: Jamoatchilik fikri iqtisodiy omillar bilan ham chambarchas bog'liq. Iqtisodiy sharoitlar, ish bilan ta'minlash, daromad

taqsimoti va iqtisodiy inqirozlar jamoatchilik fikriga ta'sir qilishi mumkin. Siyosiy iqtisod nuqtai nazaridan, jamoatchilik fikri iqtisodiy siyosat va iqtisodiy boshqaruvning samaradorligiga qanday ta'sir qiladi, degan savolga javob izlaydi.

Jamoatchilik fikrining shakllanishi va unga ta'sir etuvchi omillar

Jamoatchilik fikrining shakllanishi ilmiy tadqiqotlarda turli omillar bilan bog'lanadi. Bu omillar orasida quyidagilar muhim hisoblanadi:

1. *Ommaviy axborot vositalari*: Ommaviy axborot vositalari jamoatchilik fikrining shakllanishiga bevosita ta'sir qiladi. Gazetalar, televideniye, radio va internet orqali tarqatilgan ma'lumotlar odamlarning siyosiy va ijtimoiy qarashlarini o'zgartirishi yoki mustahkamlashi mumkin. Jamoatchilik fikrining ilmiy tahlili ommaviy axborot vositalarining kontentini, auditoriyalarni va ularning jamiyatdagi ta'sirini o'rganadi.

2. *Ijtimoiy tarmoqlar*: Internet va ijtimoiy tarmoqlar jamoatchilik fikrini shakllantirishda yangi va kuchli vosita sifatida alohida o'rin tutadi. Ijtimoiy tarmoqlarda odamlar o'z fikrlarini tezda ifoda etishlari, boshqalar bilan muloqot qilishlari va fikrlar almashishlari mumkin. Shu sababli, ijtimoiy tarmoqlar orqali jamoatchilik fikrining qanday o'zgarishini tahlil qilish dolzarb mavzu hisoblanadi.

3. *Siyosiy partiyalar va harakatlar*: Siyosiy partiyalar, harakatlar va davlat tashkilotlari jamoatchilik fikrini shakllantiradi. Siyosiy liderlar va partiyalar jamoatchilik fikriga ta'sir qilish uchun ommaviy axborot vositalaridan foydalanadilar. Partiyalarning saylovoldi kampaniyalari, deklaratsiyalari, loyihalari va ularning ta'riflari jamoatchilik fikriga bevosita ta'sir qiladi.

4. *Siyosiy va iqtisodiy inqirozlar*: Siyosiy va iqtisodiy inqirozlar jamoatchilik fikrining o'zgarishiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Bunday inqirozlar, masalan, iqtisodiy falokatlar, siyosiy inqirozlar yoki urushlar, odamlarning siyosiy qarashlarini va jamiyatdagi ko'plab masalalarga bo'lgan munosabatlarini o'zgartirishi mumkin.

Jamoatchilik fikrining tahlili va o'lchovi

Jamoatchilik fikrini ilmiy tahlil qilishda ko'plab metodlar mavjud.

Ulardan eng ko'p ishlatiladiganlari quyidagilar:

So'rovlar va anketalar: Jamoatchilik fikrini o'lchash uchun eng keng

tarqalgan usul bu so'rovlar va anketalardir. Ular orqali jamiyatning siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy masalalarga bo'lgan munosabatlari aniqlanadi.

Kvantitativ va sifatli tadqiqotlar: Kvantitativ tadqiqotlar jamoatchilik fikrining o'lchovlarini raqamli ko'rsatkichlar yordamida ifodalaydi, sifatli tadqiqotlar esa jamoatchilik fikrining ma'naviy jihatlari, qadriyatlari va psixologik holatini tahlil qilishga yo'naltirilgan.

Ommaviy axborot vositalarining tahlili: Matbuot, televideniye va internetdagi kontentni tahlil qilish orqali jamoatchilik fikrining qanday shakllanayotganini va o'zgarishini kuzatish mumkin.

Jamoatchilik fikrining muhim xususiyatini O'zbekiston Respublikasining birinchi prezidenti I.A.Karimov ham qayd etgan: "Mamlakatdagi ijtimoiy-siyosiy barqarorlik yetarli darajada jamoatchilik fikrining ahvoriga bog'liq".

Jamoatchilik fikrini o'rganish: Nazariy va Amaliy ahamiyati
Nazariy ahamiyati

1. *Ijtimoiy psixologiya:* Jamoatchilik fikrini o'rganish ijtimoiy psixologiyaning muhim qismi bo'lib, insonlarning qaror qabul qilish jarayonlarida qanday omillar ta'sir qilishini tushunishga yordam beradi.

2. *Maqsadli auditoriya:* Tadqiqotlar, maqsadli auditoriyani aniqlash va ular bilan samarali muloqot qilish uchun zarur bo'lgan tushunchalarni beradi.

3. *Nazariy modellar:* Jamoatchilik fikrini o'rganish uchun turli nazariy modellar ishlab chiqilgan. Ular ijtimoiy, iqtisodiy va madaniy omillarni o'rganishga yordam beradi.

4. *Etika va muloqot:* Jamoatchilik fikrini o'rganish etika, axloqiy qoidalar va muloqot uslublarini belgilashda muhim rol o'ynaydi.

Amaliy ahamiyati

1. *Siyosiy tahlil:* Jamoatchilik fikrini o'rganish siyosatshunoslar va hukumatlar uchun muhim bo'lib, ular jamoatchilikning fikr va ehtiyojlarini tushunishadi.

2. *Marketing va reklama:* Biznes sohasida jamoatchilik fikrini o'rganish brend va mahsulotlarni reklama qilishda yordam beradi, iste'molchilar xohish-istaklarini anglashga imkon beradi.

3. *Ijtimoiy o'zgarishlar:* Ijtimoiy muammolarni hal qilish uchun jamoatchilik fikrini o'rganish, ijtimoiy o'zgarishlarni rag'batlantirishda va

faoliyatlar rejalashtirishda yordam beradi.

4. *Krizis boshqaruvi*: Jamoatchilik fikrini o'rganish muhim krizis vaziyatlarida (masalan, korporativ skandal yoki tabiiy ofatlar) qanday reaksiya qilishni aniqlashda yordam beradi.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasiga ta'rif bering
2. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasining obyektini tushuntirib bering
3. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasining predmetini tushuntirib bering
4. Jamoatchilik fikrini o'rganishning nazariy ahamiyatini gapirib bering
5. Jamoatchilik fikrini o'rganishning amaliy ahamiyatini gapirib bering

Test savollari:

1. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasi qachon vujudga kelgan?

- a) XVIII asrning 2-yarmida
- b) XIX asrning oxirida
- c) XX asrning 2-yarmida
- d) XVII asrning boshlarida

2. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasi qayerda vujudga kelgan?

- a) AQShda
- b) G'arbiy Yevropada
- c) Sharqiy Yevropada
- d) O'rta osiyoda

3. Jamoatchilik fikri tushunchasi XX asrgacha qaysi fan doirasida o'rganilgan?

- a) falsafa
- b) huquq
- c) siyosatshunoslik
- d) psixologiya

4. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasi predmeti – bu:

- a) jamoatchilik fikrining sotsial instiut sifatidagi amal qilish mexanizmlari
- b) jamoatchilik fikrining ijtimoiy mohiyati, jamiyat hayotining turli tomonlariga ta'siri, shakllanishi, ifodalanishi va amal qilish mexanizmlari

c) jamoatchilik fikrining shakllanishi, ifodalanishi va amal qilish mexanizmlari

d) jamoatchilik fikrining ijtimoiy mohiyati ochib berish

5. Jamoatchilik fikrini o'rganishni alohida mustaqil yo'nalish sifatida ajratilishining asosiy shart-sharoitlari nechta?

a) 1

b) 2

c) 3

d) 4

6. Jamoatchilik fikrining ta'siri qaysi sohalarda ko'rinadi?

a) Faoliyatlar

b) Iqtisodiyot

c) Siyosat

d) Barchasi to'g'ri

7. Jamoatchilik fikrini o'rganish uchun asosiy omillar qaysilar?

a) O'zaro munosabatlar

b) Axborot oqimi

c) Madaniy ta'sir

d) Barchasi to'g'ri

8. Jamoatchilik fikri o'zgarishga ta'sir etuvchi omillar qaysilar?

a) Ijtimoiy tarmoqlar

b) Madaniy urf-odatlar

c) Iqtisodiy o'zgarishlar

d) Barchasi to'g'ri

9. Reklama va marketingda jamoatchilik fikrining ahamiyati nima?

a) Mijozlar xohish-istaklarini tushunish

b) Mahsulotlar ishlab chiqarishni oshirish

c) Narxlarni belgilash

d) Faqat mahsulotni sotish

10. Krisis vaziyatlarida jamoatchilik fikrini o'rganish qanday yordam beradi?

a) Qiziqarli ma'lumotlarni olish

b) Ta'sirni kamaytirish

c) Yana bir muammo yaratish

d) Jamoatchilik bilan aloqa o'rnatish

Mustaqil ta'lim mavzulari:

1. Jamoatchilik fikri va sotsiologiya
2. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasi fan sifatida
3. XX asrning 2-yarmida jamoatchilik fikri sotsiologiyasining rivojlanishi
4. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasining asosiy tushuncha va kategoriyalari
5. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasining maqsad va vazifalari
6. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasining obyekti
7. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasi predmeti tahlili

2-MAVZU. "JAMOATCHILIK FIKRI" TUSHUNCHASINING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISHI

REJA:

1. Antik davrda jamoatchilik fikri fenomeni
2. O'rta asrlarda jamoatchilik fikri to'g'risidagi qarashlar
3. XII asrda J.Solsberi "jamoatchilik fikri" haqida
4. XVII-XIX jamoatchilik fikri tushunchasining ommaviylashuvi
5. Jamoatchilik fikrining zamonaviy nazariyalari

Tayanch atamalar: Jamoatchilik fikri, fenomeni, diniy elita, siyosiy elita, siyosiy hokimiyat, legitimlik, manipulyatsiya, propaganda, dezinformatsiya, Ijtimoiy tarmoqlar, kontent, so'rov, eksperiment, fokus-guruh.

XVIII asrgacha jamoatchilik fikri atamasi ishlatilmagan bo'lsa ham, fenomen (hodisa)ning o'zi ko'plab tarixiy epoxa (vaqt)larda kuzatilgan. Qadimgi Misrning eng qadimiy yozma manbalaridan birida, "Hayotdan charchagan odamning o'z qalbi (joni) bilan suhbatida"da jamoatchilik fikrini hayratda qoldirgan voqealar ko'rsatiladi: "Men bugun kim bilan gaplashaman? hamma ochko'z ... muruvvatga bundan ortiq joy yo'q. Xalq jinoyatchilik ustidan kuladi. Halol odamlar qolmadi. Yer zolimlar qo'lga tushdi".

Qadimgi Isroil payg'ambarlari ba'zida xalq ko'zida hukumat harakatlarini oqlashardi, ba'zida esa hukumatga qarshilikka chaqirishgan. Barcha hollarda ular jamoatchilik fikriga yuzlanganlar. Qadimgi Gretsiya demokratiyasida fuqarolar fikri ijtimoiy hayotning barcha sohalarida hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lgan. Qadimgi Rimda fuqarolarga hukumat harakatlarini tushuntiruvchi devoriy gazetalar bo'lgan. Antik davrda jamoatchilik fikri haqidagi tasavvurlarning mavjudligi haqida o'sha epoxaning ko'pchilik faylasuflari "jamoatchilik fikri"ni o'xshash tushunchalar bilan faoliyat ko'rsatib, aristokrat (Platon) yoki arifmetik ko'pchilik (Protagor) fikri sifatida qarashgan.

O'rta asrlarda Yevropada biror kishining qarashlari u mansub bo'lgan qatlamiga bog'liq bo'lgan. Biroq jamoatchilik fikri fenomeni diniy

va siyosiy elitalari muhitida mavjud bo'lgan. Hokimiyat uchun kurash, bilimlar ta'siri kurashi hamda tarafdorlarni jalb qilishi haqida tahmin qiladi. Masalan, 1191-yilda ingliz yepiskopi Uilyam Iliyskiy odamlar u haqda "Yerda unga teng keladigani yo'q" deb, o'zining maqtovi uchun trubadurlarni yollagani uchun raqiblarining tanqidiga uchragan. "Jamoatchilik fikri" fenomenini qadimdan mutafakkirlar e'tiborini jalb etayotgan ijtimoiy hodisalar qatoriga kiradi. Makiavelli o'zining "Hukmdor" asarida bu fenomenning muhimligiga e'tibor qaratgan.

Ushbu iboraning biz tomonimizdan qo'llaniladigan shakli ingliz davlat arbobi va yozuvchi Jon Solsberida kuzatiladi. Iboraning kelib chiqishi – ingliz-sakson bo'lib, XII asrning ikkinchi yarmida Angliyada paydo bo'lgan, aniqrog'i 1159-yilda Solsberining nutqida. Bu termin Angliyadan boshqa mamlakatlarga borgan. XVIII asrda bu atama umum tan olinganda fransuz abbat Alkuen tarixga kirgan ifodani aytgan: "Xalqning ovozi-Xudoning ovozi".

Buyuk faylasuf G.F.Gegel ham bu fenomenga o'z e'tiborini qaratgan. "Huquq falsafasi" kitobida jamoatchilik fikri fenomenini izohlagan: "Formal subyektiv erkinlik umumiy ishlar muhokamasi haqida o'zining shaxsiy fikriga ega va uni ko'rsatuvchi shaxslardan iborat bo'lib, jamoatchilik fikri deb ataluvchi moslikda namoyon bo'ladi". Bunday erkinlik faqatgina davlatga qaram bo'lmagan soha xususiy(individual va guruhli) manfaatlar, ya'ni fuqarolik jamiyatini jamiyatini tashkil qiluvchi munosabatlar sohasi mavjud jamiyatda paydo bo'ladi. U jamoatchilik fikrini strukturlaydi, unda bir qator elementlarni ajratadi: birinchisi – jamoatchilik fikrining mavjudlik sharoitlari, ikkinchisi – jamoatchilik fikrining obykti (tarkibi), uchinchisi – jamoatchilik fikri subyektivi tashuvchisi (tashuvchisi), to'rtinchisi – jamoatchilik fikri sifatida namoyish qiluvchi hukmi xarakteri, beshinchisi – "universallik" va "maxsuslik"ning nisbati, haqiqat va yolg'on elementi "hodisa"larida birligi va "qarama-qarshiligi".

Jamoatchilik fikri, uning zamonaviy ma'nosida birinchi marta XIX asr oxirida fransuz sotsiologi, J.G.Tardning psixologik yo'nalishi tarafdorining ishlarida paydo bo'lgan. 1905-yilda yozilgan "Jamoatchilik fikri va olomon" ishida jamoatchilikni bir xil axborot iste'mol qiluvchi va ko'plab mos keluvchi fikrlar va baholar ishlab chiqaruvchi odamlar birligi

sifatida ko'rib chiqqan, ya'ni jamoatchilik fikri – bir xil berilgan va emotsional bo'yalgan axborotlarning qabul qilinishi yoki rad etilishiga asoslangan jamiyat, odamlar guruhlarining fikrlaridir. U jamoatchilik fikrini kapitalizm ostida sotsial jamiyat sifatida paydo bo'luvchi jamoatchilik (publika) tomonidan ishlab chiqiladi, deb hisoblagan. Bu jamoatchilik, o'zining mobil va noaniq chegaralari bilan ma'naviy-psixologik ommaviy jarayonlar xossalaridan o'sib boradi. Publikaning har xil turlari mavjud, yanada muhimroq masalalar bo'yicha (konsensus) kelishuv va ba'zi umumiy qiziqish (manfaat)larga ega turlar. Ommaviy axborot vositalari orqali aloqa ta'minlanadi. Ta'sirlashuv orqali omma (publika) jamoatchilik fikrini shakllantiradi.

Shunday qilib, jamiyat taraqqiyoti tarixida turli xil falsafiy maktablar namoyandalari shaxsiy dunyoqarashi xususiyatlardan kelib chiqqan holda jamoatchilik fikrini ajratishadi, izohlashadi va ko'rib chiqadilar.

XII asrda Jon Solsberi (John of Salisbury) o'z davrining yirik gumanist olimlaridan biri bo'lib, u o'zining siyosiy-falsafiy asarlarida o'rta asrlar Yevropasi siyosiy va axloqiy masalalarini chuqur tahlil qilgan. Ayniqsa, uning 1159-yilda yozilgan «Polikratikus» (Polycraticus) asari o'rta asr siyosiy falsafasida muhim o'rin tutadi. Ushbu asarida Jon Solsberi o'sha davr siyosiy voqealari, hokimiyat va boshqaruv haqidagi falsafiy qarashlarini yoritib bergan.

Jon Solsberining asarlaridagi markaziy tushunchalardan biri bu «jamoatchilik fikri» (public opinion) tushunchasidir. Ushbu tushuncha o'sha davr uchun ancha yangilik edi, chunki o'rta asr Yevropasida hokimiyatning legitimligi ko'pincha ilohiy manbalarga, ya'ni xudoning iroda va amriga asoslangan deb hisoblangan. Solsberi esa o'z asarlarida hokimiyatni jamoatchilik bilan bog'lashga harakat qilgan va jamoatchilik fikrining ahamiyatini ta'kidlagan.

Jon Solsberining “Polikratikus” asaridagi eng muhim nuqtalardan biri shuki, u davlatni inson tanasiga o'xshatib, ijtimoiy ierarxiyaning har bir qismi bir-biriga bog'langan va birgalikda ishlashini ta'kidlaydi. Unga ko'ra, davlatni boshqarish jarayoni jamoatchilikning fikri va manfaatlari bilan hamohang bo'lishi kerak. U hokimiyat faqat kuch va qo'rquvga asoslangan bo'lishi kerak emasligini, balki jamoatchilikning roziligiga tayanishi kerakligini ta'kidlagan. Ushbu yondashuv o'rta asr Yevropasida

inqilobiy edi, chunki ko'p hollarda qirollar va hukmdorlar hokimiyatni ilohiy qonunlar bilan oqlashga harakat qilishgan va xalq fikrini deyarli hisobga olishmagan.

“Jamoatchilik fikri”ni anglash: Solsberi hokimiyatni boshqarishda xalqning roziligiga e'tibor berish kerakligini ta'kidlaydi. Uning fikricha, jamoatchilik fikri jamoatchilik va davlat o'rtasidagi munosabatlarning markaziy elementi hisoblanadi. Bu erda u hokimiyatning legitimligi xalqning fikr va roziligiga bog'liqligini ifodalaydi.

Solsberi fikricha, hokimlar xalqning roziligini olishlari va jamoatchilik manfaatlarini himoya qilishlari kerak, aks holda ular o'z maqomini yo'qotib, o'z hukmronliklarining legitimligini yo'qotishlari mumkin. Shu sababli, Solsberi jamoatchilik fikri va hukmronlarning ijtimoiy mas'uliyatlarini o'zaro bog'lashga harakat qilgan.

Solsberi “Polikratikus” asarida hukmdorlarning axloqiy mas'uliyatini ham chuqur tahlil qilgan. U hokimiyatni egallagan shaxslar axloqiy tamoyillarga rioya qilishlari kerakligini ta'kidlaydi, aks holda ular xalq oldida javobgar bo'ladilar. U shuningdek, zolimlik va adolatsizlikka qarshi chiqadi, hukmdorlarni qonun va axloqqa rioya qilmagan taqdirda, xalq ularga qarshi chiqishga haqli deb hisoblaydi. Solsberining bu qarashlari o'rta asr siyosiy va axloqiy nazariyalariga muhim ta'sir ko'rsatdi, chunki u hokimiyatning cheksiz emasligini, balki u axloqiy va ijtimoiy mas'uliyat bilan cheklanishi kerakligini aytgan.

Jon Solsberi “jamoatchilik fikri”ni davlat boshqaruvining muhim qismi sifatida ko'rgan. Bu tushuncha Solsberi davrida ko'plab siyosiy nazariyotchilar tomonidan hisobga olinmagan. Unga ko'ra, hukmdor faqat jamoatchilik fikriga tayanib, o'z hokimiyatini mustahkamlashi va ijtimoiy barqarorlikka erishishi mumkin. U shu orqali ijtimoiy tartib va qonuniyatlarni ham saqlab qolishga chaqirgan.

Solsberi jamoatchilik fikri hukmdorlar va xalq o'rtasidagi muloqot va kelishuvning asosi bo'lishi kerak, deb hisoblagan. Bu g'oya, garchi o'sha davrda keng tarqalgan bo'lmasa-da, keyinchalik Yevropaning siyosiy tarixida demokratik tamoyillar va xalqning ovozini inobatga olishda muhim bosqich sifatida qaralgan.

Jon Solsberining jamoatchilik fikri va siyosiy hokimiyat haqidagi qarashlari o'rta asr siyosiy falsafasida yangilik bo'lib, u keyingi

davrlardagi siyosiy nazariyalarga katta ta'sir ko'rsatdi. Ayniqsa, Uyg'onish davrida va keyinchalik gumanistik siyosiy falsafa rivojida Solsberning g'oyalari ko'p muhokamalarga sabab bo'ldi.

Solsberi tomonidan ilgari surilgan jamoatchilik fikrining hokimiyat legitimligidagi o'rni haqidagi qarashlar zamonaviy demokratik tamoyillarga yaqin deb hisoblanadi, chunki zamonaviy davlat boshqaruv tizimlarida ham xalq roziligi va jamoatchilik fikri katta ahamiyatga ega.

Jamoatchilik fikrining zamonaviy nazariyalari ijtimoiy fanlarda jamoatchilikni o'rganish, odamlarning ijtimoiy va siyosiy masalalar bo'yicha qanday fikrlar shakllantirishi va bu fikrlarning jamiyatning rivojlanishiga qanday ta'sir qilishi haqidagi turli yondashuvlarni tavsiflaydi. Bu nazariyalar zamonaviy kommunikatsiya vositalarining rivojlanishi va globallashuvning kuchayishi natijasida o'zgarib bordi. Quyida jamoatchilik fikrining asosiy zamonaviy nazariyalari haqida batafsil yoritiladi:

Jamoatchilik fikrining nazariy asosi ilgari tarixiy doirada rivojlangan bo'lsa-da, XX asrda ushbu kontsept modern sotsiologiya va kommunikatsiya tadqiqotlarida markaziy mavzulardan biriga aylangan. Jamoatchilik fikri ko'pincha ijtimoiy guruhlarining o'zaro muloqot qilish jarayonida vujudga keladi va shakllanadi. Bu jarayon global kommunikatsiya tarmoqlari orqali yanada kuchayadi, shuningdek, ommaviy axborot vositalari bu jarayonda hal qiluvchi rol o'ynaydi.

Ommaviy axborot vositalarining jamoatchilik fikriga ta'siri borasida ko'plab tadqiqotlar olib borilgan. Ushbu nazariyalar ommaviy axborot vositalarining odamlar ongiga kirib borishi va muhim masalalar bo'yicha fikrlarini shakllantirishga qanday ta'sir ko'rsatishini tushuntiradi.

Bu nazariya MakKombs va Shou tomonidan ishlab chiqilgan bo'lib, ommaviy axborot vositalari jamoatchilik fikrini qaysi masalalar muhimroq ekani borasida shakllantirishi mumkinligini ta'kidlaydi. Ushbu nazariyaga ko'ra, ommaviy axborot vositalari odamlar nimaga e'tibor berishi kerakligini belgilaydi, lekin aynan qanday munosabatda bo'lish kerakligi haqida to'g'ridan-to'g'ri ko'rsatma bermaydi.

Elizabeth Noell-Noyman tomonidan ishlab chiqilgan ushbu nazariya odamlarning o'z fikrlarini ommaga ochiq bildirishdan tortinishi haqidagi nazariyani o'rtaga tashlaydi. Nazariyaga ko'ra, agar inson o'zining nuqtayi

nazarini ko'pchilikning fikri bilan mos emas deb hisoblasa, u sukut saqlab, o'z fikrini bildirmaslikka moyil bo'ladi. Bu jarayon jamoatchilik fikrini shakllantirishda ko'pincha muhim rol o'ynaydi, chunki odamlar ma'lum bir nuqtayi nazar bilan rozi bo'lmasa ham, o'z fikrlarini bildirishdan cheklanadilar.

Bu nazariya ommaviy axborot vositalarining qanday qilib ma'lumotlarni taqdim etish va ularni qanday kontekstdagi tushuntirish orqali jamoatchilik fikrini shakllantirishi haqida gapiradi. Ushbu nazariyaga ko'ra, voqealar, yangiliklar va ijtimoiy masalalar haqida berilgan xabarlarining taqdimoti ularning qanday qabul qilinishiga ta'sir qiladi. Masalan, bir xil voqeani turli kontekstdan yoritish odamlarning bu voqea bo'yicha munosabatlarini tubdan o'zgartirishi mumkin.

Ijtimoiy ta'sir nazariyalari odamlarning bir-birlariga ta'sir qilish usullarini o'rganadi. Bu nazariyaga ko'ra, odamlar o'z ijtimoiy muhitlarida mavjud bo'lgan me'yorlar va qadriyatlar asosida o'z qarorlarini qabul qiladi. Ushbu qarorlar ko'pincha ijtimoiy guruhlar tomonidan shakllantiriladi va bu guruhlar tomonidan tasdiqlanadi.

Odamlar muayyan masalalar bo'yicha to'g'ri yoki noto'g'ri javobni bilmaganda, ular boshqalarning fikrlariga ishonadilar va bu fikrlar o'z xatti-harakatlarini shakllantiradi.

Odamlar ko'pincha ijtimoiy muhitga moslashish va o'zlari tarkibida bo'lgan guruhning normalariga muvofiq harakat qilish uchun jamoatchilik fikriga amal qiladilar.

Yurgen Habermas tomonidan ishlab chiqilgan ushbu nazariya kommunikatsiyaning ijtimoiy muhitda qanday shakllanishini tahlil qiladi. Habermasga ko'ra, jamoatchilik fikri oqilona muhokama va muloqot jarayonida shakllanishi kerak. U jamoatchilik fikrini shakllantirish jarayonida ochiq muloqotlar va demokratik muhokama muhim ekanligini ta'kidlaydi. Ushbu nazariya jamiyatda demokratiya va ijtimoiy adolatni ta'minlashga qaratilgan.

Jamoatchilik fikrining shakllanishida manipulyatsiya usullari va texnologiyalari ham muhim rol o'ynaydi. Ommaviy axborot vositalari yoki siyosiy kuchlar tomonidan odamlarning fikrini boshqarish, propaganda va dezinformatsiya orqali amalga oshiriladi. Buning natijasida jamoatchilik fikri sun'iy tarzda o'zgartirilishi mumkin.

Bu nazariyalar jamoatchilik fikrining noto'g'ri yoki bir tomonlama ma'lumotlar orqali manipulyatsiya qilinishini tushuntiradi. Ular, odatda, siyosiy kompaniyalarda va ommaviy axborot vositalari tomonidan amalga oshiriladigan strategiyalar bilan bog'liq.

Internet va ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi jamoatchilik fikrini shakllantirish jarayonida yangi o'zgarishlarga olib keldi. Ijtimoiy tarmoqlar, bloglar, forumlar va boshqa raqamli platformalar orqali odamlar fikr almashish jarayonida ishtirok etishlari mumkin. Shu bilan birga, ularning fikrlarini shakllantirishda algoritmlar, reklama tizimlari va raqamli ma'lumotlar tahlili muhim ahamiyatga ega.

Algoritmlar odamlar qiziqadigan va ularga mos bo'lgan kontentni tanlaydi, bu esa ularning dunyoqarashini toraytirishi va jamoatchilik fikrini bir tomonlama shakllantirishga olib kelishi mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlar va internet platformalarida foydalanuvchilar ko'pincha o'z fikrlariga mos keladigan kontent va odamlar bilan muloqot qilishadi. Bu esa jamoatchilik fikrining bir tomonlama bo'lishiga olib keladi, chunki odamlar faqat o'zlarining mavjud fikrlarini tasdiqlaydigan ma'lumotlar bilan o'rtoqlashadi.

Jamoatchilik fikrini o'rganishda tadqiqot metodlari ham rivojlangan. So'rovlar, eksperimentlar, fokus-guruhlar va ijtimoiy tarmoqlardagi ma'lumotlar tahlili orqali jamiyatdagi turli fikrlar o'rganiladi. Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi bu jarayonni sezilarli darajada tezlashtirdi va osonlashtirdi.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Antik davrda jamoatchilik fikrini yoritib bering
2. O'rta asrlarda jamoatchilik fikri to'g'risidagi qarashlarni gapirib bering
3. J.Solsberi "jamoatchilik fikri" haqida fikrlarini tushuntirib bering
4. Jamoatchilik fikrining zamonaviy nazariyalari haqida gapirib bering

Test savollari:

1. "Olomon psixologiyasi" avtorini ko'rsatib o'ting.
 - a) Tard
 - b) Makiavelli

c) G.Lebon

d) Gegel

2. Nemis klassik falsafasining qaysi vakillari jamoatchilik fikri masalasiga to'xtalib o'tganlar?

a) Feyerbax va I.Kant

b) I.Kant va Gegel

c) Gegel va Russo

d) Feyerbax va Gegel

3. Gegel o'zining qaysi asarida jamoatchilik fikrini nazariy tahlil qilib o'tadi?

a) Davlat

b) Huquq falsafasi

c) Siyosat

d) Etika

4. Fikr, bilim va e'tiqod haqidagi ta'limot asoschisini ko'rsating.

a) Makiavelli

b) G.Lebon

c) I.Kant

d) Gegel

5. Qaysi asarda Aflotun jamoatchilik fikri masalasini ko'rib chiqqan?

a) "Davlat"

b) "Huquq falsafasi"

c) "Siyosat"

d) "Etika"

6. Olomon psixologiyasini qarab o'tgan sotsiolog olimlarni aniqlang.

a) F.Tyonnis va R.Park

b) I.Kant va Gegel

c) G.Tard va G.Lebon

d) I.Kant va T.Mor

7. Makiavellining jamoatchilik fikri masalasi haqida to'xtalib o'tgan asari – ...?

a) "Huquq falsafasi"

b) "Hukmdor"

c) "Siyosat"

d) "Etika"

8. Jamoatchilik fikri fenomeni qaysi davrga kelib ommalashgan?

a) XVIII asrning 2-yarmida

b) XIX asrning oxirida

c) XX asrning 2-yarmida

d) XVII asrning boshlarida

9. I.Kant fikrga qanday ta'rif beradi?

a) fikr – xalq istak-xohishi

b) fikr – haqiqatni anglashning beqaror bir pog'onasigina xolos

c) fikr – ma'lum bir ijtimoiy ehtiyojlarning aksi

d) fikr – jamoa ongining holatlaridan biri

10. Quyidagi asarlarning qaysi biri Jan Jak Russoga tegishli?

a) «Materializm tarixi borasidagi ocherk»

b) "Ijtimoiy shartnoma to'g'risida"

c) "Siyosat"

d) "Ijtimoiy fikrning tashkil topishi"

Mustaqil ta'lim mavzulari:

1. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasining rivojlanish bosqichlari
2. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasining tarixiy ildizlari
3. Aflotun jamiyat boshqaruvida jamoatchilik fikrining roli haqida
4. Angliyada "jamoatchilik fikri" tushunchasining ilk qo'llanilishi
5. Nemis klassik falsafasi jamoatchilik fikri haqida (Kant, Gegel)
6. Hozirgi zamon G'arb sotsiologiyasi jamoatchilik fikri fenomeni haqida (G.Tard, Lebon)

3-MAVZU. "JAMOATCHILIK FIKRI" TUSHUNCHASI, MAZMUN-MOHİYATI VA STRUKTURASI

REJA:

1. Jamoatchilik fikri tushunchasi, mazmun-mohiyati
2. Jamoatchilik fikrini ta'riflashda yondashuvlar xilma-xilligi
3. Olomon, jamoatchilik va omma
4. Fikr, munosabat, ifoda, o'y tushunchalarining qiyosiy tahlili
5. Jamoatchilik fikri ommaviy ong shakli sifatida
6. Jamoatchilik fikrining strukturasi

Tayanch atamalar: : *Jamoatchilik fikri, olomon, omma, struktura, ijtimoiy ong, kompetentlik, ijtimoiy manfaat, jamoa, jamoatchilik, kollektiv qarori, xulq-atvor, materializm.*

Jamoatchilik fikri tushunchasiga ta'rif: Jamoatchilik fikri tushunchasiga bir nechta ta'riflar berilgan. Ishchi ta'rif sifatida quyidagini keltirish mumkin: jamoatchilik fikri jamiyat yoki uning tarkibiy qismlari uchun muhim bo'lgan muammolar yuzasidan ijtimoiy ongning ommaviy tarzda ifodalangan, shartli va o'zgaruvchan holatidir.

Jamoatchilik fikri ijtimoiy ongning o'ziga xos namoyon bo'lish shakli bo'lib, u (og'zaki yoki yozma) baholarda aks etadi va katta ijtimoiy guruhlarining (avvalambor, xalqning) voqelikdagi dolzarb muammolarga aniq (yoki yashirin) munosabatlarini ifodalaydi.

"Jamoatchilik fikri" fenomeni uzoq o'tmishlardan beri donishmandlarni qiziqtirib kelgan. Makiavelli o'zining "Hukmdor" asarida ushbu fenomenning o'ta muhimligiga e'tibor qaratgan. Aynan ushbu ibora sifatida esa ingliz davlat namoyandasi va yozuvchi Jon Solsberi qo'llagan. Ushbu iboraning kelib chiqishi uning nomi bilan bog'liq hisoblanib, 1159-yilda Solsberining ma'ruzasida ilk bora ishlatilgan. Boshqa davlatlarga ham kirib kelib, XVIII asrda ommalashgan.

Gegel jamoatchilik fikri haqida o'zining "Huquq falsafasi" asarida shunday deydi: Alohida shaxslar ko'pchilikning ishlaridan o'zining fikriga ega bo'ladilar va undan kelib chiqib maslahatlar beradilar. Bunday subyektiv ozodlik jamoatchilik fikrining namoyon bo'lishi sifatida

ifodalanadi. Bunday ozodlik faqatgina davlatga bo'ysunmagan xususiy (individual va guruhiiy) manfaatlar, ya'ni fuqarolik jamiyatini tashkil etuvchi munosabatlar doirasining mavjudligida rivojlanadi. U, shuningdek, bir qancha struktural elementlarni ham ta'kidlab o'tgan: 1) jamoatchilik fikrining mavjud bo'lishi uchun shart-sharoitlar, 2) jamoatchilik fikrining obykti (mazmuni), 3) jamoatchilik fikrining tashuvchisi, 5) "umumiy" va "xususiy" fikrlar, haqiqat va yolg'on elementlarining namoyon bo'lishida o'zaro moslik va "qarama-qarshilik" mutanosibliigi.

Olomon, jamoatchilik va omma tushunchalari bir-biriga o'xshash bo'lsa-da, ular orasida muhim farqlar mavjud. Har biri o'ziga xos ijtimoiy, psixologik va madaniy jihatlarni o'z ichiga oladi. Keling, har birini batafsil tahlil qilaylik.

1. *Olomon*. Olomon (fransuzcha: "la foule") – bu ijtimoiy guruhni ifodalovchi atama bo'lib, uning tarkibida o'zaro aloqalar yo'q va a'zolarining biror bir umumiy maqsadi yoki qiziqishi bo'lmaydi. Olomon, ko'pincha vaqtinchalik, intizomsiz va tartibsiz bo'lib, odamlar bir-biriga aloqasiz, faqat biror hodisa yoki voqea yuzasidan vaqtincha bir joyga to'planadi. Masalan, stadionda sport musobaqasiga kelgan tomoshabinlar, ko'cha to'kilganida yig'ilgan odamlar – bular olomonning misollaridir.

Olomonning psixologik xususiyatlaridan biri – konsentratsiyaning yo'qligi. Ularning o'zaro muloqoti juda past bo'lib, har biri o'z fikrini ifodalaydi, lekin birgalikda bir maqsadga erishishga intilmaydi. Bu shuningdek, olomonning davlatni yoki boshqaruvni talab qiluvchi ijtimoiy tuzilmalardan farq qiladi, chunki olomon ko'pincha shaxsiy manfaatlar bilan cheklanadi va uni boshqarish qiyin.

2. *Jamoatchilik*. Jamoatchilik (yoki "publika") — bu kengroq va biror ijtimoiy faoliyatga yo'naltirilgan odamlar to'plami bo'lib, ular o'zaro aloqada bo'lishadi va umumiy qiziqish yoki maqsadga ega bo'lishi mumkin. Jamoatchilikning ajralib turadigan xususiyati shundaki, undagi odamlar, biror masala yoki hodisa haqida fikr yuritadi, qarorlar qabul qiladi, o'z fikrlarini bildirishadi. Buning eng yaqqol misoli - mediya orqali shakllangan jamoatchilik, ya'ni ommaviy axborot vositalari (televideniye, radio, internet) orqali kengaygan auditoriya, davlat siyosati, ijtimoiy masalalar haqida munosabat bildiradigan shaxslar.

Jamoatchilik – tartibga solinadigan guruh bo‘lib, uning a‘zolari faoliyatida ijtimoiy mas‘uliyatni his qilishadi. A‘zolar o‘z fikrlarini ifodalash orqali siyosiy, iqtisodiy yoki madaniy masalalarga ta‘sir ko‘rsatishga harakat qiladilar. Jamoatchilikning o‘ziga xos jihatlaridan biri shundaki, u mavjud ijtimoiy tartiblarni saqlashga intiladi va ko‘pincha o‘zaro mas‘uliyatni his qiladi.

3. *Omma*. Omma (arabcha: “ummah”) – bu ijtimoiy tuzilma bo‘lib, u ko‘pincha biror millat, din yoki etnik guruhga mansub bo‘lgan odamlarni ifodalaydi. Omma a‘zolari, odatda, o‘zlarining tarixiy, madaniy, diniy yoki ijtimoiy birligini qadrlaydilar va ular uchun umumiy qadriyatlar, an‘analar mavjud. Omma nafaqat o‘zaro aloqada bo‘lgan, balki o‘zlarini bir butun sifatida ko‘rib, umumiy manfaatlar va qadriyatlar asosida birlashgan guruhdir.

Ommaning xususiyatlaridan biri – muayyan bir me‘yor va qadriyatlar asosida birlashish. Omma o‘zaro bir-birini qo‘llab-quvvatlashni, ijtimoiy himoyani va o‘zaro yordamni ta‘minlashni maqsad qilgan ijtimoiy tuzilmadir. Ular o‘zaro ahloqiy va diniy qadriyatlarni qo‘llab-quvvatlashadi va umumiy manfaatlarini ilgari surishadi. Omma a‘zolarining o‘zaro aloqalari yanada chuqurroq bo‘lib, ular bir-biriga yanada ko‘proq ta‘sir ko‘rsatadilar.

Farqlarni yoritish:

Olomon vaqtincha to‘planib, o‘zaro aloqasiz bo‘lgan odamlar guruhini ifodalaydi. Ularning birlashishi tasodifiy va qisqa muddatli, ular o‘rtasida umumiy maqsad yoki qiziqish mavjud emas.

Jamoatchilik esa o‘zaro aloqaga ega, biror maqsadga intiladigan va ijtimoiy mas‘uliyatni his qiladigan guruhni ifodalaydi. Jamoatchilikning o‘ziga xos jihati shundaki, u ijtimoiy, siyosiy yoki madaniy masalalarga qarashli fikrlarni bildiradi.

Omma, ko‘pincha din, millat yoki madaniyatga asoslangan, o‘zaro aloqalar va qadriyatlar orqali birlashgan, mustahkam va uzoq muddatli ijtimoiy tuzilmani ifodalaydi. Jamoatchilik fikriga turli mazmun va mohiyat berilgan, chunki u ijtimoiy ongning jamiyat sinflari va ijtimoiy guruhlarining manfaatlari, kayfiyati va his-tuyg‘ularining real holatini aks ettiradi. Jamoatchilik fikri, ijtimoiy ongning ma‘lum bir tarixiy davr kesimida yuzaga kelgan konkret holatini ifodalaydi. U borliqning ma‘lum

jihatlariga, jarayonlariga e'tibor qaratadi. Jamoatchilik fikrining mazmun-mohiyati – ijtimoiy guruh, sinf yoki xalqning bu jarayonlarni aks ettirishi, anglashlari, o'z manfaatlaridan kelib chiqib baholarini bildirishi ko'rsatkichi hisoblanadi. Jamoatchilik fikri va ijtimoiy ong o'zaro murakkab aloqadagi tushunchalardir. Ijtimoiy ong, olimlarning fikriga ko'ra – real ijtimoiy borliqni, tarixiy jarayonlarni aks ettiruvchi nazariyalar, g'oyalar, qarashlar yig'indisidir. Ular insonlarning hayot tarzining ma'lum moddiy shart-sharoitlardan kelib chiqadi. Ijtimoiy ongning real mazmun-mohiyati strukturalari juda murakkabdir. Unda bir necha shakllar ajratiladi. Ko'pgina hollarda bu shakllar sifatida siyosiy g'oyalar, huquqiy ong, axloq-odob, fan, san'at, din, falsafa, ekologiya, iqtisod va shu kabi qarashlar qaraladi. Bu shakllar voqelikni aks ettirishda, rivojlanishining o'ziga xos xususiyatlariga qarab, avvalo predmetiga ko'ra farqlanadi. Ongning har bir shakli voqelikning ma'lum bir tomonini aks ettiradi: masalan, axloq-odob jamiyatda inson xulq-atvorining me'yorlari, uni boshqaruvchi tamoyillarni, fan tabiat va jamiyat qonuniyatlarini, siyosiy mafkura siyosiy munosabatlarni (davlat, sinfiy, milliy va boshqalar) e'tibor qaratadi.

Jamoatchilik fikrini ijtimoiy ongning hech qanday shakli bilan unifikatsiyalash mumkin emas. Jamoatchilik fikrining predmetini alohida shakl doirasiga kiritishning imkoni yo'q, chunki jamoatchilik fikri siyosat va huquq, axloq-odob va san'at, fan va din kabi turli masalalar doirasida shakllanishi mumkin. Shu bois, jamoatchilik fikri ijtimoiy ongning alohida shakli sifatida tan olinishi mumkin, chunki o'zining predmetiga qarab u barcha shakllarni o'z ichiga oladi.

Jamoatchilik fikrini ijtimoiy jamoadagi individlar va guruhlarning ijtimoiy hayot masalalariga bo'lgan munosabatlari sifatida ta'riflash mumkin. Dastlab, u biror shakldagi fikr sifatida, keyinchalik esa harakat sifatida namoyon bo'ladi. Jamoatchilik fikri nisbatan tarqalish darajasiga, intensivligiga, ishonchlilikiga va stabilligiga ko'ra boshqalardan farq qiladi. Ushbu xususiyatlar jamoatchilik fikrining obykti va subyektiga bog'liqdir.

Jamoatchilik fikrining vujudga kelishining uchta muhim jihati mavjud:

Jamoatchilik fikri muhim amaliy ahamiyatga ega bo'lgan masalalar asosida shakllanadi. Bunda insonlarning ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy va ma'naviy manfaatleri asosida qurilgan masalalar va muammolar xalq muhokamasiga qo'yiladi. Bu, birinchi jihat sifatida, jamoatchilik fikrining shakllanishiga olib keladi.

Jamoatchilik fikri ko'pgina hollarda asosan bahs-munozarali va bizning manfaatlarimizni aks ettiradigan siyosat, huquq, axloq-odob yoki san'at borasidagi masalalarga aloqador bo'ladi. Baholashda, tasniflashda xilma-xillikka olib keluvchi, ya'ni bahs-munozarali holatni aks ettiruchi ijtimoiy ong shakllari, masalalarni asosan jamoatchilik fikri predmeti bo'lib keladi. Bu – ikkinchi jihat.

Jamoatchilik fikrining uchinchi jihati – bu kompetentlik darajasi, ya'ni masalani ko'rib chiqishda va unga munosabat bildirishda yetarli darajada unda xabardorlik, bilim va malakalilik talab qilinadi.

Jamoatchilik fikrining mohiyati va tarkibi juda muhim masala. Bu borada quyidagi jihatlarni ko'rib chiqish mumkin:

Birinchi jihat, ko'rib chiqilayotgan fenomen ma'lum insonlar guruhining bu obyekt yoki masala bo'yicha konkret xulosasi va tafakkuri mahsulidir.

Ikkinchi jihat, ijtimoiy manfaatlar va ehtiyojlar jamoatchilik fikrining shakllanishida saralash kriteriyasi sifatida xizmat qiladi.

Uchinchidan, insonlarning ommaviy fikrlashi turlicha obyektivlik (haqqoniylik) darajasiga ega, ya'ni fikrlar ilmiy bilimlar asosida ham, yolg'on fikrlar, xato tasavvurlar asosida ham shakllanishi mumkin. Obyektiv ma'lumotlar yetishmaganda insonlar uni mish-mish, intuitsiya va shu kabilar bilan to'ldiradi. Qat'iy ilmiy asosga ega bo'lmagan jamoatchilik fikri xato bo'lishi mumkin. Ilmiy tanqid tafakkuri ko'pincha jamoatchilik fikri sifatida talqin etilgan xurofot bilan almashtiriladi.

To'rtinchidan, mazkur fenomen insonlarning xulq-atvorini, amaliy faoliyatini boshqaruvchi o'ziga xos kuch sifatida namoyon bo'ladi. "Moddiy" boshqaruvchi kuch sifatida namoyon bo'lib, u ijtimoiy ongning aktiv, ya'ni salmoqli qismiga taalluqli bo'ladi. Jamoatchilik fikri bunda nafaqat insonlarning u yoki bu masala bo'yicha ma'lum darajadagi bilim ko'rsatkichini aks ettiradi, balki ularning fikr obyektiga nisbatan oqilona, hissiy va irodali komponentlar birikuvidan iborat aktiv munosabatini

fiksatsiyalaydi. Bu fenomen insonlar ongida mavjud bo'lib, qudratli ijtimoiy ta'sir vositasi sifatida ommaviy tarzda namoyon bo'ladi;

Beshinchidan, jamoatchilik fikri insonlar o'zaro ta'sirlashuvining individual fikrlarning oddiy jamlanmasidan farq qiluvchi yangicha sifat kasb etgan, o'ziga xos mahsuli, o'ziga xos fikrlar yigindisidir.

Xulosa qilib aytish mumkinki, har qanday guruh fikri jamoatchilik fikri bo'la olmaydi, faqat ijtimoiy qiziqish uyg'otgan, bahs-munozarali, kompetentli talablarga javob bera oladigan fikr jamoatchilik fikri bo'lishi mumkin. Uni bildiruvchilari sifatida esa sinflar, ijtimoiy qatlamlar, sinflar hamdo'stligi, xalq tan olinadi. Shunga ko'ra fikrni individual, guruhiy va jamoatchilik fikri singari toifalarga ajratish mumkin.

Jamoatchilik fikri shuningdek, iqtisodiy va ijtimoiy-siyosiy, mafkuraviy-axloqiy munosabatlar tizimidan tashqarida mavjud bo'la olmaydi. Chunki mazkur fenomenni tashkil etuvchi sotsial baholash ijtimoiy ahamiyat kasb etadi. G.V. Plexanov o'zining "Materializm tarixi borasidagi ocherk" asarida jamoatchilik fikrining ildizi sotsial muhitga, va oxir-oqibat iqtisodiy sohaga borib taqalishi haqida yozib o'tadi, unga ko'ra har qanday jamoatchilik fikri o'zini keltirib chiqargan ishlab chiqarish usulining eskirishi barobarida u ham eskiradi.

Jamoatchilik fikri tushunchasi ma'no-mazmun nuqtai-nazaridan "jamoat", "jamoatchilik", "fikir" so'zlarining mantiqiy uyg'unlashgan mahsulidir. Jamoatchilik fikrini to'g'ri va chuqur anglash uchun, ushbu terminlarning mohiyatini aniqlik bilan tushunish zarur. Fan va tadqiqotlarda jamoatchilik fikrining tarkibiy qismi bo'lgan "fikir" tushunchasi "tasavvur", "e'tiqod", "lafz", "fikir bildirish", "fikir birlikligi", "pluralizm" kabi sinonim tushunchalar sifatida ham talqin etiladi.

"Jamoatchilik" tushunchasi eng qadimgi davrlarda, xususan qadimgi Rim va Ellada davlatlari siyosatida muhim o'rin tutgan bo'lib, unga xalq fikri nuqtai-nazaridan qarab kelingan. Biroq, bu davlatlarda bu masalada differensial yondashuv ustunlik qilgan va aholining turli tabaqalarining turli fikrlari turlicha qabul qilingan. "Jamoatchilik" termini qadimgi Yunon va Rim davlatlarida "El, xalq maqsad-tilaklari", Germaniya, Fransiya va Angliyada "Ommaviy xohish-iroda", Polsha va Chexoslovakiyada "guruh", Rossiyada "yig'in fikr-yodi", sobiq ittifoqda esa "kollektiv qarori" tushunchalari bilan o'xshash tushunilgan.

Jamoatchilik fikri termini G'arbiy Yevropada Angliya huquq nazariyasi fanida qo'llanilgan bo'lib, so'ngra u Olmoniya, Fransiya va boshqa mamlakatlar ijtimoiy siyosiy hayotida keng ishlatila boshlangan.

XVII-XVIII asrlarda Angliya ijtimoiy hayotida mazkur muammo bir muncha tor tushunilib, asosan siyosiy fikrlar jamoatchilik fikri sifatida talqin etilib kelingan va mamlakat parlamentida qabul qilingan qarorlarga nisbatan xalqning qarshi yoki tarafdor kayfiyati jamoatchilik fikri sifatida talqin etilgan.

Jamoatchilik fikri XIX asrning oxirigacha huquqshunoslik fanining predmeti sifatida o'rganib kelingan bo'lsa, XX asrning boshlanishidan esa jamoatchilik fikri bilan ijtimoiy psixologiya fanining yirik namoyandalari shug'ullana boshlagan. Bular orasida G. Lebon, V. Baur, Ch. Kuli, U. Lippman va boshqa yirik mutaxassislarni kiritish mumkin.

Jamoatchilik fikrining strukturasi tahlil qilishda birinchi navbatda uning obyekt va subyekt masalalariga e'tiborni qaratish zarur. Jamoatchilik fikrining obyektini aniqlashda dastlab ikkita muammo e'tiborga molikdir.

1). Jamoatchilik fikrini unda aks ettirilayotgan voqelikning o'ziga xosligi nuqtai nazaridan tahlil etish. Boshqacha qilib aytganda, jamoatchilik fikri dunyodagi hamma narsa to'g'risida fikr qila olishi mumkinmi yoki uning mulohaza doirasi chegaralanganmi?

2). U yoki bu hodisa, jamoatchilik fikrining obyektiga aylanishining mezonlarini aniqlash, boshqacha aytganda, jamoatchilik fikrini uyg'otadigan obyekt qanday sifatlari, xususiyatlari bilan farqlanadi.

Birinchi savolga javob berar ekanmiz, avvalo shuni ta'kidlash kerakki, jamoatchilik fikrining obyekt sifatida obyektiv voqelik ham, subyektiv reallik faktlari ham bo'lishi mumkin. Ammo jamoatchilik fikri ma'lum darajada cheklangan bo'lib, faqat muayyan holatlarda jamoat mulohazalarining obyekt bo'lishi mumkin. Bu holatlar quyidagilar:

- a) voqea va hodisalar haqiqatan mavjud bo'lishi;
- b) voqea-hodisalar o'rtasida munosabatlar mavjudligi;
- c) voqea-hodisalarning odamlar ongida aks etishi.

Ushbu holatlar jamoatchilik fikri sotsiologiyasida "aniqlik chegarasi" deb ataladi. Bu chegaradan tashqaridagi hodisalar yoki voqealar haqida jamoatchilik fikri mulohaza yurita olmaydi. Demak, jamoatchilik

fikri faqat ijtimoiy ahamiyatga ega, ko'plab odamlar uchun muhim bo'lgan hodisalar va munosabatlarni aks ettirishga qaratilgan bo'ladi.

Endi jamoatchilik fikrining obyektini tanlash mezonlariga to'xtalamiz. Har qanday hodisa, voqea, jarayon yoki fakt jamoatchilik fikrining objekti bo'la olmaydi. Jamoatchilik fikrini shakllantirishda birinchi omil ijtimoiy manfaatdir, ya'ni bevosita ijtimoiy manfaatlarga ta'sir qiluvchi dolzarb hodisalar yoki narsalar. Chunki bunday holatlar kishilardan baholovchi munosabatni bildirishni talab qiladi. Ommaviy fikrning shakllanishi asosan "umumiy ish" bilan bog'liqdir. Jamoatchilik fikrining paydo bo'lishiga sabab bo'ladigan ikkinchi omil – munozaralilikdir. Boshqacha aytganda, faqat munozarali, bahsli holatga ega bo'lgan hodisalar jamoatchilik fikrining objekti bo'lishi mumkin. Jamoatchilik fikri har doim hali hal bo'lmagan masalalar bo'yicha shakllanadi va hech qachon aniq va so'zsiz masalalar bo'yicha paydo bo'lmaydi.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Jamoatchilik fikri tushunchasining mazmun-mohiyatini tushuntirib bering
2. Jamoatchilik fikri tushunchasining tarixiy ildizlari haqida gapirib bering
3. Jamoatchilik fikrining namoyon bo'lish xususiyatlari qaysilar hisoblanadi?
4. Jamoatchilik fikrining asosiy belgilari qaysilar?
5. Olomon va jamoatchilik tushunchalarini tushuntirib bering
6. Jamoatchilik va omma tushunchalari farqini tushuntirib bering

Test savollari:

1. "Jamoatchilik" termini qadimgi Yunon va Rim davlatlarida qaysi tushuncha sifatida tushunilgan?

- a) "el, xalq maqsad-tilaklari"
- b) "omma xohish-irodasi"
- c) "kollektiv qarori"
- d) "yig'in fikr-yodi"

2. “Jamoatchilik” termini ilgari Olmoniya, Fransiya va Angliyada qaysi tushuncha sifatida tushunilgan?

- a) “el, xalq maqsad-tilaklari”
- b) “omma xohish-irodasi”
- c) “kollektiv qarori”
- d) “yig’in fikr-yodi”

3. “Jamoatchilik” termini ilgari Polsha va Chexoslovakiyada qaysi tushuncha sifatida tushunilgan?

- a) “guruh”
- b) “omma xohish-irodasi”
- c) “kollektiv qarori”
- d) “yig’in fikr-yodi”

4. “Jamoatchilik” termini ilgari Rossiyada qaysi tushuncha sifatida tushunilgan?

- a) “el, xalq maqsad-tilaklari”
- b) “omma xohish-irodasi”
- c) “kollektiv qarori”
- d) “yig’in fikr-yodi”

5. “Jamoatchilik” termini sobiq ittifoqda qaysi tushuncha sifatida tushunilgan?

- a) “el, xalq maqsad-tilaklari”
- b) “omma xohish-irodasi”
- c) “kollektiv qarori”
- d) “yig’in fikr-yodi”

6. Jamoatchilik fikri strukturasi kognitiv elementi nimadan iborat?

- a) hissiyot
- b) xulq-atvor
- c) bilimlar
- d) baho

7. Jamoatchilik fikri strukturasi emotsional elementiga nimalar kiradi?

- a) hissiyot, kayfiyatlar
- b) hulq-atvor va faoliyat
- c) bilim va ko’nikmalar

d) baho va e'tiroz

8. Jamoatchilik fikri strukturasiining akseologik elementiga nimalar kiradi?

- a) emotsiyalar
- b) faoliyat namunalari
- c) ko'nikmalar
- d) baholar

9. "Jamoatchilik fikri" tushunchasi ilk marotaba qayerda qo'llangan?

- a) AQShda
- b) Angliyada
- c) Fransiyada
- d) Italiyada

10. "Jamoatchilik fikri – bu individual fikrlarning oddiy to'planishi emas, balki munozarali jarayonning mahsulidir" degan fikr kimga tegishli?

- a) F.Tyonnis
- b) Gegel
- c) E.Bogardus
- d) I.Kant

Mustaqil ta'lim mavzulari:

1. Olomon, jamoatchilik va omma tushunchalari nisbati (Park, Blumer, Mill)
2. Fikr, munosabat, o'y tushunchalarining qiyosiy tahlili
3. Fikr munosabatlarning maxsus masalalarga moslashuvi sifatida
4. Jamoatchilik fikri ommaviy ong elementi sifatida
5. Jamoatchilik fikrining boshqa ijtimoiy ong shakllari bilan aloqadorligi
6. Guruh fikri va jamoatchilik fikri

4-MAVZU. JAMOATCHILIK FIKRI OBYEKTI VA SUBYEKTI: ANIQLIK CHEGARALARI

REJA:

1. Jamoatchilik fikri obyekt va subyekti
2. Jamoatchilik fikri obyekt mezonlari
3. Jamoatchilik fikri subyekti masalasi
4. Ijtimoiy kayfiyat sotsial psixologik hodisa sifatida

Tayanch atamalar: Jamoatchilik fikri, obyekt, subyekt, individual fikr, jamoatchilik liderlari, ijtimoiy kayfiyat, yuquvchanlik, qaror qabul qilish jarayoni, ijtimoiy muloqot, ijtimoiy harakat.

Shuni ta'kidlash lozimki, jamoatchilik fikrining obyekt bo'lib, nafaqat ijtimoiy borliqning, obyektiv voqelikning faktlari va hodisalari – iqtisodiy jarayonlar, moddiy hayot sharoitlari, insonlarning faoliyatlari va hokazo, balki ijtimoiy ongning, subyektiv voqelikning fakt va hodisalari – axloqiy tasavvurlar, sotsiologik-psixologik jarayonlar, qadriyatlarining turli tizimlari va boshqalar ham bo'lishi mumkin.

Ijtimoiylik nuqtai-nazaridan qaraganda, obyektning bu ikki turi o'rtasida biror bir sezilarli farq yo'q: jamoatchilik fikri teng imkoniyatga ega va har ikkalasi haqida hukm chiqarish uchun teng intilishni namoyon etadi. Biroq sotsiolog-tadqiqotchi nuqtai-nazaridan bu kabi farqlanish gap obyektiv va subyektiv voqelik fikrlarini aks ettirish to'g'risida bevosita (to'g'ridan-to'g'ri) aks ettirish sifatida fikrlarning ahamiyatini baholash, uning aniqlik darajasi haqida boradigan bo'lsa, ko'zga tashlanadi. Xususan, aynan shu farqlanish tadqiqotchining ijtimoiy fikrning ifodalashdagi ma'lum obyektiv chegaralanish haqidagi prinsipial xulosaga olib boradi. Bu chegaralanish eng avvalo jamoatchilik fikrini aniqlash qobiliyatiga taalluqli. Masala shundaki, ijtimoiy borliq "tarkibi"ga jamoatchilik fikri "anglaydigan" va "anglamaydigan" elementlarni (faktlar, hodisalar) kurish mumkin. Agar mana shu elementlarni qandaydir faol kuchlar ko'rinishida tasavvur qilganimizda, ularning hammasi ham jamoatchilik fikrining obyekt bo'la olmaydi, deyish mumkin.

Jamoatchilik fikri bilan shug'ullanuvchi mutaxassislar bu ijtimoiy hodisaning murakkabligini ta'kidlashadi. Darhaqiqat, jamoatchilik fikrini tasvirlash va aniqlash mushkul, uni o'lchab bo'lmaydi. Lekin u har bir joyda mavjud bo'lib, uning ta'siri alohida shaxsning xatti-harakatida, omma xulq-atvorida va faoliyatida ham ko'rsatiladi. Jamoatchilik fikrining obyektini aniqlashda esa dastlab ikkita muammo e'tiborga molikdir:

Jamoatchilik fikrini unda aks ettirilayotgan voqelikning o'ziga xosligi nuqtai-nazaridan tahlil qilish zarur. Boshqacha aytganda, jamoatchilik fikri dunyodagi barcha narsalar haqida fikr yurita oladimi yoki uning mulohazalar doirasi chegaralanganmi?

Yoki bu hodisa jamoatchilik fikrining obyektiga aylanishining mezonlarini aniqlash, boshqacha qilib aytganda, jamoatchilik fikrini uyg'otadigan obyektning qanday xususiyatlari va sifatleri bilan farq qilishi haqida so'z boradi.

Birinchi savolga javob sifatida, avvalo shuni ta'kidlash kerakki, jamoatchilik fikrining obyektini bo'lib, ham obyektiv voqelik, ham subyektiv realik faktleri hisoblanishi mumkin. Shu bilan birga, jamoatchilik fikri ma'lum darajada cheklangan, ya'ni muayyan holatlarda jamoatchilik mulohazalarining obyektini bo'lishi mumkin. Bular:

- a) voqea va hodisalarning haqqoniy mavjudligi;
- b) voqea-hodisalar o'rtasidagi munosabatlar;
- c) voqea-hodisalarning kishilar ongida aks etishi.

Ushbu holatlar jamoatchilik fikri sotsiologiyasida "aniqlik chegarasi" deb ataladi. Bu "chegaradan" tashqarida bo'lgan narsalar haqida jamoatchilik fikri mulohazaga ega bo'la olmaydi.

Endi jamoatchilik fikrining obyektini tanlash mezonlariga to'xtalamiz. Duch kelgan har bir narsa, hodisa, voqea, jarayon yoki fakt ham birxil bo'lib jamoatchilik fikri obyektini bo'la vermaydi. Jamoatchilik fikrini uyg'otishning birinchi omili ijtimoiy manfaat bo'lib, bevosita manfaat tug'diradigan dolzarb hodisa yoki narsalar mulohazaga sabab bo'ladi. Chunki bunday holatlar kishilardan baholovchi munosabatni bildirishni talab etadi. Ommaviy fikrning shakllanishi asosan "umumiy ish" atrofida bo'ladi.

Jamoatchilik fikriga sabab bo'ladigan ikkinchi omil bu – munozaralidir. Boshqacha aytganda, faqat munozarali, bahsli holatlarga

ega bo'lgan hodisalar jamoatchilik fikri predmetiga aylanishi mumkin. Jamoatchilik fikri doimo hali hal bo'lmagan masalalar bo'yicha shakllanadi va hech qachon so'zsiz, aniq masalalar bo'yicha tug'ilmaydi.

Nihoyat, jamoatchilik fikrini uyg'otadigan uchinchi omil – malakalilikdir. Bu shuni anglatadiki, jamoatchilik faqat bilishi va tushunishi mumkin bo'lgan hodisalar jamoatchilikning obyekti bo'lishi mumkin.

Jamiyatda kim jamoatchilik deb atalishga va uning nomidan gapirish huquqiga ega, ya'ni jamoatchilik fikri subyekti hisoblanadi? Kimning nuqtai-nazari jamoatchilik fikri deb hisoblanishga da'vogarlik qiladi? Bir qarashda bu savol uncha qiyinga o'xshamaydi? Ammo u jamoatchilik fikri sotsiologiyasidagi eng murakkab va bahsli savollardan biridir. Uni hal etish ravshanki, jamoatchilik fikri subyekti rolini individ o'ynay oladimi yoki bu rol guruha, jamoaga, individlar majmuiga tegishlimi, degan masalani hal etishdan boshlanadi.

Muammoga birinchi yondashuvda hamma narsa ravshan bo'lib ko'rinadi: fikr jamoatchilikniki ekan, uning tashuvchisi jamiyat, jamoatchilik, ya'ni alohida individ emas, balki qandaydir guruh hisoblanadi. Tadqiqotchilarning hammasi bo'lmasa-da, ko'pchilik bu fikrga qo'shiladi. Shu bilan birga, individni jamoatchilik deb atash mumkin, degan fikr ham mavjud. Bu ayniqsa, shundagina ravshan bo'ladi, agar hozirgi jamiyatlarda o'zining faoliyati va jamiyatda tutgan o'rni jihatidan xalq nomidan gapirishga da'vogarlik qiladigan kishilarning katta guruhi mavjud bo'lsa, ular jamoatchilik liderlari (yulboshlari) bo'lishi mumkin: siyosiy arboblar, deputatlar, jamoat tashkilotlarining rahbarlari, professional jurnalistlar, yozuvchilar va boshqalar.

Individual fikrlar shubhasiz jamoatchilik fikri bo'la olmaydi va shuning uchun ham individ jamoatchilik fikri tashuvchisi deb tan olinishi mumkin emas. Boshqa tomondan, individ tomonidan aytilgan shaxsiy fikrlar o'zining obyekti jihatidan jamoatchilik manfaati bilan bog'langan bo'ladi, shu asosda jamoatchilik fikri tarkibiga kiradi. Bu esa individga boshqacha qarashga majbur qiladi. Garchi individ jamoatchilik fikri tashuvchi bo'lmasada, lekin uning ifodalovchisi bo'lishiga haqli. Aynan ana shu yerda yuqorida tilga olingan jamoatchilik liderlarining faoliyati namoyon bo'ladi. Ular tomonidan aytilgan fikrlar mazmunan jamoatchilik

fikri bilan mos kelishi kerak. Buning yordamida individual fikr asosida jamoatchilik fikri haqida bu yerda gap xalqning bevosita fikri haqida emas, balki uning vositali ifodalanishi haqida borayapti. Shuning uchun liderning individual fikriga ehtiyotkorlik bilan yondashmoq lozimdir. Liderning fikri bilan jamoatchilik fikrini bir fikr deb qaramaslik kerak.

Eng avvalo xalq nomidan gapirishga da'vogarlik qilayotgan liderlar amaliyotda ko'p hollarda hatto anglanmagan fikrlarni ifodalaydilar. Boshqacha aytganda, jamoatchilik liderlari shaxsiy nuqtai-nazariga ega bo'lib, fikrlarida nohaq bo'lishlari mumkin. Shuning uchun ham ular tomonidan aytilgan fikrlariga jamiyatda real mavjud bo'lgan fikrlar qiyofasidan kelib chiqib xulosa chiqarish kerak. Bir so'z bilan aytganda, individual fikrlarni tahlil etganda ularda ifodalangan jamoatchilik fikrining aniqligidagi nisbiylikni hisobga olish kerak.

Shunday qilib, individ faqat jamoatchilik fikrini ifodalashi mumkin, lekin uning subyeksi bo'lmaydi. Bu rol kimga tegishli? Ko'plab olimlar bu savolga javob sifatida "individuum yig'indisi" deb javob beradilar.

Masalan, E. Bogardusning fikricha, jamoatchilik fikri – bu individual fikrlarning oddiy to'planishi emas, balki munozarali jarayonning mahsulidir. Bu kabi nuqtai-nazarga qo'shilish mumkin. Lekin u ma'lum aniqlikni talab etadi.

Shu bilan birga "jamoatchilik fikri" so'zini teranroq tahlil etishga bo'lgan intilishlarni muvaffaqiyatli deb hisoblash mumkin. "Jamiyat", "jamoatchilik" yoki "jamoat" tushunchalarini bu muammoni yechish sifatida qarash mumkin. "Jamoatchilik fikri subyeksi – butun jamiyat hisoblanadi" degan tezis qoniqarli hisoblanadi va jamiyatning hamma a'zolarining yakdil fikri haqida borganda, yetarlidir. Agar "butun jamiyat" fikri bo'linadigan bo'lsa, agar u yoki bu masala bo'yicha bir qancha fikrlar, ko'pchilik fikri va ozchilik fikri paydo bo'lsa, u holda fikrlar subyeksi "butun jamiyat" fikri bilan qo'shib yuborish mumkin emas. Mana shu yuqoridagi fikr va mulohazalardan hamda tadqiqot maqsad va vazifalaridan kelib chiqib, jamoatchilik fikri subyektini jamoatchilik doirasida fikr uyg'ota olish qobiliyatiga ega bo'lgan fikr egasi va ifodalovchisi deb tushunish mumkin. Shu o'rinda, nisbiy ma'noda aytish mumkinki, jamoatchilik fikri subyeksi sifatida kichik guruhlar, jamoalar, millat, sinf va hatto jamiyat hisoblanishi mumkin.

Jamoatchilik fikri subyekti bo'lib u yoki bu umumiy belgilar bilan birlashgan insonlarning katta guruhlarini tushuniladi. Masalan, ma'lum bir davlatda, shaharda yashash yoki bir xil faoliyat turi bilan shug'ullanish va hokazo.

Jamoatchilik fikrining subyekti masalasi – ijtimoiy va siyosiy sohalarida keng muhokama qilinadigan, jamoatchilikning fikrlash va qarorlar qabul qilishdagi rolini tushunishga yordam beradigan mavzudir. Jamoatchilik fikri yoki publik fikr – bu o'zaro fikrlar va munosabatlarni, shuningdek, jamoa, jamiyat yoki umumiy guruhning ijtimoiy va siyosiy qarorlar yoki hodisalarga bo'lgan munosabatlarini ifodalaydi. Jamoatchilik fikrining subyekti esa, bu fikrlarni shakllantiruvchi, jamiyatning intellektual, ijtimoiy, madaniy va siyosiy jihatlarni aks ettiruvchi individual yoki guruhlardir.

Jamoatchilik fikri subyekti masalasi ko'plab ilmiy sohalarida, xususan, siyosatshunoslik, ijtimoiy psixologiya, madaniyatshunoslik va kommunikatsiya sohalarida muhokama qilinadi. Bu masala jamiyatda fikrlar va qarorlarning qanday shakllanishi, ularning ijtimoiy va siyosiy jarayonlarga ta'siri haqida chuqur tushuncha beradi. Keling, bu masalani akademik nuqtai nazardan to'liq yoritib chiqaylik.

Jamoatchilik fikri subyekti – bu fikrlar, qarorlar, munosabatlar yoki tavsiyalarni ishlab chiqish va ifodalashda faol ishtirok etadigan odamlar yoki guruhlar. Ular o'z fikrlarini ommaviy axborot vositalari, jamiyat yig'ilishlari, demonstratsiyalar, internet forumlari va boshqa kommunikatsiya kanallari orqali bildiradilar. Bu subyektlar:

Individual shaxslar: Jamoat fikrini shakllantirishda shaxslar muhim ahamiyatga ega, chunki ular o'z nuqtai nazarlarini boshqalar bilan bo'lishib, jamiyatdagi turli masalalar haqida o'z fikrlarini bildiradilar. Misol uchun, siyosiy liderlar, mutaxassislar yoki mashhur shaxslar omma fikrini yo'naltirishi va jamoatchilikning qarashlarini shakllantirishda muhim rol o'ynashi mumkin.

Guruhlar va tashkilotlar: Jamoatchilik fikri subyektlari sifatida muhim ahamiyatga ega bo'lgan tashkilotlar va guruhlar mavjud. Masalan, siyosiy partiyalar, ijtimoiy harakatlar, nodavlat tashkilotlar (NNT), tadqiqot markazlari va boshqalar. Ular o'z faoliyatlari orqali jamoatchilik fikrini shakllantiradi, o'z ta'sirini omma orasida tarqatadi.

Ommaviy axborot vositalari (OAV): Media kanallari (televideniye, radio, internet, matbuot) jamoat fikri subyektlaridan biri sifatida alohida ahamiyatga ega, chunki ular odamlarning fikrlarini o'zgartirish yoki shakllantirishda katta ta'sir ko'rsatadi. OAV orqali tarqatilgan yangiliklar, tahlillar, reklama va boshqa materiallar jamoat fikrini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi.

Jamoatchilik fikri subyekti bo'lish, faqatgina ma'lumot berish emas, balki jamoatchilikni qanday shakllantirish, qanday qarorlar qabul qilishni ta'minlashni ham anglatadi. Bu jarayonni quyidagi bosqichlarda tahlil qilish mumkin:

Ma'lumotlarning tarqalishi: Jamoatchilik fikri subyekti sifatida, har bir shaxs va tashkilot jamiyatga ma'lumot etkazish orqali o'z fikrini ifodalaydi. Bunday ma'lumotlar siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy yoki madaniy masalalar bilan bog'liq bo'lishi mumkin.

Munozara va bahs-munozara: Fikrlarning ochiq va erkin muhokamasi jamoatchilik fikri subyekti sifatini shakllantiradi. Muammo yoki mavzu yuzasidan turli nuqtai nazarlar va qarashlar bilan bahs-munozaralar jamoatchilik fikrining dinamikasini tashkil etadi.

Jamoatchilikning javobi va aks-sadolar: Fikrlar va qarorlar omma tomonidan qanday qabul qilinadi? O'zgarishlar va ta'sirlar jamoatchilik fikrining evolyutsiyasini belgilaydi. Jamoatchilik fikrining subyektlari bu javoblarni eshitib, o'z pozitsiyalarini qayta ko'rib chiqishlari mumkin.

Normativ ta'sir: Jamoatchilik fikri subyektlarining bir qismi jamiyatning ijtimoiy me'yorlari, qabul qilingan qadriyatlar va normativ tuzilmalarni hurmat qiladi. Bu masalada o'z fikrini bildirishda bazi subyektlar ijtimoiy yoki siyosiy qonunlarga va qoidalarga rioya qilishlari kerak.

Ijtimoiy kayfiyat sotsial-psixologik hodisa bo'lib, u ijtimoiy guruh yoki jamiyatda keng miqyosda paydo bo'lgan hissiy holatlar majmuasini anglatadi. Bu hodisa psixologiyada odamlarning kollektiv tajribalariga, hissiyotlariga va munosabatlariga asoslangan ommaviy kayfiyat sifatida o'rganiladi. Ijtimoiy kayfiyat turli omillarning o'zaro ta'siri natijasida paydo bo'lib, ijtimoiy va siyosiy jarayonlarga kuchli ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Ijtimoiy kayfiyat ko'plab sotsial-psixologik nazariyalar doirasida o'rganiladi. Garchi bu hodisaga bo'lgan yondashuvlar har xil bo'lsa-da, ularning barchasi bir xil asosiy tamoyillarga tayangan:

- Yuquvchanlik: Guruhdagi kayfiyat bir kishidan boshqalarga "yuqadi". Tajriba va his-tuyg'ular orqali odamlar o'zaro bir-birlarining kayfiyatlarini sezib, bu kayfiyatni qabul qilishadi.

- Qaror qabul qilish jarayonlari: Guruh a'zolari birgalikda muhim ijtimoiy yoki siyosiy qarorlarni qabul qilish jarayonida ijtimoiy kayfiyatga katta ta'sir ko'rsatadi. Kayfiyat guruhning umumiy pozitsiyasini shakllantirishga yordam beradi.

- Normativlik: Guruhda umumiy qabul qilingan normativ qadriyatlar yoki me'yorlar mavjud bo'ladi, bu esa guruh a'zolarining his-tuyg'ulari va kayfiyatiga ta'sir etadi.

Ijtimoiy kayfiyatning shakllanishi va rivojlanishi bir necha bosqichlardan iborat:

- Tashqi omillar ta'siri: Ijtimoiy kayfiyat odatda tashqi omillarga javoban shakllanadi. Masalan, siyosiy voqealar, iqtisodiy qiyinchiliklar, ijtimoiy adolatsizlik yoki madaniy hodisalar Ijtimoiy kayfiyatni belgilab beradi.

- Ommaviy axborot vositalarining roli: Ijtimoiy kayfiyatni shakllantirishda ommaviy axborot vositalari, ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar katta rol o'ynaydi. Axborotning tez tarqalishi va katta auditoriyaga yetkazilishi kayfiyatni tez shakllantirish va tarqatishda muhim ahamiyatga ega.

- Ijtimoiy muloqot: Odamlar o'zaro muloqot qilib, tajribalari va his-tuyg'ulari bilan o'rtoqlashadilar. Bu muloqotlar orqali shaxsiy kayfiyat umumiy kayfiyatga aylanishi mumkin.

Ijtimoiy kayfiyat ijtimoiy jarayonlarga chuqur ta'sir ko'rsatadi. U siyosiy qaror qabul qilish jarayonlarida, ijtimoiy harakatlarda va iqtisodiy o'zgarishlarda muhim rol o'ynaydi. Quyida uning ba'zi ta'sir sohalariga misollar keltirilgan:

Ijtimoiy kayfiyat siyosiy jarayonlarga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Masalan, siyosiy voqealarga nisbatan ijobiy yoki salbiy kayfiyat saylov natijalariga, siyosiy rahbarlarning mashhurligiga va hatto siyosiy tizimning barqarorligiga ta'sir qilishi mumkin.

Ijtimoiy kayfiyat iqtisodiy faoliyatga ham ta'sir qiladi. Bozor ishonchi, iste'molchilar va investorlarning kayfiyati iqtisodiy barqarorlik va o'sishga ta'sir qilishi mumkin.

Misol: 2008-yilgi global moliyaviy inqiroz paytida iste'molchilar kayfiyatining pasayishi butun dunyo iqtisodiyotiga ta'sir ko'rsatib, sarflashni kamaytirgan va iqtisodiy o'sishni sekinlashtirgan.

Ijtimoiy kayfiyat ommaviy harakatlar, noroziliklar yoki jamoatchilik qo'llab-quvvatlashi kabi ijtimoiy harakatlarga turtki berishi mumkin.

Misol: Greta Tunbergning iqlim o'zgarishi masalalari bo'yicha global harakati yoshlar orasidagi tashvish kayfiyatini ifodalab, katta miqyosdagi ijtimoiy harakatga aylangan.

Ijtimoiy kayfiyat quyidagi asosiy omillarning o'zaro ta'siri natijasida yuzaga keladi:

- Ijtimoiy-siyosiy omillar: Siyosiy qarorlar, hukumatning harakatlari va ijtimoiy adolat masalalari jamiyat kayfiyatini belgilovchi omillardan biridir.

- Iqtisodiy omillar: Ishsizlik darajasi, inflyatsiya, iqtisodiy rivojlanish kabi ko'rsatkichlar ham odamlarning jamoaviy kayfiyatini shakllantiradi.

- Madaniy va axloqiy omillar: Madaniy qadriyatlar va axloqiy me'yorlar jamiyatdagi kayfiyatning asosi bo'lib, guruhlar o'rtasidagi hamjihatlikni yoki ziddiyatlarni kuchaytirishi mumkin.

Axborot oqimi va OAV: Ijtimoiy kayfiyatning shakllanishida ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlar muhim ahamiyatga ega. Ular kayfiyatning rivojlanishiga va tarqalishiga ta'sir ko'rsatadi. Sotsiologlar va psixologlar bu kayfiyatni tahlil qilish orqali jamiyatdagi umumiy o'zgarishlar va kelgusi jarayonlarni aniqlashga harakat qilishadi. Bu jarayon siyosatchilar, iqtisodchilar va boshqa mutaxassislar uchun ham muhimdir.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Jamoatchilik fikri obyektini gapirib bering
2. Jamoatchilik fikri subyektini tushuntirib bering
3. Jamoatchilik fikri obyektini me'zonlari qaysilar?

4. Jamoatchilik fikri subyekti – sotsial jamoalar haqida to'liq ma'lumot bering

5. Jamoatchilik fikri strukturasi misollar orqali tushuntirib bering

Test savollari:

1. Jamoatchilik fikrining “aniqlik chegarasi” nechta?

a) 5 ta

b) 4 ta

c) 3 ta

d) 6 ta

2. Jamoatchilik fikrining “aniqlik chegaralari” qaysi javobda to'g'ri ko'rsatilgan?

a) individual, guruh, ommaviy va ijtimoiy

b) voqea-hodisalarning mavjudligi, ular o'rtasidagi aloqadorlik, ularning kishilar ongida aks etishi

c) dolzarblilik, munozaralilik, malakalilik

d) voqea-hodisalarning realligi, dolzarbligi, munozaraliligi va kishilar ongida aks etishi

3. Jamoatchilik fikri subyektlari qaysi javobda to'g'ri keltirilgan?

a) har bir shaxs, oila

b) guruh, jamoa, millat, sinf

c) guruh, oila, mahalla

d) individ, guruh, jamiyat

4. G.V.Plexanov o'zining qaysi asarida jamoatchilik fikrining ildizi sotsial muhitga, va oxir-oqibat iqtisodiy sohaga borib taqalishi haqida yozib o'tadi?

a) “Materializm tarixi borasidagi ocherk”

b) “Davlat”

c) “Siyosat”

d) “Etika”

5. E.Bogardus jamoatchilik fikriga qanday ta'rif beradi?

a) jamoatchilik fikri – halq istak-xohishi

b) jamoatchilik fikri – haqiqatni anglashning beqaror bir pog'onasigina xolos

c) jamoatchilik fikri – ma'lum bir ijtimoiy ehtiyojlarning aksi

d) jamoatchilik fikri – jamoa ongining holatlaridan biri

6. Ijtimoiy kayfiyat qanday psixologik holatlarni aks ettiradi?

a) O'z-o'ziga ishonch

b) Ijtimoiy birlik

c) Fikrlarning birligi

d) Barchasi

7. Ijtimoiy tarmoqlar ijtimoiy kayfiyatga qanday ta'sir ko'rsatadi?

a) Salbiy

b) Ijobiy

c) Ikkala ham

d) Ta'siri yo'q

8. Ijtimoiy kayfiyatni o'rganishda qaysi metodlar qo'llaniladi?

a) So'rovnomalar

b) Intervyular

c) Eksperimentlar

d) Barchasi

9. Ijtimoiy kayfiyat kimlar orasida ko'proq namoyon bo'ladi?

a) Yoshlar

b) O'rta yoshlilar

c) Keksalar

d) Barchasi

10. Ijtimoiy kayfiyatni shakllantiruvchi eng muhim omil nima?

a) Ijtimoiy birlik

b) O'zaro aloqa

c) Mediaga qarash

d) Shaxsiy tajribalar

Mustaqil ta'lim mavzulari:

1. E.Bogardusning jamoatchilik fikriga ta'rifi
2. G.V.Plexanovning jamoatchilik fikri haqidagi qarashlari
3. Jamoatchilik fikrining regulativ va tarbiyaviy funksiyalari, ularning o'zaro aloqadorligi
4. Jamoatchilik fikri funksiyalarining ifodalanish shakliga ko'ra turlari
5. Jamoatchilik fikrining pozitiv va negativ funksiyalari

5-MAVZU. XORIJDA JAMOATCHILIK FIKRI TADQIQOTLARINING VUJUDGA KELISHI VA RIVOJLANISHI

REJA:

1. AQShda jamoatchilik fikrini o'rganishning yo'lga qo'yilishi
2. Germaniya jamoatchilik fikri instituti
3. Fransiyada ilk jamoatchilik fikrini o'rganish markazi
4. Buyuk Britaniya va Yaponiyada jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlarining o'ziga xos jihatlari
5. Rossiya jamoatchilik fikrini o'rganish markazlari

Tayanch atamalar: Jamoatchilik fikri, siyosiy partiya, sotsiologik yondashuv, statistik ma'lumot, tahlil, tadqiqot, so'rovnoma, telefon so'rovnoma, fokus guruh, institut, metod, intervyu.

Jamoatchilik fikrini amaliy sotsiologik o'rganish AQShda XIX asrda jamoaning saylovlar, partiyalarning raqobati va bozor muammolari hamda siyosiy masalalar bilan bog'liq axborot olish ehtiyoji bilan boshlangan. XX asrda esa jamoatchilik fikri sotsiologiyasi boshqa soha sotsiologiyalari orasida o'zining muhim o'rini egalladi. Jamoatchilik fikri sotsiologiyasini o'rganishning eng ko'p amaliy markazlari hozirgi davrda AQShning ko'pgina shtatlarida mavjud. Ular orasida Jorj Gellapning oldin firma sifatida faoliyat ko'rsatgan xalqaro tarmog'i dong taratdi. Yevropada esa Germaniyadagi Demoskopiya instituti katta mashhurlikka ega bo'lib, bu institutga ko'p yillar davomida E.Noell rahbarlik qilgan. Institutning asosiy vazifasi jamoatchilikning ijtimoiy va siyosiy fikrini tahlil qilish va ommaviy fikrni o'rganish orqali turli statistik ma'lumotlarni yig'ishdan iborat. moatchilik fikrini o'rganish metodlari Germaniyada XX asrning o'rtalarida jadal rivojlana boshladi. Ikkinchi jahon urushidan so'ng, davlat va siyosiy partiyalar jamoatchilik fikriga tayanishga majbur bo'ldi. Shundan so'ng turli so'rovlar yordamida ommaning fikrini to'plash va unga tayanib qaror qabul qilish odati shakllandi.

Bu sohadagi eng mashhur tadqiqot uslubi so'rovnoma usuli bo'lib, bu uslubda ijtimoiy so'rovlar o'tkazilib, respondentlarning fikrlari yozib olinadi va statistika shaklida tahlil qilinadi. Germaniya jamoatchilik fikri

institutlari tomonidan qo'llaniladigan boshqa usullar qatoriga esa fokus guruhlar, intervyular va telefon so'rovlari kiradi.

Demoskopiya instituti asosiy tadqiqot usuli sifatida kvantitativ so'rovlarni qo'llaydi. U o'z tadqiqotlarida nemis aholisining turli ijtimoiy, siyosiy va iqtisodiy masalalarga munosabatini aniqlash maqsadida katta hajmdagi respondentlardan ma'lumot oladi. Institut har yili keng ko'lamli so'rovlar o'tkazadi, ular siyosiy partiyalarga ishonch, demokratiya haqidagi fikrlar, muhojirlik siyosati va ijtimoiy farovonlik masalalari bo'yicha bo'lishi mumkin. Masalan, 2017-yilda Allensbach o'tkazgan so'rovlar natijasida nemis aholisining ko'pchilik qismi migrantlar bilan bog'liq muammolarni jiddiy deb bilishini aniqladi. Institutning tadqiqotlari siyosatshunolar, sotsiologlar, iqtisodchilar va davlat arboblari uchun katta qiziqish uyg'otadi. Germaniya Bundestagi va Yevropa Ittifoqi doirasida qabul qilinayotgan ko'plab qarorlar ushbu institutlarning hisobotlariga asoslanadi. Germaniya jamoatchilik fikri institutlari nafaqat davlat va siyosiy partiyalar uchun, balki keng jamoatchilik uchun ham dolzarb ma'lumot manbai hisoblanadi. Ushbu institutlar tomonidan olingan ma'lumotlar ijtimoiy-siyosiy qarorlar qabul qilishda muhim rol o'ynaydi va ommaning qanday fikrlayotgani haqida aniq va ishonchli tasavvur hosil qilish imkonini beradi. Bu institutlar yordamida yig'ilgan ma'lumotlar demokratiya jarayonlarini samarali boshqarishga ham katta hissa qo'shadi.

Fransiyada bu sohada yetakchi mutaxassis sifatida J.Stetsel hisoblanib, u jamoatchilik fikri sotsiologiyasini institutsionallashtirdi. "Zondaj" jurnalini nashr qildirdi. Hozirgi kunda "Gellap interneshnl" xalqaro tarmog'i Shimoliy Amerikaning barcha mamlakatlari va Yevropani qamrab olgan.

Fransiyada jamoatchilik fikrini o'rganish markazining tarixiy va ilmiy rivojlanishi, shuningdek, uning jamoat va siyosiy sohalarda qanday ahamiyatga ega ekanligini o'rganish, katta qiziqish uyg'otadi. Fransiyada birinchi jamoatchilik fikrini o'rganish markazi, yoki umumiy so'z bilan aytganda, "public opinion research center" ning rivojlanishi va faoliyati, XX asrning o'rtalariga borib taqaladi. Ushbu markazlar jamoat fikrini o'rganish va tahlil qilish, ijtimoiy tendensiyalarni aniqlash, siyosiy qarorlarni shakllantirishda muhim rol o'ynagan.

1. Fransiyada birinchi jamoatchilik fikrini o'rganish markazi: "IFOP"

Fransiyada birinchi rasmiy jamoat fikrini o'rganish markazi sifatida Institut Français d'Opinion Publique (IFOP) tashkil etilgan. IFOP 1938-yilda tashkil topgan va bu markazning ilmiy va ijtimoiy tadqiqotlar sohasidagi faoliyati, shuningdek, jamoat fikrini o'rganishning dastlabki shakllari juda muhim o'rin tutadi. IFOPning asosiy maqsadi, jamiyatda yuz berayotgan ijtimoiy, siyosiy va iqtisodiy o'zgarishlarni tahlil qilish, jamoat fikrini o'rganish va bu ma'lumotlarni siyosiy va iqtisodiy qarorlar qabul qilish jarayonida foydalanuvchilarga taqdim etishdan iborat.

2. Jamoatchilik fikrini o'rganish: metodologiya va ishlash usullari

Jamoatchilik fikrini o'rganish metodologiyasi Fransiyada birinchi marta 1930-yillarda amaliyotga joriy etilgan. IFOP markazi ushbu sohada sifatli va ishonchli natijalarga erishish uchun turli xil so'rovnomalar, intervyular va statistika metodlaridan foydalangan. Odatda, bunday so'rovlar:

Anketalar orqali jamoat fikrini o'rganish.

Telefon so'rovlari.

Onlayn va oflayn intervyular yordamida amalga oshiriladi.

Fransiya jamoatchilik fikrini o'rganishda statistik usullarni rivojlantirishda yuqori darajadagi ishtirokini ta'minladi. Bunga, masalan, kvotalar asosida o'tkaziladigan so'rovlar kiradi.

3. Jamoatchilik fikrini o'rganishning siyosiy va ijtimoiy ahamiyati

Fransiyada jamoat fikrini o'rganish, siyosiy va iqtisodiy qarorlar qabul qilishda, xususan, saylovlar va davlat siyosatining samarali bo'lishida katta ahamiyatga ega. Jamoat fikrini o'rganish, siyosiy partiyalar uchun tanqidiy ahamiyatga ega, chunki ular saylovlarda g'alaba qozonish uchun jamoat fikrini hisobga olishlari kerak. Boshqa tomondan, ijtimoiy tahlil orqali ijtimoiy muammolar, masalan, iqtisodiy tengsizlik, ekologik xavf-xatarlar va boshqa masalalarga javoblar topiladi.

IFOPning muvaffaqiyatidan so'ng, Fransiyada boshqa jamoatchilik fikrini o'rganish markazlari ham paydo bo'ldi. Masalan, TNS Sofres (hozirda Kantar) va IPSOS kabi markazlar jamoat fikrini o'rganish sohasida faoliyat yuritadi. Bu markazlar jamoatchilik fikrini o'rganishning

turli yo'nalishlarini, jumladan, siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy sohalarida kuzatishni davom ettiradilar.

Fransiyada jamoat fikrini o'rganish, shuningdek, akademik tadqiqotlarning muhim sohalaridan biridir. Jamoat fikrini o'rganish sohasida ilmiy ishlanmalar va nazariyalar ijtimoiy va siyosiy psixologiya, statistika, siyosatshunoslik, va iqtisodiyot sohalarini qamrab oladi. Fransuz olimlari, masalan, Pierre Bourdieu va Gabriel Tarde kabi ijtimoiy nazariyotchilar, jamoat fikri va uning jamiyatdagi ta'siri haqida chuqur tahlillarni amalga oshirdilar.

Bugungi kunda Fransiyada jamoatchilik fikrini o'rganish markazlari, asosan, an'anaviy metodlarga (so'rovlar, intervyular) qo'shimcha ravishda, raqamli platformalar, ijtimoiy tarmoqlar va onlayn tahlillarni o'z ichiga olgan yangi metodologiyalarni joriy etmoqda. Bu sohada ilg'or texnologiyalarni qo'llash, jamoat fikrining yanada aniqroq va tezroq o'rganilishiga imkon yaratadi.

Buyuk Britaniyada jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlari keng tarqalgan va turli sohalarida, jumladan siyosat, iqtisodiyot, marketing va ijtimoiy masalalarni o'rganish uchun ishlatiladi. Ushbu xizmatlar akademik va tijorat maqsadlarida muhim o'rin tutadi. Jamoatchilik fikri so'rovlari metodologiyasi, yondashuvlari, va ularning ijtimoiy ta'siri o'ziga xos xususiyatlarga ega. Quyida Buyuk Britaniyada jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlarining asosiy jihatlari taqdim etiladi:

1. Jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlarining tarixi va rivojlanishi

Buyuk Britaniyada jamoatchilik fikri so'rovlari 20-asrning boshlarida rivojlana boshladi. Birinchi jamoatchilik fikri so'rovlari 1940-yillarda, ayniqsa, ikkinchi jahon urushi davrida ommalashdi. Britaniyaning BBC (British Broadcasting Corporation) kabi ommaviy axborot vositalari, ularni yirik jamoatchilik fikrini o'rganishning asosiy vositasi sifatida ishlatgan. 1950-yillardan boshlab jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlari yanada rivojlandi va tijorat kompaniyalari ham bu so'rovlarni marketing maqsadlarida qo'llay boshladi.

2. Metodologiya

Jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlari metodologik jihatdan turli usullardan foydalanadi. Bular orasida quyidagilarni ajratish mumkin:

So'rovlar (Surveys): Eng keng tarqalgan usul bo'lib, aholining ma'lum bir guruhidan savollar orqali fikrlarni olishni o'z ichiga oladi. So'rovlar telefon, internet, shaxsiy uchrashuvlar yoki pochta orqali o'tkazilishi mumkin.

Fokus-guruhlar (Focus Groups): Bu usulda ma'lum bir guruh ishtirokchilari yig'ilib, muayyan mavzuda munozara o'tkazadilar. Fokus-guruhlar odamlarning fikrlarini, his-tuyg'ularini chuqurroq tushunishga yordam beradi.

Telefon va Onlayn So'rovlar: Telefon orqali yoki internetda o'tkaziladigan so'rovlar qisqa vaqt ichida katta auditoriyani qamrab olish imkonini beradi. Onlayn so'rovlar ayniqsa, turli demografik guruhlar orasida tez va samarali ma'lumot olishda foydalidir.

Panel So'rovlari: Uzun muddatli tadqiqotlarda, masalan, siyosiy qarorlar yoki jamoatchilik fikrining o'zgarishini kuzatishda panel usuli ishlatiladi. Bu usulda bir guruh respondentlar uzoq vaqt davomida bir nechta so'rovlarni to'ldirishadi.

Ekspirimentlar va Korpus Tadqiqotlar: Bu usul jamoatchilik fikrining turli sharoitlarda qanday o'zgarishini tekshiradi. Masalan, siyosiy reklama yoki ijtimoiy media ta'sirini o'rganish uchun eksperimentlar o'tkazilishi mumkin.

3. Jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlarining turi

Buyuk Britaniyada jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlari turli kompaniyalar tomonidan taqdim etiladi. Ular bir nechta xizmatlar bo'yicha faoliyat yuritadilar:

Siyosat So'rovlari: Siyosiy partiyalar va hukumatlar, saylov oldidan jamoatchilik fikrini o'rganish orqali o'z kompaniyalarini rejalashtiradilar. Bu so'rovlar odatda siyosiy partiyalar va hukumat siyosatlarini shakllantirishda muhim vosita sifatida xizmat qiladi.

Ijtimoiy Tadqiqotlar: Ijtimoiy xizmatlar, ta'lim, sog'liqni saqlash va boshqa jamoatchilik xizmatlari bo'yicha fikrlarni o'rganish orqali hukumat yoki xususiy sektor qarorlarining samaradorligini baholash mumkin.

Marketing va Brending: Kompaniyalar o'z mahsulotlari yoki xizmatlari haqida jamoatchilik fikrini o'rganish orqali strategiyalarini ishlab chiqadilar. Bu turdagi so'rovlar brend imiji, mijozlar ehtiyojlari va bozordagi raqobat haqida ma'lumot olishga yordam beradi.

Sog'liqni Saqlash So'rovlari: Sog'liqni saqlash tizimlaridagi o'zgarishlar va jamoatchilikning salomatlikka bo'lgan munosabati haqida ma'lumotlar olish uchun so'rovlar o'tkaziladi.

4. Jamoatchilik fikrini o'rganishning ijtimoiy ta'siri

Jamoatchilik fikri so'rovlari jamoatchilik va siyosatni shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. So'rovlar orqali jamoatchilik ehtiyojlari va qarashlari aniqlanadi, bu esa quyidagi sohalarda ta'sir ko'rsatadi:

Siyosat: Saylovlar va referendumlarga tayyorgarlik ko'rishda jamoatchilik fikri so'rovlari asosiy ma'lumot manbaiga aylanishi mumkin. Jamoatchilik fikrini bilish siyosiy partiyalar va hukumatlarga saylov strategiyalarini ishlab chiqishga yordam beradi.

Ijtimoiy o'zgarishlar: Jamoatchilik fikri so'rovlari ijtimoiy muammolarni, masalan, migratsiya, tenglik, ijtimoiy adolat, va boshqa masalalarni aniqlashda yordam beradi. Bu, o'z navbatida, qonun chiqaruvchilarga ijtimoiy siyosatlarni yangilashga yordam beradi.

Iqtisodiy ta'sir: Iqtisodiy qarorlar, masalan, soliq siyosati yoki hukumat tomonidan ajratiladigan subsidiyalar haqida jamoatchilik fikri so'rovlari orqali to'plangan ma'lumotlar asosida hukumat yoki kompaniyalar qarorlar qabul qiladilar.

5. Jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlarining qonuniy va etik asoslari

Buyuk Britaniyada jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlari maxsus qonunlar va etik qoidalar bilan tartibga solinadi. Bunga quyidagilar kiradi:

Data Protection Act (2018): Foydalanuvchilar yoki respondentlarning shaxsiy ma'lumotlarini himoya qilish uchun muhim hujjat. Jamoatchilik fikri so'rovlari tashkilotlari respondentlarning ma'lumotlarini to'g'ri ishlatishlari va maxfiylikni ta'minlashlari kerak.

Market Research Society (MRS): Buyuk Britaniyada jamoatchilik fikri so'rovlari sohasida faoliyat yuritayotgan tashkilotlar, shu jumladan Market Research Society, tadqiqotlarni olib borishda ma'lumotlarning aniqligi va ehtiyotkorlikni ta'minlashga chaqiradi.

Yaponiyada jamoatchilik fikri so'rovlari (JFS) xizmatlari, yapon jamiyatining madaniy, ijtimoiy, va siyosiy xususiyatlarini hisobga olgan holda, o'ziga xos metodologiyalarga va amaliyotlarga ega. Ushbu

xizmatlar, mamlakatning ijtimoiy tizimi va iqtisodiy muhitiga moslashgan holda rivojlangan. Yaponiyada jamoatchilik fikrini o'rganish nafaqat tijorat va marketing uchun, balki siyosiy, ijtimoiy va hukumat strategiyalarini shakllantirish uchun ham muhimdir. Quyida Yaponiyadagi jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlarining o'ziga xos jihatlari va metodologiyasi haqida batafsil ma'lumotlar taqdim etiladi.

1. Jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlarining tarixi va rivojlanishi

Yaponiyada jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlarining rivojlanishi 20-asrning o'rtalarida boshlangan. 1940-1950-yillarda, iqtisodiy o'sish va sanoat inqilobi davrida, jamoatchilik fikri so'rovlari ko'proq tijorat va marketing sohasida qo'llanila boshladi. 1960-yillarga kelib, yapon iqtisodiyotining global miqyosda rivojlanishi bilan, jamoatchilik fikri so'rovlari ham siyosat, ijtimoiy masalalar va hukumat siyosatini shakllantirishda muhim vosita sifatida ishlatildi. Bugungi kunda Yaponiyada jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlari nafaqat tijorat kompaniyalari, balki hukumatlar, ijtimoiy tashkilotlar va ilmiy tadqiqotchilar tomonidan ham keng qo'llaniladi.

2. Yaponiyada jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlarining metodologiyasi

Yaponiyada jamoatchilik fikri so'rovlari o'ziga xos metodologiyalarga ega bo'lib, ular an'anaviy va zamonaviy usullarni birlashtiradi. Ushbu metodologiyalar yapon jamiyatining ehtiyojlari va madaniyatiga moslashtirilgan.

So'rovlar (Surveys): Yaponiyada so'rovlar juda keng tarqalgan. So'rovlar, ayniqsa, telefon, internet, va shaxsiy uchrashuvlar orqali o'tkaziladi. Onlayn so'rovlar soni so'nggi yillarda oshdi, chunki internet foydalanuvchilari soni ortdi. Yaponiyada telefon orqali o'tkaziladigan so'rovlar ham mashhur bo'lib, ularda an'anaviy telefon raqamlariga qo'ng'iroq qilish orqali respondentlar bilan bog'laniladi. So'rovlar natijalari keng ko'lami statistik tahlil qilish uchun ishlatiladi.

Fokus-guruhlar (Focus Groups): Fokus-guruhlar Yaponiyada jamoatchilik fikrini o'rganishning muhim metodidir. Ular ko'pincha marketing, siyosat va ijtimoiy masalalar bilan bog'liq bo'ladi. Fokus-guruhlarda 8-10 kishilik respondentlar bir-biriga yaqin mavzularda

muhokama o'tkazadilar, bu esa jamoatchilikning o'z fikrlarini ochiq tarzda ifodalashga imkon beradi.

Panel Tadqiqotlari (Panel Surveys): Yaponiyada uzoq muddatli o'zgarishlarni kuzatish uchun panel tadqiqotlari keng qo'llaniladi. Panel tadqiqotlari respondentlar guruhini belgilab, ularni bir necha yillar davomida o'zgarishlarni o'rganish uchun kuzatadi. Bu usul iqtisodiy, siyosiy, va ijtimoiy o'zgarishlarga ta'sir qiluvchi omillarni aniqlashga yordam beradi.

Eksperimentlar va Sinovlar: Eksperimental metodlar Yaponiyada jamoatchilik fikrini o'rganishda ham ishlatiladi. Marketing sohasida reklama yoki mahsulotning jamoatchilik fikri bilan qanday ta'sir ko'rsatishini aniqlash uchun bu metod qo'llaniladi.

3. Yaponiyada jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlarining turlari

Yaponiyada jamoatchilik fikri so'rovlari bir nechta turdagi xizmatlarni o'z ichiga oladi, bu esa ularning keng qamrovli va turli maqsadlar uchun ishlatilishiga imkon beradi.

Siyosiy tadqiqotlar: Yaponiyaning siyosiy tizimi va saylovchilarning xulq-atvori haqida jamoatchilik fikri so'rovlari katta ahamiyatga ega. Saylovlar va siyosiy partiyalar o'z strategiyalarini ishlab chiqish uchun jamoatchilik fikrini o'rganadilar. Bunday so'rovlar asosan siyosiy partiyalar va saylovlarda g'alaba qozonish uchun ishlatiladi.

Ijtimoiy tadqiqotlar: Yaponiyada ijtimoiy masalalar, masalan, ta'lim, sog'liqni saqlash, va ijtimoiy farovonlik masalalari bo'yicha so'rovlar o'tkaziladi. Ijtimoiy tadqiqotlar jamoatchilikning ehtiyojlari va davlat siyosatini shakllantirishda muhim o'rin tutadi.

Iqtisodiy tadqiqotlar: Yaponiyada iqtisodiy so'rovlar kompaniyalar va hukumatlar uchun muhimdir. Ular makroiqtisodiy o'zgarishlarni, masalan, inflyatsiya darajasi, bandlik, va iste'molchilar ehtiyojlarini o'rganish uchun ishlatiladi.

Marketing tadqiqotlari: Yaponiyaning yuqori raqobatbardosh bozorlarda, kompaniyalar o'z mahsulotlarini bozorga chiqarishdan oldin jamoatchilik fikrini o'rganishadi. Marketing so'rovlarida brend imiji, mahsulot xususiyatlari, va narxlar haqidagi fikrlar tahlil qilinadi.

4. Jamoatchilik fikrini o'rganishning madaniy xususiyatlari

Yaponiyada jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlari bir qator madaniy va ijtimoiy omillarni hisobga oladi. Yapon jamiyati juda kollektivistik va ijtimoiy normlarga qat'iy rioya qiladi. Shuning uchun, respondentlarning so'rovlar va fok-guruhlarda o'z fikrlarini ifodalashdagi ehtiyoqkorligi va norasmiy normativlar tasiri katta.

Jamoaviy fikrlash: Yaponiyada odatda respondentlar o'z fikrlarini ommaga ko'rsatmasdan, ijtimoiy normativlarga qarshi chiqmaslikka intiladilar. Bu holat jamoatchilik fikrini o'rganishda ba'zi cheklovlarni keltirib chiqarishi mumkin. Bu holatni engib o'tish uchun, so'rovlar va fokus-guruhlar aniq va yengil savollarni beradi, shuningdek, respondentlar o'z fikrlarini erkin ifodalashlari uchun muhit yaratishga harakat qilinadi.

Maxfiylik va ishonchlik: Yaponiyada maxfiylik masalasi jiddiy ahamiyatga ega. Respondentlarning shaxsiy ma'lumotlarini himoya qilish uchun maxfiylikka alohida e'tibor qaratiladi. So'rovlar tashkilotchilari respondentlar ma'lumotlarining ishonchli va maxfiy saqlanishini ta'minlaydi.

5. Jamoatchilik fikrini o'rganishning ijtimoiy ta'siri

Yaponiyada jamoatchilik fikrini o'rganishning ijtimoiy ta'siri juda katta. Jamoatchilik fikri so'rovlari orqali olingan ma'lumotlar jamoatchilik va siyosiy qararlarni shakllantirishda yordam beradi. Siyosiy partiyalar, hukumat va kompaniyalar o'z strategiyalarini ishlab chiqishda jamoatchilik fikriga asoslanadilar.

Siyosiy ta'sir: Saylovlar va siyosiy partiyalar o'z kompaniyalarini shakllantirishda jamoatchilik fikriga tayanadilar. So'rovlar orqali jamoatchilikning ehtiyojlari va siyosiy qarashlari aniqlanadi.

Ijtimoiy o'zgarishlar: Jamoatchilik fikri so'rovlari, ijtimoiy masalalar va siyosatlarini o'zgartirishda ta'sir ko'rsatadi. Mamlakatdagi ijtimoiy muammolarni, mas

Rossiyada XIX-XX asrda jamoatchilik fikrini nazariy jihatdan Moskva universiteti professori V.Xvostov o'rgandi. U juda ko'pchilik G'arb olimlaridan farqli ravishda uni sinfiy ongning aks etishi, deb hisobladi. So'rovlar olib borilmagan bo'lsa ham, umumdavlat statistikasini Rossiyada jamoat fikrini so'rov qilishni tarixini boshlanishi deb hisoblash mumkin.

Sobiq Ittifoq davrida jamoat fikrini fundamental va amaliy jihatdan o'rganishga katta e'tibor qaratildi. 1920-yillardayoq, V.Kuzmichevning "Ijtimoiy fikrini tashkil etish" asarida (M., L., 1929) ijtimoiy, guruhiy va individual fikrlarning dialektik aloqadorligi va o'zaro bog'liqligi, jamoatchilik fikrining shakllanishida miqdoriy o'zgarishlarning sifatiy o'zgarishlarga o'tishi, uning rivojlanishida ongli ta'sirning sakrash yo'li bilan borishi, yetilmagan, yolg'on fikrlar bilan kurashish muammolari ko'rib chiqildi. 1930 yillarda bu tadqiqotlar to'xtatib qo'yildi va 1960 yillarga kelib yana davom ettirildi. Aynan mana shu davrga kelib jamoatchilik fikri sotsiologiyasining sotsiologik fan sifatida rivojlanishi kuzatildi. 1960 yillarda "Komsomolskaya pravda" gazetasi qoshida Jamoatchilik fikri instituti tashkil qilindi. Bu institutga B.Grushin rahbarlik qildi. U axborot yig'ishning turli xil metodlari va modellaridan foydalangan holda 8 ta umumittifoq so'rovini o'tkazdi. 1970 yillarda uning rahbarligi ostida o'rta shahar axolisining ijtimoiy fikrini o'rganish amalga oshirildi (Taganrog misolida). Xuddi shu davrda markaziy gazetalar o'quvchilari orasida so'rovlar amalga oshirildi. Ular orasida V.Shlyapetnoxa boshchiligida "Pravda" gazetasi o'quvchilarini tadqiq qilish qimmatli ma'lumotlar berdi. 1960 yillarning oxirlariga kelib ikkita asosiy metodologik yondashuv shakllandi: birinchisi partiya organlarining sobiq ittifoq aholisi fikrining monolitligiga erishish orzusini ushaltirish bo'lsa, ikkinchisi fikrlarning real xilma-xilligini aks ettirdi. A.K.Uledovning ishlarida jamoatchilik fikri "ijtimoiy ongning holatlaridan biri" sifatida ta'riflanadi. B.A.Grushin "Dunyo haqida fikr va fikrlar dunyosi" (1967 y.) kitobida uni ommaviy ong bilan bog'ladi va bir-biriga zid guruhiy fikrlarning mavjudligini ta'kidladi. Ko'rsatilgan ikkita yo'nalish mahalliy va xorijiy adabiyotda keng tarqalib, keyingi davrlarda ham qizg'in muhokama predmeti bo'lib qoldi.

Zamonaviy ilmiy adabiyotda jamoatchilik fikrini o'rganishning sotsiologik yondashuvi uni bir tomondan ongning strukturaviy elementi sifatida tushunishni, ikkinchi tomondan esa ijtimoiy munosabatlar tizimidagi rolini e'tirof etgan holda "ong – sotsial muhit" kontekstida olib qarashni taqozo etadi. Bu yondashuv jamoatchilik fikrining ma'naviy-amaliy xarakterini, o'z navbatida uni tadqiq etish strategiyasining hal qiluvchi tanlovini aks ettiradi.

Qayta qurish yillarida jamoatchilik fikri sotsiologiyasining rivojlanishida yangi bosqich boshlandi. Jamoatchilik hayotini demokratlashtirish mehnatkashlar fikrini o'rganishning butun bir tizimini, jamoatchilik fikrini ifoda etishning huquqiy asoslarini yaratish va mustahkamlanishini talab qilardi. Jamiyat transformatsiyasi sharoitida muhim masalalarni oldindan muhokama etish, boshqaruvga oid masalalarni ishlab chiqishda turli xil vaziyatlarni taqqoslash zarurati paydo bo'ldi. Mehnat jamoalari va kasaba uyushmalari va boshqa jamoatchilik tashkilotlarida oldindan muhokama qilingandan keyingina xulosa chiqariladigan masalalar doirasi kengaydi. Jamoatchilik fikri so'rovlarni o'tkazish va ularning natijalarini chop etish faollashdi, lekin xaligacha partiya nazorati ostida edi. Moskvada Jamoatchilik fikrini o'rganish umumittifoq markazi (VSIOM) tashkil qilindi, bir qator respublika va yirik shaharlarda shunga o'xshash markazlar tashkil topdi, deputatlarning ishlari va ijtimoiy hayotni demokratlashtirish bilan bog'liq so'rovlar faol ravishda o'tkazildi. Bularning hammasi 1990 yillar boshlarida sobiq ittifoq hududida so'rovlarni o'tkazish uchun infrastrukturalar yaratish imkonini berdi. Sobiq ittifoq qulagandan keyin bu infrastruktura Rossiyada qoldi; boshqa respublikalar, uni qaytadan shakllantirishga majbur bo'ldi.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. AQShda jamoatchilik fikrining o'rni haqida gapirib bering?
2. Germaniyada jamoatchilik fikri institutining asosiy vazifalari nimalardan iborat?
3. Fransiyada ilk jamoatchilik fikrini o'rganish markazi haqida gapirib bering?
4. Buyuk Britaniyada jamoatchilik fikrining o'rni haqida gapirib bering?
5. Rossiya jamoatchilik fikrini o'rganish markazlarining vazifalari nimalardan iborat?

Test savollari:

1. Ilk jamoatchilik fikrini o'rganish markazi qayerda tashkil topgan?
a) AQShda
b) Angliyada

- c) Fransiyada
- d) Germaniyada

2. Ilk jamoatchilik fikrini o'rganish markazi kim tomonidan tashkil etilgan?

- a) G.Tard
- b) T.Mor
- c) G.Lebon
- d) D.Gellap

3. Demoskopiya instituti qaerda joylashgan?

- a) Angliyada
- b) AQShda
- c) Fransiyada
- d) Germaniyada

4. Demoskopiya institutiga ko'p yillar davomida kim rahbarlik qilgan?

- a) E.Noel
- b) O.Kont
- c) Gellap
- d) Lazarsfeld

5. Fransiyada jamoatchilik fikri so'rovlari yetakchi mutaxassisi sifatida nom qozongan olim kim?

- a) J.Stetsel
- b) O.Kont
- c) E.Dyurkgeym
- d) Merlo-Ponti

6. Germaniyadagi jamoatchilik fikrini o'rganuvchi markaz nomi nima?

- a) Zondaj
- b) Demoskopiya
- c) Ijtimoiy fikr
- d) VSIOM

7. AQShning eng mashhur jamoatchilik fikrini o'rganuvchi markazi qaysi?

- a) VSIOM
- b) "Gellap interneshni"

c) Zondaj

d) Demoskopiya

8. AQShning butun dunyoga mashhur jamoatchilik fikrini o'rganuvchi markaziga kim asos solgan?

a) Lazarsfeld

c) Gellap

c) O.Kont

d) E.Noel

9. Rossiyada ilk jamoatchilik fikri instituti qaysi gazeta qoshida tashkil qilindi?

a) Pravda

b) Komsomolskaya pravda

c) Argumenty i fakty

d) Trud

10. Rossiyada ilk jamoatchilik fikri institutiga kim rahbarlik qildi?

a) P.Sorokin

b) Osipov

c) V.Xvostov

d) B.Grushin

Mustaqil ta'lim mavzulari:

1. Germaniyada jamoatchilik fikrini o'rganishning yo'lga qo'yilishi
2. AQSh jamoatchilik fikri instituti
3. Fransiyada ilk jamoatchilik fikrini o'rganish markazi
4. Yaponiyada jamoatchilik fikri so'rovlari xizmatlarining o'ziga xos jihatlari
5. Qo'shni davlatlarda jamoatchilik fikri instituti

6-MAVZU. O'ZBEKISTONDA JAMOATCHILIK FIKRINI TADQIQOTLARINING VUJUDGA KELISHI VA RIVOJLANISHI

REJA:

1. O'zbekistonda jamoatchilik fikri namoyon bo'lishining o'ziga xosligi
2. "Ijtimoiy fikr" Respublika markazi faoliyati yo'nalishi
3. O'zbekistonlikning sotsial qiyofasi
4. O'zbekiston sotsial siyosatining muammolari

Tayanch atamalar: *Jamoatchilik fikri, ijtimoiy-tabaqalanish, qattam, prinsip, sotsiologik tadqiqot, barqarorlik, mexanizm, ijtimoiy fikr, huquqiy madaniyat, huquqiy ong.*

O'zbek xalqiga xos bo'lgan eng oliy qadriyatlar sifatida kattalarni e'zozlash, rahbarlarni hurmat qilish, sabr-toqatli bo'lish, do'stona munosabatda bo'lish, yuksak darajadagi bag'rikenglik, bolalarni sevish, qarindoshlik rishtalarining mustahkamligi, oilaga munosabat singari harakterli belgilar O'zbekistonda jamoatchilik fikri shakllanishi va mavjud bo'lishiga jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Ushbu milliy xususiyatlar o'zbek xalqining alohida mentalitetini shakllantiradi.

Mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi bilan bog'liq muhim hududiy tafovutlar mavjud bo'lgan sharoitda jamoatchilik fikrini o'rganishda mintaqaviy yondashishga muayyan e'tibor beriladi.

U ma'muriy viloyatlar, tumanlar va shaharalar darajasida jamoatchilik fikri paydo bo'lishi, shakllanishi va mavjud bo'lishining hududiy xususiyatlarini aniqlashni nazarda tutadi. Turli ma'muriy birliklar bo'yicha jamoatchilik fikri holati va rivojlanishining qiyosiy tahlili ijtimoiy ongning shakllanishi va transformatsiyasi sabablari va omillarini teran va har tomonlama tadqiq etish va bu orqali mamlakatdagi ijtimoiy-iqtisodiy va ijtimoiy-siyosiy jarayonlarni boshqarish bo'yicha ilmiy asoslangan xulosalar, takliflar va tavsiyalarni ishlab chiqish imkonini beradi.

Jamoatchilik fikrini ijtimoiy-tabaqalashtirilgan o'rganish jamiyatning alohida qatlamlari, aholining etnik va demografik guruhleri

bo'yicha ijtimoiy ongning obyektiv, real mavjud tabaqalanishidan kelib chiqadi.

Jamoatchilik fikrini o'rganishga ijtimoiy-tabaqalashtirilgan yondashish mamlakat, mintaqalar, shaharlar va hokazolar aholisining demografik tarkibini hisobga olgan holda turli ijtimoiy qatlamlar darajasida jamoatchilik fikri shakllanishi xususiyatlarini teranroq va batafsil ko'rib chiqish imkonini beradi.

Bunday yondashuv O'zbekiston singari etnik guruhlar ko'pligi bilan tavsiflanadigan aholisi ko'p millatli mamlakatlar uchun ayniqsa muhimdir.

"Mamlakatdagi ijtimoiy-siyosiy barqarorlik ko'p jihatdan jamoatchilik fikrining holatiga bog'liq ekanligi" O'zbekistonda amalga oshiriladigan sotsiologik tadqiqotlarning asosida turadigan fundamental qoida hisoblanadi. Mustaqil O'zbekiston mavjud bo'lishi va rivojlanishining tarixan yangi sifati – milliy mustaqillik g'oyasi, yuksak ma'naviyat va ma'rifatparvarlik, demokratiya va fuqarolik jamiyati mustahkamlanishining o'zidir. O'zbekiston Respublikasining birinchi Prezidenti I.A.Karimovning besh prinsipga asoslangan ijtimoiy yunaltilgan bozor iqtisodiyotini barpo etishning o'zbek modeli shu jumladan mustaqillik yillarida to'plangan iqtisodiy, ijtimoiy va ma'naviy tajribani o'ziga singdirgan, o'zbek xalqining boy qadimiy tarixi va madaniyatiga, uning an'analariga, mentalitetiga, umuminsoniy qadriyatlarga tayanadi.

O'zbekiston jamiyatshunoslik fanida qiyin va murakkab izlanish bormoqda. Jamiyatshunoslik fani bugungi kunda yuz berayotgan tarixiy jarayonlarni, o'tish davri sharoitlarida iqtisodiy, ijtimoiy va siyosiy rivojlanish nazariyasi va metodologiyasini tushuntirib berish va talqin qilishda o'z o'rnini topishga intilmoqda.

Metodologik yondashuvlarning tushunchali qatorida tizim hosil qiluvchi mezonlarni – O'zbekiston Respublikasining hayotiy muhim manfaatlarini ajratib ko'rsatish zarur. Davlat – xavfsizlik, barqarorlik va barqaror rivojlanish strategik formulasi O'zbekiston sotsiologiya fani va amaliy sotsiologiyasining vazifalarini bevosita taqozo etadi. Ularning asosiylariga to'xtalib o'tamiz:

Birinchi – bozor mexanizmlari ishga tushirilgan va demokratik islohotlar amalga oshirilayotgan o'tish davrida jamoatchilik fikri holatini

o'rganish, aniq sotsiologik tadqiqotlar orqali shaxs, jamiyat va davlat hokimiyati organlari o'rtasidagi aksincha aloqaning samarali mexanizmini ishlab chiqish va bu bilan demokratik va fuqarolar muloqotiga ko'maklashish talab etiladi.

Ikkinchi – barqarorlik va barqaror rivojlanish uchun ustuvor ahamiyatga ega bo'lgan ijtimoiy-demografik guruhlarining obyektiv sotsiologik "qiyofasi"ni ishlab chiqish muhimdir. Ushbu guruhlarining har biri o'zining mustaqil qiymatiga ega, biroq ijtimoiy yangiliklar va moslashish singari omillar orqali yoshlar, ayollar, tadbirkorlar sotsiologiyasi muammolariga e'tiborni jamlash maqsadga muvofiqdir.

Uchinchi – ma'naviy-madaniy soha. E'tiqod kitobda qonuniy ravishda shaxsning salohiyati erkin qo'yib yuborilishi asosida mamlakatimizda shakllanayotgan yangi demokratik, fuqarolik jamiyatining tizimli tavsifi sifatida qaraladi. Binobarin, sotsiologiya jamiyatda va uning aniq bir stratalarida fuqarolik va vatanparvarlik, milliy o'zlikni anglash, mafkura, demokratiyalashtirish madaniyati kabi omillarni mavzuli o'rganish nazariyasi va texnologiyasini ishlab chiqishi zarur.

To'rtinchi – sotsiologlar taraqqiyot shart-sharoitlari va kafolatlaridan kelib chiqadigan ijtimoiy rivojlanishning ijobiy tendensiyalarini aniqlab aniq sotsiologik tadqiqotlar, bevosita kuzatish, sotsiostatistik metodlar, ommaviy axborot vositalarida kontent-tahlil materiallarini e'lon qilish orqali va yuqori darajada rivojlangan mamlakatlarning sotsiologik xizmatlari va muassasalaari amaliyotida umumiy e'tirof etilgan boshqa yo'llar bilan O'zbekiston Respublikasining hayotiy muhim milliy manfaatlariga tahdidlar, xavflarni aniqlashning «nozik» metodikasini ishlab chiqishga da'vat etilgandir.

Beshinchi – mustaqillik va ma'naviy yangilanish sharoitlarida shaxs, jamiyat va davlat rivojlanishining vaziyatini sotsiologik o'rganish mohiyatiga ko'ra bo'linmas, o'zaro aloqador jarayon hisoblanadi. Bunday tadqiqot olimlarni O'zbekistonning jahon hamjamiyatiga keng integratsiyasi keltirib chiqargan modernizatsiyalash va moslashtirish singari tendensiyalar va qonuniyatlarga nisbatan yirik umumlashmalarga olib kelishi kerak.

Oltinchi – barqarorlik va taraqqiyot kafolatlari shartlaridan biri sifatida demokratik institutlar va fuqarolik jamiyati asoslari shakllantirilishi xalqning demokratik tashkiloti, institutsional tuzilma sifatida mahallaning ijtimoiy salohiyatini o'rganishni faollashtiradi.

“Ijtimoiy fikr” Markazi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qoshida faoliyat ko'rsatuvchi Fan va texnologiyalarni rivojlanishini muvofiqlashtirish bo'yicha Qo'mita tomonidan har xil ilmiy grantlar yutishga sazovor bo'lib kelmoqda.

1998-1999 yillarda Markaz tomonidan: “Jamoatchilik fikrini metodologik asoslari o'rganishni takomillashtirish” mavzusida ishlar olib borildi.

1. 2000-2002-yillarda quyidagi loyihalar bo'yicha ishlar olib borildi: O'zbekistonda jamoatchilik fikrini sotsiologik tadqiqotlarni o'tkazish va tashkil etishning ilmiy-amaliy asoslari ishlab chiqish.

2. 2003-2005-yillarda quyidagi loyihalar bo'yicha ishlar olib borildi: “O'zbekistonda jamoatchilik fikrini o'rganishning va shakllantirish mexanizmlarini takomillashtirish muaommolari” amaliy ilmiy tadqiqot va “O'zbekistonliklarning milliy o'zligi” (sotsiologik tadqiqotlar natijalari asosida) monografiya.

3. “O'zbekistonda demografik ahvol: tahlil, ahvoli, bashorati” (2004-2005 yillar).

Tadqiqot natijalariga asosan o'zbek tilida “O'zbekistonda demografik jarayonlar va aholini bandligi” ilmiy amaliy kursatma tayyerlandi.

4. “O'zbekistonning jamoatchilik fikrida terrorizm va diniy ekstremizm”. Innovatsion loyiha (2005-2006-yy.). Tadqiqot natijasida o'zbek tilida “O'zbekistonning jamoatchilik fikrida terrorizm va diniy ekstremizm” mavzusida monografiya chop etildi.

Jamoatchilik fikrini o'rganish va olingan xulosalarning oshkor qilinishi O'zbekiston Respublikasida amalga oshirilayotgan jamiyatni muttasil va jadal demokratiyalashtirish jarayonining samarali mexanizmlaridan biri hisoblanadi. Jamiyatni demokratiyalashtirish ma'naviy boy va siyosiy faol shaxs, fuqarolik jamiyati va davlatning o'zaro munosabatlarini faollashtiradi. Aynan mana shu maqsadni ro'yobga chiqarish uchun va O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1997-yil 25-

iyundagi Farmoni bilan "Ijtimoiy fikr" jamoatchilik fikrini o'rganish markazi tashkil etildi.

Birinchi prezident I.A.Karimov O'zbekistondagi demokratik islohotlar va fuqarolik jamiyati asoslarini shakllantirish ustuvorliklari orasida jamoatchilik fikri omilini ajratib ko'rsatdi. U "jamoatchilik fikri – fuqarolik jamiyatining holatini o'zida aniq aks ettiradigan bamisoli bir ko'zgu" ekanligini ta'kidladi.

Jamoatchilik fikri – bu murakkab va ko'p qirrali hodisa bo'lib, aholidan muntazam ravishda so'rab chiqish materiallari negizida tashkil etilishi mumkin. Shu munosabat bilan jamoatchilik fikri fuqarolarning bir lahzalik kayfiyatini ifodalaydigan yuzaki hodisadir degan qarash juda xato qarash ekanligini ta'kidlash lozim. Metodik jihatdan ishning ko'zini bilib amalga oshirilgan tadqiqotlar omma kayfiyati va ko'rsatmalarining har xil darajalarini o'rganish vositasi bo'lishi mumkin. Bunda "turli darajalar o'rtasida o'tish mavjudligini ko'rsatish yetarli emas, bunday o'tishning ehtimol tutilgan omillarini – harakatlantiruvchi kuchlari, qarshiligi, varianti va hokazolarni tahlil qilish ham jamoatchilik fikri tadqiqotchilarining vazifasiga kiradi".

"Ijtimoiy fikr" jamoatchilik fikrini o'rganish markazi tomonidan O'zbekistonda jamoatchilik fikrini o'rganish tajribasi jamoatchilik fikri so'rovlari natijasida olinadigan subyektiv axborot ishonchligining juda yuqoriligini, har holda sotsial statistika ishonchligidan kam bo'lmagan darajada ishonchligini ko'rsatadi.

Jamoatchilik fikrini, eng avvalo, uning amaliy ahamiyati nuqtai nazaridan qarash zarur. Bunda jamoatchilik fikrini o'rganishning amaliy natijalari quyi darajaga ega, uni salohiyat sifatida talqin qilish va jumladan, mazkur resursdan amalda foydalanish resursi sifatida prognozlashtirish mumkin deb uqtiradigan Y.Levadaning fikriga ko'shilish lozim. Jamiyatda yuz berayotgan har xil hodisalarni prognozlashtirishning juda muhim vositasi sifatida sotsiologiya nuqtai nazaridan jamoatchilik fikri so'rovining ahamiyati ayniqsa kattadir.

O'zbekistonning jamoatchilik fikrini o'rganish sohasida ishlayotgan mutaxassis olimlari oldida juda muhim vazifa – ijtimoiy-iqtisodiy sohalarda va mamlakatning siyosiy rivojlanishi sohasida jamoatchilik fikri shakllanishining asosiy tendensiyalari va muammolarini, shuningdek

Oltinchi – barqarorlik va taraqqiyot kafolatlari shartlaridan biri sifatida demokratik institutlar va fuqarolik jamiyati asoslari shakllantirilishi xalqning demokratik tashkiloti, institutsional tuzilma sifatida mahallaning ijtimoiy salohiyatini o'rganishni faollashtiradi.

“Ijtimoiy fikr” Markazi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qoshida faoliyat ko'rsatuvchi Fan va texnologiyalarni rivojlanishini muvofiqlashtirish bo'yicha Qo'mita tomonidan har xil ilmiy grantlar yutishga sazovor bo'lib kelmoqda.

1998-1999 yillarda Markaz tomonidan: “Jamoatchilik fikrini metodologik asoslari o'rganishni takomillashtirish” mavzusida ishlar olib borildi.

1. 2000-2002-yillarda quyidagi loyihalar bo'yicha ishlar olib borildi:

O'zbekistonda jamoatchilik fikrini sotsiologik tadqiqotlarni o'tkazish va tashkil etishning ilmiy-amaliy asoslari ishlab chiqish.

2. 2003-2005-yillarda quyidagi loyihalar bo'yicha ishlar olib borildi:

“O'zbekistonda jamoatchilik fikrini o'rganishning va shakllantirish mexanizmlarini takomillashtirish muaommolari” amaliy ilmiy tadqiqot va “O'zbekistonliklarning milliy o'zligi” (sotsiologik tadqiqotlar natijalari asosida) monografiya.

3. “O'zbekistonda demografik ahvol: tahlil, ahvoli, bashorati” (2004-2005 yillar).

Tadqiqot natijalariga asosan o'zbek tilida “O'zbekistonda demografik jarayonlar va aholini bandligi” ilmiy amaliy kursatma tayyerlandi.

4. “O'zbekistonning jamoatchilik fikrida terrorizm va diniy ekstremizm”. Innovatsion loyiha (2005-2006-yy.). Tadqiqot natijasida o'zbek tilida “O'zbekistonning jamoatchilik fikrida terrorizm va diniy ekstremizm” mavzusida monografiya chop etildi.

Jamoatchilik fikrini o'rganish va olingan xulosalarning oshkor qilinishi O'zbekiston Respublikasida amalga oshirilayotgan jamiyatni muttasil va jadal demokratiyalashtirish jarayonining samarali mexanizmlaridan biri hisoblanadi. Jamiyatni demokratiyalashtirish ma'naviy boy va siyosiy faol shaxs, fuqarolik jamiyati va davlatning o'zaro munosabatlarini faollashtiradi. Aynan mana shu maqsadni ro'yobga chiqarish uchun va O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1997-yil 25-

iyundagi Farmoni bilan "Ijtimoiy fikr" jamoatchilik fikrini o'rganish markazi tashkil etildi.

Birinchi prezident I.A.Karimov O'zbekistondagi demokratik islohotlar va fuqarolik jamiyati asoslarini shakllantirish ustuvorliklari orasida jamoatchilik fikri omilini ajratib ko'rsatdi. U "jamoatchilik fikri – fuqarolik jamiyatining holatini o'zida aniq aks ettiradigan bamisoli bir ko'zgu" ekanligini ta'kidladi.

Jamoatchilik fikri – bu murakkab va ko'p qirrali hodisa bo'lib, aholidan muntazam ravishda so'rab chiqish materiallari negizida tashkil etilishi mumkin. Shu munosabat bilan jamoatchilik fikri fuqarolarning bir lahzalik kayfiyatini ifodalaydigan yuzaki hodisadir degan qarash juda xato qarash ekanligini ta'kidlash lozim. Metodik jihatdan ishning ko'zini bilib amalga oshirilgan tadqiqotlar omma kayfiyati va ko'rsatmalarining har xil darajalarini o'rganish vositasi bo'lishi mumkin. Bunda "turli darajalar o'rtasida o'tish mavjudligini ko'rsatish yetarli emas, bunday o'tishning ehtimol tutilgan omillarini – harakatlantiruvchi kuchlari, qarshiligi, varianti va hokazolarni tahlil qilish ham jamoatchilik fikri tadqiqotchilarining vazifasiga kiradi".

"Ijtimoiy fikr" jamoatchilik fikrini o'rganish markazi tomonidan O'zbekistonda jamoatchilik fikrini o'rganish tajribasi jamoatchilik fikri so'rovlari natijasida olinadigan subyektiv axborot ishonchliligining juda yuqoriligini, har holda sotsial statistika ishonchligidan kam bo'lmagan darajada ishonchliligini ko'rsatadi.

Jamoatchilik fikrini, eng avvalo, uning amaliy ahamiyati nuqtai nazaridan qarash zarur. Bunda jamoatchilik fikrini o'rganishning amaliy natijalari quyi darajaga ega, uni salohiyat sifatida talqin qilish va jumladan, mazkur resursdan amalda foydalanish resursi sifatida prognozlashtirish mumkin deb uqtiradigan Y.Levadaning fikriga ko'shilish lozim. Jamiyatda yuz berayotgan har xil hodisalarni prognozlashtirishning juda muhim vositasi sifatida sotsiologiya nuqtai nazaridan jamoatchilik fikri so'rovining ahamiyati ayniqsa kattadir.

O'zbekistonning jamoatchilik fikrini o'rganish sohasida ishlayotgan mutaxassis olimlari oldida juda muhim vazifa – ijtimoiy-iqtisodiy sohalarda va mamlakatning siyosiy rivojlanishi sohasida jamoatchilik fikri shakllanishining asosiy tendensiyalari va muammolarini, shuningdek

o'tish davri sharoitlarida fuqaro shaxsi qaror topishini tizimli tahlil qilish va o'rganish vazifasi turibdi.

Milliy mustaqillik g'oyasi, yuksak ma'naviyat va ma'rifatparvarlik, demokratiya va fuqarolik jamiyatining mutahkamlanishi O'zbekistonning mavjud va rivojlanishining tarixan yangi sifatini belgilab beradi. O'zbekistonning sotsiologiya fani murakkab, biroq sermahsul izlanish bosqichida turibdi: milliy va demografik xususiyatlarini hisobga olgan xolda o'tish davri sharoitlarida yuz berayotgan tarixiy jarayonlarni, jamiyatning rivojlanishi nazariyasi va metodologiyasining ishonchi tahlilini amalga oshirish va tushuntirib berish zarur. Metodologik yondashuvlar qatorida tizim hosil etuvchi mezonlarni – O'zbekiston Respublikasining hayotiy muhim manfaatlarini ajratib ko'rsatish lozim. O'zbekistonning strategik rivojlanishi xavfsizlik va barqarorlikka qaratilishi – O'zbekiston sotsiologiya fani va amaliy sotsiologiyaning joriy va istiqboldagi vazifalarini bevosita belgilab beradi. Ularning eng asosiylarini ko'rib chiqamiz.

Bozor islohotlari va demokratik islohotlar faol amalga oshirilayotgan o'tish davrida jamoatchilik fikridagi qarama-qarshiligini tadbiiq etish shaxs, jamiyat va davlat hokimiyati organlari o'rtasidagi aniq sotsiologik tadqiqotlar orqali aksincha aloqaning samarali mexanizmini ishlab chiqish, bu bilan demokratik va fuqarolar muloqotining samarali bo'lishiga ko'maklashish zarur.

Bazaviy sotsial-demokratik guruhlarining ishonchi sotsiologik "qiyofasi"ni ishlab chiqish muhimdir. Ijtimoiy yangiliklar va shaxs va ijtimoiy guruhlarining ularga moslashishi orqali yoshlar, ayollar, tadbirkorlar sotsiologiyasining ustuvor muammolariga e'tiborni qaratish maqsadga muvofiqdir.

Binobarin, sotsiologiya jamiyatda va uning aniq bir ijtimoiy guruhlarida fuqaroviylik va vatanparvarlik, milliy o'zlikni anglash, mafkura, demokratlashirish madaniyati, ijtimoiy o'zini o'zi tanqid, ijtimoiy mas'uliyat singari omillarni mavzusi o'rganish nazariyasi va texnologiyasini ishlab chiqilishi zarur. Ijtimoiy rivojlanishining ijobiy tendensiyalarini aniqlar ekan sotsiologiya O'zbekiston Respublikasining hayotiy muhim milliy manfaatlariga xavflar va tahdidlarning "nozik" metodikasini ishlab chiqishga da'vat etilgandir.

Mustaqillik va jamiyatning ma'naviy yangilanishi sharoitlarida shaxs, jamiyat va davlat rivojlanishining yaxlit holatini sotsiologik o'rganish mamlakat olimlarini O'zbekistonning jahon hamjamiyatiga keng ko'lamda integratsiyasi tufayli kelib chiqqan zamonaviylashtirish va moslashtirish kabi global jarayonlarning tendensiyalari va qonunlariga nisbatan yirik umumlashmalar chiqarishga olib kelishi zarur.

Barqarorlik va taraqqiyot kafolati shartlarining biri sifatida demokratik institutlar va fuqarolik jamiyatni asoslarining shakllantirilishi xalq demokratik instituti bo'lmish mahallaning ijtimoiy salohiyatini o'rganishi, O'zbekistonda jamoatchilik fikri shakllanishining muhim mexanizmi sifatida mahallaning o'rni va rolini aniqlashni faollashtiradi. Bugungi kunda jamoatchilik fikrini o'rganish bilan birgalikda uni jamiyat uchun zarur bo'lgan yo'nalishida shakllantirishni o'rganish juda muhimdir. Buni ijtimoiy nuqtai nazardan mahalla darajasida eng samarali amalga oshirish mumkin.

"... Nodavlat va jamoat tashkilotlari, xususan mahalla kabi o'zini o'zi boshqarishning demokratik tuzilmasi bo'lmish umume'tirof etilgan fuqarolik jamiyati institutlari faoliyatiga to'sqinlik qilmaslik, aksincha, ularni shakllantirish va ishini jonlantirish uchun keng imkoniyatlar yaratish" zarur. "Shuni unutmaslik lozimki, avvalambor, aynan ana shunday tuzilmalarda davlat va mamlakat rahbariyati olib borayotgan ham ichki, ham tashqi siyosatga tanqidiy jihatdan xolis baho beriladi, yonatrofda sodir bo'layotgan barcha voqea-hodisalarga nisbatan bilim va tajriba, fuqarolik yondashuvi va pozitsiyasi shakllanadi".

Markaz tashkil etilgan paytdan boshlab uning faoliyatiga muayyan vazifa – mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy, siyosiy va huquqiy rivojlanishi sohalarida jamoatchilik fikrining asosiy tendensiyalarini tizimli aniqlash, tahlil qilish va kompleks o'rganish vazifasi asos qilib olindi. Sotsiologiyaning ushbu yo'nalishi O'zbekistonda endigina paydo bo'lmoqda va respublikada sotsiologiya fanining rolini kuchaytirishda favqulodda muhim ahamiyatga egadir.

O'zbekistonda avj oldirilgan ijtimoiy-iqtisodiy islohotlar O'zbekiston sotsiologiya fani oldiga iqtisodiyot, jamiyat va davlat bilan munosabatlarning butun tizimini tubdan qayta ko'rib chiqish zarurligi vazifasini qo'ydi.

Respublikaning mustaqillik yillaridagi tajribasi jamiyatdagi uning barcha a'zolarining talablarini turlicha yetarililikda qondirishi mumkin bo'lgan moddiy va ideal nisbatni aniqlashni talab etadigan ichki ziddiyatlarni hal etishda integral yondashuv zarurligi to'g'risidagi g'oyani tasdiqlaydi.

Ushbu holat jamiyatning turli qatlamlari muvozanatini saqlashda muhim ahamiyatga egadir, chunki jamiyatning barqarorligini, har bir kishining ma'naviy olami va qadr-qimmatini ta'kidlaydi. O'zbekistonda aynan ushbu muvozanat saqlanganligi tufayli rivojlanishining yangi bosqichiga o'tish davri ijtimoiy larzalarsiz ro'y berdi. Vaqt o'tishi bilan ustuvorliklar o'zgarishi mumkin, faqat muvozanatlilik va uyg'un nisbat prinsipi o'zgarishsiz qoladi.

Yangi ijtimoiy tizimga o'tish fan uchun izsiz bo'lmaydi. O'zbekistondagi sotsiologiya fani ham bundan mustasno emas. Haqiqatni izlashning murakkab va ko'p jihatdan qiyin jarayoni kechmoqda va haqiqatning ko'plab birlamchi nazariy qoidalari ijtimoiy munosabatlarning yangi tizimida yana shubha ostiga olinmoqda. Yangi ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarga tatbiqan teran, asos bo'luvchi, puxta sotsiologik tadqiqotlarga bo'lgan ehtiyoj dolzarblashmoqda.

Markaz faoliyat ko'rsatgan nisbatan uncha katta bo'lmagan davrda O'zbekiston jamiyatining ijtimoiy-iqtisodiy, huquqiy va siyosiy hayotining eng ahamiyatli masalalari bo'yicha 160 kompleks, to'laqonli, maqsadli sotsiologik tadqiqotlar va jamoatchilik fikri so'rovlari o'tkaziladi. Respublika barcha mintaqalarining 7100 mahallasi, 4300 qishloq kengashi ular bilan qamrab olindi. So'rovda ishtirok etgan respondentlar soni 150 000 kishidan oshadi. "Ijtimoiy fikr" markazi jamoatchilik fikrini yaxlit tahlil qilish vositasiga aylanmoqda, hokimiyat organlari va jamiyat o'rtasidagi aksincha aloqa funksiyasini bajarmoqda:

Markaz quyidagi yo'nalishlari bo'yicha tadqiqotchilik loyihalarga alohida ahamiyat beradi.

- inson huquq va erkinliklariga rioya qilish siyosiy-huquqiy, ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish ustuvorliklari va muammolari hamda ijtimoiy munosabatlarni rivojlantirishning dolzarb masalalari to'g'risida jamoatchilik fikrini o'rganish;

- mamlakat ijtimoiy hayotining, davlat siyosatining dolzarb masalalari haqida jamoatchilik fikrini umumlashtirish va tahlil qilish;
- amalga oshirilayotgan islohotlarning, davlat hokimiyati va boshqaruv oliy organlari qarorlarining aholi tomonidan tushunishini tavsiflaydigan jamoatchilik fikrining ustuvor tendensiyalarini aniqlash;
- kishilar dunyoqarashini shakllantirishning, ular ijtimoiy-siyosiy, iktisodiy, ma'naviy, huquqiy va diniy ongining holati va mazmunining asosiy yo'nalishlarini ishlab chiqish;
- aholi siyosiy va huquqiy madaniyati darajasini o'rganish hamda ularni takomillashtirishning ustuvorliklarini belgilash.

Bugungi kunda O'zbekiston sotsiologiya fanini tiklashda muayyan bosqich bosib o'tilganligini va uning yo'nalishlaridan biri – jamoatchilik fikri sotsiologiyasini o'rganish sohasida yangi sifatga o'tish vazifasi turganligini qayd etish zarur. Respublikani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ilmiy asoslagan prognozlarini ishlab chiqish imkonini beradigan aholining huquqiy madaniyati va huquqiy ongi sohasida hamda mamlakatdagi ijtimoiy-siyosiy vaziyat sohasida asos bo'luvchi sotsiologik tadqiqotlarni yanada rivojlantirish zarur.

Mamlakatni rivojlantirish istiqbollari kelib chiqib fuqarolarning mamlakatda amalga oshirilayotgan bozor islohotlari va huquqiy islohotlarga munosabatini tadqiq etish oldinda turgan davrda ustuvor vazifa hisoblanadi.

Faol mehnat qilish va ijtimoiy faollik yoshidagi fuqarolar avlodining bo'lajak almashishi hisobga olingan holda yoshlarning qadriyatli yo'nalishlari yoppasiga o'rganilishi lozim.

Mamlakatimizning ko'p millatli mamlakat ekanligini hisobga olgan holda milliy jamoalarning vatanparvarlik kayfiyatini va millatlararo uyg'unlik jamiyatini barpo etishda ularning hissalarini ochib beruvchi mavzular qiziqish uyg'otadi.

Jamiyatimiz hayotida tadbirkorlikning roli tobora o'sib borayotganligi ularning qadriyatli yo'nalishlarini, ijtimoiy-siyosiy ustuvorlik berishlarini va huquqiy madaniyati darajasini aniqlash maqsadida fuqarolarning ushbu ijtimoiy toifasini kompleks tadqiq etishni taqozo etadi.

Demokratik davlat va fuqarolik jamiyati asoslarini barpo etish sharoitlarida din shaxsning fuqarolik nuqtai nazariga jiddiy ta'sir ko'rsatadigan eng integrativ omil hisoblanadi. Shu munosabat bilan ushbu murakkab jarayonni yanada o'rganish talab etiladi. Ijtimoiy kayfiyat jamiyatning ma'naviy sog'lomligi va barqarorligining muhim ko'rsatkichlaridan biri hisoblanadi. Bu aholining ijtimoiy psixologiyasini hisobga olgai holda ijtimoiy kayfiyat ko'rsatkichlarini ishlab chiqishni dolzarblashtiradi.

Doimiy olib boriladigan monitoringi Oliy Majlisning inson huquqlari bo'yicha vakili (Ombudsman)ga murojaat qilgan shaxslarni so'rab chiqish, shuningdek mamlakat hayotidagi muhim voqealarga, masalan, Oliy Majlis sessiyasiga jamiyatning munosabatini tadqiq etish asosida o'zini oqlagan jamoatchilik fikrini mavzu so'rab chikish orqali O'zbekistonda inson huquqlari bilan bog'liq vaziyatni o'rganish davom ettirilishi zarur.

O'zbekistonda yuz berayotgan ijtimoiy, ma'naviy va dunyoqarash bilan bog'liq jarayonlarning mohiyati va tendensiyalarini xorijiy ilmiy va ijtimoiy jamoatchilikka tushuntirish maqsadida xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlikni faollashtirish zarur.

Huquqiy madaniyat, shuningdek aholining huquqiy ongi va mamlakat ijtimoiy-siyosiy rivojlanishining ishonchli prognozlarini tayyorlash sohasida sotsiologik tadqiqotlar o'tkazishning asosiy muammolari va metodikasini prognoz qilishni davom ettirish mo'ljallanmoqda.

Aholini axborot bilan ta'minlashda ommaviy axborot vositalarining ahamiyati e'tiborga olingan holda ommaviy axborot vositalari, fuqarolarning dunyoqarashini shakllantirishda ularning roli to'g'risida jamoatchilik fikrini o'rganishga doir tadqiqotlar davom ettirilishi kerak.

Birinchi prezident Islom Karimov ikkinchi chaqiriq Oliy Majlisning IX sessiyasida ta'kidlaganidek, jamoatchilik fikrini o'rganish va shakllantirish jamiyatimizning kundalik siyosiy hayotining belgisiga aylanishi, mamlakatdagi tarixiy qayta o'zgartirishlar davrida – ijtimoiy jarayonlarni boshqarish sifati va samaradorligini oshirish maqsadida sotsiologiya fani salohiyatidan foydalanib jamoatchilik fikrida yuz berayotgan tub siljishlarni anglashga o'zining baholi qudrat hissasini

qo'shishi uchun davlat hokimiyati va boshqaruv organlari faoliyatini ta'minlash uchun mavjud imkoniyatlardan faol foydalanishga da'vat etgandir.

Jamoatchilik fikrini o'rganish va olingan xulosalarning oshkor qilinishi O'zbekiston Respublikasida amalga oshirilayotgan jamiyatni muttasil va jadal demokratiyalashtirish jarayonining samarali mexanizmlaridan biri hisoblanadi. Jamiyatni demokratiyalashtirish ma'naviy boy va siyosiy faol shaxs, fuqarolik jamiyati va davlatning o'zaro munosabatlarini faollashtiradi. Aynan mana shu maqsadni ro'yobga chiqarish uchun va O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1997 yil 25 iyundagi Farmoni bilan "Ijtimoiy fikr" jamoatchilik fikrini o'rganish markazi tashkil etildi.

Birinchi prezident I.A.Karimov O'zbekistondagi demokratik islohotlar va fuqarolik jamiyati asoslarini shakllantirish ustuvorliklari orasida jamoatchilik fikri omilini ajratib ko'rsatdi. U "jamoatchilik fikri – fuqarolik jamiyatining holatini o'zida aniq aks ettiradigan bamisoli bir ko'zgu" ekanligini ta'kidladi.

Jamoatchilik fikri – bu murakkab va ko'p qirrali hodisa bo'lib, aholidan muntazam ravishda so'rab chiqish materiallari negizida tashkil etilishi mumkin. Shu munosabat bilan jamoatchilik fikri fuqarolarning bir lahzalik kayfiyatini ifodalaydigan yuzaki hodisadir degan qarash juda xato qarash ekanligini ta'kidlash lozim. Metodik jihatdan ishning ko'zini bilib amalga oshirilgan tadqiqotlar omma kayfiyati va ko'rsatmalarining har xil darajalarini o'rganish vositasi bo'lishi mumkin. Bunda "turli darajalar o'rtasida o'tish mavjudligini ko'rsatish yetarli emas, bunday o'tishning ehtimol tutilgan omillarini – harakatlantiruvchi kuchlari, qarshiligi, varianti va hokazolarni tahlil qilish ham jamoatchilik fikri tadqiqotchilarining vazifasiga kiradi".

"Ijtimoiy fikr" jamoatchilik fikrini o'rganish markazi tomonidan O'zbekistonda jamoatchilik fikrini o'rganish tajribasi jamoatchilik fikri so'rovlari natijasida olinadigan subyektiv axborot ishonchligining juda yuqoriligini, har xolda sotsial statistika ishonchligidan kam bo'lmagan darajada ishonchliligini ko'rsatadi.

Jamoatchilik fikrini, eng avvalo, uning amaliy ahamiyati nuqtai nazaridan qarash zarur. Bunda jamoatchilik fikrini o'rganishning amaliy

natijalari quyi darajaga ega, uni salohiyat sifatida talqin qilish va jumladan, mazkur resursdan amalda foydalanish resursi sifatida prognozlashtirish mumkin deb uqtiradigan Y.Levadaning fikriga ko'shilish lozim. Jamiyatda yuz berayotgan har xil hodisalarni prognozlashtirishning juda muhim vositasi sifatida sotsiologiya nuktai nazaridan jamoatchilik fikri so'rovining ahamiyati ayniqsa kattadir.

O'zbekistonning jamoatchilik fikrini o'rganish sohasida ishlayotgan mutaxassis olimlari oldida juda muhim vazifa – ijtimoiy-iqtisodiy sohalarda va mamlakatning siyosiy rivojlanishi sohasida jamoatchilik fikri shakllanishining asosiy tendensiyalari va muammolarini, shuningdek o'tish davri sharoitlarida fuqaro shaxsi qaror topishini tizimli tahlil qilish va o'rganish vazifasi turibdi.

Milliy mustaqillik g'oyasi, yuksak ma'naviyat va ma'rifatparvarlik, demokratiya va fuqarolik jamiyatining mutahkamlanishi O'zbekistonning mavjud va rivojlanishining tarixan yangi sifatini belgilab beradi. O'zbekistonning sotsiologiya fani murakkab, biroq sarmahsul izlanish bosqichida turibdi: milliy va demografik xususiyatlarini hisobga olgan xolda o'tish davri sharoitlarida yuz berayotgan tarixiy jarayonlarni, jamiyatning rivojlanishi nazariyasi va metodologiyasining ishonchi tahlilini amalga oshirish va tushuntirib berish zarur. Metodologik yondashuvlar qatorida tizim hosil etuvchi mezonlarni – O'zbekiston Respublikasining hayotiy muhim manfaatlarini ajratib ko'rsatish lozim. O'zbekistonning strategik rivojlanishi xavfsizlik va barqarorlikka qaratilishi – O'zbekiston sotsiologiya fani va amaliy sotsiologiyaning joriy va istiqboldagi vazifalarini bevosita belgilab beradi. Ularning eng asosiylarini ko'rib chiqamiz.

Bozor islohotlari va demokratik islohotlar faol amalga oshirilayotgan o'tish davrida jamoatchilik fikridagi qarama-qarshiligini tadbiq etish shaxs, jamiyat va davlat hokimiyati organlari o'rtasidagi aniq sotsiologik tadqiqotlar orqali aksincha aloqaning samarali mexanizmini ishlab chiqish, bu bilan demokratik va fuqarolar muloqotining samarali bo'lishiga ko'maklashish zarur.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. O'zbekistonda jamoatchilik fikri namoyon bo'lishi haqida ma'lumot bering?
2. "Ijtimoiy fikr" Respublika markazi faoliyati haqida gapirib bering?
3. O'zbekistonda tadqiqot markazlari haqida nimalarni bilasiz?
4. O'zbekiston sotsial siyosatining muammolari haqida to'liq ma'lumot bering?

Test savollari:

1. **"Ijtimoiy fikr" jamoatchilik fikrini o'rganish markazi nechanchi-yildan boshlab faoliyat ko'rsatmoqda?**
 - a) 2000-yil
 - b) 1997-yil
 - c) 1999-yil
 - d) 1991-yil
2. **"Mamlakatdagi ijtimoiy-siyosiy barqarorlik yetarli darajada jamoatchilik fikrining ahvoliga bog'liq" so'zlari muallifi kim?**
 - a) Amir Temur
 - b) Abu Nasr Forobiy
 - c) I.A.Karimov
 - d) Aristotel
3. **O'zbekistonda 1997-yildan boshlab faoliyat ko'rsatayotgan jamoatchilik fikrini o'rganish markazi qanday nomlanadi?**
 - a) Ommaviy so'rov
 - b) Jamiyat
 - c) So'rov
 - d) Ijtimoiy fikr
4. **"Mavoraunnahrdagi jamoatchilik fikri" kitobi muallifini ko'rsating.**
 - a) S.Jo'raev
 - b) R.Ubaydullaeva
 - c) M.Bekmurodov
 - d) A.Xolbekov
5. **"O'zbekistonda jamoatchilik fikri" kitobi muallifini ko'rsating.**

- a) S.Jo'rayev
- b) M.Bekmurodov
- c) R.Ubaydullaeva
- d) A.Xolbekov

6. O'zbekistonda faoliyat ko'rsatayotgan jamoatchilik fikrini o'rganish markazlari soni qancha?

- a) 25 ta
- b) 20 ga yaqin
- c) 1 ta
- d) 30 va undan ortiq

7. "Ijtimoiy fikr" jamoatchilik fikrini o'rganish markazi hozirda asosan aholining qaysi demografik guruhining sotsial qiyofasini yaratish borasida monitoring tadqiqotlari o'tkazmoqda?

- a) keksalar
- b) talabalar
- c) yoshlar
- d) tadbirkorlar

8. "Ijtimoiy fikrning tashkil topishi" asari kimga tegishli?

- a) A.K.Uledov
- b) V.Kuzmichev
- c) G.V.Plexanov
- d) B.A.Grushin

9. V.Kuzmichevning "Ijtimoiy fikrning tashkil topishi" asari qachon nashr etilgan?

- a) 1917-yil
- b) 1898-yil
- c) 1929-yil
- d) 1991-yil

10. Quyidagi asarlarning qaysi biri V.Kuzmichevga tegishli?

- a) "Materializm tarixi borasidagi ocherk"
- b) "Davlat"
- c) "Siyosat"
- d) "Ijtimoiy fikrning tashkil topishi"

Mustaqil ta'lim mavzulari:

1. O'zbekistonda tadqiqot markazlari bilan tanishish
2. Sotsial qiyofa tushunchasi va xususiyatlari
3. Jamoatchilik fikrini o'rganishda tadqiqotlarning o'rni
4. Jamoatchilik fikrini o'rganishda hujjatlarni tahlil qilish usuli

7-MAVZU. JAMOATCHILIK FIKRI SOTSIAL INSTITUT SIFATIDA

REJA:

1. Jamoatchilik fikrini sotsial institut sifatida namoyon qiluvchi belgilar
2. Jamoatchilik fikrining funksiyalari
3. Jamoatchilik fikrining jamiyat sotsial-iqtisodiy hayotida amal qilishi
4. Jamoatchilik fikri siyosiy hayotda
5. Jamoatchilik fikrining jamiyat ma'naviy mafkuraviy va madaniy sohalarida institutsionallashuvi xususiyatlari

Tayanch atamalar: Sotsial institut, rol, mavqie, jamaotachilik fikri, funksiya, konsultativ, direktiv, konstruktiv, regulyativ, pozitiv, negativ, ekspressiv, regulyativ, baholash funksiya.

Sotsial institut – bu insonlarning turli sohalarini tartibga solish va ularni rollar hamda mavqelar tizimiga joylashtirishga xizmat qiladigan rasmiy va norasmiy qoidalarning, me'yorlarning, tamoyillarning va yo'l-yo'riqlarning majmuasi. Buning natijasida, sotsial institutni ikki asosiy nuqtai nazardan ko'rish mumkin: birinchidan, u me'yorlar to'plami, ikkinchisidan esa rollar va mavqelar to'plami sifatida ifodalanadi.

Sotsial institut, qisqacha ta'rifda, odamlarning sotsial tashkillashgan va regulyatsiya qilinadigan faoliyatlarini anglatadi.

Vazifalari:

- a) jamiyat a'zolarini takror ishlab chiqarish, qaytadan tiklash;
- b) ijtimoiylashuv;
- c) ishlab chiqarish va taqsimot;
- d) tartibga rioya qilish va ahloqni saqlab turish.

Jamoatchilik fikrining bilish imkoniyatlari muayyan – tarixiy xususiyatlarga ega bo'lib, u jamiyatdagi mavjud madaniyat, texnik imkoniyatlar, muloqot vositalarining rivojlanish darajasi va boshqa omillarga bog'liq. Shu bilan birga, jamoatchilik fikri ijtimoiy ong shakllari (fan, mafkura, din, san'at, axloq, huquq, siyosat va boshqalar), darajalari

(individuallik, kollektivlik, milliy ong, sinfiy ong) va sohaları bilan bog'liq holda rivojlanadi. Shunday qilib, jamoatchilik fikri ijtimoiy ongning o'zgaruvchan, dinamik holati sifatida qaraladi.

Jamoatchilik fikri murakkab ma'naviy-axloqiy tizim sifatida, aholining ijtimoiy ongining alohida shakli bo'lib, jamiyatning ijtimoiy-siyosiy, ijtimoiy-iqtisodiy va ma'naviy-axloqiy hayotining turli jihatlariga aholining baho berishida namoyon bo'ladi.

Quyidagilar jamoatchilik fikrining tizim hosil etuvchi belgilari hisoblanadi:

-jamoatchilik fikri shakllanadigan ijtimoiy fakt, voqeaning ahamiyati;
-jamoatchilik fikrini ifodalaydigan jamiyat, qatlam, guruh, individning ma'naviy-intellektual, ma'naviy saviyasi;

-jamoatchilik fikrini qo'zg'atuvchilar sifatida partiyalar, jamoatchilik harakatlari yetakchilarining ma'naviy-axloqiy nuqtai nazari, siyosiy da'vatlari;

-jamoatchilik fikrida o'z ifodasini topadigan ijtimoiy harakatlarni belgilab beradigan aholining milliy, etnik, diniy xususiyatlari;

-ijtimoiy xatti-harakatlar amalga oshirilishi jarayonida ro'yobga chiqadigan asosiy va qo'shimcha manfaatlar nisbati, jamoatchilik fikri holati va barqarorligini belgilab beradigan uyg'unlik darajasi.

Jamoatchilik fikrini o'rganish jarayonida yukorida ko'rsatib o'tilgan belgilar mantiqiy o'zaro bog'liqlik va izchillikda ko'rib chiqiladi.

Quyidagilar jamoatchilik fikri ifodalanadigan asosiy sohalar hisoblanadi: iqtisodiyot, siyosat, demografiya, axloqiylik, axloq, huquq, din, madaniyat, turmush tarzi, ekologiya va boshqalar. Jamiyat faoliyatining ushbu sohalarida jamoatchilik fikrini o'rganish mohiyatiga ko'ra o'zida ijtimoiy amaliyotning tegishli so'rovlariga sotsiologiya fanining tezkorlik bilan munosabat bildirishini ifodalaydi.

Jamoatchilik fikrining real ijtimoiy hayotda amal qilishi uning ifodalanishi va u bajaradigan vazifalar bilan xarakterlanadi. Jamoatchilik fikrining uch xil ifodalanishini kuzatish mumkin:

jamoatchilik fikrining stixiyali ifodalanishi;

siyosiy institutlar tashabbusiga ko'ra biror bir qonunni muhokama qilish yoki chora-tadbir (referendum, umumxalq muhokamasi va b.) o'tkazish jarayonida jamoatchilik fikrining bildirilishi;

maxsus sotsiologik tadqiqotlar, ya'ni so'rovlar paytida jamoatchilik fikrining aniqlanishi.

Jamoatchilik fikrini muhim sotsial institut sifatida talqin qilish maqsadga muvofiq, bu uning funksiyalari (vazifalari) bilan bog'liq masaladir. Jamoatchilik fikrining funksiyalari jamiyat hayotining turli sohalarida qo'llanilishiga qarab turlicha shakllarda namoyon bo'ladi.

Shunday bo'lsa-da, uni aynan sotsial institut sifatida namoyon qiluvchi funksiyalar sifatida tartibga solish va tarbiyalash funksiyalarini alohida ajratib ko'rsatish muhim ahamiyatga ega: tartibga solish funksiyasi jamoatchilik fikri individni guruh bilan, guruhni jamiyat bilan, oxir-oqibatda esa individni jamiyat bilan hamfikrliligini shakllantirish orqali jamiyatda barqarorlikni va ijtimoiy tartibotni ta'minlashda namoyon bo'lsa, tarbiyalash funksiyasida esa shaxs ijtimoiylashuvining har qanday bosqichida jamoatchilik fikrining muhim o'rni va rolini eslatib o'tish kifoya.

Jamoatchilik fikri ijtimoiy institutlarga ta'siri jihatidan ekspressiv, konsultativ va direktiv funksiyalarni bajaradi:

Jamoatchilik fikri ijtimoiy hayot faktlariga nisbatan, xususan, davlatning, uning turli institutlarining harakatiga, faoliyatiga nisbatan doimo aniq munosabatga ega bo'ladi. Bu narsa jamoatchilik fikriga hokimiyat institutlaridan ayri turuvchi, bu institutlar faoliyatini baholab boruvchi va nazorat qila oluvchi kuch baxsh etadi. Shuning uchun siyosatchilar ko'pincha jamoatchilikka, aniqrog'i uning fikriga tayangan holda ish ko'rishga, ya'ni jamoatchilik fikrining ma'naviy kuchi bilan hisoblashishga majbur bo'ladilar. Jamoatchilik fikrining bu ekspressiv – nazorat funksiyasi, ayniqsa, demokratik tuzumga asoslangan jamiyatlarda katta ta'sirga ega bo'ladi. Bunda ommaning siyosiy institutlar faoliyati ustidan nazorati va ta'siri kuchli bo'ladi.

Jamoatchilik fikrining konsultativ (maslahat) funksiyasi muammolarni hal etish vositalarini tanlash bo'yicha "maslahat berish" qobiliyatida namoyon bo'ladi. Bunda boshqaruv organlari o'z faoliyatlari yuzasidan jamoatchilik fikrini so'rab berishdan manfaatdor bo'ladilar. Masalan, tijorat masalalarini yoki aholiga maishiy xizmat ko'rsatish muammolarini hal etishda jamoatchilikning fikrini o'rganish muhim ahamiyat kasb etadi.

Jamoatchilik fikrining direktiv funksiyasi jamoatchilikning ba'zi hollarda ijtimoiy muammolar yuzasidan imperativ (majburiy) xususiyatga ega bo'lgan hukm chiqarishini o'zida aks ettiradi. Referendumlar va saylovlar paytida bildiriladigan jamoatchilik fikri bunga misol bo'la oladi. Bu holda jamoatchilik fikri majburiy kuchga ega bo'lib, biror bir guruhning fikri uning o'rnini bosa olmaydi.

Jamoatchilik fikri funksiyalarini o'z mazmun-mohiyatiga ko'ra baholash, tahliliy, konstruktiv va reguliyativ turlarga ajratish mumkin. Jamoatchilik fikrining baholash funksiyasida kundalik, oddiy fikrlash ustuvor bo'lib, bunda subyektning u yoki bu ijtimoiy voqeaga nisbatan munosabatning bildirilishi talab etiladi. Jamoatchilik fikrining tahliliy (analitik) vazifasi subyektning ijtimoiy munosabatlari va jarayonlarni o'ziga xos dasturlashtirishdir. Bu holda subyekt nazariy mushohada asosida o'z fikrini va maslahatlarini aniq ifoda etadi.

Jamoatchilik fikri ijtimoiy munosabatlar tizimida ma'lum bir meyorlarni ishlab chiqish va mustahkamlash "vakolatiga" ham ega. Bu holda jamoatchilik fikrining reguliyativ (boshqaruv) funksiyasi yaqqol namoyon bo'ladi va u ayniqsa shaxslararo munosabatlarda, shaxs va jamoa o'rtasidagi munosabatlarda ko'zga tashlanadi. Bunda jamoatchilik fikri ko'pincha jamiyat (ijtimoiy guruh) tomonidan qabul qilingan, lekin shaxs xatti-harakatini belgilaydigan qoida va qonunlar to'plamini eslatadi. Bu jamoatchilik fikrining eng qadimiy funksiyalaridan biri ham bo'lib, unda guruhning fikri, xalq odatlari (masalan, o'ch olish odati), turli an'analar chatishib ketganki, ular inson xulqini boshqarishda katta ahamiyatga ega.

Ifodalanish shakliga ko'ra jamoatchilik fikri ikki xil – pozitiv (ijobiy) va negativ (salbiy) funksiyalarni bajaradi. Darhaqiqat, jamoatchilik o'z fikrini doimo qo'llab-quvvatlash va aksincha, inkor etish, qoralash ko'rinishida bildirilishi mumkin. Subyekt ijtimoiy jarayonlarda ongli ishtirok etishga tayyorligini bildirgan taqdirda jamoatchilik fikri pozitiv, agar subyekt norozilik bildirib, hech bir harakatni sodir qilmagan taqdirda negativ vazifani bajaradi.

Jamoatchilik fikri vakolatligi – jamiyatda demokratiyaning muhim ko'rsatkichi hisoblanadi. U fuqarolarning faktlar va hodisalarga siyosiy jihatdan to'g'ri baho berish, ularning sotsial oqibatlarini ko'ra bilish qobiliyatini anglatadi. Bu ko'p jihatdan aholi to'liq va xolis axborotga

qanchalik ega ekanligiga bog'liq bo'ladi.

Jamoatchilik fikri ijtimoiy ta'sir ko'rsatish vositasi hisoblanadi, shu sababli nazariy-metodologik nuqtai nazardan xali yetarlicha ishlab chiqilmagan jamoatchilik fikrining o'zini aniq maqsadni ko'zlab shakllantirish muammosini juda muhim, deb hisoblash zarur.

Jamiyatni rivojlantirishda keng jamoatchilik fikriga suyanish katta tarixiy tajribaga suyanishni talab etadi.

Qadim davlatchilik tarixidan kelib chiqib, xalqimiz jamoatchilik fikri quyidagi funksiyalarni bajarib kelganligining shohidi bo'lishgan.

Direktiv, ya'ni qarorlar qabul qilishda jamoatchilikning keng ishtiroki.

Konsultativ – qarorlarni hayotga tadbiiq etishda, hukm chiqarishda keng jamoatchilik bilan maslahatlashish.

Turli davlatlar va nodavlat tashkilotlar ishi ustidan nazorat o'rnatishda.

Ekspressiv (nazorat) – ya'ni favqulodda hodisalarning oldini olish va ularni bartaraf etishda va hokazo funksiyalarni bajaradi.

Konstruktiv funksiya. Bu subyektlarning ijtimoiy munosabatlari va jarayonlarni o'ziga xos programmashtirishdir.

Regulyativ (boshqaruv) funksiyasi.

Baholash funksiyasi.

Pozitiv (ijobiy) funksiya.

9. Negativ (salbiy) funksiyalarni bajaradi. Umuman, jamoatchilik fikri funksiyalarini 3 guruhga bo'lish mumkin:

Jamoatchilik fikrining mohiyati va mazmunini ifoda etuvchi funksiyalar: a) gnoseologik; b) baholash.

2. Jamoatchilik fikrining ijtimoiy axamiyatini ifoda etuvchi funksiyalar: a) tarbiyalash; b) rag'batlantirish; c) nazorat qilish; d) maslahat.

3. Jamoatchilik fikrining kishilarga ta'sirini ifoda etuvchi funksiyalar.

Nihoyat, ifodalanish shakliga ko'ra jamoatchilik fikri ikki xil – pozitiv (ijobiy) va negativ (salbiy) funksiyalarni bajaradi.

Darhaqiqat, jamoatchilik o'z fikrini doimiy ravishda qo'llab-quvvatlash yoki aksincha, inkor etish va tanqid qilish shaklida bildirishi

mumkin. Agar subyekt ijtimoiy jarayonlarda ongli ishtirok etishga tayyor bo'lsa, jamoatchilik fikri pozitiv sifatida ifodalanadi; agar subyekt norozilik bildirsa, lekin hech qanday harakatni amalga oshirmasa, unda bu negativ vazifani bajarishga olib keladi.

Jamoatchilik fikrining siyosiy hayotdagi o'rnini: Jamoatchilik fikri siyosiy jarayonlarda muhim rol o'ynaydi. Bu, jamiyatning siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy masalalarga bo'lgan munosabatini aks ettiruvchi umumiy qarashlar, fikrlar va his-tuyg'ulardan iboratdir. Jamoatchilik fikrining siyosiy hayotdagi o'rnini va uning ta'siri ko'plab omillarga bog'liq bo'lib, uni tahlil qilish orqali siyosiy tizimlarning qanday ishlashini yaxshiroq tushunish mumkin.

Jamoatchilik fikri - bu keng auditoriyalarning siyosiy, ijtimoiy, iqtisodiy masalalarga bo'lgan umumiy qarashlarini aks ettiruvchi tushuncha. Bunda, xalq yoki jamiyatning individual fikrlari va qarashlari birlashtirilib, kollektiv fikrga aylantiriladi. Jamoatchilik fikri turli omillar orqali shakllanadi, masalan:

- Ommaviy axborot vositalari (televideniye, gazetalar, internet),
- Siyosiy partiyalar va ularning targ'ibot ishlari,
- Jamiyatda yuz berayotgan voqealar va hodisalar,
- Shaxsiy tajribalar va kundalik hayotdagi o'zgarishlar

Jamoatchilik fikrining siyosiy hayotdagi roli:

Jamoatchilik fikri siyosiy jarayonlar va qarorlar qabul qilishda muhim omil bo'lib xizmat qiladi. Uning asosiy rollari quyidagilarni o'z ichiga oladi:

1. Siyosiy islohotlar va siyosatni shakllantirish: Jamoatchilik fikri hukumat va siyosatchilarga ularning siyosatlarini qayta ko'rib chiqishga yoki yangi siyosiy strategiyalarni ishlab chiqishga yordam beradi. Hukumatlar xalqning talab va ehtiyojlariga qarab siyosiy qarorlar qabul qilishadi.

2. Siyosiy tizimni nazorat qilish: Jamoatchilik fikri demokratik jamiyatlarda hukumat va siyosatchilarni nazorat qilishning bir vositasi sifatida ishlaydi. Agar hukumat siyosati jamoatchilik fikriga qarshi bo'lsa, bu siyosatni amalga oshirishda qiyinchiliklar yuzaga kelishi mumkin. Shuningdek, saylovlar jamoatchilik fikriga asoslanib o'zgarib turadi, chunki saylovchilar o'z fikrlarini ifoda etish uchun ovoz berish orqali

hukumatni shakllantiradilar.

3. Siyosiy harakatlarning rivojlanishi: Jamoatchilik fikri ijtimoiy va siyosiy harakatlar uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Masalan, ijtimoiy harakatlar, fuqarolik jamiyatining talab va ehtiyojlarini aks ettiruvchi shakliga ega bo'lib, ularning o'sishida jamoatchilik fikri katta ahamiyatga ega.

4. Ommaviy axborot vositalarining ta'siri: Ommaviy axborot vositalari jamoatchilik fikrining shakllanishiga bevosita ta'sir qiladi. Matbuot, televideniye, radio va internet orqali berilgan ma'lumotlar odamlarning siyosiy qarashlarini o'zgartirish yoki mustahkamlashga yordam beradi. Shuningdek, ommaviy axborot vositalari jamoatchilik fikrining shakllanishiga ta'sir ko'rsatadi, chunki ular muhim siyosiy masalalar va voqealarni aks ettiradi.

Jamoatchilik fikrining shakllanishi va unga ta'sir etuvchi omillar. Jamoatchilik fikri shakllanishida bir qancha omillar mavjud:

Ommaviy axborot vositalari: Matbuot, televideniye, radio va internet orqali tarqatilgan ma'lumotlar jamoatchilik fikrini shakllantirishda asosiy rol o'ynaydi.

Siyosiy elita: Siyosiy partiyalar, davlat tashkilotlari va liderlar jamoatchilik fikrini o'z siyosatlarini va targ'ibotlari orqali ta'sir qilishadi.

Ijtimoiy tarmoqlar: Ijtimoiy tarmoqlar orqali ma'lumotlar tez tarqaladi va jamiyatning fikri tezda o'zgarishi mumkin. Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar jamoatchilik fikrining shakllanishida muhim omilga aylandi.

Madaniy va tarixiy omillar: Jamiyatning madaniy merosi, tarixiy tajribalari va an'analari jamoatchilik fikrini shakllantiradi.

Iqtisodiy va ijtimoiy omillar: Jamiyatda mavjud bo'lgan iqtisodiy va ijtimoiy sharoitlar jamoatchilik fikrini shakllantirishi mumkin. Masalan, iqtisodiy inqiroz yoki ijtimoiy adolatsizliklar odamlarning siyosiy qarashlarini o'zgartirishga olib kelishi mumkin.

Jamoatchilik fikrining o'lchovlari

Jamoatchilik fikri turli vositalar orqali o'lchab boriladi. Bunga quyidagilar kiradi:

So'rovlar va anketalar: Jamoatchilik fikrini o'rganish uchun eng ko'p ishlatiladigan usul bu so'rovlar va anketalar. Ular orqali odamlarning

siyosiy qarashlari va munosabatlari to'g'risida ma'lumot olish mumkin.

Ommaviy axborot vositalari tahlili: Ommaviy axborot vositalarining yoritgan mavzulari, ma'lumotlar va fikrlar orqali jamoatchilik fikrining qaysi tomonga yo'nalganini aniqlash mumkin.

Ijtimoiy tarmoq tahlili: Ijtimoiy tarmoqlarda tarqatilgan fikrlar va munosabatlar jamoatchilik fikrini tahlil qilish uchun qo'llaniladi. Hashtaglar, postlar, sharhlar va boshqa ijtimoiy tarmoq vositalari orqali odamlarning fikrlarini o'rganish mumkin.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Jamoatchilik fikrining asosiy va ikkinchi darajali funksiyalarini tushuntirib bering?
2. Jamoatchilik fikrining regulyativ va tarbiyaviy funksiyalari, ularning o'zaro aloqadorligini gapirib bering?
3. Jamoatchilik fikri funksiyalarining sotsial institutlarning ta'sirlashuvi darajasiga ko'ra turlarini yoritib bering?
4. Jamoatchilik fikrining ekspressiv, konsultativ va direktiv funksiyalari haqida ma'lumot bering?
5. Jamoatchilik fikri funksiyalarining mazmun-mohiyatiga ko'ra turlari haqida gapirib bering?

Testa savollari:

1. Institutlar ta'sirlashuviga ko'ra jamoatchilik fikri nechta funksiyani bajaradi?

- a) 2 ta
- b) 4 ta
- c) 5 ta
- d) 3 ta

2. Jamoatchilik fikrining institutlar ta'sirlashuviga ko'ra funksiyalari turlarini ko'rsating.

- a) regulyativ va tarbiyaviy
- b) baholovchi, tahliliy, konstruktiv va regulyativ
- c) kommunikativ va integrativ
- d) espressiv, konsultativ va direktiv

3. Jamoatchilik fikri funksiyalarining mazmun-mohiyatiga ko'ra turlari nechta?

- a) 2 ta
- b) 4 ta
- c) 5 ta
- d) 3 ta

4. Jamoatchilik fikrining mazmun-mohiyatiga ko'ra funksiyalari turlarini ko'rsating.

- a) regulyativ va tarbiyaviy
- b) pozitiv va negativ
- c) baholovchi, tahliliy, konstruktiv va regulyativ
- d) espressiv, konsultativ va direktiv

5. Jamoatchilik fikrining ifodalanish shakliga ko'ra funksiyalari turlari nechta?

- a) 2 ta
- b) 4 ta
- c) 5 ta
- d) 3 ta

6. Jamoatchilik fikrining ifodalanish shakliga ko'ra funksiyalarining turlarini ko'rsating.

- a) regulyativ va tarbiyaviy
- b) pozitiv va negativ
- c) baholovchi, tahliliy, konstruktiv va regulyativ
- d) kommunikativ va integrativ

7. Qaysi funksiya subyektlarning ijtimoiy munosabatlari va jarayonlarni o'ziga xos programmalashtiradi?

- a) pozitiv funksiya
- b) negativ funksiya
- c) konstruktiv funksiya
- d) regulyativ funksiya

8. Pozitiv va negativ so'zlarining ma'nosi nima?

- a) salbiy va konstruktiv
- b) ijobiy va konstruktiv
- c) ijobiy va salbiy
- d) konstruktiv va ijobiy

9. Qarorlar qabul qilishda jamoatchilikning keng ishtiroki nima deyiladi?

- a) ekspressiv
- b) direktiv
- c) regulyativ
- d) konstruktiv

10. Qaysi funktsiya favqulodda hodisalarning oldini olish va ularni bartaraf etish funktsiyalarini bajaradi?

- a) konstruktiv
- b) direktiv
- c) regulyativ
- d) ekspressiv

Mustaqil ta'lim mavzulari:

1. Jamoatchilik fikrini o'rganish manfaatlari
2. Jamoatchilik fikri va demokratiya
3. Jamoatchilik fikri va fuqarolik jamiyati asoslari
4. Jamoatchilik fikrini o'rganish metodlari
5. Ongning obyektiv faktlarini o'rganish metodlari
6. Jamoatchilik fikrini o'rganishda so'rov usuli
7. Dasturlangan va dasturlanmagan so'rov turlari

8-MAVZU. JAMOATCHILIK FIKRIGA TA'SIR KO'RSATISH MEXANIZMLARI VA USULLARI

REJA:

1. Jamoatchilik fikriga ta'sir ko'rsatish usullari
2. Stereotiplar
3. Jamoatchilik fikrining mavjud bo'lishi shart-sharoitlari

Tayanch atamalar: *Jamoatchilik fikri, individual, kollektiv, ratsional, aksiologik, stereotip, siyosiy lider, guruh, gender, din, huquq, madaniyat, demografiya.*

Jamoatchilik fikrining bilish imkoniyatlari tarixiy jihatdan o'ziga xos bo'lib, u jamiyatda mavjud madaniyat, texnik imkoniyatlar, muloqot vositalarining rivojlanish darajasi va boshqa omillarga bog'liqdir. Shu bilan birga, jamoatchilik fikri ijtimoiy ongning shakllari (fan, mafkura, din, san'at, axloq, huquq, siyosat va boshqalar), darajalari (individuallik, kollektivlik, milliy ong, sinfiy ong) va sohalari bilan chambarchas bog'liq tarzda rivojlanadi. Demak, jamoatchilik fikri ijtimoiy ongning tez o'zgaruvchan, dinamik holatidir.

Jamoatchilik fikri turli darajalarga ega bo'lib, bu individuallik, kollektiv va ijtimoiy fikr shakllarida ifodalanadi va ular o'rtasida doimiy va mustahkam bog'liqlik mavjuddir.

Jamoatchilik fikri ko'p jihatli hodisadir. Uning ratsional-aqliy (bilimlar), psixologik (ijtimoiy-ruhiy) kechinmalar, aksiologik (qadriyatlar) va boshqa jihatlari bo'lib, birgalikda jamoatchilik fikrining tez tarqaluvchanlik va ekstensiv xususiyatini ta'minlaydi.

Jamoatchilik fikrining real ijtimoiy hayotda amal qilishi uning ifodalanishi va u bajaradigan vazifalar bilan xarakterlanadi.

Avvalo, jamoatchilik fikrining uch xil ifodalanishini kuzatsa bo'ladi:

- jamoatchilik fikrining stixiyali ifodalanishi;
- siyosiy institutlar tashabbusiga ko'ra biror bir qonunni muhokama qilish yoki chora-tadbir (referendum, umumxalq muhokamasi va b.) o'tkazish jarayonida jamoatchilik fikrining bildirilishi;

- maxsus sotsiologik tadqiqotlar, ya'ni so'rovlar paytida jamoatchilik fikrining aniqlanishi.

Jamoatchilik fikri murakkab ma'naviy-axloqiy tizim hisoblanadi, bu aholi ijtimoiy ongining alohida shaklidir va u jamiyat ijtimoiy-siyosiy, ijtimoiy-iqtisodiy va ma'naviy-axloqiy hayotining turli jihatlariga aholi tomonidan baho berilishida namoyon bo'ladi.

Quyidagilar jamoatchilik fikrining tizim hosil etuvchi belgilari hisoblanadi:

-jamoatchilik fikri shakllanadigan ijtimoiy fakt, voqeaning ahamiyati;
-jamoatchilik fikrini ifodalaydigan jamiyat, qatlam, guruh, individning ma'naviy-intellektual, ma'naviy saviyasi;

-jamoatchilik fikrini qo'zg'atuvchilar sifatida partiyalar, jamoatchilik harakatlari yetakchilarining ma'naviy-axloqiy nuqtai nazari, siyosiy da'vatlari;

-jamoatchilik fikrida o'z ifodasini topadigan ijtimoiy harakatlarni belgilab beradigan aholining milliy, etnik, diniy xususiyatlari;

-ijtimoiy xatti-harakatlar amalga oshirilishi jarayonida ro'yobga chiqadigan asosiy va qo'shimcha manfaatlar nisbati, jamoatchilik fikri holati va barqarorligini belgilab beradigan uyg'unlik darajasi.

Jamoatchilik fikrini o'rganish jarayonida yuqorida ko'rsatib o'tilgan belgilar mantiqiy o'zaro bog'liqlik va izchillikda ko'rib chiqiladi.

Quyidagilar jamoatchilik fikri ifodalanadigan asosiy sohalar hisoblanadi: iqtisodiyot, siyosat, demografiya, axloqiylik, axloq, huquq, din, madaniyat, turmush tarzi, ekologiya va boshqalar. Jamiyat faoliyatining ushbu sohalarida jamoatchilik fikrini o'rganish mohiyatiga ko'ra o'zida ijtimoiy amaliyotning tegishli so'rovlariga sotsiologiya fanining tezkorlik bilan munosabat bildirishini ifodalaydi.

Zamonaviy jamiyatda stereotiplar ijtimoiy guruhlar, shaxslar, millat, jins va boshqa sohalar bilan bog'liq holda keng tarqalgan. Bu stereotiplar ijtimoiy fikrga va yakka holdagi qarashlarga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Stereotip (yunoncha stereos – qattiq, typos – iz) tushunchasi 1922 yilda amerikalik sotsiolog U. Lippman tomonidan "Ommaviy fikr" kitobida taklif qilingan. Lippmanning fikricha, stereotip "atrofdagi dunyoni idrok etishning o'ziga xos shakli bo'lib, bu ma'lumotlar bizning ongimizga yetib borgunga qadar, bizning hislarimizga ta'sir ko'rsatadi".

Stereotiplarning paydo bo'lishi insonning kundalik tafakkuriga xos bo'lgan harakatni tejash tamoyiliga asoslanadi. Voqelikda takrorlanuvchi hodisalar ma'lum bo'lgan toifalarga kirib, odatiy modellarga tasniflanadi, ular stereotiplar deb ataladi. Agar ular tark etilsa, hayot jarayoni doimiy ravishda keskinlikni talab qiladi. Stereotiplar insonlarga atrofdaagi dunyoni farqlash va soddalashtirishda yordam beradi.

Bugungi kunda xalqlar, tillar va madaniyatlarning aralashishi misli ko'rilmagan darajaga ko'tarilib, madaniyatlarga bag'rikenglikni tarbiyalash, ularga qiziqish va hurmatni oshirish masalasi juda keskinlashdi. Har bir xalqning vakillari o'z va chet el madaniyatlari, o'zini o'rab turgan dunyo haqidagi tasavvurlarini yaratadilar. Bu bilim og'zaki shaklda ham mavjud. Bunday ruhiy shakllanishlar stereotiplar deb ataladi. Stereotiplar bir xalqning boshqa xalq haqidagi ma'lumotlari, boshqa xalqning an'analari, odob-axloq me'yorlari ta'sirida shakllanadi.

Masalan, amerikaliklarning samaradorligi, ruslarning ehtimolligi, nemislarning punktualligi, afrikaliklarning ehtirolari, frantsuzlarning ishqibozligi, finlarning sekinligi, polshaliklarning g'ururi, ispanlarning jahldorligi kabi stereotiplar hammaga ma'lum. Bu obrazlarda turli millat vakillarining temperamenti va turmush tarzining o'ziga xos xususiyatlari, ma'lum ruhiy sifatleri aks etgan. Stereotiplarning ahamiyati shundaki, ular insonning o'z tajribasidan tashqaridagi dunyo haqidagi tasavvurini yaratadi. Shakllanishi shaxsning madaniy muhiti ta'sirida sodir bo'ladi va bu stereotiplar keyingi avlodlarga o'tadi.

Madaniyalararo muloqot jarayonida sheriklardan biri ikkinchisining harakatlari va xatti-harakatlari bilan birga idrok etiladi. O'zaro munosabatlarni o'rnatish boshqa odamning harakatlarini to'g'ri tushunishga bog'liqdir. Stereotiplar yordamida insonga ma'lum xususiyatlar beriladi va shu asosda uning xatti-harakatlari bashorat qilinadi. Shuning uchun stereotiplar o'z va boshqa odamlarning harakatlarining sabablari va mumkin bo'lgan oqibatlarini taxmin qilish imkonini beradi. Shu tarzda, umumiy muloqotda ham, madaniyalararo aloqalar jarayonida ham stereotiplar muhim rol o'ynaydi.

Zamonaviy dunyoda deyarli har qanday davlat ko'p madaniyatli xususiyatlarga ega. Butun davrlar davomida shakllangan etnik ong va madaniyatning tartibga soluvchilari tug'ma yoki orttirilgan madaniy

stereotiplardir. Ularning qo'lida bo'lgan har qanday shaxs o'z etnik guruhi va madaniyati bilan birlikni his qiladi. Insoniyat turli etnik jamoalarning o'z individualligini saqlab qolish huquqini tan olishga yaqinlashmoqda va iloji bo'lsa, bu holat zamonaviy dunyoda ko'pincha millatlararo aloqalarda mavjud bo'lgan shaxsiy huquqbuzarlik hissisiz qabul qilinadi. Salbiy etnik stereotiplarning tarqalishi uchun asos etnosentrizm – bu ma'noda (o'z etnik guruhiga, uning madaniy qadriyatlariga nisbatan g'urur tuyg'usi) vatanparvarlik bilan qo'shilib ketadigan, boshqa tomondan esa (kibr, boshqa xalqlarni mensimaslik, qarama-qarshilik) shovinizm bilan bog'liq. Salbiy nuqta quyidagi holatlarda namoyon bo'ladi: etnik stereotiplar to'siqsiz millatlararo muloqotga to'siq bo'lib xizmat qiladi, ular etnik guruhlar o'rtasidagi o'zaro tushunishni qiyinlashtiradi. Ijobiy jihati shundaki, stereotiplar etnik guruhlarining tarixiy tajribasini to'plagan holda, etnik guruhlarining ma'naviy madaniyatini saqlashga faol yordam beradi.

“Xalq ichki dunyosining o'ziga xosligida, olingan ma'lumotlarning ma'lum bir tarzda tashkil etilgan ruhiy omborining barqarorligida har qanday xalqning odamlarning biosotsial hamjamiyati va madaniy hodisa sifatidagi qadriyatlari yotadi”. (F.H. Kessidi). Shunday qilib, stereotiplarni buzish etnosni tarixiy ildizlaridan mahrum qilishga urinish demakdir. Muvaffaqiyatli muloqot qilish uchun nafaqat chet tilini bilish, balki dunyoning lingvistik rasmini qayta qurishda juda muhim bo'lgan turli etnik stereotiplarning haqiqat yoki yolg'onligi nuqtai nazaridan xorijiy davlat madaniyatini bilish ham maqsadga muvofiqdir.

Stereotiplarning haqiqiy yoki asossizligiga, haqiqat yoki yolg'onligiga qaramay, ularning barchasi har qanday madaniyatning ajralmas elementi bo'lib, ular mavjudligining o'zi bilan odamlarning psixologiyasi va xatti-harakatlariga ta'sir qiladi, ularning ongi va millatlararo aloqalariga ta'sir qiladi.

O'zining barcha sxematikligi va umumiylikiga qaramay, boshqa xalqlar va madaniyatlar haqidagi stereotipik g'oyalar shaxsni begona madaniyat bilan to'qnashuvga tayyorlaydi, undan madaniy zarbani zaiflashtiradi.

Stereotiplar insonga butun dunyo haqida tasavvurni shakllantirishga, uning tor ijtimoiy-madaniy muhitidan tashqariga chiqishga imkon beradi.

Quyidagi funktsiyaga alohida ahamiyat beriladi: urf-odatlarni, urf-odatlarni, odatlarni himoya qilish, madaniy hayotning o'sib borayotgan universallashuvi va madaniyat muammolarining paydo bo'lishi sharoitida zarur bo'lgan o'z madaniyatining asosiy qadriyatlarini saqlash. monomadaniy dunyoni shakllantirish.

Odamlar o'zlarining stereotiplarini saqlab qolishadi, garchi haqiqat va ularning hayotiy tajribasi ularga zid bo'lsa ham. Shu sababli, madaniyatlararo aloqalar sharoitida stereotiplar bilan samarali kurasha olish muhimdir, ya'ni ulardan xabardor bo'lish va ulardan foydalanish, shuningdek, agar ular haqiqatga mos kelmasa, rad etish imkoniyatiga ega bo'lish.

Stereotiplar – bu biror guruh yoki shaxs haqidagi umumiy, ko'pincha noto'g'ri yoki bir tomonlama fikrlardan iborat bo'lgan fikrlar majmuidir. Ular jamiyatda ommaviy axborot vositalari, madaniyat va tarixiy jarayonlar orqali keng tarqaladi. Ushbu stereotiplar, ko'pincha, odamlarning guruhlariga nisbatan qarashlarini shakllantiradi, shuningdek, jamoatchilik fikriga ham katta ta'sir ko'rsatadi.

Jamoatchilik fikri keng omma tomonidan shakllangan va ijtimoiy, siyosiy va iqtisodiy muhitda o'z aksini topuvchi umumiy fikrlardan iborat. Stereotiplar jamiyat a'zolari tomonidan tez-tez qabul qilinadi va bu jamoatchilik fikriga salbiy yoki ijobiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu sababli, jamoatchilik fikri turli guruhlariga nisbatan o'zgacha munosabatlarda bo'ladi.

Ommaviy axborot vositalari stereotiplarni saqlab qolish va targ'ib qilishning eng kuchli manbalaridan biri hisoblanadi. Medialar orqali tarqatilgan stereotiplar jamoatchilikning muayyan guruh yoki voqealarga bo'lgan munosabatlarini shakllantiradi. Masalan, gender stereotiplari aksariyat hollarda ayollarning oiladagi roli yoki mehnat bozoridagi o'rnini noto'g'ri aks ettiradi, bu esa jamoatchilik fikriga sezilarli ta'sir qiladi.

Stereotiplarning yana bir ta'sirchan sohasi siyosatdir. Siyosiy liderlar ko'pincha omma tomonidan qabul qilingan stereotiplardan foydalanib, siyosiy dasturlarni ilgari surishadi va jamoatchilikni o'z tomoniga jalb qilishadi. Ushbu stereotiplar siyosiy kampaniyalarda jamiyatning turli qatlamlariga qarshi kurash vositasi sifatida qo'llanilishi mumkin.

Stereotiplar jamoatchilik fikrini shakllantirishda katta rol o'ynaydi.

Ular ko'pincha odamlarga jamoaviy qarorlarni qabul qilishda yoki ijtimoiy munosabatlarda yordam berishi mumkin, ammo ko'p hollarda bu qarorlar noto'g'ri yoki bir tomonlama bo'lishi mumkin. Shu sababli, ijtimoiy ongda stereotiplarni aniqlash va ularga qarshi kurashish muhim vazifa hisoblanadi.

Jamoatchilik fikri (yoki ommaviy fikr) – bu jamiyatdagi odamlarning, biror hodisa, masala yoki muammo bo'yicha o'zaro fikrlarini, qarashlarini va munosabatlarini ifodalovchi kontseptsiya hisoblanadi. Jamoatchilik fikrining shakllanishi va mavjud bo'lishi uchun bir qancha shart-sharoitlar talab etiladi. Ushbu shart-sharoitlarni akademik darajada yoritish uchun ularni asosan ijtimoiy, psixologik, axborot va kommunikatsiya bilan bog'liq jihatlar nuqtai nazaridan ko'rib chiqish mumkin.

1. Axborot oqimi va kommunikatsiya tarmog'i

Jamoatchilik fikrining shakllanishi uchun odamlar o'rtasida samarali axborot almashinuvi zarur. Shu nuqtai nazardan, kommunikatsiya tarmog'ining rivojlanishi, ya'ni media kanallari, ijtimoiy tarmoqlar, matbuot, televideniye, radiyo va boshqa ommaviy axborot vositalarining mavjudligi va faoliyat yuritishi jamoatchilik fikrining shakllanishiga ta'sir ko'rsatadi. Ommaviy axborot vositalari ma'lumotlarni tez va keng tarqatishga imkon yaratadi, bu esa jamiyatda biror mavzuga oid umumiy fikrni rivojlantirish imkonini beradi.

2. Ijtimoiy va madaniy omillar

Jamoatchilik fikrining shakllanishi, shuningdek, jamiyatning ijtimoiy va madaniy tuzilmasiga bog'liq. Ijtimoiy guruhlar, sinflar, etnik va diniy jamiyatlar o'rtasidagi farqlar, ularning dunyoqarashlari, qadriyatlar va urf-odatlar jamoatchilik fikrining shakllanishiga ta'sir ko'rsatadi. Boshqa so'z bilan aytganda, biror mavzu bo'yicha jamoatchilik fikri, o'sha jamiyatda mavjud bo'lgan ijtimoiy guruhlarining qarashlaridan tashkil topadi. Masalan, ijtimoiy tengsizlik, adolat, gender tengligi kabi masalalar bo'yicha turli guruhlar turlicha fikr bildirishi mumkin.

3. Psixologik omillar

Jamoatchilik fikrining shakllanishida odamlarning psixologik holati ham katta rol o'ynaydi. Jamiyatning umumiy ruhiy holati, individual psixologik omillar, masalan, kognitiv xatolar (masalan, tasdiqlovchi xato), ommaviy psixozlar yoki hissiy reaksiyalar ham jamoatchilik fikrining

shakllanishiga ta'sir ko'rsatadi. Boshqalar tomonidan qabul qilingan fikrlar ko'pincha individual qarorlar va fikrlarni shakllantiradi. Bu jarayonda kognitiv dissonans (odamlarning o'z qarashlari va amaliyoti o'rtasidagi muvofiqlikni saqlashga intilish) va konformizm kabi psixologik jarayonlar ro'y berishi mumkin.

4. Elita va liderlar ta'siri

Jamoatchilik fikrining shakllanishida ijtimoiy elitalar va liderlarning ta'siri ham muhim rol o'ynaydi. Siyosiy, iqtisodiy yoki madaniy jihatdan kuchli bo'lgan guruhlar (masalan, siyosatchilar, yirik kompaniyalar rahbarlari, mashhur shaxslar) o'z qarashlarini omma orasida tarqatish orqali jamoatchilik fikriga ta'sir ko'rsatishi mumkin. Liderlarning fikrlari va qarorlari ko'pincha jamoatchilik tomonidan qabul qilinadi va ular omma orasida o'zgarishlar keltirishi mumkin.

5. Qonunchilik va huquqiy asoslar

Jamoatchilik fikrining shakllanishi uchun qonuniy va huquqiy erkinliklar zarur. Demokratik jamiyatlarda odamlar o'z fikrlarini erkin ifoda etish imkoniga ega bo'lib, bu ommaviy fikrni yaratishda katta ahamiyatga ega. Agar jamiyatda fikrni ifodalash erkinligi taqiqlangan bo'lsa yoki senzura mavjud bo'lsa, jamoatchilik fikri to'liq shakllanmaydi. Shu bilan birga, turli fikrlar o'rtasida muvozanatni saqlash va adolatli axborot oqimini ta'minlash qonuniy shaklda amalga oshirilishi kerak.

6. Ommaviy tadbirlar va voqealar

Jamoatchilik fikri ko'pincha ma'lum voqealar yoki tadbirlar orqali shakllanadi. Demonstratsiyalar, mitinglar, notiqilar yoki ommaviy muhokamalar kabi voqealar jamoatchilik fikrining o'zgarishiga ta'sir ko'rsatishi mumkin. Masalan, biror siyosiy voqea, tabiat ofatlari yoki iqtisodiy inqirozlar jamoatchilik fikrining tezda shakllanishiga olib keladi. Shunday qilib, jamiyatdagi hodisalar, ularning omma tomonidan qabul qilinishi va ta'siri jamoatchilik fikrining rivojlanishiga asos bo'ladi.

7. Fikr va qarashlarning erkin almashinuvi

Jamoatchilik fikrining shakllanishi uchun odamlarning o'z fikrlarini erkin ravishda almashish imkoniyatiga ega bo'lishi zarur. Demokratik jamiyatlarda fikrlar ochiq va erkin almashinadi. Bu, o'z navbatida, turli fikrlarning bir-birini ta'sir qilishi va umumiy fikrni shakllantirishi uchun muhimdir. Fikrlar almashinuvi kommunikatsiya tarmoqlari orqali sodir

bo'ladi va ularning samarasini ta'minlash uchun jamiyatda erkin axborot almashish imkoniyatlari mavjud bo'lishi kerak.

8. Raqamli texnologiyalar va ijtimoiy tarmoqlar

Hozirgi kunda raqamli texnologiyalar va ijtimoiy tarmoqlar jamoatchilik fikrining shakllanishida hal qiluvchi omilga aylangan. Internetning keng tarqalishi va ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi jamoatchilik fikrining tezda shakllanishiga imkon yaratdi. Ushbu platformalar orqali odamlar tezkor ravishda fikrlarini bildirish, ommaviy munozaralarga qo'shilish va boshqalar bilan o'z qarashlarini almashish imkoniyatiga ega.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Lippmanning "Jamoatchilik fikri" asarida tashqi olam va uning bizning ongimizdagi manzarasi masalasini yoritib bering?
2. U.Lippman: Stereotiplar himoya sifatida gapirib bering?
3. U.Lippman: Stereotiplarni aniqlash yo'llarini tushuntirib bering?
4. U.Lippman: Qiziqishlarni jalb qilish haqida ma'lumot bering?

Test savollari:

1. Jamoatchilik fikrining me'yoriy ishlab turish shartlarini ko'rsating.

- a) kuchli siyosat, moddiy ta'minot, diniy e'tiqod
- b) kuchli bilim, siyosiy va iqtisodiy barqarorlik
- c) fuqarolik jamiyati asoslari va milliy mentalitet
- d) iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanganlik, demokratiya va ko'p ukladli iqtisod

2. Jamoatchilik fikri ifodalanishi turlarini ko'rsating.

- a) tasodifiy, stixiyali va tarixiy
- b) stixiyali, siyosiy institutlar tashabbusiga ko'ra, sotsiologik tadqiqotlar paytida
- c) siyosiy institutlar tashabbusiga ko'ra, majburiy va ixtiyoriy
- d) siyosiy institutlar tashabbusiga ko'ra, sotsiologik tadqiqotlar paytida va mish-mishlar orqali

3. Jamoatchilik fikriga maqsadli ta'sir qilish yo'llarini ko'rsating.

- a) xaspo'shlash (manipulyatsiya) va mish-mish tarqatish
- b) xaspo'shlash (manipulyatsiya) va ilmiy shakllantirish

- c) mish-mish tarqatish va majburiy singdirish
- d) OAV orqali, reklama orqali va siyosiy liderlar orqali

4. Jamoatchilik fikriga bo'lgan qiziqishning o'ziga xos sabablari nechta?

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4

5. Quyidagi fikrlardan qaysi biri to'g'ri?

- a) jamoatchilik fikri – ijtimoiy ongning statik holatidir.
- b) jamoatchilik fikri – ijtimoiy ongning tez o'zgaruvchan, dinamik holatidir.
- c) jamoatchilik fikri – ijtimoiy ongning o'zgarmas holatidir.
- d) jamoatchilik fikri – ijtimoiy ongning o'zgaruvchan, lekin statik holatidir.

6. Stereotiplar nimanı anglatadi?

- a) To'g'ri va aniq tasavvurlar
- b) Ijtimoiy guruhlar haqidagi umumiy va soddalashtirilgan tasavvurlar
- c) Shaxsiy tajribaga asoslangan individual fikrlar
- d) To'g'ridan-to'g'ri kuzatish asosidagi xulosalar

7. Lippmann stereotiplarni qanday tariflaydi?

- a) Ijtimoiy guruhlar haqidagi chuqur tahlillar
- b) Ijtimoiy guruhlar haqidagi soddalashtirilgan tasavvurlar
- c) Ommaviy axborot vositalarida yaratilgan xulosalar
- d) Ilmiy tadqiqotlar asosidagi qarashlar

8. Stereotiplarning jamoatchilik fikriga qanday ta'siri bor?

- a) Har doim ijobiy
- b) Faqat salbiy
- c) Ikkalasi ham: ijobiy va salbiy
- d) Hech qanday ta'siri yo'q

9. Ommaviy axborot vositalari stereotiplarga qanday hissa qo'shadi?

- a) Stereotiplarni kengaytiradi va ularni mustahkamlaydi
- b) Stereotiplarni kamaytiradi va ularni yengadi
- c) Stereotiplarni ilmiy asosda o'rganadi
- d) Stereotiplar bilan kurashadi

10. Siyosiy liderlar stereotiplardan qanday foydalanadi?

- a) Jamoatchilikni o'qitish uchun
- b) Siyosiy maqsadlarga erishish uchun
- c) Stereotiplarni yo'q qilish uchun
- d) Shaxsiy manfaatlarini targ'ib qilish uchun

Mustaqil ta'lim mavzulari:

1. Ommaviy axborot vositalarining jamoatchilik fikriga ta'siri
2. Jamoatchilik fikrini shakllantirishda yetakchi shaxslar (liderlar) roli
3. Ommaviy madaniyat va stereotiplarning jamoatchilik fikriga ta'siri
4. Jamoatchilik fikrini boshqarishda davlat siyosati
5. Milliy va etnik stereotiplar

9-MAVZU. JAMOATCHILIK FIKRINI BOSHQARISH

REJA:

1. Jamoatchilik fikri va hokimiyat
2. Jamoatchilik fikri va demokratiya
3. Propaganda (targ'ibot-tashviqot) jamoatchilik fikrini boshqarish asosi sifatida
4. PR (Public Relation) texnologiyalar.
5. Jamoatchilik fikri dinamikasi
6. Targ'ibot chegaralari va vositalari

Tayanch atamalar: Demokratiya, faol, betaraf, konservativ, targ'ibot, manipulyatsiya, ommaviy axborot vositalari, ijtimoiy tarmoqlar, PR (Public Relation) hokimiyat.

Jamoatchilik fikri ijtimoiy ongning o'ziga xos tarzda namoyon bo'lishi sifatida demokratiyalashtirish darajasi bilan bog'liqdir. Shu sababli jamoatchilik fikrini o'rganish erkinligi, uning teranligi darajasi, kengligi va yoyilganligi jamiyat demokratiyalashuvining ifodasi hisoblanadi.

Obyektiv olamning aloqalari va munosabatlari ko'p xilliligini aks ettirar ekan jamoatchilik fikri faol, betaraf va konservativ ijtimoiy kuch bo'lishi mumkin. Jamiyatni demokratiyalashtirish va ijtimoiy hayotdagi tub o'zgarishlar davrida jamoatchilik fikri holati ayniqsa sezilarli omilga aylanadi. Jamoatchilik fikri faollashadi, siyosiy va ijtimoiy jarayonlarning borishiga qattiqroq, bevosita ta'sir ko'rsata boshlaydi. Obyektiv voqelikda yuz berayotgan bunday davrlar, jarayonlar g'oyalar va ongda yaqqol aks etadi.

Bugungi kunda O'zbekiston jamiyatida ayniqsa ijtimoiy-madaniy hayotda erkin, mustaqil fikrlashning o'sishi tendensiyasi kuchaymoqda. Demokratiyalashtirish va bozor islohotlari izchil amalga oshirilishi sharoitlarida ko'p jihatdan evolyutsion rivojlanish realliklari tufayli jamiyatning ijtimoiy-siyosiy hayoti o'zgarmokda, odamlarning o'zi kamol topmoqda. Bu, o'z navbatida, boshqaruv organlari ishi uslubi, metodlari va shakllari yanada takomillashtirilishini talab etadi. Bu ish ijtimoiy, siyosiy,

iqtisodiy, demografik, ekologik, ijtimoiy-madaniy jarayonlar to'g'risidagi aniq ma'lumotlarga, shuningdek jamoatchilik fikri har tomonlama hisobga olinishiga ehtiyoj sezadi.

Mustaqil, erkin rivojlanish sharoitlarida jamoatchilik fikri aniq konstitutsiyaviy asosga ega bo'ladi, unga muvofiq jamoatchilik fikrini o'rganish va hisobga olish siyosiy tizimni demokratiyalashtirishning asosiy jihatlaridan biri hisoblanadi. Shu sababli demokratik jamiyatning siyosiy tizimi mexanizmida jamoatchilik fikrini sotsiologik o'rganishning roli tobora usib boradi va dolzarblashadi.

Nafaqat o'rganilayotgan hodisalar va jarayonlarni xolisona tahlil etish, balki ularni o'zaro aloqadorlikda va o'zaro ta'sirda kompleks, tizimli qarab chiqish jamoatchilik fikri sotsiologik tadqiqotlarining xarakterli xususiyati hisoblanadi. Agar faktlar yaxlitdan uzib olinib ayrim-ayrim, reallikdan ajratilgan xolda aloqasiz ko'rib chiqilsa, ular ijtimoiy voqelikni buzadi va jamoatchilik fikrini noxolis baholashga olib keladi.

O'zbekistonning mustaqil, demokratik rivojlanishining hozirgi sharoitlarida jamiyat va davlat qurilishida jamoatchilik fikrining roli doimiy ravishda oshib boradi, fuqarolarning davlat ishlaridagi ishtiroki ko'lamlari va shakllari kengayadi. Xalqning ma'lumoti, siyosiy va huquqiy madaniyati umumiy darajasi o'sishi bilan, ommaviy axborot vositalari rivojlanishi va takomillashishi bilan fuqarolarning xabardorligi keskin oshadi. Bu aholiga iqtisodiy va siyosiy hayotning barcha voqealari to'g'risida mustaqil hukm chiqarish imkoniyatini beradi.

Jamoatchilik fikri vakolatliligi – jamiyatda demokratiyaning muhim ko'rsatkichi hisoblanadi. U fuqarolarning faktlar va hodisalarga siyosiy jihatdan to'g'ri baho berish, ularning sotsial oqibatlarini ko'ra bilish qobiliyatini anglatadi. Bu ko'p jihatdan aholi to'liq va xolis axborotga qanchalik eta ekanligiga bog'liq bo'ladi.

Jamoatchilik fikri ijtimoiy ta'sir ko'rsatish vositasi hisoblanadi, shu sababli nazariy-metologik nuqtai nazardan xali yetarlicha ishlab chiqilmagan jamoatchilik fikrining o'zini aniq maqsadni ko'zlab shakllantirish muammosini juda muhim deb hisoblash zarur.

Jamoatchilik fikri ijtimoiy-iqtisodiy va siyosiy jarayonlarning davlat tomonidani tartibga solinishi tizimining zarur elementi va samarali vositasi hisoblanadi. Jamiyat hayot faoliyatining dolzarb muammolari buyicha xalq

tomonidan ifodalangan jamoatchilik fikri o'zida mamlakatdagi ijtimoiy-siyosiy, ijtimoiy-iqtisodiy va boshqa jarayonlar rivojlanishining doimiy ijtimoiy monitoringini olib borish imkonini beradigan o'ziga xos "ijtimoiy barometer"ni ifodalaydi. Jamiyat taraqqiyotining eng muhim jihatlariga doir ilmiy asoslangan takliflar va tavsiyalar mana shuning asosida ishlab chiqiladi. Bu taklif va tavsiyalarni o'z vaqtida hisobga olish paydo bo'ladigan ijtimoiy keskinliklarni yumshatish va davlat boshqaruvi samaradorligini oshirishga ko'maklashadi.

Zamonaviy sotsiologiya fanining ilmiy metodologiyasi asosida jamoatchilik fikrini ilmiy o'rganish jamoatchilik fikri shakllanishi tendensiyalarini va qonuniyatlarini hamda jamoatchilik ongi namoyon bo'lishi mexanizmlarini aniqlash imkonini beradi. Shu bilan birga jamoatchilik fikrining doimiy monitoringi aholi «ongi holati»ni aniqlashnigina emas, balki mamlakatning ijtimoiy, iqtisodiy va siyosiy rivojlanishining u yoki bu masalalari bo'yicha jamoatchilik fikri shakllanishida bevosita ishtirok etish imkonini ham beradi.

Shunday qilib, to'liq ishonch bilan jamoatchilik fikrini ilmiy asoslangan tarzda o'rganish aholi ijtimoiy ongi faol shakllanishining muhim, zarur omili ekanligini qayd etish mumkin.

Jamoatchilik fikri aniq bir ijtimoiy-tarixiy va ijtimoiy-siyosiy sharoitlarda paydo bo'ladi va mavjud bo'ladi. U yoki bu vaziyatga qarab jamoatchilik fikri keskin o'zgarishi mumkin. Bu mutlaqo obyektiv holatdir, chunki abstrakt, tizimdan, tarixdan tashqari jamoatchilik fikri bo'lmaydi va bo'lishi ham mumkin emas. Ayni bir xil muammo bo'yicha, biroq har xil ijtimoiy-siyosiy vaziyatda, turli tarixiy vaqt oralig'ida jamoatchilik fikri mutlaqo bir-biriga o'xshamasligi va hatto oldingisidan tubdan farq qilishi mumkin.

Nafaqat o'rganilayotgan hodisalar va jarayonlarni xolisona tahlil etish, balki ularni o'zaro aloqadorlikda va o'zaro ta'sirda kompleks, tizimli qarab chiqish jamoatchilik fikri sotsiologik tadqiqotlarining xarakterli xususiyati hisoblanadi. Agar faktlar yaxlitdan uzib olinib ayrim-ayrim, reallikdan ajratilgan xolda aloqasiz ko'rib chiqilsa, ular ijtimoiy voqelikni buzadi va jamoatchilik fikrini noxolis baholashga olib keladi.

O'zbekistonning mustaqil, demokratik rivojlanishining hozirgi sharoitlarida jamiyat va davlat qurilishida jamoatchilik fikrining roli

doimiy ravishda oshib boradi, fuqarolarning davlat ishlaridagi ishtiroki ko'amlari va shakllari kengayadi. Xalqning ma'lumoti, siyosiy va huquqiy madaniyati umumiy darajasi o'sishi bilan, ommaviy axborot vositalari rivojlanishi va takomillashishi bilan fuqarolarning xabardorligi keskin oshadi. Bu aholiga iqtisodiy va siyosiy hayotning barcha voqealari to'g'risida mustaqil hukm chiqarish imkoniyatini beradi.

Jamoatchilik fikri vakolatligi – jamiyatda demokratiyaning muhim ko'rsatkichi hisoblanadi. U fuqarolarning faktlar va hodisalarga siyosiy jihatdan to'g'ri baho berish, ularning sotsial oqibatlarini ko'ra bilish qobiliyatini anglatadi. Bu ko'p jihatdan aholi to'liq va xolis axborotga qanchalik eta ekanligiga bog'liq bo'ladi.

Jamoatchilik fikri ijtimoiy ta'sir ko'rsatish vositasi hisoblanadi, shu sababli nazariy-metologik nuqtai nazardan xali yetarlicha ishlab chiqilmagan jamoatchilik fikrining o'zini aniq maqsadni ko'zlab shakllantirish muammosini juda muhim deb hisoblash zarur.

Jamoatchilik fikrining shakllanishi va faoliyati bosqichlari:

1. Tug'ilishi.
2. Ma'lum bir rivojlanish bosqichiga erishishi.
3. Halok bo'lishi yoki hayotning aniq bir shakli sifatida namoyon bo'lishi.

Amaliyot ko'rsatadiki, targ'ibot va tashviqot ishlari jamoatchilik fikri tug'ilishi yoki ilk bosqichlarida amalga oshirilsa, uning noto'g'ri va xato o'y-fikrlar, ular oqibatidagi xatti-harakatlarga aylanib ketishining oldini olish maqsadida ijobiy, kerakli yo'nalishga burib yuborish yoki bartaraf etish oson kechadi.

Jamoatchilik fikri shakllanish mexanizmlari sifatida quyidagi bosqichlar ajratib ko'rsatiladi:

1. Alohida insonlar darajasida islohotlarning qabul qilinishi (obyektiv, subyektiv, tendensiyaviy va shu kabi).
2. Individning bilimi, tajribasi, tahlil qilish qobiliyati, xabardorlik darajasi asosida ma'lum bir xulosa va baholarni berishi.
3. Boshqa insonlar bilan mavjud ma'lumotlar, xulosalar bilan almashish, bahs-munozaraga kirishish.
4. Kichik guruh fikrining shakllanishi.

5. Kichik guruhlar o'rtasida fikr almashinuvi jarayoni va ijtimoiy qatlam fikrining shakllanishi.

6. Umumxalq fikrining shakllanishi.

Jamoatchilik fikri – bu muayyan masala, hodisa yoki voqelik borasida keng ommaning umumiy qarashlari yoki munosabatlaridir. Ushbu fikrni shakllantirish va boshqarish murakkab jarayon bo'lib, jamiyatda katta ahamiyatga ega. Jamoatchilik fikri odatda ommaviy axborot vositalari, siyosiy elitlar, reklama va targ'ibotlar orqali shakllantiriladi.

Targ'ibot esa jamoatchilik fikrini boshqarishda ishlatiladigan muhim vosita bo'lib, insonlar ongiga ma'lum g'oyalalar va qadriyatlarni singdirish maqsadini ko'zlaydi.

Targ'ibotning jamiyatda samarali bo'lishi ko'p omillarga bog'liq, lekin uning bir qancha chegaralari mavjud. Shu bilan birga, targ'ibotning manipulyativ yoki axborot buzish elementlari mavjud bo'lsa, u ijtimoiy yoki siyosiy norozilikka sabab bo'lishi mumkin. Targ'ibot chegaralari quyidagi jihatlardan bilan belgilanadi:

Qonuniy chegaralar: Har qanday targ'ibot qonunchilik me'yorlariga rioya qilishi kerak. Bu erda axborot buzilishi yoki yolg'on ma'lumot tarqatish noqonuniy hisoblanadi. Ko'plab davlatlarda so'z erkinligi mavjud bo'lsa-da, yolg'on yoki noto'g'ri ma'lumotlarni targ'ib qilish qonun bilan taqiqlanadi.

Axloqiy chegaralar: Targ'ibotda axloqiy masalalar ham muhim o'rin tutadi. Bu erda odamlarning e'tiqod va qadriyatlarini manipulyatsiya qilmaslik, yolg'onchilik yoki kamsitishlardan foydalanmaslik lozim. Axloqiy chegaralarni buzganda, targ'ibot nisbatan norozilik va salbiy munosabatlarni keltirib chiqarishi mumkin.

Madaniy chegaralar: Har bir jamiyatning madaniyati, an'analari va urf-odatlari mavjud. Targ'ibot shu madaniy chegaralarni hurmat qilishi, madaniy xilma-xillikni inobatga olishi zarur.

Targ'ibot vositalari zamonaviy texnologiyalar va usullar asosida yanada kengayib bormoqda. Quyida bu vositalarning asosiy turlari keltiriladi:

Ommaviy axborot vositalari (OAV): Bu targ'ibotning asosiy vositalaridan biri hisoblanadi. Televiziya, radio, gazeta va jurnal kabi an'anaviy OAV, shuningdek, internet portallari va ijtimoiy tarmoqlar

jamoatchilik fikrini boshqarishda asosiy rol o'ynaydi. OAV orqali ma'lum g'oyalar keng ommaga yetkaziladi va ularning jamoatchilik ongiga ta'sir ko'rsatadi.

Ijtimoiy tarmoqlar: Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar jamoatchilik fikrini shakllantirishda muhim vositalardan biri bo'lib, foydalanuvchilar ularga xohlaganicha kirish imkoniyatiga ega. Ijtimoiy tarmoqlarda tarqatilgan xabarlar tez va keng tarqaladi, shuning uchun ular orqali targ'ibot oson amalga oshiriladi. Facebook, Instagram, Twitter kabi tarmoqlar orqali siyosiy kampaniyalar, mahsulot yoki xizmatlar reklamalari, ijtimoiy g'oyalar targ'iboti keng yo'lga qo'yiladi.

Reklama: Reklama asosan mahsulot yoki xizmatlarni targ'ib qilish maqsadini ko'zlasada, unda jamoatchilik fikriga bevosita ta'sir ko'rsatiladi. Reklama psixologik mexanizmlardan foydalanib, iste'molchilar qarorlariga ta'sir qiladi. Bugungi kunda ommaviy reklamalar ko'pincha siyosiy, ijtimoiy yoki iqtisodiy maqsadlarni ham kuzatib boradi.

Rasmiy nutqlar va matbuot anjumanlari: Siyosatchilar va jamoat arboblari tomonidan berilgan bayonotlar, matbuot anjumanlari yoki chiqishlar targ'ibot vositasi sifatida xizmat qiladi. Ular jamoatchilik ongida muayyan fikrlarni shakllantirish va yo'naltirishga yordam beradi.

Madaniy va sport tadbirlari: Ushbu tadbirlar orqali targ'ibot ko'pincha bilvosita amalga oshiriladi. Tadbirlar davomida homiyar yoki tashkilotchilar o'z brendlarini, g'oyalarini va qadriyatlarini namoyon qilish orqali ommaga yetkazadilar.

Ijtimoiy tadbirlar va aksiyalar: Ijtimoiy harakatlar va aksiyalar orqali ham jamoatchilik fikrini shakllantirishga erishish mumkin. Masalan, ekologik harakatlar, inson huquqlari yoki sog'liqni saqlash bo'yicha o'tkaziladigan kampaniyalar orqali muayyan fikrlar jamiyatda keng tarqalishi mumkin.

Targ'ibotning samarali bo'lishi uchun bir nechta omillar muhimdir:

Targ'ibot mazmunining dolzarbligi: Targ'ibot xabarlarini jamiyatda mavjud bo'lgan muammolar yoki ehtiyojlarga javob berishi kerak. Dolzarb masalalarni ko'tarish targ'ibotning ommabopligini oshiradi.

Auditoriyaga moslashish: Har bir auditoriyaning o'ziga xos qiziqishlari, madaniyati va qadriyatlari bor. Samarali targ'ibot ma'lum

- 13 auditoriyaning e'tiboriga loyiq bo'lishi uchun shu auditoriya ehtiyojlarini
- 14 hisobga olish zarur.

Axborot yetkazilishining uzluksizligi: Jamoatchilik fikriga ta'sir ko'rsatish uchun axborot doimiy ravishda takrorlanib turishi kerak. Shu tarzda axborot asta-sekin jamoatchilik ongiga singadi.

Ishtirokchilarning ishonchiligi: Targ'ibot olib boruvchi shaxslar yoki tashkilotlar ishonchli bo'lishi juda muhim. Agar manba ishonchli deb tan olinmasa, targ'ibotning samarasi pasayadi.

Jamoatchilik fikrini boshqarish murakkab va ko'p qirralik jarayon bo'lib, unda targ'ibot vositalari asosiy rol o'ynaydi. Targ'ibotning huquqiy va axloqiy chegaralari mavjud bo'lib, ularni buzish jamoatchilik e'tirozi va huquqiy choralarga olib kelishi mumkin. Shu bilan birga, zamonaviy dunyoda OAV, ijtimoiy tarmoqlar, reklama va madaniy tadbirlar jamoatchilik fikrini shakllantirishda asosiy vositalar sifatida faol ishlatiladi.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Jamoatchilik fikri va hokimiyat o'rtasidagi bog'liqlikni tushuntirib bering?
2. Jamoatchilik fikri va demokratiya o'rtasidagi bog'liqlikni tushuntirib bering?
3. Jamoatchilik fikrini boshqarishda PR (Public Relation) texnologiyalar o'rni?
4. Jamoatchilik fikrini boshqarishda targ'ibot chegaralarining ahamiyati?

Test savollari:

1. **Jamoatchilik fikrini uyg'otuvchi omillar nechta?**

- a) 5 ta
- b) 4 ta
- c) 7 ta
- d) 3 ta

2. **Jamoatchilik fikrini uyg'otuvchi omillarni ko'sating?**

- a) ahamiyatga molik masalalar, bahs-munozara va malakalilik
- b) individual fikr, bahs-munozara, guruh fikri

c) voqea-hodisalarning realligi, dolzarbligi, munozaraliligi va kishilar ongida aks etishi

d) individ, guruh, jamoa va jamiyat

3. Jamoatchilik fikrining shakllanish bosqichlari nechta?

a) 5 ta

b) 6 ta

c) 4 ta

d) 7 ta

4. "Dunyo haqida fikr va fikrlar dunyosi" kitobi muallifini ko'rsating?

a) G.Tard

b) T.Mor

c) G.Lebon

d) B.A.Grushin

5. Ijtimoiy fikrni "jamoat ongining holatlaridan biri" sifatida baholagan olimni ko'rsating?

a) A.K.Uledov

b) T.Mor

c) G.Lebon

d) B.A.Grushin

6. Targ'ibot chegaralari nechta?

a) 5 ta

b) 6 ta

c) 4 ta

d) 3 ta

7. "Dunyoni jamoatchilik fikri boshqaradi, bu shunday asosiy kuchki, unda kishilar hamjamiyatidagi hukmronlik kelib chiqadi" so'zlari kimga tegishli?

a) Ortega-I-Gasset

b) Gellap

c) O.Kont

d) Lazarsfeld

8. Ushbu ibora muallifini toping: "Mamlakatdagi ijtimoiy-siyosiy barqarorlik yetarli darajada jamoatchilik fikrining ahvoliga bog'liq"?

- a) Ortega-I-Gasset
 - b) M.B.Bekmurodov
 - c) G.Lebon
 - d) I.A.Karimov
9. **“Hukmdor” asarining muallifi – ...?**

- a) Makiavelli
- b) G.Lebon
- c) I.Kant
- d) Gegel

10. **Jamoatchilik fikrida iqtisodiy omilni ustun deb ko'rsatgan olimni aniqlang?**

- a) G.Tard
- b) T.Mor
- c) G.Lebon
- d) G.V.Plexanov

Mustaqil ta'lim mavzulari:

1. Jamoatchilik fikrini boshqarishning asosiy mexanizmlari
2. Siyosiy kommunikatsiya va ommaviy axborot vositalari
3. Ijtimoiy tarmoqlarda jamoatchilik fikrini shakllantirish va boshqarish
4. Ommaviy norozilik va ijtimoiy harakatlarning jamoatchilik fikriga ta'siri
5. Jamoatchilik fikrini boshqarishning axloqiy va huquqiy jihatlari

10-MAVZU. OAV VA JAMOATCHILIK FIKRI

REJA:

1. Ommaviy kommunikatsiyalar sotsiologiyasi
2. Internet va jamoatchilik fikri
3. OAV va PR-xizmatlar
4. Reklama va uning jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi o'rni va roli
5. OAV va hokimiyat

Tayanch atamalar: Ommaviy kommunikatsiya, jamoatchilik fikri, ommaviy axborot vositalari, reklama, PR-xizmatlari, matbuot, radio, televideniye.

Ommaviy axborot vositalari – keng ko'lamdagi ma'lumotlarni to'plash, qayta ishlash va tarqatish bilan shug'ullanuvchi ijtimoiy institutlar, tashkilotlar, muassasalardir. Bu tashkil etuvchi tarkibiy qismlar: mohiyatlarning, xususiyatlarning, shakllarning, usullarning va tashkillashtirishning muayyan darajalarning ko'pligi bilan ifodalanuvchi nisbatan mustaqil tizimdir (mamlakatda, hududda, ishlab chiqarishda). OAVlarining o'ziga xos jihatlari – bu ommaviylikdir, ya'ni foydalanuvchilarning cheklanmagan doirasi, maxsus texnik uskunalar, apparaturalarning mavjudligi; auditoriyaning u yoki bu ko'rsatuv, xabar yoki maqolaga nisbatan qiziqishga bog'liq ravishda o'zgaruvchi doimiy bo'lmagan hajmi.

“Ommaviy axborot vositalari” tushunchasini “ommaviy kommunikatsiya vositalari” (OKV) tushunchasi bilan tenglashtirmaslik zarur. Bu to'g'ri emas, chunki oxirgi tushuncha ommaviy vositalarni nisbatan kengroq. Ommaviy kommunikatsiya (muloqot) vositalariga kino, teatr, sirk va hokozolar, ya'ni ommaviy auditoriyaga murojaat qilish doimiyligi bilan ajralib turuvchi yorqin tomoshalar, shuningdek, telefon, telegraf, teletayp kabi ommaviy kommunikatsiya vositalari kiradi.

Aynan jurnalistika kommunikatsiyaning rivojlangan texnik vositalaridan – matbuot (ma'lumotni matn va tasvirlarni nashr yordamida tarqatish vositalari), radio (elektromagnit to'lqinlar yordamida tovushga

oid ma'lumotni yetkazish) va televideniye (shuningdek, tovushli va videoma'lumotni elektromagnit to'liqlar yordamida yetkazish; radio va televideniye uchun albatta tegishli qabul qiluvchilardan foydalanish zarur). Mazkur kommunikatsion vositalardan foydalanilganlik tufayli OAVlarining uchta tarmoq tizimi vujudga keldi: har biri ko'plab miqdordagi kanallardan – alohida gazetalar, jurnallar, almanaxlar, kitob mahsulotlari, butun dunyo bo'ylab tarqalgani bilan bir qatorda, kichik hududlarga ham (viloyatlar, rayonlar, okruglar) iborat bo'lgan matbuot, radio, televideniye dasturlaridan iborat bo'lgan matbuot, radio, televideniye.

Bugungi kunda axborot kanallarining to'rtinchi turi – tarkibida (maxsus) ommaviy ma'lumot ahamiyatli o'rin egallagan butunjahon kompyuter tarmog'i (Internet tomonidan aks ettirilgan) faol ravishda rivojlanmoqda. Bu gazeta dayjestlarining elektron versiyalari, ya'ni tarmoq gazetolari va jurnallari, radio va tele- "tarmoq dasturlari", alohida jurnalistlarning saytlari ("sahifalari"), vaholanki ular real vaqt davomida olinadigan va o'z mazmunini tezkor sur'atlarda o'zgartiradigan sahifalardir. Shunday qilib, kompyuter tarmoqlari o'zida OAVlarining barcha turlarining imkoniyatlarini qamrab oladi, to'g'ri, nashr etilgan matnlar faqatgina monitordan o'qilishi mumkin (va zarurat tug'ilganda printerda chop etilishi mumkin). Internet ommaviy axborot vositasimi yoki yo'qmi, buni aytish qiyin. Bugungi kunda yo'q, biroq vaziyat shunday tus olmoqdaki, Internet ma'lumot manbai sifatida nisbatan tuzilmalashgan ko'rinishga kelmoqda, yangiliklarning tanlab olinishi nisbatan tartibga solinmoqda, ko'plab yangiliklar rasmiy manbalar tomonidan tarqatilmogda. Yaqin kunlarda, ehtimol Internet to'laqonli ravishda ommaviy axborot vositasiga aylanadi.

Bugungi kunda dunyoda OAVlarining rivojlanish qanday ma'lumotlarga asosan ifodalanadi, mazkur rivojlanishning ustuvor yo'nalishlari qanday?

Dunyoda sakkiz mingdan ortiq gazetalar har kuni nashr qilinadi, ularning umumiy tiraji yarim milliard nusxaga qadar yetib boradi, 20 mingdan ortiq radiostansiyalar ishlaydi. Dunyoning 133 mamlakatida televideniye faoliyat olib boradi. UNESCO tomonidan belgilangan meyorlarga ko'ra, rivojlangan mamlakat uchun aholining ming kishisiga

ma'lumotlarning minimal miqdori quyidagiga teng bo'lishi lozim: gazetalarining yuz nusxasi, yuzta radiopriyemnik, yuzta televizor. Yevropaning 25 ta mamlakati, Shimoliy va Janubiy Amerikaning 4 mamlakati, Osiyoda – Yaponiya davlatlari mazkur standartlarga to'liq javob beradi. Shuni ta'kidlash lozimki, Osiyo, Afrika, Lotin Amerikasining ozodlikka erishgan mamlakatlarida, Lotin Amerikasi kontinentining 9ta mamlakatida o'z gazetasi umuman yo'q, Afrika kontinentining ko'plab mamlakatlari esa o'zining milliy ommaviy axborot vositalariga umuman ega emas. OAVlari tarqalishining global jarayonlarining xilma-xilligiga qaramasdan ilmiy-texnik taraqqiyotning zamonaviy bosqichi dunyoda yangi axborot vaziyatini yaratishga olib keldi. Aloqaning zamonaviy vositalari, xalqaro aloqalarning tezlashtirilishi tufayli bugungi kunda hech kim ma'lumot monopoliyasiga ega bo'la olmaydi. 1948-yilda BMTning Bosh Assambleyasi tomonidan qabul qilingan "Inson xuquqlari umumiy deklaratsiyasi", ko'plab xalqaro bitimlar ma'lumotlarning to'siqlarsiz tarqalishini kafolatlagan, bu esa o'z navbatida turli mamlakatlar va xalqlarning yaqinlashishiga imkoniyat yaratadi.

Kanadalik olim M.Maklyuening fikriga ko'ra, axborot vaziyatidagi o'zgarishlar natijasida zamonaviy dunyo barchaga barcha narsa ma'lum bo'lgan katta qishloqqa o'xshaydi. Koinotning eng uzoq nuqtasida sodir bo'lgan hodisalar odatda, shu kuni yo'q barcha rivojlangan mamlakatlardagi odamlarga ma'lum bo'ladi. Televideniye, sputnik aloqasi masofalar va chegaralarni yengib o'tadi.

OAVlarining ijtimoiy vazifalarining doirasi yetarli darajada keng: o'sib kelayotgan avlodlarning ma'rifatga, axborotga oid, birlamchi va ikkilamchi ijtimoiylashtirilishi va h.k. Bundan tashqari, OAVlari jamiyatning kommunikativ tuzilmasining tarkibiy qismi sifatida tafakkur va psixikaning hissiyot, kayfiyat, psixologik kechinmalar, qarashlar, intilishlar va boshqalarga ta'sir ko'rsatuvchi ijtimoiy-psixologik vazifalarni bajaradilar. Jamoat fikri va ommaviy axborot vositalarining o'zaro aloqasi ko'p tomonli tabiatga ega. Mazkur o'zaro aloqalarning jihatlari orasidan kamida ikkitasini ajratib ko'rsatish mumkin. birinchidan, OAVlari jamoat fikrini shakllantirishda ishtirok etadilar. Ikkinchidan, jamoat fikri matbuot, radio, televideniye va hokazolar vositasida

ifodalanadi. Birinchi holatda ommaviy axborot vositalari ahamiyatli darajada jamoatchilik manfaatlari tematikasini belgilab beradilar, auditoriyaning axborotga bo'lgan talablarini qondirish mexanizmi, individual va jamoaviy fikrlar almashinuvi uchun tribuna hisoblanadi.

Matbuot, radio, televideniye ommaviy tafakkurga muhokama uchun mavzularni tayyorlaydilar va taklif qiladilar, shuningdek ular dolzarblik va ijtimoiy ahamiyatga ega. Mazkur vazifani belgilash uchun Amerika publitsistikasida "agenda setting" yoki axborot kuni tartibini shakllantirish atamasi qo'llaniladi. Axborot kuni tartibi – bu yangiliklarga mo'ljallangan OAVlari tomonidan jamoat tanishishi uchun taklif etiladigan 5-7 turli mavzular to'plamidir. Mazkur mavzular ularning yangiliklarning umumiy "tarkibi"da mavjud bo'lishi qisqa muddatli (masalan, 2-3 kundan ortiq davom etmaydigan qor yog'ishi oqibatlar bilan kurash haqidagi reportajlar), o'rta muddatli (masalan, qurol yetkazib berish haqidagi halqaro Bitimlarni tayyorlash, oylik maoshlarni to'lamaslik haqidagi reportajlar, yangiliklar manbasida mavjud bo'lish vaqti – bir haftadan bir oygacha) va uzoq muddatli (masalan, xalqaro turrorizm bilan kurash, mavjud bo'lish vaqti – bir necha oy va undan ortiq).

Axborot kuni tartibi odatda, eng mediatizim sifatida shakllantiriladi. Fuqarolar nima haqida o'z fikriga ega bo'lishi mumkinligi ma'lum darajada jurnalistlar tomonidan tematikani tanlash va qoidalar asosida belgilanadi. Bu holatda ayni vaqtdagi hodisalar doirasidan mediatizim mavzusi uchun dolzarb bo'lmagan axborotlar, boshqa "dolzarb" va "olamshumul" axborotlarning foydasini ko'zlagan holda tushib qolishi yoki aksincha, uncha qiziq bo'lmagan barcha mavzu va syujetlar ayni vaqtda umumiy bo'lgan kontekst va baholar shkalasining mazmun hosil qiluvchi yagona markaziga birlashtiriladi. Shuningdek, jamoatchilikka befarq mavzu va fikrlar har doim ham OAVlari to'sig'ini yengib o'ta olmaydi. Axborot kuni tartibi mexanizmi mass-medialar individlar tafakkurining kognitiv darajasiga odamlarga nima deb o'ylashni to'g'ridan-to'g'ri aytmagan, biroq ularga nima haqida o'ylashni fikrga keltirgan holda ta'sir ko'rsatadi. Ko'plab marotaba o'tkaziladigan sotsiologik tadqiqotlar, masalan, saylovchilar tomonidan "eng muhim" yoki "uncha muhim bo'lmagan", deb qabul qilingan muammolar ularning OAVlarida yoritilishi manzarasini aks ettiradi. Bundan tashqari, u yoki bu

muammolar bilan band bo'lgan odamlarning nisbiy soni, OAVlarida aynan shu muammolar to'g'risidagi urg'ularning qo'yilishini yetarli darajada aniq takrorlaydilar.

Axborot kuni tartibining asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- jamiyatning qandaydir muammolar, personaliyalar, muassasalarga bo'lgan qiziqishning uyg'otilishi yoki kuchaytirilishi;

- axborot kampaniyasi o'tkazilayotgan davrda ijtimoiy dolzarb yo'nalishlarning o'zgarishi va turli ijtimoiy guruhlarining, masalan davlat byurokratiyasi yoki siyosiy elitaning dasturlaridagi ustun yo'nalishlarni o'zgartirish imkoniyati;

- axborot kun tartibida o'rganilayotgan eng muhim muammo bo'yicha jamoat fikrining ijtimoiy faolligi va ovozashtirish darajasini oshirish. OAVlari aholini "kun tartibi"da aks ettirilgan mavzular bo'yicha imkon qadar to'liq, malakali va tushunarli ravishda qondirishlari zarur. Axborotga bo'lgan talablarni odamlarga atrof voqelikda o'z yo'lini topish, muammoli vaziyatlarda o'zini tutish chizig'ini tanlab olish va mazkur muammolarni hal etish uchun zarur bo'lgan xabarlarining muayyan mazmuni va shakllariga bo'lgan talab sifatida ifodalash lozim. Mazkur talablarni qondirmasdan turib inson jamoat diqqat markazida bo'lgan ijtimoiy ahamiyatli masalalar to'g'risidagi shaxsiy qarashlarini shakllantirish bo'yicha aniq maqsadli, ongli faoliyat olib borishi mumkin emas. Zarur ma'lumotni olishga bo'lgan intilishni, diqqat markazida auditoriyaning televizion axborot dasturlariga bo'lgan munosabatini o'rganish yotuvchi xorijiy empirik tadqiqotlar qayd qiladilar. Odamlar nima uchun televizion yangiliklarni ko'radilar, degan savolga quyidagi javoblar olingan (besh ballik shkala bo'yicha baholangan, bunda 5 ball, mazkur fikrga to'liq qo'shilishni, 1 ball esa mazkur fikrga umuman qo'shilmalikni anglatadi):

- ayni vaqtda dolzar bo'lgan, yomon xabar va hodisalardan xabardor bo'lish maqsadida - 4,46 ball;

- bu menga kunning eng dolzarb mavzulari to'g'risida xabardor bo'lish imkonini beradi - 3,38 ball;

- dam olish va biroz chalg'ish uchun - 2,84 ball;

- do'stlar va tanishlar bilan nimadir to'g'risida gaplashish mumkin bo'lishi uchun - 2,62 ball;

sharhlovchi va muxbirlar ma'lumotga shaxsiy munosabatlar taqdim qilganliklari sababli - 1,34 ball.

Ommalarning ma'lumotga egalik darajasi qanchalik yuqori bo'lsa, ommaviy axborot kanallari yordamida jamoat fikrining umumiy oqimiga birlashuvchi jamoatning turli qatlamlari tomonidan ifodalanadigan fikrining malakasi shunchalik yuqori bo'ladi. Auditoriyaning "axborot talabi" va "tematik qiziqishlari" tushunchalarini bir-biridan ajratish zarur. Axborotga bo'lgan talab o'z tabiatiga ko'ra ijtimoiy va birinchi navbatda individ faoliyatining kundalik tuzilmasi, mohiyati, jumladan, uning kasbiy va ijtimoiy faoliyatining obyektiv xususiyatlari bilan bog'liq. Tematik manfaatlar esa axborotga bo'lgan talabning subyektiv aksi va ifodasi hisoblanadi. Ular taklif etilayotgan ma'lumotning mohiyati va vaziyatga oid bo'lgan ijtimoiy-psixologik omillarga (mashhurlik, kundalik xabarlar, muayyan mavzu, shaxs, hodisalar va hokazolarning nufuzlilikligi) bog'liq. Barcha ma'lumotlar ham subyekt tomonidan to'liq anglanmaydi va uning tematik qiziqishlari va kommunikativ xulqida ifodalanmagan; ularning bir qismi anglanmagan va shu sababli zarur ma'lumotlarning yo'qligi, axborot manbalarining yetarli emasligi, kommunikativ ko'nikmalarning rivojlanmaganligi sababli amalga oshirilmagan holda qolib ketadi.

Barcha boshqa ehtiyojlar kabi axborotga bo'lgan talab ham odamlar faolligining uyg'otuvchisi hisoblanadi. Agar ular OAV tomonidan taqdim qilingan xabarlar vositasida qondirilmasa, u holda auditoriya boshqa kanallardan ma'lumot qidiradilar, yoki o'zlarining mazkur ko'rinishdagi ma'lumotga bo'lgan ehtiyojlarini, va o'z navbatida o'zlarining mazkur sohadagi faolliklarini so'ndiradilar.

Jamoat fikrini shakllantirish uchun bevosita, ko'pincha esa belgilab beruvchi ahamiyatga OAVlarining jamoat tafakkurining bir darajasidan ikkinchi darajasiga, ya'ni aynan ixtisoslashtirilgan tafakkurdan ommaviy tafakkurga yetkazib beruvchi faoliyati ega bo'ladi.

Ommaviy axborot vositalari va hokimiyat o'rtasidagi munosabatlar zamonaviy jamiyatda muhim ahamiyatga ega bo'lgan masalalardan biridir. Demokratik tuzumlarda ommaviy axborot vositalari to'rtinchi hokimiyat sifatida e'tirof etilgan bo'lsa-da, ko'p hollarda ularning asl funksiyalari va rolini nazorat ostiga olish, cheklash yoki ularning mustaqilligiga raxna solish kabi siyosiy bosimlar kuzatiladi.

Ommaviy axborot vositalari bir qator ijtimoiy funksiyalarni bajaradi, jumladan:

- Axborot berish: Jamoatchilikni dolzarb voqealar, yangiliklar va yangiliklar bilan xabardor qilish. Bu davlat siyosati, iqtisodiy o'zgarishlar, xalqaro munosabatlar va madaniy tadbirlar haqida ma'lumot berishni o'z ichiga oladi.

- Jamoatchilik fikrini shakllantirish: OAV orqali tarqatilgan ma'lumotlar odamlarning dunyoqarashi, siyosiy va ijtimoiy qarashlarini shakllantiradi. Ular fikrlar almashinuvi va bahslar uchun maydon yaratib, jamiyatdagi turli guruhlar orasida ko'prik vazifasini o'taydi.

- Nazorat va balans: OAV hukumat faoliyatini nazorat qiladi va jamoatchilikka hukumatning siyosiy, ijtimoiy va iqtisodiy faoliyatiga oid axborotni yetkazadi. Bu funktsiya demokratiya sharoitida ayniqsa muhim bo'lib, ochiqlik va shaffoflikni ta'minlaydi.

- Madaniy va axloqiy qadriyatlarni tarqatish: OAV nafaqat axborot yetkazib beradi, balki madaniyat, urf-odatlar, axloqiy qadriyatlarni ham targ'ib qiladi. Bu vositalar jamiyatning turli qatlamlari o'rtasida muloqot vositasi bo'lib xizmat qiladi.

- Ommaviy kommunikatsiya: Axborotning keng omma orasida tezkor tarqalishi va kommunikatsiyaning samarali vositasi sifatida OAV ishlatiladi.

OAV va hokimiyat o'rtasidagi munosabatlar ko'plab omillarga bog'liq bo'lib, har xil mamlakatlarda, siyosiy tuzum va tarixiy sharoitga ko'ra turlicha rivojlanadi.

1. Demokratiya va ommaviy axborot vositalari: Demokratiya sharoitida OAVning asosiy vazifalaridan biri hukumatning ish faoliyatini ochiqlik bilan yoritishdir. OAV erkinligi qonunlar bilan kafolatlangan bo'lib, ular mustaqil faoliyat yuritishi kerak. Biroq ko'plab demokratik mamlakatlarda ham OAVning hokimiyat tomonidan cheklanishi yoki davlat manfaatlariga xizmat qilishi holatlari uchrab turadi.

2. Avtoritar rejimlar va OAV: Avtoritar davlatlarda ommaviy axborot vositalari asosan hukumat manfaatlariga xizmat qiladi. Bunday davlatlarda senzura va davlat nazorati keng tarqalgan bo'lib, OAV hukumat siyosatini oqlash, ma'qullash va targ'ib qilish vositasiga aylanadi. Hukumatlar o'zlariga qulay axborotni tarqatib, qarama-qarshi fikrlarni bostirishadi.

3. Media monopoliyalari va iqtisodiy bosimlar: Ba'zi hollarda OAVni nazorat qilish faqat davlat organlari orqali amalga oshirilmasdan, iqtisodiy jihatdan kuchli media monopoliyalar orqali ham yuzaga kelishi mumkin. Bu holatda, ba'zi tadbirkorlar yoki korporatsiyalar OAVni o'z manfaatlari yo'lida foydalanishadi va axborotning obyektivligi kamayadi.

OAV va hokimiyat o'rtasidagi munosabatlarni tartibga soluvchi omillar:

- Qonuniy asoslar: OAV faoliyatini cheklash yoki himoya qilishga qaratilgan qonunchilik muhim ahamiyatga ega. Demokratik davlatlarda so'z erkinligi va axborot olish huquqi konstitutsion darajada himoyalangan bo'lsa, avtoritar davlatlarda senzura va nazoratga asoslangan qonunlar mavjud.

- Axloqiy me'yorlar va professional standartlar: Jurnalistika etikasi OAV mustaqilligini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. Professional jurnalistlar obyektivlik, haqqoniylik, axloqiy tamoyillarga sodiq qolishlari lozim.

- Axborot texnologiyalari va internetning roli: Internetning keng tarqalishi va raqamli platformalar OAV faoliyatida yangi imkoniyatlar va qiyinchiliklar yaratdi. Bir tomondan, internet orqali axborot tezkor tarqaladi va senzura qiyinlashadi, boshqa tomondan esa soxta yangiliklar va dezinformatsiya muammolari kuchayadi.

Ommaviy axborot vositalari va hokimiyat o'rtasidagi munosabatlar jamiyatdagi eng muhim muvozanatlardan biridir. Demokratiya sharoitida OAV mustaqil va erkin bo'lishi, davlat hokimiyatini nazorat qilish va fuqarolarni haqqoniy axborot bilan ta'minlash imkoniyatiga ega bo'lishi kerak. Shu bilan birga, hukumatlarning OAVga ta'siri, iqtisodiy bosimlar va raqamli texnologiyalar vositalari axborotning qanday tarqalishini va qanday qabul qilinishini belgilab beradi.

Matbuot, radio, televidenie orqali ommaviy ongga etkazilayotgan ma'naviy ma'nolarning mazmuni bahodir. Ular jamoatchilik fikri tomonidan juda samarali tarzda so'riladi, chunki ikkinchisining o'zi reyting tizimidir. Axborot ta'siri orqali jamoatchilik fikrini shakllantirish orqali ommaviy axborot vositalari ommaviy ongga ijtimoiy subyektlar tomonidan o'rnatilgan ma'lum bir qadriyatlar tizimini joriy etadi, bu esa hozirgi voqea va hodisalarning jamoatchilik fikrining rivojlanishiga hissa

qo'shadi va shu bilan ommaning ijtimoiy yo'nalishiga ta'sir qiladi. ijtimoiy jamoalar xatti-harakatlarining ma'lum bir tashkil etilishiga olib keladi. Ommaviy aloqa obyektini tanlashga ham, unga qaratilgan baholashga ham ta'sir qiladi. Obyektning ijtimoiy ahamiyatiga qarab, ommaviy kommunikatsiyalar jamoatchilik fikrining intensivligini va uning obyektga qiziqish darajasini shakllantiradi. Bunga axborot ta'sirini oshirish orqali erishiladi - ham miqdoriy (efir ma'lumotlari hajmini oshirish), ham sifat (masalan, ommaviy axborot vositalarida jamoatchilik fikrini qo'llab-quvvatlash).

Demak, yuqorida ta'kidlanganidek, auditoriyaning salmoqli qismini qamrab olgan ommaviy axborot vositalari nafaqat dastlabki ma'lumotlar manbai, balki dolzarb masalalar yuzasidan fikr almashish kanali vazifasini ham bajaradi. Biroq, ma'lum bir tarixiy sharoitda, ommaviy axborot vositalaridagi muammoni muhokama markaziga qo'yish kommunikator umid qilgan natijalarga mutlaqo zid bo'lgan natijalarga olib kelishi mumkin. Aynan shu holat 1917 yilning aprelidan iyunigacha vujudga kelgan, o'shanda Kadet partiyasi vakillari matbuotdan foydalanib, bolsheviklar g'oyalarini jamoatchilik muhokamasi markaziga qo'ygani va shu orqali o'z raqiblarning siyosiy pozitsiyalarini mustahkamlashga hissa qo'shgan.

Ikkinchi holda, matbuot, radio va televidenie jamoatchilik fikrini oshkorlik bilan ta'minlaydi, uni ijtimoiy institutlar e'tiboriga oladi va ularning jamoatchilik talablariga munosabatini nazorat qiladi.

Ommaviy axborot vositalarining o'zi ham tahririyat xatlarida, o'quvchilar konferentsiyalarida va auditoriya so'rovi ma'lumotlarida bildirilgan jamoatchilik fikriga ta'sir qiladi. Auditoriya ommaviy axborot vositalariga mamlakatning boshqaruv organlari orqali ta'sir ko'rsatadi.

Ommaviy axborot vositalari faoliyatining bu jihati bilan bog'liq muammolardan biri bosma, radio va televideniye materiallarida jamoatchilik fikrini ifodalashdir. 2. Jamoatchilik fikri strukturasi murakkabligi, uni shakllantirish imkoniyatlari va uning harakat qilish shartlarining nomuvofiqligi ushbu hodisaning muhim xususiyatini - manipulyatsiyaga moyillikni keltirib chiqaradi.

Manipulyatsiyaning asosi, ya'ni. muhim natijalarga erishish uchun muayyan vositalar yordamida jamoatchilik fikriga ta'sir qilish onging

o'zgaruvchanligi, beqarorligi va shaxsning ijobiy o'zgarishlarga intilishi bilan bog'liq bo'lgan obyektiv xarakteristikasidir. Bo'layotgan voqealarga chidashni istamaslik, kelajakka qarash zarurati, subyektning faolligi – jamoatchilik fikrini shakllantirishda manipulyatsiyalar uchun zamin. Bunday manipulyatsiya uchun kuchli vosita ommaviy axborot vositalaridir.

Ayniqsa, ommaning axborot manbasiga ishonchi paydo bo'lganda, jamoatchilik fikriga ta'sir kuchayadi. Buning uchun "Vakolatli manbalardan ma'lum...", "Bitta yuqori lavozimli amaldor xabar berdi..." va hokazo klişedan foydalaniladi.

Hukmron doiralar omma orasida ma'lum g'oyalarni tarqatishdan manfaatdor bo'lganligi sababli, ularni maxsus jurnallar orqali tanitish usuli qo'llaniladi. Masalan, AQShda bular "Opinion Magazines". Jamoatchilik fikrini manipulyatsiya qilishning bu usuli quyidagicha: "Fikr jurnallari" o'z sahifalarida "zarur g'oyalar"ni ilgari surgan holda, ularning ko'proq ommaviy nashrlar e'tiboriga tushishiga va ular orqali o'quvchilar orasida keng tarqalishiga intiladi. Ko'rinib turibdiki, ma'lumotlar siyosiy elitadan emas, hokimiyat tuzilmalaridan yoki hukumat manbalaridan emas, balki neytral tarzda keladi, demak, bu jurnallar go'yoki hukmron guruhlar manfaatlari bilan bog'liq emas.

Jamoatchilik fikriga ta'sir qilishning muhim usuli axborot kanallarini cheklash va dozalashdir. Jamoatchilik fikriga ta'sir ko'rsatishning muhim usuli – axborot mazmunini to'qib chiqarishda auditoriya xususiyatlarini hisobga olishdir. Agar mavzu murakkab bo'lsa yoki tomoshabinning ma'lumot darajasi past bo'lsa, unda tayyor xulosalar va xulosalar chiqariladi (masalan, Amerika komediya teleseriallari namoyishi paytida qaerga kulish kerakligi). Agar mavzu sodda bo'lsa, tinglovchilarga o'z xulosalarini chiqarish imkoniyati beriladi. Yuqori intellektli auditoriya uchun material "ikki tomonlama dalillar" bilan taqdim etiladi: "ma'qul" va "qarshi". Bu zarur g'oyalar, me'yorlar va qadriyatlarini yanada samarali amalga oshirishga yordam beradi. Odamlar ko'p miqdordagi salbiy ma'lumotlardan qochishga moyil bo'lganligi sababli, bunday ma'lumotlar qat'iy dozalanadi. Shu bilan birga, o'quvchilar, tinglovchilar va tomoshabinlarning mavjud nuqtai nazarini tasdiqlovchi material osonroq qabul qilinishi va ishonarli kuchga ega ekanligi ham

hisobga olinadi. Ommaviy axborot vositalari tomoshabin nimani eshitishni va ko'rishni xohlayotganini xabar qiladi.

Jamoatchilik fikrini manipulyatsiya qilishning samarali usullari xabarlarini bir necha marta takrorlashdan foydalanish va kun davomida dasturlarning uzluksiz translyatsiyalarini qabul qilishdir. Odamlar tinglamasdan eshitadilar, eslaydilar va nafaqat eshitganlarini takrorlaydilar, balki ko'pincha eshitganlariga muvofiq harakat qilishni boshlaydilar. Bu usullar samarali ijtimoiy miya yuvish texnologiyasining asosidir. Barcha reklamalar bunga asoslanadi.

Jamoatchilik fikriga ta'sir qilish uchun ma'lum bir hokimiyat ("oracle effekti") yoki nufuzli guruh nomidan murojaat qilish qiymat sifatida harakat qilishi mumkin. Ushbu uslub bizning televideniada keng qo'llaniladi ("Galstuksiz qahramon", "Lider va fikr", "Men o'zim" va boshqalar) dasturlari).

Manipulyatsiya usullaridan biri bu bir kishining fikrini hammaning fikri bilan aralashtirish (siyosiy chiqishlar va boshqalar). Imijmeykerlar tomonidan jozibali yaratilgan televidenie tomoshabinlarining ongini siyosatchilarning suratlarini bilan uxlash uchun tinchlantiradi va keyin ular har qanday tarkibni "siljib" qo'yishi mumkin. Mashhur ijodkorlarning reklama roliklarida qatnashish (yoki ularning ovozidan foydalanish) ham shu maqsadga xizmat qiladi. Va kimdir haqiqatning dolzarb muammolari sanitariya prokladkalari, shampunlar, krossovkalar va boshqalar ekanligiga ishonishni boshlaydi. Bu ikkita haqiqatning ta'sirini keltirib chiqaradi: masalan, siyosiy, ular harakat qiladigan va qaror qabul qiladigan joy va televizor xalqni davlat boshqaruviga jalb qilish (masalan, Rossiya Federatsiyasi Vazirlar Kengashining radioeshittirish yig'ilishlari) yaratiladi.

Jamoatchilik fikrini manipulyatsiya qilishda ommaviy axborot vositalari ko'rsatuvlar tilida muhim rol o'ynaydi. Tushunchalarning ataylab lingvistik noaniqligi (noaniqligi) tinglovchilar va o'quvchilarda ma'lum bir hodisa haqida "zarur" g'oyalarni shakllantirishi mumkin. Masalan, ommaviy axborot vositalarida "liberal", "qizil-jigarrang", "konservativ", "anarxiya", "erkinlik", "tartib", "despotizm" va boshqa shu kabi tushunchalarning mohiyati ochib berilmaydi, ularning bir ma'nosi boshqasi bilan almashtiriladi. Tinglovchilar uchun "liberal" atamasi

qanday ma'noda qo'llanilishi tushunarsizligicha qolmoqda, masalan, liberal fikrlovchi shaxs, siyosiy yo'nalish, siyosiy partiya va boshqalarni anglatishi mumkin. Bunday noaniqlik siyosiy manipulyatsiya maqsadlarini aniq belgilab beradi.

Siyosiy arboblarning chiqishlarida yoki ular haqida ommaviy axborot vositalarining sharhlarida "demokratiya", "taraqqiyot", "milliy manfaat", "milliy g'oya", "ishonch inqirozi" kabi "shior so'zlari" ko'p qo'llaniladi. so'zlar afsun sifatida ishlatilishi mumkin: "erkinlik", "mulk", "qonuniylik", "avtokratiya", "pravoslavlik", "millat". AQShda bu "Amerika dunyodagi eng erkin davlat", "Xudo biz bilan" va hokazo.

Psixologlar ommaviy ongda, birinchi navbatda, hodisa yoki jarayonning mohiyati emas, balki vizual, tashqi, marosim tomoni "joylashishini" payqashdi. Shuning uchun televizorda boshqalarga qaraganda ko'proq ajoyib dasturlar namoyish etiladi. Ularning har biri qandaydir g'oyalari, qarashlar, namunalar olib boradi va strategik vazifani hal qiladi - ommaga hukmron elitani jamoatchilik fikriga kiritish zarurligi haqida ma'lumot berish.

Ko'rib turganimizdek, ommaviy axborot vositalarining jamoatchilik fikriga ta'sir qilish usullari xilma-xil, ammo ularning mohiyati bir: iqtisodiy va siyosiy hokimiyat monopoliyasiga ega bo'lganlar uchun zarur bo'lgan manfaatlar, qarashlar, g'oyalarni ommaviy ongga kiritish. Boshqacha qilib aytganda, shaxsning ongini manipulyatsiya qilish va tekislash, uni suveren (mustaqil) fikrlovchi shaxsdan standartlashtirilgan, stereotipik fikrlash qobiliyatiga ega shaxsga aylantirish orqali erishish.

Ushbu qoida Internetdan foydalanishni tubdan o'zgartirmaydi, garchi odamning ma'lumotni tanlash imkoniyatlari kengayib bormoqda, garchi u individual va ommaviy ong va jamoatchilik fikrini manipulyatsiya qilish jarayonini murakkablashtirsa ham, uni bekor qilmaydi. Ko'rinishidan, yangi axborot tizimida shaxsning yangi turi: "ommaviy bo'lmagan shaxs" shakllantirilmoqda. Ammo bu shunchaki ko'rinadi, chunki Internet yangi zamonaviy ommaviy tizim bo'lib, unga kirish ma'lum ma'lumotlarni, muayyan g'oyalarni, fikrlarni, munosabatlarni tarqatish uchun kanal bo'lib xizmat qiladi. Bir so'z bilan aytganda, Internet "omma bilishi kerak bo'lgan" ma'lumotlarni taqdim etadi. Va bu Internet yoki televizor bo'ladimi, biz baribir takrorlanadigan matnlar, afsonalarni ko'ramiz va

ongni manipulyatsiya qilish va uni ishlab chiqarish muammosini hukmron elita uchun zarur bo'lgan aniq bir yo'nalish bilan hal qilamiz.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Jamoatchilik fikrida OAVlarining o'rni haqida gapirib bering?
2. Jamoatchilik fikrining hokimiyat bilan bog'liqlik jihatlarini gapirib bering?
3. Jamoatchilik fikrida reklamaning ahamiyati?
4. Hozirgi vaqtda PR-xizmatlarining jamaotchilik fikriga ta'siri?

Test savollari:

1. OAVlarining nechta tarmoq tizimi mavjud?

- a) 2
- b) 3
- c) 5
- d) 1

2. Dunyoning nechta mamlakatida televideniye faoliyati olib boradi?

- a) 140
- b) 135
- c) 133
- d) 155

3. Nechinchi-yilda BMTning Bosh Assambleyasi tomonidan "Inson huquqlari umumiy deklaratsiyasi" qabul qilingan?

- a) 1950 - yil
- b) 1965 - yil
- c) 1945 - yil
- d) 1948 - yil

4. Qaysi olimning fikriga ko'ra axborot vaziyatidagi o'zgarishlar natijasida zamonaviy dunyo barchaga barcha narsa ma'lum bo'lgan katta qishloqqa o'xshaydi degan fikr bildiradi?

- a) K.Marks
- b) M. Maklyuen
- c) O. Kont
- d) G. Spenser

5. Axborot kuni tartibi odatda, qaysi tizim sifatida shakllantiriladi?

- a) mediatizim
- b) axborot
- c) radio
- d) jurnalistika

6. Ommaviy axborot vositalarining qaysi funksiyasi davlat siyosati va boshqa dolzarb masalalar to'g'risida jamoatchilikni xabardor qilishdan iborat?

- a) Jamoatchilik fikrini shakllantirish
- b) Axborot berish
- c) O'yin-kulgi
- d) Reklama

7. Demokratik jamiyatlarda ommaviy axborot vositalari qanday vazifani bajaradi?

- a) Davlat siyosatini ma'qullash
- b) Hukumat faoliyatini nazorat qilish
- c) Reklama va biznes axboroti yetkazish
- d) Hukumat buyrug'ini bajarish

8. Ommaviy axborot vositalari va avtoritar hukumatlar o'rtasidagi munosabatlarga qaysi xususiyat xos?

- a) OAVning to'liq erkinligi
- b) OAV davlat manfaatlariga xizmat qiladi
- c) Mustaqil jurnalistlar faoliyat yuritadi
- d) Jamoatchilik fikrini erkin shakllantirish

9. Media monopoliyasi nima?

- a) Hukumat tomonidan OAVning to'liq nazorat qilinishi
- b) Bir necha yirik kompaniyalarning OAV ustidan iqtisodiy nazoratga ega bo'lishi
- c) Jamoatchilikning barcha axborot manbalaridan foydalanishi
- d) Raqamli texnologiyalarning ommaviy qo'llanilishi

10. OAV faoliyatini cheklash yoki himoya qilish uchun qaysi omillar muhim hisoblanadi?

- a) Internet va axborot texnologiyalari
- b) Media monopoliyasi

c) Qonunchilik va axloqiy me'yorlar

d) Davlat byudjeti

Mustaqil ta'lim mavzulari:

1. Ommaviy kommunikatsiya va jamoatchilik fikri
2. Jamoatchilik fikrini o'rganishda amaliy harakatlar tahlili
3. O'zbekistonda jamoatchilik fikrini o'rganishning o'ziga xos jihatlari
4. OAV va Internet

11-MAVZU. JAMOATCHILIK FIKRINI TADQIQ ETISHNING USLUBIY MUAMMOLARI

REJA:

1. Jamoatchilik fikrini o'rganish manfaatlari
2. Ongning obyektiv faktlarini o'rganish metodlari
3. Ongning tashqi ifodalangan faktlarini o'rganish metodlari
4. Jamoatchilik fikrini o'rganish talablari

Tayanch atamalar: *Jamoatchilik fikri, jamiyat, anketali so'rov, intervyu empirik tadqiqotlar, metodlar, kontent-analiz, kuzatish, fakt, guruh, tanlanma, ehtiyoj,*

Jamoatchilik fikrini o'rganishning manfaatlari stimullari haqida gapirilganda, amerikalik sotsiolog A.Inkeles 3 ta guruh manfaatlarini ko'rsatadi:

1. Jamiyatda yetarli bo'lmagan yoki mavjud bo'lmagan aloqalardan va uni ta'qib etadigan maqsad – kishilar bir-birlarini to'g'ri tushinishlarini yo'lga qo'yishdan kelib chiqadigan liberal manfaatlar.

2. Sanoat va savdoni rivojlantirish maqsadidagi tijorat manfaatlari.
2. Hukumat manfaatlari.

Bundan tashqari A.Inkeles bir qancha manfaatlarni, xususan ilmiy qiziqish bilan bog'liq olimlarning "akademik" manfaatini sanab o'tadi.

Jamoatchilik fikrini me'yoriy ishlab turishi bir qancha shart-sharoitlarni talab etadi.

Eng avvalo, jamiyatning iqtisodiy va ijtimoiy jihatdan rivojlanganligi.

Ikkinchidan, jamiyatdagi "so'z erkinligi", "inson huquqlari", "sotsial adolat", "teng huquqlilik" va boshqa so'zlar bilan ifodalanadigan demokratiyaning mavjudligi.

Uchinchidan, jamiyat a'zolarining savodxonlik va faollik darajasi.

To'rtinchidan, ko'p ukladli iqtisod, bozor iqtisodiyotining rivojlanganligi.

Anketali so'rov va formallashtirilgan intervyu empirik tadqiqotlar amaliyotida eng ko'p tarqalgan metodlar hisoblanadi.

Jamoatchilik fikrini o'rganishda ikkita muammoli yo'nalishlar asosiy o'rin tutmoqda: 1) lokal so'rovlarda jamoatchilik fikri shakllanishi mexanizmlarini o'rganish; 2) umummilliy, hududiy ehtimoliy tanlovlar proektlarini yaratish, metodologiyasini va ularni amaliyotda qo'llash usullarini ishlab chiqish .

Bugungi kunda jamoatchilik fikri tadqiqotlari asosan monitoring rejimida olib borilmoqda. So'rovlar tematikasi kundalik ehtiyoj mollaridan tortib to siyosiy va elektoral qarashlarga qadar kengaytirilmoqda. Uslubiy arsenallar xilma-xilligi ham kengaymoqda. Umummilliy so'rovlardan tashqari, alohida sotsial guruhlarining regional so'rovlari ham olib borilmoqda. Muntazam qo'llaniladigan turar joyiga ko'ra olib boriladigan intervyu metodidan tashqari, anketa so'rovlari, matbuot va pochta orqali olib boriladigan so'rovlar ham qo'llanilmoqda. Ayrim xizmatlar telefon so'rovlaridan foydalansa, ayrimlari kontent-analizni, boshqalari esa ko'cha so'rovlarini qo'llamoqdalar. Bozor munosabatlarining rivojlanishi jamoatchilik fikri xizmatlari faoliyatida yangicha holatni yuzaga keltirdi. Jamoatchilik fikrini o'rganish xizmatlari bozori shakllanmoqda, jamoatchilik fikrini o'rganish markazlari soni ortib, ular o'rtasida raqobat paydo bo'lmoqda.

Demokratik saylovlarni tayyorlash va tashkil etishda muhim davlat qarorlarini qabul qilish uchun jamoatchilik fikrini o'rganish zarur. Ayniqsa har xil qonunlar va qonun hujjatlarini ishlab chiqishda jamoatchilik fikrini hisobga olish zarur. Jahonning rivojlangan, demokratik davlatlarida ijtimoiy ahamiyatli davlat qarorlari va qonunlar qabul qilinishidan oldin, qoidaga ko'ra, jamoatchilik fikri puxta o'rganib chiqiladi. Bu qabul qilinadigan qonunlar va davlat qarorlarining sifati va ishonchligini jiddiy ravishda oshiradi va shu bilan birga mamlakatda hokimiyatni tashkil etishning demokratik shakllari rivojlanganligining ko'rsatkichi hisoblanadi.

Jamoatchilik fikrini sotsiologik tadqiq etishga tizimli-tarkibiy yondashish asos qilib olingan. Jamiyatda jamoatchilik fikri shakllanishi va mavjud bo'lishini etnosotsial, mintaqaviy va ijtimoiy-tabaqalashtirilgan tahlil qilishga alohida e'tibor beriladi.

Etnosotsial yondashuv xalqning mentalitetini, uning milliy o'zlikni anglashini va dinga mansubligini, milliy an'analari, xalqning urf-

odatlari, xulq-atvor normalarini har tomonlama hisobga olishni taqozo etadi.

Jamoatchilik fikrini individual fikrlarning to'plami deb tushunmaslik lozim. Individual fikrlar jamoatchilik fikrining boshlang'ich bosqichi, uning namoyon bo'lishi payti hisoblanadi va individual fikrlar jamida mavjud bo'lgan barcha umumiy jihatlarni o'zida saqlab qoladi. Ular o'rtasidagi aynan mana shunday dialektik aloqa individual baholarni sotsiologik usullar bilan qayd etish va shu bilan birga jamoatchilik fikri darajasiga chiqish imkonini beradi.

Jamoatchilik fikrining sotsiologik tadqiqotlari ijtimoiy rivojlanishning u yoki bu obyektiv qonunlari amal qilishining aniq mexanizmlarini aniqlashga, boz ustiga ushbu qonunlarning alohida olingan bir viloyat, shahar, tuman, jamoada yuz berayotgan aniq ijtimoiy va siyosiy jarayonlarga tadbiqan amal qilish mexanizmini o'rganishga yordam beradi.

Jamoatchilik fikrini o'rganishda quyidagi talablarni bajarish talab etiladi:

1) Maqsadning qo'yilishi.

Jamoatchilik fikrini o'rganishda qanday ma'lumotlar olinishi, ularni qanday ishlatish va xulosalarni nimaga yo'naltirish haqida aniq tasavvur shakllangan bo'lishi lozim.

2) Instrumentariy ishlab chiqish.

Tadqiqotda tanlangan ma'lumotlarni to'plash metodidan kelib chiqqan holda mazkur bosqich amalga oshiriladi. Ko'p hollarda jamoatchilik fikri so'rov usullari vositasida o'rganiladi. Shuning uchun bunda qo'llanilgan savollar aniq, ravon, qisqa ifodalangan va targ'ibot g'oyalarisiz bo'lishi lozim.

3) Tanlanmani tayyorlash.

Bunda tanlanma turi, miqdori va tarkibi rejalashtiriladi. Odatda tadqiqot yirik shahar yoki davlat miqyosida olib borilayotgan bo'lsa, tanlanma umumiy majmuaning kamida 1-1,5 foizini tashkil etishi kerak. Alohida guruh yoki tashkilotlarda o'tkaziladigan bo'lsa, tanlanma 10 foizini tashkil etishi lozim. Obyektiv ma'lumot olish maqsadida aholining barcha qatlamlarini (millatiga, yoshiga, ma'lumoti darajasiga, kasbiga va h.k. ko'ra) qamrab olish zarur

4) Bevosita ma'lumotlarni yig'ish. So'rov o'tkazish.

Mazkur bosqichda tadqiqot uchun tanlangan usul vositasida ma'lumotlar yig'ib olinadi. Ma'lumotning haqqoniyligiga erishish maqsadida so'rov anonim tarzda o'tkaziladi. Tashkilotchilarga ko'p narsa bog'liq bo'lib, ularning malakasi qanchalik darajada haqqoniy ma'lumot olinishini belgilaydi.

5) Ma'lumotlarni qayta ishlash. Xulosalar yasash, salbiy oqibatlarining oldini olish uchun taklif va tavsiyalarni ishlab chiqish, tadbiri qilish natijalari va oqibatlari bo'yicha bashorat (prognoz) berish.

6) Aniq chora-tadbirlarni ko'rish.

7) Qarorlar va qo'llanilgan chora-tadbirlar natijalari qanchalik to'g'ri ekanini kuzatib borish.

Jamoatchilik fikrining real ijtimoiy hayotda amal qilishi uning ifodalanishi va u bajaradigan vazifalar bilan xarakterlanadi. Jamoatchilik fikrining uch xil ifodalanishini kuzatish mumkin:

1) jamoatchilik fikrining stixiyali ifodalanishi;

2) siyosiy institutlar tashabbusiga ko'ra biror bir qonunni muhokama qilish yoki chora-tadbir (referendum, umumxalq muhokamasi va b.) o'tkazish jarayonida jamoatchilik fikrining bildirilishi;

3) maxsus sotsiologik tadqiqotlar, ya'ni so'rovlar paytida jamoatchilik fikrining aniqlanishi.

Jamoatchilik fikrini o'rganishni tayyorlash va o'tkazishda quyidagi asosiy talablarga rioya qilish kerak:

1) Tadqiqot maqsadini belgilash. Qanday ma'lumotlar olinishi kutilayotgani, undan qanday foydalanish va umumlashirilgan natijalarni qayerga yo'naltirish kerakligi aniq shakllantirilishi kerak.

2) Texnikani ishlab chiqish (anketalar). Savollar aniq shakllantirilishi, qisqa bo'lishi va turli talqinlarga yo'l qo'ymasligi kerak. To'g'ridan-to'g'ri, "frontal" savollardan qochish kerak, ayniqsa ular suhbatdoshning ishini baholash bilan bog'liq bo'lsa va bevosita shaxsning o'zi va uning qarashlari haqida ma'lumot olishga qaratilgan bo'lsa. Ko'proq obyektiv ma'lumot olish uchun test savollari kiritiladi (bir xil mavzu bo'yicha, lekin asosiy savolga javobning bilvosita tasdig'ini olish imkonini beruvchi boshqa formulada). Mumkin bo'lgan javob variantlari to'plamidan so'ng -

maslahatlar – so‘rovnomada ko‘zda tutilmagan boshqa variantlar uchun joy ko‘rsatiladi.

H) Namuna tayyorlash (respondentlarning soni va tarkibi). Barcha ijtimoiy qatlamlarga taalluqli masalalar bo‘yicha shahar yoki viloyatda tadqiqot o‘tkazishda respondentlarning optimal soni umumiy aholining 1-1,5 foizini tashkil qilishi kerak. Agar so‘rov alohida guruhlar o‘rtasida, yirik mehnat jamoalarida, ta‘lim muassasalarida o‘tkazilsa, respondentlar soni ish haqi fondining 10 foiziga etishi mumkin. Kichik birliklarda, iloji bo‘lsa, tadqiqotchilarning ixtiyoriga ko‘ra, uning barcha a‘zolari yoki uning bir qismi o‘rtasida so‘rov o‘tkaziladi. Chuqur tahlilni talab qilmaydigan dolzarb masalalar bo‘yicha og‘zaki, telefon va tezkor so‘rovlar uchun bir necha o‘nlab odamlar bilan suhbatlashish kifoya. Eng obyektiv ma‘lumotni olish uchun aholining barcha toifalari respondentlar soniga kiritilishi kerak – millati, yoshi (ijtimoiy holati, ma‘lumoti va boshqalar).

4) So‘rov o‘tkazishda, odatda, u anonim ravishda o‘tkazilishi kerak, bu esa ma‘lumotlarning ishonchligini oshiradi. Ko‘p narsa bu ishning tashkilotchilariga, odamlarni o‘z nuqtai nazarini, pozitsiyasini, fikrlarini ochiq aytishga qanchalik mohirlik bilan yo‘lga qo‘yishi va tayyorlashiga bog‘liq.

5) Anketalarni qayta ishlash ixtisoslashtirilgan kompyuter dasturlari asosida amalga oshiriladi. Aniq va tez ma‘lumotlarni olish imkonini beruvchi zamonaviy dasturlardan biri SPSS dasturidir. SPSS MS da yaratilgan fayllarni ochishi mumkin Excel va Statistica kabi eng keng tarqalgan statistik paketlarning bir nechtasi SAS Stata. Biroq, keyinchalik SPSS da qayta ishlanadigan ma‘lumotlarni kiritish uchun eng qulay dastur.

6) Kiruvchi jarayonlarning rivojlanishini bartaraf etish bo‘yicha xulosalar, tavsiyalar va takliflar tayyorlash, ularni amalga oshirishning mumkin bo‘lgan natijalari va oqibatlarini bashorat qilish ma‘lumot to‘plash natijasida olingan faktik ma‘lumotlarga asoslanadi va barcha guruhlarning manfaatlarini hisobga olgan holda amalga oshiriladi. jamiyatning izchil rivojlanishi yo‘nalishida.

7) Qabul qilingan qarorlarning to‘g‘riligini va qabul qilingan chora-tadbirlar natijalarini keyingi tekshirishlar monitoring rejimida arnalga

oshiriladi, bu esa jamoatchilik fikridagi dinamik jarayonlarni kuzatish imkonini beradi .

Jamoatchilik fikrini o'rganish jarayonida axborot to'plash usullari

Axborot yig'ish usullarining uchta asosiy klassi mavjud:

- To'g'ridan-to'g'ri kuzatish
 - Hujjatlarni tahlil qilish
 - So'rovlar og'zaki (suhbat) va yozma (so'rovnoma) ga bo'linadi.
- Kuzatish – bu voqea guvohi tomonidan bevosita qayd etilishi.

Kuzatish boshqa xarakterga ega bo'lishi mumkin. Ba'zan kuzatuvchi sodir bo'layotgan voqealarni mustaqil ravishda kuzatadi. Ba'zan u boshqalarning kuzatuv ma'lumotlaridan foydalanishi mumkin. Kuzatish oddiy va ilmiy bo'lishi mumkin. Oddiy – bu rejaga bo'ysunmaydigan va aniq ishlab chiqilgan tizimsiz amalga oshiriladigan narsa. Ilmiy kuzatishlar quyidagilardan farq qiladi:

- U aniq tadqiqot maqsadi va aniq shakllantirilgan maqsadlarga bo'ysunadi.

- Ilmiy kuzatish oldindan rejalashtirilgan protsedura bo'yicha rejalashtirilgan.

- Barcha kuzatuv ma'lumotlari ma'lum bir tizimga muvofiq protokollar yoki kundaliklarda qayd etiladi.

- Ilmiy kuzatish natijasida olingan ma'lumotlarning haqiqiyliigi va barqarorligi kuzatilishi kerak.

Kuzatish quyidagicha tasniflanadi:

Rasmiylashtirish darajasiga ko'ra, boshqarilmaydigan (yoki standartlashtirilmagan, tuzilmasiz) va boshqariladigan (standartlashtirilgan, tuzilgan) farqlanadi. Nazorat qilinmagan kuzatishda faqat asosiy rejadan foydalaniladi, boshqariladigan kuzatishda esa voqealar batafsil tartib asosida qayd etiladi.

javoblanmagan) kuzatishlar farqlanadi. Ishtirokchilarni kuzatish jarayonida tadqiqotchi ijtimoiy muhitga kirishga taqlid qiladi, unga moslashadi va voqealarni xuddi «ichkaridan» tahlil qiladi. Ishtirok etmaydigan (oddiy) kuzatishda tadqiqotchi hodisalarga aralashmasdan, “yon tomondan” kuzatadi.

Ikkala holatda ham kuzatuv ochiq yoki inkognito rejimida amalga oshirilishi mumkin.

Ishtirokchi kuzatuvining modifikatsiyalaridan biri rag'batlantiruvchi kuzatish deyiladi. Bu usul tadqiqotchining u kuzatayotgan hodisalarga ta'sirini o'z ichiga oladi. Sotsiolog hodisalarni rag'batlantirish uchun ma'lum bir vaziyatni yaratadi, bu esa ushbu aralashuvga reaksiyani baholash imkonini beradi.

3) Tashkil etish shartlariga ko'ra kuzatishlar dala (tabiiy sharoitdagi kuzatishlar) va laboratoriya (eksperimental vaziyatda) kuzatishiga bo'linadi.

Har qanday kuzatish tartibi savollarga javob berishdan iborat: "Nimani kuzatish kerak?", "Qanday kuzatish kerak?" va "Qanday qilib eslatma olish kerak?". Keling, ularga javob topishga harakat qilaylik. Birinchi savolga tadqiqot dasturi, xususan, gipotezalarning holati, aniqlangan tushunchalarning empirik ko'rsatkichlari va umuman tadqiqot strategiyasi javob beradi.

Aniq farazlar bo'lmaganda, tadqiqot formativ (taxminiy) reja bo'yicha olib borilganda, oddiy yoki tuzilmagan kuzatish qo'llaniladi. Bunday dastlabki kuzatishning maqsadi kuzatilayotgan obyektning yanada aniqroq tavsiflash uchun gipotezalarni ishlab chiqishdir. Quyidagilardan foydalaniladi:

1) Ijtimoiy vaziyatning umumiy tavsifi, jumladan: faoliyat sohasi (ishlab chiqarish, noishlab chiqarish, uning xususiyatlarini aniqlash va boshqalar); umuman obyektning holatini tartibga soluvchi qoidalar va qoidalar (rasmiy va umumiy qabul qilingan, lekin ko'rsatmalar yoki buyruqlarda mustahkamlanmagan); kuzatish obyektining o'z-o'zini tartibga solish darajasi (uning holati tashqi omillar va ichki sabablar bilan qanday darajada aniqlanadi).

2) Berilgan vaziyatda kuzatilayotgan obyektning boshqa predmet va holatlarga nisbatan tipikligini aniqlashga urinish; ekologik muhit, hayot sohasi, ijtimoiy, iqtisodiy va siyosiy muhit, hozirgi paytda jamoatchilik ongining holati.

3) Ijtimoiy tadbirlarning subyektlari yoki ishtirokchilari. Umumiy kuzatish vazifasiga qarab, ularni quyidagilarga ajratish mumkin: demografik va ijtimoiy xususiyatlariga ko'ra; faoliyat mazmuni bo'yicha (ishning tabiati, mashg'ulot sohasi, dam olish sohasi); jamoa yoki guruhdagi maqom haqida (jamoat rahbari, bo'ysunuvchi, ma'mur, jamoat

arbovi, jamoa a'zosi ...); o'rganilayotgan obyektida birgalikdagi faoliyatdagi rasmiy funktsiyalarga muvofiq (majburiyatlar, huquqlar, ularni amalga oshirishning real imkoniyatlari; ular qat'iy rioya qiladigan va e'tiborsiz qoldiradigan qoidalar ...); norasmiy munosabatlar va funktsiyalar (do'stlik, aloqalar, norasmiy yetakchilik, hokimiyat ...).

4) subyektlar va guruhlar faoliyatining maqsadi va ijtimoiy manfaatlar: umumiy va guruhli maqsad va manfaatlar; rasmiy va norasmiy; ma'lum bir muhitda tasdiqlangan va ma'qullanmagan; manfaatlar va maqsadlarning muvofiqligi.

5) Faoliyatning tashqaridan tuzilishi: tashqi motivlar (rag'batlantirishlar), ichki ongli niyatlar (motivlar), maqsadlarga erishish uchun foydalaniladigan vositalar (vositalar mazmuni va ularning axloqiy bahosiga ko'ra), faoliyat intensivligiga ko'ra (mahsulotli, reproduktiv, intensiv) va uning amaliy natijalariga ko'ra (moddiy va ma'naviy mahsulotlar).

6) Kuzatilgan hodisalarning muntazamligi va chastotasi: yuqoridagi bir qator parametrlarga ko'ra va ular tasvirlaydigan tipik vaziyatlarga ko'ra.

Ushbu reja bo'yicha kuzatish kuzatish obyektini yaxshiroq tushunish imkonini beradi.

Yig'ilgan dastlabki ma'lumotlarga asoslanib, kuzatish vazifalari takomillashtiriladi. Kuzatilgan hodisalarning ba'zi jihatlari batafsilroq o'rganiladi, boshqalari butunlay chiqarib tashlanadi.

Shunday qilib, dastlabki kuzatishdan so'ng, kuzatish yanada rasmiylashtirilgan qidiruv bosqichiga o'tadi.

Qattiq nazorat ostida kuzatuv protsedurasini ishlab chiqishdan oldin nazariya va nazoratsiz kuzatish ma'lumotlariga asoslangan muammoning batafsil tahlili amalga oshiriladi. Endi individual hodisalar, hodisalar, inson xatti-harakatlarining shakllari tadqiqot mantig'i nuqtai nazaridan talqin qilinishi kerak, ular qandaydir umumiy xususiyatlar yoki harakatlarning ko'rsatkichlari ma'nosiga ega bo'ladi;

Kuzatilgan hodisalarni qayd etishning samarali usuli Moskva sotsiologlari tomonidan "jamoatchilik fikri" tadqiqot loyihasi doirasida ishlab chiqilgan (tadqiqot direktori B.A. Grushin). Uchrashuvlar jamoatchilik fikrini bildirish kanallaridan biri sifatida belgilandi.

Ma'lumotlarni yozib olish uchun kuzatish kartasi ishlatilgan, shu jumladan to'qqiz xil baholash shakllari: yig'ilish boshlanishidan oldingi vaziyat, tashkiliy davr, ma'ruzachi yoki ma'ruzachining harakatlarini qayd etish, tinglovchilarning nutqiga munosabatini qayd etish, umumiy tavsifni tavsiflash. munozara paytidagi vaziyat, yig'ilishda qarorlar qabul qilishdagi vaziyat, xususan, muhokama paytida qaror loyahasiga kiritilgan o'zgartirish va qo'shimchalar, yig'ilish yakunidagi vaziyat va yig'ilishning umumiy xarakteristikasi kartasi.

Katta yig'ilish auditoriyasini kuzatish bir xil ko'rsatmalarga amal qiladigan bir nechta shaxslar tomonidan amalga oshiriladi. Kuzatish ma'lumotlarini qayd etish uchun protokolni tayyorlashdan oldin nafaqat umumiy konsepsiyani ishlab chiqish, balki turli obyektlarda (bizning holatda, turli tashkilotlar va jamoalarning yig'ilishlari) takroriy standartlashtirilmagan kuzatishlar ham amalga oshiriladi.

Kuzatish ma'lumotlarining ishonchligini oshirish yo'llari.

Dala sharoitida oddiy tuzilmagan va ishtirok etmaydigan kuzatuv bilan qayd etish juda qiyin. Bu tadqiqotchining mahorati va zukkoligi masalasidir. Oldindan ishlab chiqilgan kodlardan foydalanishingiz mumkin. Siz kamuflyaj usullaridan foydalanishingiz mumkin (masalan, korxonalar talabasi uchun ish bilan bog'liq bo'lgan yozuvlarni saqlash uchun). Siz yaxshi xotirangizdan foydalanishingiz va kuzatuvlaringizni keyinroq, tinch muhitda yozib olishingiz mumkin.

Strukturaviy kuzatuv qayd qilishning yanada qat'iy usullarini talab qiladi. Bu erda shakllar qo'llaniladi – hodisalar va vaziyatlar uchun kodlar bilan kuzatish nuqtalari bilan qoplangan protokollar.

Misol: Uchrashuvlarni o'rgangan kuzatuvchilar va tadqiqot guruhi a'zolari kuzatish zonalarini (prezidium, ma'ruzachi, 15-20 kishilik yig'ilish ishtirokchilari sektori) ajratdilar va kodlar yordamida vaqt shkalasida sodir bo'layotgan voqealarni yozib oldilar. Protokolda har bir satrda vaqtni hisobga olgan holda nominal shkala nuqtasida belgi qo'yiladi. Eslatib o'tamiz, boshqa kuzatuvchi ma'ruzachilarning harakatlarini tegishli ko'rsatmalarga muvofiq qayd qiladi, shundan so'ng yig'ilish minbaridan chiqishlarga tinglovchilarning munosabatini sinxronlashtirish mumkin. Bu holatda hodisalarning chastotasi va intensivligi oldingi sxema bo'yicha reyting shkalalari yordamida qayd etiladi, ustun 2. Zamoraviy

texnologiyalar magnitafon, kino yoki fotokamera, video yozuvlardan foydalanishga imkon beradi, bu esa ro'yxatga olishning haqiqiyiligini ta'minlaydi. kuzatilgan.

Ishonchlilik (quyidagi qoidalarga rioya qilingan holda ma'lumotlarning haqiqiyligi va barqarorligi ortadi:

– Kuzatiladigan hodisalar elementlarini aniq ko'rsatkichlar yordamida iloji boricha batafsilroq tasniflang. Ularning ishonchliligi sinov kuzatuvlarida tekshiriladi, bunda bir nechta kuzatuvchilar bitta ko'rsatma yordamida o'rganiladigan obyektga o'xshash obyektga sodir bo'lgan bir xil hodisalarni qayd etadilar.

– Agar asosiy kuzatuv bir necha kishi tomonidan amalga oshirilsa, ular o'z taassurotlarini solishtiradilar va yagona qayd etish texnikasidan foydalangan holda hodisalarni baholash va talqin qilishda kelishib oladilar va shu bilan kuzatish ma'lumotlarining barqarorligini oshiradilar.

– Xuddi shu obyektning turli vaziyatlarda (normal va stressli, standart va g'ayrioddiy) kuzatish kerak, bu sizga uni turli burchaklardan ko'rish imkonini beradi.

– Kuzatilgan hodisalarning mazmuni, namoyon bo'lish shakllari va ularning miqdoriy belgilarini (intensivligi, muntazamligi, davriyligi, chastotasi) aniq farqlash va qayd etish kerak.

– Voqealarning tavsifi ularning talqini bilan chalkashmasligini ta'minlash kerak. Shuning uchun protokolda faktik ma'lumotlarni yozib olish va ularni izohlash uchun maxsus ustunlar bo'lishi kerak.

– Ishtirokchi yoki qatnashmagan kuzatuvda ma'lumotlarning talqini to'g'riligini kuzatish, o'z taassurotlarini turli xil talqinlar bilan o'zaro tekshirishga intilish ayniqsa muhimdir. Masalan, yig'ilishdan nutqqa zo'ravonlik munosabati ma'qullash, ma'ruzachining aytganidan norozilik, uning haziliga yoki tinglovchilarning so'zlariga, qilgan xatosi yoki sirpanishiga munosabat bo'lishi mumkin. nutq davomida harakat... Bu barcha hollarda, maxsus eslatmalar amalga oshiriladi, protokol kiritish tushuntirib.

– Kuzatishning haqiqiyiligini tekshirish uchun mustaqil mezonlardan foydalanish foydalidir. "Tashqaridan" kuzatuvlar ma'lumotlarini tadbirlar ishtirokchilari bilan suhbatlar orqali tekshirish mumkin; Ishtirokchi

kuzatuv materiallarini xuddi shu dasturga kiritilmagan yoki mavjud hujjatlarga muvofiq tekshirish tavsiya etiladi.

Kuzatish, birinchi navbatda, ishni boshlash uchun materiallar to'plash yoki boshqa ma'lumot to'plash usullari natijalarini tekshirishga yordam berish uchun qo'shimcha usul sifatida ishlatiladi.

Hujjatlarni tahlil qilish. Sotsiologiyada hujjatli film bosma yoki qo'lda yozilgan matnda, magnit lentada, fotosuratda yoki plyonkada yozilgan har qanday ma'lumotni anglatadi. Shu ma'noda hujjat tushunchasi keng tarqalgan bo'lib foydalaniladigan tushunchadan farq qiladi: biz odatda rasmiy materiallarni hujjatlar deb ataymiz.

Axborotni ro'yxatga olish usuliga ko'ra ular farqlanadi: qo'lda yozilgan va bosma hujjatlar; magnit lentadagi yozuvlar. Ko'zlangan maqsad nuqtai nazaridan tadqiqotchining o'zi tanlagan materiallar ta'kidlangan.

Misol: amerikalik sotsiolog V.Tomas va polshalik sotsiolog F.Znanetskiy Yevropa va Amerikadagi polyak emigrantlari hayotini hujjatlar yordamida o'rgandilar. Ular polshalik dehqondan avtobiografiya yozishni so'rashdi va undan 300 betlik qo'lyozma matnni olishdi.

Ushbu hujjatlar maqsadli hujjatlar deb ataladi. Sotsiologdan mustaqil boshqa hujjatlar naqd pul deb ataladi. Ular odatda sotsiologik tadqiqotlarda hujjatli ma'lumotni tashkil qiladi.

Shaxslashtirish darajasiga ko'ra hujjatlar shaxsiy va shaxsiy bo'lmaganlarga bo'linadi.

Shaxsiy – shaxsiy buxgalteriya hujjatlari (kutubxona blankalari, anketalar va imzo bilan tasdiqlangan blankalar), ma'lum bir shaxsga berilgan xususiyatlar, xatlar, kundaliklar, bayonotlar, xotiralar.

Shaxssiz – statistik yoki voqea arxivlari, matbuot ma'lumotlari, uchrashuvlar bayonnomalari.

Maqomiga ko'ra hujjatlar rasmiy va norasmiylarga bo'linadi.

– Rasmiy – bayonnomalalar, hukumat materiallari, qarorlar, bayonotlar, kommunikalar, rasmiy yig'ilishlar stenogrammasi, davlat va idoraviy statistika, arxivlar va boshqalar, hisobot.

– Norasmiy - shaxsiy hujjatlar, shuningdek, xususiy fuqarolar tomonidan tuzilgan shaxs bo'lmagan hujjatlar (masalan, boshqa

tadqiqotchi tomonidan o'z kuzatishlari asosida tuzilgan statistik umumlashmalar).

Hujjatlarning alohida guruhiga ommaviy axborot vositalari, gazetalar, jurnallar, radio, televidenie, kino kiradi.

Axborot manbasiga ko'ra, hujjatlar birlamchi va ikkilamchi bo'linadi. Asosiysi, bevosita kuzatish. Ikkilamchi – to'g'ridan-to'g'ri kuzatish ma'lumotlarini qayta ishlash, birlamchi manbalar asosida umumlashtirish yoki tavsiflash.

Hujjatlarni mazmuniga ko'ra tasniflash ham mumkin: masalan, adabiy ma'lumotlar, tarixiy va ilmiy arxivlar, sotsiologik tadqiqotlar arxivlari.

Hujjatning ishonchliligi va haqiqiyliigi kabi tushunchalarni undagi ma'lumotlarning ishonchliligi bilan aralashtirib yubormaslik kerak.

Ishonchlilik, birinchi navbatda, mavjud hujjatning manbasiga bog'liq. Albatta, rasmiy, shaxsiy, birinchi qo'l hujjatlar boshqalarga qaraganda ancha ishonchli.

Hujjatlar ko'pincha suhbatlar yoki to'g'ridan-to'g'ri kuzatishlar bilan to'ldirilgan asosiy ma'lumot manbai bo'lib xizmat qiladi.

Sotsiolog tegishli hujjatlarni, ba'zan esa kutilmagan hujjatlarni qidirishda ajoyib zukkolik ko'rsatishi kerak.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Jamoatchilik fikrini o'rganish manfaatlarining o'rni va ahamiyatini yoritib bering?
2. Ongning obyektiv faktlari haqida ma'lumot bering?
3. Ongning tashqi ifodalangan faktlari haqida gapirib bering?
4. Jamoatchilik fikrini nima uchun o'rganishimiz haqida ma'lumot bering?

Test savollari:

1. Jamoatchilik fikrini sotsiologik tadqiq etishda qanday yondashuv asos qilib olingan?

- a) xulq - atvor
- b) tizimli - demokratik yondashuv
- c) Tizimli - tarkibiy yondashuv
- d) tarkibiy - boshlang'ich yondashuv

2. Jamoatchilik fikrining boshlang'ich bosqichi bu ... ?

- a) Etnosotsial fikr
- b) Individual fikr
- c) dialektik aloqa
- d) mexanizmlı tizimlar

3. Shahar yoki viloyatlarda tadqiqot o'tkazish jarayonida, respondentlarning optimal soni umumiy aholining necha foizini tashkil qilishi kerak?

- a) 1,5 - 2 foizini
- b) 2,5 - 1 foizini
- c) 1,5 - 2,1 foizini
- d) 1 - 1,5 foizini

4. Axborot yig'ish usullarining nechta asosiy klassi mavjud?

- a) 7 ta
- b) 3 ta
- c) 5 ta
- d) 2 ta

5. Oddiy kuzatishga ta'rif bering?

- a) Bu rejaga bo'ysunmaydigan va aniq ishlab chiqilgan tizimli amalga oshirilgan metod.
- b) Reja asosida ishlab chiqilgan va tizimli amalga oshiriladigan kuzatuv turi.
- c) Rejaga bo'ysunmaydigan aniq ishlab chiqilgan tizimsiz amalga oshiriladigan kuzatuv turi .
- d) Aniq ishlab chiqilgan tizim hamda modifikatsiyalar tomonidan amalga oshiriladigan jarayon.

6. Rasmiy so'rovlar birinchi marta, nechanchi asrda va qaysi davlatlarda paydo bo'lgan?

- a) XVIII asr oxirida Angliyada, XIX asr boshlarida esa AQSHda paydo bo'lgan
- b) XVIII asr boshlarida AQSHda, XIX asr oxirida esa Angliyada paydo bo'lgan.
- c) XIX asr oxirida AQSHda XVIII asr boshlarida Fransiya va Germaniyada paydo bo'lgan.

d) XVIII asr boshlarida Angliyada, XIX asr oxirida esa AQSH va Belgiyada paydo bo'lgan.

7. Qaysi olimlar Yevropa va Amerikadagi polyak emigrantlari hayotini o'rganadi va polshalik dehqondan avtobiografiya yozishni so'rab, undan 300 betlik qo'lyozma matnini olishadi?

- a) F. Znanetskiy va Maklyuen
- b) V. Tomas va A. Inkeles
- c) B. A. Grushin va K. Marks
- d) F. Znanetskiy va V. Tomas

8. Jamoatchilik fikrini o'rganishning manfaatlari, stimullari haqida gapirilganda, qaysi olim uchta guruh manfaatini ko'rsatadi?

- a) B. A. Grushin
- b) A. Inkeles
- c) M. Maklyuen
- d) K. Marks

9. Jamoatchilik fikrini o'rganishda ikkita muammoli yo'nalishlar asosiy o'rin tutadi, ular qaysilar?

- a) Umummilliy, hududiy, ehtimoliy tanlovlar proektlarini yaratish, metodologiyasini va ularni amalyotda qo'llash usullarini ishlab chiqish
- b) jamiyatning iqtisodiy va ijtimoiy holatini o'rganish: "so'z erkinligi", "inson huquqlari", "sotsial adolat", "teng huquqlilik" kabi demokratik jarayonlarni keng targ'ib etish.
- c) Lokal so'rovlarda jamoatchilik fikri shakllanishi mexanizmlarini o'rganish
- d) a va c javoblar to'g'ri

10. So'rov usullarining ikkita katta sinfi mavjud, ular qaysilar?

- a) o'rtacha respondent va anketa
- b) intervyu va anketa
- c) klinik yondoshuv va intervyu
- d) harakatsiz so'rov va to'g'ridan-to'g'ri so'rov

Mustaqil ta'lim mavzulari :

1. Jamoatchilik o'rtasida olib boriladigan so'rovlar
2. Zamonaviy texnologiyalarning so'rovnomadagi ahamiyati
3. Jamoatchilik fikrini sotsiologik tadqiq etish
4. Jamoatchilik fikriga etnosotsial yondashuv

12-MAVZU. JAMOATCHILIK FIKRINI TAHLIL QILISH USULLARI

REJA:

1. Sotsiologik ma'lumotlarni tahlil qilish tamoyillari
2. Ma'lumotlarni tavsiflash
3. Ijtimoiy axborotlarni guruhlash
4. Shkalalash va shkalalar turlari
5. Ma'lumotlarni tahlil qilishning matematik-statistik usullari
6. Tahliliy hujjat va uning tuzilishi

Tayanch atamalar: *Jamoatchilik fikri, intervyu, anketali so'rov, hujjatlar tahlili, shkala, tahliliy hujjat, guruhlash, interpretatsiya, respondent protsedura, onlayn so'rovlar, tahlil qilish.*

Jamoatchilik fikri o'rganishga tayyorlanish va olib borishda quyidagi asosiy talablarga rioya qilishi zarur:

1) Izlanish maqsadini aniqlash. Qanday ta'limotlar olinish tahlil qilishmoqda, uni qanday ishlatish kerak va umumlashtirilgan natijalar qilishga yo'naltirish kerakligini aniq nazoratlanishi zarur.

2) Instrumentni ishlab chiqish (anketa savollari). Savollar aniq uzoqlangan qisqa turli talqinlarsiz bo'lishi kerak. To'g'ridan-to'g'ri savollar bo'lmasligi kerak. Xususan o'z tanasi bo'yicha so'raluvchi ishini baholanishiga bevosita insonning o'zi, uning qarashlari haqidagi ta'limotlarni oshishiga yo'naltirilgan bo'lsa. Aniq obyektiv ma'lumot olish uchun tekshiruvchi savollar kiritiladi (xuddi shu mavzu bo'yicha, biroq asosiy savolga nisbiy tasdiqlovchi javob olishi imkoniyatini beruvchi boshqacha ko'rinishda). Javoblar taxminiy javob shuning bilan variantlar yig'ib olishgandan so'ng anketada inobatga olinmadan, boshqa variantlar uchun joy belgilanadi.

3) Tanlashni tayyorlash (so'raluvchilar soni va tartibi). Shaharda rayonda hamma sotsial qatlamlarga taalluqli muammolarni o'rganish jarayonida so'raluvchilar optimal soni aholi umumiy sonining 1-1,5% ini tashkil qilishi kerak. So'rov alohida guruhlar, yirik ishlab chiqarish korxonalarida umumiy muassasalarida olib Kichikroq korxonalarda so'rov

uning hamma a'zolari yoki ulanuvchi talabiga ko'ra uning qandaydir bir qismida olib boriladi. Kundalik, chuqur tahlil qilishi zarur bo'lmagan savollari bo'yicha amalga oshirilganda bir necha 10 tacha insonlardan og'zaki telefon orqali, ekspress so'rovlar olib borilishi yetarlidir. Yetarlicha obyektiv malumot olish uchun so'raluvchilar axoli hamma qatlamlarini o'z ichiga olishi kerak-millati, yoshiga (sotsial holati, malumoti va h.k.) ko'ra.

4) So'rov olib borishda qoidaga binoan uni anonym tarzda olib borish kk. Bu ma'lumotning haqqoniyligini oshiradi. Ko'p narsa shu ish tashkilotchilariga, ularning insonlarni o'z qarashlari, o'z pozitivlarini, fikr- muloqotlqrini qanchalik ochiq tarzda ishora eta olishlariga yo'naltirganliklariga va tayyorlanganliklariga bog'liqdir.

5) Anketalarni qayta ishlash maxsuslashtirilgan kompyuterli programmalar asosida amalga oshiriladi. Ma'lumotlarni aniqla qisqa muddatda olish imkoniyatini beruvchi zamonaviy programmalardan biri bu SPSS programmasi. Bu programma Excelda yaratilgan fayllarni bir nechta kengroq tarqalgan statisti, shuningdek Sas Stata paketlaridagi fayllarni ochish mumkin. Keyinchalik SPSSda ma'lumotlarni kiritish qayta ishlaniluvchi qulay programmadan biri Data Entry programmani ta'minlash hisoblanadi.

6) Yuzaga kelmasligi kerak jarayonlarning rivojlanishi oldini olish uchun xulosa, tavsiya va takliflar tayyorlash. Muhim natijalarni va ularni amalga oshirish oqibatlarini bashoratlash ma'lumotni yig'ish asosida olingan faktlarni hamma guruhlariga qiziqishini inobatga olgan holda va umumiylikning progressiv rivojlanishi yo'nalishida amalga oshiriladi.

7) Qabul qilingan choralar yechish va natijalari to'g'riligini keyingi tekshiruv va monitoring rejimda amalga oshiriladi, jamoatchilik fikrida dinamik jarayonlarni kuzatish imkonini beradi.

Ma'lumot yig'ish metodlarining asosiy 3 ta sinfi mavjud: To'g'ridan-to'g'ri kuzatish, hujjatlar tahlili, og'zaki (intervyu) va yozma (anketali so'rov) larga bo'linuvchi so'rovlar.

Kuzatish deganda yuz bergan hodisani o'z ko'zi bilan ko'rgan guvoh tomonidan uni to'g'ridan-to'g'ri registratsiyalash tushuniladi. Kuzatish turli xarakterga ega bo'lishi mumkin. Ba'zida kuzatuvchi erkin holda yuz berayotgan xodisalarni kuzatadi. Kuzatish oddiy va umumiy bo'ladi.

Oddiy bu ma'lum bir rejaga bo'ysunadi va ma'lum bir ishlab chiqilgan sistemasiz amalga oshiriladi. Ilmiy kuzatish esa shu bilan farqlanadiki, unda ma'lum bir aniq maqsadiga va aniq qo'yilgan vazifalarga bo'ysunadi. Ilmiy kuzatish avvaldan o'ylab qo'yilgan izlanish bo'yicha rejalashtiriladi. Kuzatish hamma malumotlari protokol yoki kundaliklarda ma'lum bir sistema bo'yicha izoxlanadi, ifodalanadi. Ilmiy kuzatish yo'li bilan amaliy ma'lumot asoslanganlik va turg'unlik bo'yicha nazoratiga bo'ysinishi zarur. Kuzatish quyidagicha klassifikatsiyalanadi:

1) Formallashtirish darajasiga ko'ra nazorat qilinmaydigan (yoki standartlashmagan, strukturasis) va nazorat qilinadigan (standartlangan, strukturali) nazoratsiz kuzatishda prinsitlar rejadan foydalaniladi, nazorat qilinuvchida esa – hodisalar aniq ishlab chiqilgan protsedura bo'yicha registratsiyalanadi.

2) Kuzatuvchi holatiga bog'liq holda birgalikda ishtirok etuvchi va oddiy kuzatishlarga bo'linadi. 1-holatda izlanuvchi sotsiol muhitga kirishni imitatsiyalaydi, unda talashadi va hodisalarni "uchidan" amaliy qiladi, oddiy kuzatishda esa izlanuvchi hodisalarga aralashmasdan (tashqaridan) kuzatadi. Kuzatish ikkita holatda ham ochiq yoki yashirin amalga oshirilishi mumkin. Hodisalar ichidan kuzatish modifikatsiyasidan biri stimurlovchi kuzatishi deb nomlanadi. Bu usulda izlanuvchini u kuzatayotgan xodisaga ta'siri nazarda tutiladi. Sotsiolog xodisani stimullash uchun ma'lum bir holatni yuzaga keltiradi, bu esa shu aralashishiga nisbatan reaksiyani baholash imkoniyatini yuzaga keltiradi.

3) Kuzatishini tashkil etish sharoitiga ko'ra ular dala (tabiiy sharoitda kuzatish) va laboratoriya (eksperimental holatlarda) kuzatishlarga bo'linadi. Har qanday kuzatish jarayoni savolga javob topishdan yuzaga keladi. "Hammani kuzatishi kerak?", "Qanday kuzatish kerak". Ularga javob topishga harakat qilamiz: birinchi savolga izlanishlar programmasi, xususan gipotezalar holati, ajratilgan tushunchalar empirik indikatorlari, umuman izlanishi strategiyasi. Aniq gipotezalar mavjud bo'lmaganda izlanishlar formulativ (tahliliy) reja bo'yicha amalga oshirilganda oddiy yoki strukturasis kuzatish qo'llaniladi, bunday taxminiy kuzatishning maqsadi, kuzatuvchi obyektini aniqroq tavsiflash uchun gipotezani o'ylab chiqishdan iborat. Bunda quyidagilardan foydalaniladi: 1) sotsial holat umumiy xarakteristikasi, u quyidagi elementlarni o'z ijiga oladi: faoliyat

sohasi (ishlab chiqarish, ishlab chiqarish emas uning o'ziga xosliklarini aniqlash va h.k.), obyekt holatini umuman olganda boshqaruvchi qoidalar va normalari (farqlash va umumiy qabul qilingan, biroq instruksiya yoki formatsiyalarga birlashtirilgan): kuzatish obyektini o'z o'zini tartibga solish darajasini uning holati tashqi faktorlar va ichki sabablar bilan qay darajada aniqlanadilar. 2) boshqa obyektlar va holatlarga nisbatan kuzatilayotgan obyekt tirikligini aniqlashga urinish, ekologik guruh, hayot faoliyati sohasi, jamoatchilik, iqtisodiy va siyosiy, atmosfera, hozirgi shu belgilangan vaqtda jamiyat olishning holati. 3) sotsial hodisalar subyektlari yoki ishtokchilari. Kuzatish umumiy vazifalaridan kelib chiqqan holda ularni quyidagicha klassifikatsiyalash mumkin: Demografik va sotsial belgilariga qarab; faoliyat turiga qarab (mehnat xarakteri, mashg'ulotlar sohasi, bo'sh vaqt sohasi); kollektivda yoki guruhdagi statusi, o'rniga nisbatan (jamoat boshlig'i, bo'ysinuvchi, administrator, jamoat arbobi, jamoat a'zosi); o'rganilayotgan obyektida birgalikdagi faoliyatdagi rasmiy funksiyalariga qarab (majburiyatlari, ularni amalga oshirish real imkoniyatlari, ular rioya qiluvchi qoidalar); norasmiy munosabatlar va funksiyalariga qarab (do'stlik aloqalari, norasmiy, avtoritet va h.k.). 4) subyektlar va guruhlar faoliyati maqsadi va sotsial qiziqishlari: umumiy va guruhli maqsadlar, qiziqishlar, rasmiy va norasmiy, berilgan muhitda ma'qullanuvchi va ma'qullanmaydigan qiziqish va maqsadlarning kelishilganligi. 5) tashqi tomondan faoliyat strukturasi; tashqi xohish (stimullar), ichki anglangan maqsadlar (motivlar), maqsadga erishish uchun jalb qilinuvchi vositalar (vosita mazmuni va ular ma'naviy baholanishiga ko'ra), faoliyat intensivligiga ko'ra (mahsuldor, reproduktiv, tinimsiz, tinch) va uning amaliy natijalariga ko'ra (moddiy va ma'naviy mahsulotlar). 6) kuzatiluvchi hodisalar doimiyligi va tezligi: yuqorida keltirilgan bir qator parametrlar bo'yicha va ular ifodalovchi tipik holatlar bo'yicha.

Bunday reja asosida kuzatish obyektida yaxshilab aniqlashtirilish imkonini beradi. To'plangan taxminiy ma'lumotlar asosida kuzatish vazifalari aniqlashtiriladi. Kuzatilgan hodisalar ba'zi tomonlari yanada aniqroq o'rganiladi, ba'zilariga umuman e'tibor qaratilmaydi.

Shunday qilib, taxminiy kuzatishdan so'ng ancha aniqlashtirilgan izlash bosqichiga o'tiladi. Nazorat qilinuvchi kuzatish keskin tartibini

tuzishga muammoni muammoni nazariya asosida va nazorat qilinmaydigan kuzatish malumotlari asosida aniq taxlil qilish yordam beradi. Endi alohida hodisalar, ko'rinishlar, insonlarning o'zini tushi shakllari izlanish natijasida interpretatsiya qilinishi kerak, ular qandaydir umumiydirlashgan xususiyatlar yoki harakatlar indikatorlari ma'nosiga ega bo'ladilar.

Kuzatishda ma'lumotlarning ishonchligini oshirish yo'llari.

Dala sharoitida oddiy strukturasiz va yozish asbobi yoqilmagan holdagi kuzatishda yozib olishni amalga oshirish juda murakkab. Bu endi izlanuvchining mohirligi va topqirligiga bog'liq. Avvaldan ishlab chiqilgan kodlarni hamqo'llash mumkin. Niqoblangan, maskirovkalangan usullarni ham (masalan o'quvchi korxonada ishi bilan bog'liq ma'lumotlarni yozib olishi mumkin) qo'llash mumkin. O'tkir xotira bilan kuzatuv olib borib keyinchalik qulay, tinch sharoitda uni izohlab yozib olish mumkin.

Strukturaviy kuzatishda yozib olishning ancha mukammal usullari qo'llaniladi. Unda blank-protokollardan foydalaniladi, ular hodisa va holatlar kodli belgisi bilan kuzatish punktlariga jo'natiladi. Masalan, izlanishlar olib boruvchi jamoalar kuzatuvchilari va mutaxassislari kuzatish zonalarini taqsimlab, oladilar (ya'ni 1-guruh prezidiumli; 2-ma'ruza qiluvchilarni, 3 – 15-20 ta kishidan iborat majlis qatnashchilari sektorini), vaqt shkalasi bo'yicha kodlardan foydalanib yuz beruvchi hodisalarni yozib boradilar. Protokolda har bir qatorda vaqtni hisobga olgan holda nominal shkala punktiga belgi qo'yladi. Shuni esga solamanki, boshqa kuzatuvchi mos keluvchi ko'rsatma bo'yicha dokladchilar harakatini ro'yxatga oladi, shundan so'ng majlis minbaridan qilingan chiqishlarga auditoriya reaksiyasini sinxronlashtirish mumkin. Berilgan holatda hodisa chastotasi va intensivligini ranjirovaniya shkalasi yordamida registratsiyalash mumkin. Zamonaviy texnikalardan magnitofon, kino, yoki, fotoapparat, videoyozuvlardan foydalanish kuzatiluvchi holatining haqiqiyiligini, ishonchligidagi qonunlarga amal qilinganda ortadi. Aniq indikatorlardan foydalanib kuzatishga taalluqli hodisa elementlarini maksimal darajada klassifikatsiyalansa ular ishonchligi o'rganilishi mo'ljallanganda analogik bo'lgan obyektida yuz

beruvchi hodisalarni bir xil ko'rsatma bo'yicha bir nechta kuzatuvchilar ro'yxatdan o'tkazadigan taxminiy kuzatishlarida tekshiriladi.

Agarda asosiy kuzatish bir nechta insonlar tomonidan amalga oshirilsa, ular o'z taassurotlarini taqqoslaydilar va baholarni, hodisalar interpretatsiyasini qo'llab, o'zaro kelishmadilar, shu bilan kuzatish ma'lumotlari turg'unligi oshiriladi.

Birgina obyektни turli holatlarda (normaldagi, stressli, standart va noodatiy), kuzatish kerak, bu obyektни har xil tomondan ko'rish imkonini beradi.

Kuzatiluvchi hodisalar mazmunini yuzaga chiqish shakllarini va ular miqdoriy xarakteristikasini aniq farqlash va qayd qilish zarur (intensiivligi, doimiyligi, davriyligi, chastotasi).

Hodisalarni bayon qilish ular interpretatsiyasi bilan qo'shilib ketmasligini nazorat qilish juda muhimdir.

Bir izlanuvchi tomonidan doimiy bajariluvchi yoqilgan va yoqilmagan kuzatishda taqdimotlar, interpretatsiyasining asoslanganligiga e'tibor berish juda muhimdir. Bunda o'z taassurotlarini turlicha mumkin bo'lgan interpretatsiyalar yordamida qayta tekshirib olishga intilish kerak.

Kuzatishlarning asoslanganligini tekshirish uchun mustaqil kriteriyaga e'tibor qaratish foydalidir. Chetdan kuzatish ma'lumotlarini hodisa ishtirokchilari bilan intervyu yordamida nazorat qilish mumkin. Yoqilgan kuzatishning materiallarini xuddi shu programma bo'yicha yoqilmagan kuzatish yoki mavjud hujjatlar yordamida tekshirish maqsadga muvofiqdir. Kuzatish asosan qo'shimcha usul sifatida ishlatiladi, u ishni boshlash uchun material yig'ish imkonini beradi yoki ma'lumot yig'ish boshqa usullari natijalarini tekshirishga yordam beradi.

Hujjatlar tahlili. Hujjat deb sotsiologiyada bosma yoki qo'lyozmadagi, magnit lentasidagi foto yoki kinoplyonkadagi tekstda ifodalangan har qanday ma'lumotga aytiladi. Hujjatlashtirish tushunchasidagi bu ma'no umum qo'llanilgandan farq qiladi: odatda hujjat deb biz rasmiy ma'lumotlarni tushunamiz. Ma'lumot qayd etilishi bo'yicha quyidagilarga farqlanadi: qo'lyozma va bosma hujjatlar, magnit lentasidagi yozuvlar. Maqsadga yo'naltirilganlik nuqtai nazaridan izlanuvchining o'zi tomonidan to'plangan materiallarga ajratiladi. Masalan, Amerikalik sotsiolog U. Tomas va polshalik F. Znanesskiy hujjatlar bo'yicha Yevropa

va Amerikadagi polyak epigrantlari hayotini o'rgandilar. Ular br polyak dehqonidan o'z avtobiografiyasini yozib berishini so'radilar va undan 300 betli qo'lyozma matnni oldilar. Bu hujjatlar maqsadli deb ataladi. Boshqalari sotsiologga bog'liq bo'lmaganlari shaxsiy hujjatlar deyiladi. Odatda ularning o'zi sotsiologik izlanishlar hujjatli ma'lumotlar hisoblanadi.

Personifikatsiya darajasiga qarab hujjatlar shaxsli va shaxssizlarga ajratiladi. Shaxsiy – bu indivudial hisoblash (biblioteka formulyarlari, imzo bilan tasdiqlangan anketa va blanklar) ma'lum shaxsga berilgan tavsifnomalar (xarakteristika), xatlar kundalik daftarlar, arizalar memuar yozuvlar hisoblanadi.

Shaxssiz – bu statisti yoki voqelik arxivlari, matbuot ma'lumotlari, majlis protokollari. Statusiga bog'liq holda hujjatlar rasmiy va norasmiy bo'ladi. Rasmiy – protokollar, hujjat materiallari, buyruqlar, bildirishnomalar, rasmiy majlislar stenogrammalari, davlat va tashkilot statistikasi, arxivlar va h.k.

Norasmiy – shaxsiy hujjatlar shuningdek, ma'lum fuqarolar tomonidan tuzilgan shaxssiz hujjatlar (m-n, boshqa izlanuvchilar tomonidan shaxsiy kuzatishlar asosida bajarilgan statistik umumlashtiruvlar).

Hujjatlar o'ziga xos guruhi – ommaviy axborot vositalari, gazetalar, jurnallar, radio, televidenie, kino.

Birlamchiga to'g'ridan-to'g'ri kuzatish kiradi. Ikkilamchiga to'g'ridan-to'g'ri kuzatish ma'lumotlarini qayta ishlash, birlamchi manba asosida umumlashtirish yoki tahlil qilish. Yana hujjatlarni mazmuniga qarab klassifikatsiyalash mumkin: m-n, adabiyot ma'lumotlari, tarixiy va amaliy arxivlar, sotsiologik izlanishlar arxivlari.

Hujjatning o'zining ishonchliligi haqiqiyliги tushunchasini undagi axborot ma'lumotlari haqiqiyliги bilan chalkashtirish kerak emas. Haqiqiylik birinchi navbatda, ma'lum bir hujjat manmanbaiga bog'liqdir. Albatta birinchi kundan olingan rasmiy , shaxsiy hujjatlar boshqalariga nisbatan ancha ishonchlidir. Hujjatlar ko'pincha so'rovlar yoki to'g'ridan-to'g'ri kuzatish bilan to'ldirilgan ma'lumot asosiy manbai sifatida yuzaga keladi. Sotsiolog mos keluvchi ba'zida esa kutilmagan hujjatlarni izlashda ishonchli topqirlikni namoyon qilish kerak. Keltirilgan usulning asosiy

kamchiligi, bibliografik ma'teriallardan haqiqiy ma'lumot olishdagi muammolardan iborat va hujjatlarda inson faoliyatini o'rganishda uning jarayoni emas balki natijasigina aks etadi.

Hujjatlar tahlili – bu izlanishlar formulativ rejasida ma'lumot yig'ishning (ma'lum bir taxmin-gipotezani ilgari surish va mavzuni umumiy tekshirish uchun) va tavsiflash rejasi bo'yicha ish olib boorish bosqichidagi eng muhim usuldir. Eksperimental tajribalarda hujjatlar tilini gipotezalar tiliga tarjima qilishda ma'lum bir qiyinchiliklar yuzaga keladi. Biroq tajribalarning ko'rsatishicha bu qiyinchiliklarni materialga ustalik bilan yondashilganda yengish mumkin. Va nihoyat sotsiolog kata va to'la mustaqil ahamiyatga ega bo'lgan narsa bu davlat statistikasi ma'lumotlari statisti boshqarma markazi ko'pgina ma'lumotlaridir. Ulardan ustalik bilan foydalanish, shuningdek ular qanday davriylikda to'planishi va nashr etilishini bilish kerak.

So'rovlar – insonlar subektiv dunyosi, ular layoqatlari, faoliyati motivlari va fikr-mulohazalari haqida ma'lumot olishning asosiy usulidir. So'rov – universal usuldir. Kerakli ehtiyotlikka rioya qilinganda, hujjatlarni o'rgangandan va kuzatishdan ko'ra anchagina ishonchli ma'lumotlarni olish mumkin. Bunda bu ma'lumot har narsa haqida bo'lishi mumkin. Hattoki ko'rib va o'qib bo'lmaydigan narsa haqida ham bo'lishi mumkin.

Rasmiy so'rovlar birinchi marta VIII asr oxirida Angliyada, XIX asr boshida esa AQShda paydo bo'lgan. Fransiya va Germaniyada esa 1848-yilda, Belgiyada 1868-1869 yili va keyinchalik asta-sekin faol tarqala boshlagan. Bu usulni qo'llashdagi mahorat nima haqida, qanday so'ralishiga savolni qanday berish kerak, va nihoyat olingan javoblarga ishonishga qanday qilib qanoat hosil qilish kerakligidan iborat. Izlanuvchi uchun avvalo so'rovda o'rtacha respondent emas balki yuqori ongli va o'zini anglovchi real tirik inson ishtirok etayotganini, u sotsiologga qanday ta'sir qilsa sotsiolog ham unga shunday ta'sir qilishini aniqlab olishi kerak. Respondentlar o'z bilimlari va fikrlarining nohaqli registrarlari emas, balki ba'zi bir xayrixohlik ham bo'lmagan tirik insonlardir. Shu sababli savollarni qabul qilib ularning ba'zilariga bilimlari yetmaganligi uchun javob bera olmaydilar, ba'zilariga chin dildan javob bermaydilar. So'rov usulining ikkita katta sinfi mavjud: intervyu va anketali so'rov. Intervyu –

ma'lum bir reja asosida intervyu oluvchining respondent (so'raluvchi) bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqotni taxmin qiluvchi suhbat, bunda javoblarning yozib olinishi intervyu oluvchi yoki asistenti yoki mexanik plyonkaga yozib olinadi. Intervyuning ko'pgina turlari mavjud:

1) Suhbat turiga qarab, hujjatli intervyu (avval bo'lgan voqealarni o'rganishi faktlarni aniqlashtirishi) va fikr mulohazalar intervyusi, uning maqsadi – baholar, qarashlar, mulohazalarni aniqlash mutaxassis ekspertlar bilan bo'ladigan suhbat alohida e'tiborga loyiq, bunda mutaxassis bilan bo'lgan suhbatni shakllantirish va strukturasi so'rov oddiy sistemasidan farq qiladi.

2) O'tkazish texnikasiga ko'ra mustaqil nostandartlashgan va formallashtirilgan shuningdek, yarim standartlashgan intervyularga bo'linadi. Mustaqil savollarning keskin detalizasiyasiz uzoq muddatli suhbatlar, bir necha soatlab, biroq umumiy programma bo'yicha bunday intervyular izlanishlar formulativ planida razvedka bosqichida o'rindir. Standartlashgan intervyu formallashtirilgan kuzatuv kabi, suhbat umumiy rejasi savollar ketma ketligi va konstruksiyasi, mumkin bo'lgan javoblar variantlarini o'zichiga oluvchi hamma narsani aniq ishlab chiqishni taxmin qiladi.

3) Protseduraning o'ziga xosligiga qarab intervyu intensiv (klinik ya'ni, chuqur ba'zida soatlab cho'ziluvchi) va so'raluvchi yetarlicha kam doiradagi reaksiyasini aniqlashga yo'naltirilgan bo'lishi mumkin Klinik intervyuning maqsadi – so'raluvchining ichki motivlari xohishlari moyilliklari haqida ma'lumot olishdan iborat. Fokuslangan esa berilgan ta'sirga subyekt reaksiyalari haqida ma'lumot olishdan iborat. Uning yordamida masalan, ma'lumot ma'lum bir komponentlariga (ommaviy nashrdan, ma'ruza va b.) qay darajada insonning ta'sirlanishini o'rganadi. Ma'lumot teksti taxminiy tarzda kontekst analiz usuli bilan qayta ishlanadi.

4) Yo'naltirilgan intervyu terapevtik xarakterga ega. Suhbatning kechishi faolligi bu yerda respondentning o'ziga taalluqli, intervyu oluvchi bu yerda faqatgina ichidagilarni to'kib sochishiga yordam beradi.

5) Va nihoyat tashkillashtirish bo'yicha intervyu guruhli va individuallarga bo'linadi. Birinchisi kamroq qo'llaniladi. Bu rejalashtirilgan suhbat bo'lib unda izlanuvchi guruhda munozarani yuzaga keltirishga harakat qiladi.

Jamoatchilik fikrini o'rganish anketalashni o'tkazish bilan bog'lanadi. Anketirlash har qanday sabab mavzu bo'yicha, ba'zida hech qanday tanqidga uchramaydi. Ko'pgina anketalar o'ylab topilgan ba'zida noto'g'ri formulirovkalangan savollardan tuziladi, izlanish maqsadini anglatmaydi, respondentlarda aqlga sig'maslik va jahlini chiqarishdan boshqa narsani yuzaga keltirmaydi va albatta olingan ma'lumot hech qanday amaliy qiymatga ega emas. Bundan tashqari bunday anketalar ba'zida provokatsion xarakterga ega bo'ladi, o'z ozidan jamoatchilik fikrining ko'ngli qolishini yuzaga kelishi va shakllanishiga olib keladi. Anketali so'rovlar eng avvalo mazmuni va berilayotgan savollar konstruksiyasi bo'yicha klassifikatsiyalanadi. Respondent o'z fikrini ochiqchasiga bildiruvchi ochiq so'rovlar farqlanadi. Yopiq so'rov varag'ida hamma javob variantlari avvaldan nazarda tutilgan bo'ladi. Yarim yopiq anketalarda ikkalasi ham kombinirlanadi.

Zondaj yoki ekspress so'rov jamoatchilik fikrini o'rganishda foydalaniladi, asosiy ma'lumot atigi 3-4 ta punktining so'raluvchi demografik va sotsial xarakteristikasi bn bog'liq bir nechta punktdan iborat bo'ladi. Bunday anketallar umumxalq referendumlari betlarini eslatadi. Pochta orqali so'rov joyida anketirlashdan quyidagilar bilan farqlanadi:

Birinchi holatda so'rov varag'i qaytib kelishi kutiladi, ikkinchisida anketning o'zi to'ldirilgan varaqlarni yig'ib oladi. 1-holatda birdaniga 30-40 inson so'rovdan o'tadi. Anketa so'rovida qatnashuvchilarni yig'adi, ularga, ularga tushuntiradi va anketa to'latish uchun ularni holi qoldiradi, ikkinchisida esa har bir respondentga shaxsan murojaat qiladi. Tarqatma anketalashni tashkil qilish shu jumladan yashash joyi bo'yicha so'rov o'tkazish albatta, ko'p mehnat talab qiladi, m-n bizning va chet el amaliyotida qo'llaniladigan matbuot orqali so'rov o'tkazishga nisbatan. Biroq oxirgisi aholi ko'p guruhlariga yetib bormaydi, shu sababli shu berilgan nashr o'quvchilari jamoasi fikrini o'rganishiga kiritish mumkin. Va nihoyat, klassifikatsiyalashda so'rov mavzui bilan bog'liq ko'pgina kriteriyalar ham qo'llaniladi. Hodisani anketalar, statisti anketalar (aholini hisobga olish), vaqt kunlik byudjeti xronometraj va hk.

So'rovnomalar olib borishda, ular yordamida ikkilanishga, so'rov aniqlanishi mumkinligini esdan chiqarmaslik kerak. Ma'lumotlarning shu fator bilan bog'liq holda noto'g'ri tushunilishini kamaytirish uchun

so'rovlar o'tkazish har qanday usulini qisqa muddat ichida olib boorish kerak. So'rovlarni uzoq muddat cho'zish kerak emas. Chunki so'rov oxirida tashqi holat o'zgarishi mumkin, uning o'tkazilishi haqidagi ma'lumot so'raluvchilarga bir-biridan ma'lum bir kommentariyalar bilan yetkaziladi va bu fikr mulohazalar respondentlar tarkibiga tarkibiga keyinroq kelib qo'shiluvchilar javoblari xarakteriga o'z ta'sirini o'tkazishi mumkin.

Intervyu yoki anketali so'rov o'tkazilishidan qat'iy nazar ma'lumot haqqoniyligi bilan bog'liq ko'pgina muammolar ular uchun umumiy hisoblanadi.

Sotsiolog tomonidan o'rganiladigan faktlar – jamoatchilik fikri, mulohazalari tadqiqot vaqtida ikki xil ko'rinishda namoyon bo'ladi: birinchidan, odamlarning u yoki bu faoliyatida tashqi obyektivlashgan holda, ikkinchidan, bevosita ongning o'ziga tegishli faktlar sifatida. Shubhasiz, birinchi holda, tadqiqotchi o'z-o'zidan bildirilgan fikrlarni yozib olishi va ularni tahlil qilishni boshlashi kerak, ikkinchisida esa ularni hali ham kashf etishi, aniqlashi, yaratishi kerak, ya'ni. ushbu fikrlarning tegishli tashqi ifodasini olishi va obyektivlashtirilishi uchun sharoit yaratish.

Shu asosda jamoatchilik fikrini o'rganishda ikkita asosiy metod guruhi ajratiladi.

Ongning obyektivlashtirilgan faktlarini aks ettirishni o'rganish usullari: kuzatish; hujjatlarni tahlil qilish; har ikkala shaxsning amaliy faoliyatini tahlil qilish, masalan, ijtimoiy harakatlar, siyosiy partiyalar rahbarlarining chiqishlari, ommaning faoliyati, xususan, ommaviy eshituvlar, namoyishlar, namoyishlar, ish tashlashlar va boshqalar.

To'g'ridan-to'g'ri ong faktlarining aksini o'rganish usullari, birinchi navbatda, so'rov usullarini o'z ichiga oladi.

Jamoatchilik fikrini o'rganishda tadqiqotchi quyidagi qoidalarga amal qilishi kerak:

birinchidan, qo'llaniladigan usullar jamoatchilik fikrining ham miqdoriy, ham sifat xususiyatlarini ta'minlashi kerak;

ikkinchidan, uni nafaqat statik, balki dinamik jihatdan ham tavsiflash;

uchinchidan, usullar har tomonlama qo'llanilishi kerak.

2. So'rov jamoatchilik fikrini o'rganish usuli sifatida 19-asr boshlarida AQShda paydo bo'lgan. siyosiy amaliyotning talablariga javoban. Bir asrdan ko'proq vaqt davomida u saylovga bo'lgan munosabatning eng oddiy tovushlarining uslubiy tajribasini umumlashtirish va o'zgartirish, shaxsiyat psixologiyasini o'rganish va marketing tadqiqotlari sohasidagi laboratoriya tajribalari natijasida rivojlandi. Keyinchalik zamonaviy so'rov usullarini rivojlantirishga J.Gellap va u asos solgan, hozirda Gellap instituti nomi bilan mashhur bo'lgan jamoatchilik fikri instituti katta hissa qo'shdi.

So'rov usulining keng va tor talqini haqida gapirish mumkin. Birinchisi, usulning barcha jihatlarini o'z ichiga oladi: nazariy asoslashdan tortib, uni loyihalash va qo'llashning eng kichik tafsilotlarigacha. Tor ma'noda so'rov usuli o'ziga xos, cheklangan, instrumental ta'limdir; Usul, birinchi navbatda, haqiqiy o'lchash protseduralari va ularni qo'llash qoidalari to'plamidir¹. So'rov usuli tushunchasining keng talqini bilan bog'liq holda, "so'rov texnologiyasi" atamasi ham qo'llaniladi.

So'rov texnologiyalarining shakllanish tarixida rivojlanishning quyidagi bosqichlarini ajratib ko'rsatish mumkin:

O'n to'qqizinchi asrning boshidan boshlab. 30-yillarning o'rtalariga qadar. XX asr – "Gellapdan oldingi" davr. Bu somonli so'rovlar deb ataladigan vaqt. Endi, somonli so'rovlar haqida gapirganda, biz soddalashtirilgan sxemalar, vakillik bo'lmagan namunalar yordamida o'tkazilgan so'rovlarni nazarda tutamiz, ular olingan ma'lumotlarning sifatini pasaytiradigan ko'plab omillarning ta'sirini hisobga olmaydi. Ammo ular jamoatchilik fikrini o'rganishning ilmiy usullarini ishlab chiqishning boshlang'ich nuqtasi bo'ldi².

Yigirmanchi asrning ikkinchi yarmi – Gellap davri. Ilmiylik bu davr jamoatchilik fikrini o'rganishda asosiy xususiyatdir.

Ilmiy asoslilik va o'lchov vositalari uchun zarur bo'lgan standartlarga rioya qilish so'rov texnologiyalaridan foydalangan so'rovchilar va sotsiologlarning professional jamoalari faoliyati uchun normaga aylandi. Jumladan, ilmiy xarakter namunaning reprezentativligini, foydalanilgan masshtablarning to'g'riligini, birlamchi

¹ Докторов Б.З. Отцы-основатели истории изучения общественного мнения. – М. ЦСПИ, 2006. – С. 41.

² Shu manba. – B. 71.

ma'lumotlarni yig'ish jarayonining puxta o'ylanganligini va ma'lumotlarni qayta ishlash texnikasining mosligini nazarda tutadi.

Mavzuni mustahkamlash uchun savollar:

1. Jamoatchilik fikrini o'rganishda qanday talablarga rioya qilinishi lozim
2. Ma'lumotlarni yig'ish metodlari
3. Kuzatish usuli
4. Hujjat nima
5. Rasmiy so'rovlarning jahon davlatlarida tarqalishi
6. "Gellap" davri haqida ma'lumot bering

Test savollari:

1. Kuzatishning qaysi usulida "unda ma'lum bir aniq maqsadiga va aniq qo'yilgan izlanish bo'yicha vazifalarga bo'ysunadi fikr ilgari surilgan?"

- a) Ilmiy kuzatish
- b) Oddiy kuzatish
- c) Murakkab kuzatish
- d) Tahliliy kuzatish

2. Hodisalar ichidan kuzatish modifikatsiyasidan biri qanday nomlanadi?

- a) Standartlashmagan kuzatish
- b) Stimulerlovchi kuzatish
- c) Strukturaviy kuzatish
- d) Formulyativ kuzatish

3. Kuzatishni tahlil etish sharoitiga ko'ra qanday turlarga ajraladi?

- a) Laboratoriya va sun'iy
- b) Tabiiy va texnogen
- c) Laboratoriya va dala
- d) Tabiiy va sun'iy

4. Formulyativ so'zining ma'nosi nima?

- a) Dasturlangan
- b) Tanqidiy
- c) Tahliliy

d) Ishonchli

5. Tashqi hohish nima deb ataladi?

- a) Motivlar
- b) Formulyativlar
- c) Reproduktivlar
- d) Stimullar

6. Personifikatsiya darajadiga qarab hujjatlar necha turga ajraladi?

- a) 5
- b) 4
- c) 3
- d) 2

7. Rasmiy so'rovlar birinchi qachon va qayerda tarqaladi?

- a) VIII asr oxiri Angliyada
- b) XIX asr boshi AQSHda
- c) VIII asr oxiri Fransiyada
- d) XIX asr o'rtalari Rossiyada

8. Klinik intervyuning maqsadi nimadan iborat?

- a) So'raluvchining ichki motivlarini uning imkoniyatlari asosida ma'lumot olish.
- b) So'raluvchining ichki motivlari xoxishlari moyilliklari haqida ma'lumot olish.
- c) So'raluvchining ichki reaksiyalari o'zgarishi bilan tahlil qilish.
- d) So'raluvchining tashqi reaksiyalari asosida xoxishlarini inobatga olish.

9. Nechanchi asr "Gellap davri" deb ataladi?

- a) XIX asr oxiri
- b) XX asrning ikkinchi yarmi
- c) XIX asrning ikkinchi yarmi
- d) XX asr boshlari

10. Qaysi davr texnologiyasiga ko'ra responden va jamoatchilik fikrini o'rganuvchi taqiqotchi o'rtasidagi muloqot jarayonining printsiptial jihatdan yangi tashkil etilishi yuzaga kelishi bilan bog'liq?

- a) "Gellapdan oldingi davr"
- b) "Gellap davri"
- c) "Somonli so'rovlar davri"
- d) "Gellapdan keyingi davr"

Mustaqil ta'lim mavzulari:

1. Namuna olishning ehtimolsiz usullarini o'rganing
2. Onlayn so'rovlar bilan tanishish
3. Stenli Uorner sistemasini o'rganing
4. "Gellap" texnologiyasining asosiy xususiyatlari
5. Hujjat tahlili haqida ma'lumot bering

GLOSSARIY

Avtoritet – boshqa insonlarning xatti-harakatlari va xulq-atvorlarini boshqarish uchun berilgan, qonuniylashtirilgan huquq.

An'analar – o'tmishdan foydaliligi jihatidan insonlar qabul qiladigan, avloddan-avlodga o'tadigan madaniy norma va qadriyatlar, ko'nikmalar.

Assimilyatsiya – ozchilikning ko'pchilik aholi ichiga singishib ketishi, bunda ozchilik aholi hukmron madaniyat meyorlari va qadriyatlarini qabul qiladi.

Barqarorlik (ijtimoiy) – jamiyatdagi tinch-totuvlik va uni mustahkamlash uchun shart-sharoitning mavjudligi; ijtimoiy qatlamlar, kuchlar va siyosiy partiyalar o'rtasidagi hamjihatlik vaziyati; davlat, jamoat tashkilotlari, fuqarolar o'rtasidagi ijtimoiy kelishuv holatining muttasil davom etishi va h.k.

Bilish – tasavvur, tushuntirish va eslab qolishni qamrab oladigan tafakkur jarayoni.

Gipoteza (yun. hypothesis – asos) – o'rganilayotgan hodisaning sabablari va xususiyatlarini tushuntiradigan asosli taxmin tarzidagi bilim shakli.

Dasturlangan so'rov – savol beruvchi tadqiqotchi va javob beruvchi tadqiq qilinuvchi o'rtasida tartibga solingan, dastur asosidagi intervyu yoki anketali so'rov turi.

Dasturlanmagan so'rov – taklif etilgan mavzu bo'yicha suhbat, og'zaki yoki yozma bayonnoma shaklida kishilarning fikrini, nuqtai-nazarini, o'yini, etiqod va qarashlarini o'rganuvchi metod.

Demokratiya – fuqarolarga siyosiy qarorlar qabul qilish jarayonida ishtirok etish va boshqaruv organlariga o'z vakillarini saylash imkonini beradigan siyosiy tizim.

Jamiyat – muayyan hududda istiqomat qiluvchi, yagona siyosiy hokimiyatga itoat qiladigan va o'zlarini boshqa qo'shni guruhlardan farqlaydigan odamlar guruhi.

Jamoaviy harakat – muayyan joyda to'plangan ko'p miqdordagi odamlar tomonidan o'z-o'zidan kelib chiqib bajariladigan harakatlar.

Jamoatchilik fikri – ommaning, aholi ko'pchilik qatlamining voqea-hodisalarga, ijtimoiy jarayonlarga nisbatan munosabatini ifodalovchi fikrlari, g'oya, qarash va tasavvurlari.

Jamoatchilik fikri obyekt – ijtimoiy borliqning, obyektiv voqelikning va ijtimoiy ongning, subyektiv voqelikning dolzarb, ahamiyatli, bahs-munozaraga olib keluvchi fakt, voqea-hodisa va jarayonlari.

Jamoatchilik fikri subyekt – jamoatchilik doirasida fikr uyg'ota olish qobiliyatiga ega bo'lgan fikr egasi va ifodalovchisi, guruhlar, jamoalar, millatlar, sinflar va h.k.

Jamoatchilik fikrini xaspo'shlash (manipulyatsiya) – dolzarb muammolar bo'yicha aholi ongiga nisbatan biron-bir fikrni zo'rlab singdirish.

Ijtimoiy guruh – har bir a'zosi boshqalariga nisbatan taqsimlangan kutinmalar asosida ma'lum bir tarzda o'zaro xatti-harakat qiluvchi individlar yig'indisi.

Ijtimoiy jarayon – strukturaviy yoki funksional jihatdan bir-birni taqozo etuvchi ijtimoiy hodisalar turkumi.

Ijtimoiy institut – ma'lum bir hayot muhitida insonlarning o'zaro xatti-harakatlarini idora etuvchi va unda rol va statuslarni belgilovchi rasmiy va norasmiy qoidalar, tamoyillar, meyorlar, o'mashmalarning barqaror yig'indisi.

Ijtimoiy meyor – ijtimoiy xatti-harakatni umumiy boshqarib turuvchi qatori sifatida namoyon bo'luvchi qoida.

Ijtimoiy sanksiya – ijtimoiy aktor hatti-harakatining ijtimoiy rollar talablari doirasida yon-atrofdagilar tomonidan ijtimoiy qo'llab-quvvatlanishi yoki jazolanishi ko'rinishida namoyon bo'luvchi oqibati.

Ijtimoiy nazorat – ijtimoiy tizimning uni tashkil etuvchi elementlarining o'zaro xatti-harakatlarini normativ idora vositasida tartibga solishni ta'minlovchi o'zini-o'zi idora etish usuli.

Ijtimoiy fikr – taraqqiyotning turli muammolari, xususiyatlari to'g'risida turli xil ijtimoiy guruh yoki qatlamlarga mansub kishilarning munosabatini o'rganish natijasida hosil qilingan tasavvurlar yig'indisi.

Ijtimoiy o'zgarishlar – ijtimoiy guruh yoki jamiyatning tayanch tuzilmalaridagi o'zgarishlar.

Ijtimoiy qatlam – ijtimoiy jihatdan bir xil bo‘lgan, jamiyatda alohida ijtimoiy guruhlar, ularning belgilanishi, sinfiy bo‘linish ifodasi.

Ijtimoiy harakat – ijtimoiy o‘zgarishlarni amalga oshirish yoki to‘sqinlik qilish uchun jalb etilgan odamlarning katta guruhi.

Islahot – mavjud ijtimoiy tuzum asoslariga putur yetkazmasdan ijtimoiy hayotning biron-bir sohasini o‘zgartirish, har qanday yangilikni joriy etish.

Ichkaridan kuzatish – guruh yoki hamjamiyatlar faoliyatida sotsiologning o‘zi ishtirok etishini nazarda tutuvchi tadqiqot usuli.

Korelyatsiya – ikki kattalik yoki o‘zgaruvchanlik orasidagi statistik shaklda ifodalanadigan barqaror munosabat.

Liderlik – individ tomonidan guruh liderligiga xos layoqat va sifatlarning namoyon etilishi.

Madaniyat – jamiyat uchun xos bo‘lgan qadriyatlar, meyorlar va moddiy ishlab chiqarish.

Manfaat – individ yoki ijtimoiy guruhning u yoki bu ehtiyojlarini qondirish bilan bog‘liq yo‘nalganligi.

Mafkura – muayyan ijtimoiy guruh, qatlam, millat, jamiyat, davlat manfaatlari, orzu-istak va maqsad-muddaolari ifodalangan g‘oyaviy-nazariy qarashlar va ularni amalga oshirish tizimi.

Mentalitet (lot. mens – aql, idrok) – jamiyat, millat, jamoa yoki alohida shaxsning tarkib topgan tafakkur darajasi, ma‘naviy salohiyati, hayot qonunlarini tahlil etish kuchi, muayyan, ijtimoiy sharoitlarda shakllangan aqliy qobiliyati.

Meyorlar – muayyan ijtimoiy birlik doirasida qabul qilingan xulq-atvor qoidalari.

Millat – til, ma‘naviyat, milliy o‘zlikni anglash, ruhiyati, urf-odatlar, an‘analari va qadriyatlar yagonaligi asosida muayyan hududda yashovchi ijtimoiy aloqalar bilan bog‘langan mustaqil subyekt sifatida o‘ziga xos moddiy va ma‘naviy boyliklarni yaratuvchi kishilarning etnik birligi.

Milliy mentalitet – milliy ong va faoliyat xarakterini ifodalovchi tushuncha, millatning an‘analari, madaniyati, ijtimoiy strukturasi va turmush tarzi asosida shakllanadi..

Obyekt (lot. objiect – narsa) – subyektning bilish va amaliy faoliyatida unga qarama-qarshi turadigan narsa.

Obyektiv reallik – inson ongiga bogʻliq boʻliagan, undan tashqaridagi moddiy olam.

Olomon – qiziqishlarining umumiyligiga koʻra yopiq makonda vaqtinchalik toʻplangan insonlar yigʻindisi.

Ommaviy axborot vositalari – radio, televideniye, gazeta, jurnal va shu kabi katta auditoriyalarga moʻljallangan kommunikatsiya turlari.

Organik guruhlash – asoslarini izohlash mumkin boʻlgan guruhlashning kuzatuv birliklarini guruhlash turi.

Predmet – inson faoliyati va bilish jarayonida obyektlar dunyosidan ajratib qaralgan maʼlum bir yaxlitlikni ifodalovchi tushuncha.

Prinsip – turli ahamiyatga ega boʻlgan faktlar va bilimlar majmuining asosi, poydevori, har qanday xatti-harakat, xulq-atvor va faoliyatning boshlangʻich qoidalari.

Prognoz – biror bir hodisaning kelajakdagi holati haqidagi ilmiy tadqiqotlarga asoslangan ehtimoliy mulohaza.

Propaganda (lot. yoyish, tarqatish) – keng maʼnoda: ijtimoiy faoliyatning alohida turi boʻlib, aholining ijtimoiy-siyosiy faolligini oshirish maqsadida ilmiy, badiiy, ijtimoiy-siyosiy, milliy gʻoya va qadriyatlarni targʻib etishdir; tor maʼnoda: mafkura va siyosatni targʻib etishga qaratilgan faoliyatdir.

Sanksiya – ragʻbatlantirish yoki jazolash turlari boʻlib, ular yordamida ijtimoiy maqbul boʻlgan xulq-atvor meyorlari mustahkamlanadi.

Siyosat – hokimiyat hukumat faoliyati mazmuni va mohiyatiga taʼsir oʻtkazish uchun qoʻllaydigan vositalar.

Sotsiologiya – jamiyatning strukturasi, uning elementlari va mavjud boʻlishi shart-sharoitlarini, shuningdek ushbu strukturada amalga oshadigan ijtimoiy jarayonlarni oʻrganuvchi fan.

Struktura (lot. structura – tuzilish) – sistemaning tuzilishi va ichki formasi, mazkur sistema elementlari oʻrtasidagi barqaror oʻzaro aloqalarning birligini ifodalovchi tushuncha.

Subyekt (lot. subjectus – asosiga qoʻymoq) – amaliy faoliyat va bilim bilan bogʻliq boʻlgan, obyekttni bilishga qaratilgan faollik manbai.

Tavsiflash – ifodalashning tanlangan tizimi yordamida tajribaga asoslangan sotsiologik tadqiqotlar natijalarini qayd etish va bu natijalarni fan tushunchasida ifodalashdir.

Tafakkur – predmet va hodisalarning umumiy, muhim xususiyatlari aniqlaydigan, ular o'rtasidagi ichki, zaruriy aloqalar, ya'ni qonuniy bog'lanishlarni aks ettiradigan bilishning ratsional bosqichi.

Tashqi kuzatish – tadqiqot obyektini o'ziga xosligi jihatidan sezdirmay anglangan va anglanmagan, tasodifiy yoki rejali shakllarda amalga oshiriladigan kuzatish turi.

Tizim – o'zaro munosabat va aloqada bo'lgan, muayyan yaxlitlikni hosil qiluvchi ko'p qismlar majmui.

Totalitarizm – siyosiy boshqaruv shakli, unda butun hokimiyat uning siyosatidan norozi bo'lganlarni terror qiluvchi, o'zining sodiq odamlariga tayanuvchi diktator qo'lida jamlanadi.

Turmush tarzi – ijtimoiy guruhlar, elat, halq, millatlarning kundalik hayotini ifodalovchi tushuncha.

Tushunish – obyektiv olamdagi narsa va hodisalar haqida tasavvur, tushuncha, hukmlar hosil qilish va ularni ongdagi mavjud bilimlar bilan bog'lashdan iborat aqliy jarayon.

Tushuncha – narsa va hodisalarning umumiy muhim belgilarini aks ettiruvchi tafakkur shakli.

Umumlashtirish – narsa va hodisalarning o'xshash hamda muhim belgi va xususiyatlarini, bog'lanishlarini fikran muayyan tushunishga birlashtirish jarayoni va uning natijasi.

Fenomen (yun. phainomenon – yuz beruvchi) – 1) ko'zga ko'rinib turgan hol; 2) noyob, kam uchraydigan hol, yoki buyuk, yagona bo'lgan inson; 3) hissiy bilish, tajribada berilgan ma'lum bmr holni anglatuvchi atama.

Funksiya (lot. functia – amalga oshirish, bajarish) – faoliyat, ba'zi sistemalar doirasidagi obyektning unga mansubligi va roli; obyektlar o'rtasidagi aloqalar ko'rinishi bo'lib birining o'zgarishi ikkinchisining ham o'zgarishiga olib keladi, bunda ikkinchi obyekt dastlabkisining funksiyasi deyiladi.

Fuqarolik jamiyati – mazkur mamlakatning har bir fuqarosiga iqtisodiy va siyosiy turmushini o'z ixtiyori asosida qurishga to'la erkinlikni kafolatlovchi ma'lum ijtimoiy tizim.

Xalq – lug'aviy ma'noda el, elat, millat, aholi, xaloyiq, bir guruh kishilar ma'nolarini anglatish uchun qo'llaniladigan tushuncha.

Xususiyat – predmet va hodisalarning boshqa predmet va hodisalardan farqini yoki ular bilan umumiylikni ifodalovchi kategoriya.

Shaxs – alohida kishi, ijtimoiy-axloqiy mohiyatni o'zida mujassamlashtirgan individ.

Eklektik guruhlash – funksional va sababiy izohlash mumkin bo'lmagan guruhlash turi.

Elita (fr. elite – eng sara) – har qanday ijtimoiy tuzilmaning boshqaruv, madaniyat va fanni rivojlantirish funksiyalarini amalga oshiruvchi oliy, imtiyozli qatlami.

Empirik tadqiqotlar – sotsiologiyaning har bir sohasida o'tkaziladigan faktologik tadqiqotlar.

E'tiqod – (ishonch, imon) – muayyan maqsad, qadriyatga ishonch, shu asosda shakllangan tafakkur.

Ehtiyoj – inson talablari asosida paydo bo'ladigan tabiiy xususiyat; jonli mavjudot hayot kechirishining yaqqol shart-sharoitlarga, uning shularga bog'liq ekanligini ifoda etuvchi holat.

O'z-o'zini bilish – ijtimoiy tadqiqotlar jarayonida odamlarning o'z xatti-harakatlari sharoitlari va vaziyatlarini tushinishi va anglashining o'sishi, bu vaziyatni o'zgartirishga imkon yaratadi.

Qadriyatlar – voqelikdagi muayyan hodisalarning umuminsoniy, ijtimoiy-ahloqiy, madaniy-ma'naviy ahamiyatini ko'rsatish uchun qo'llaniladigan tushuncha; individ yoki guruhlarining nima yaxshi va nima ma'qul emasligi to'g'risidagi tasavvurlari.

Qo'shilib kuzatish – tadqiqotchining uzoq vaqt davomida obyekt bilan sotsial muhit tarkibiga kirib, uni muntazam tarzda kuzatishi.

G'oya – inson tafakkurida vujudga keladigan, ijtimoiy xarakterga ega bo'lgan, ruhiyatga ta'sir o'tkazib, jamiyat va odamlarni harakatga chorlaydigan, maqsad-muddao sari yetaklaydigan kuchli, teran fikr.

Haqiqat – inson ongida voqelikning to'g'ri, haqqoniy aks etishini ifodalaydigan tushuncha.

Hisobot – tajribaga asoslangan ijtimoiy tadqiqotlar yakunini chiqarishning yozma shakli.

Hukm – predmetga ma’lum bir xossaning, munosabatning xosligi yoki xos emasligini ifodalovchi tafakkur shakli.

TAVSIYA ETILADIGAN ADABIYOTLAR RO'UXATI

Asosiy adabiyotlar:

1. Епархина О.В. Социология общественного мнения. – М.: Издательский центр “Академия”, 2013.
2. Митькина О.В. Социологические проблемы изучения общественного мнения. – Владивосток: ФГБОУ ВПО «Дальрыбвтуз», 2008.
3. John R. Zaller. The Nature And Origins Of Public Opinion. Cambridge University Press, 2002.
4. Walter Lippmann. Public opinion. – Mineola, New York, 2004.

Qo'shimcha adabiyotlar:

5. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. – Toshkent: O'zbekiston, 2023. – 80 b.
6. Mirziyoyev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti lavozimiga kirishish tantanali marosimiga bag'ishlangan Oliy Majlis palatalarining qo'shma majlisidagi nutq / Sh.M. Mirziyoyev. – Toshkent: O'zbekiston, 2016. – 56 b.
7. Mirziyoyev Sh.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash – yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi // O'zbekiston Respublikasining Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganining 24 yilligiga bag'ishlangan tantanali marosimdagi ma'ruzasi 07-12-2016. – Toshkent: O'zbekiston, 2017. – 48 b.
8. Mirziyoyev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. Mamlakatimizni 2016-yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017-yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma'ruza, 2017-yil 14-yanvar. – Toshkent: O'zbekiston, 2017. – 104 b.
9. Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. – Toshkent: O'zbekiston, 2017. – 491 b.

10. 2017-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi / O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2017-y., 6-son, 70-modda.

11. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2018-yil 05-iyundagi "Oliy ta'lim muassasalarida ta'lim sifatini oshirish va ularning mamlakatda amalga oshirilayotgan keng qamrovli islohotlarda faol ishtirokini ta'minlash bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" gi PQ-3775-son Qarori. – Toshkent, 2018.

12. 2022 – 2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi / Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi, 29.01.2022-y.

13. Алексеев М.Ю. Поведение – наука об основах нового мирового зрения. – М., 2000.

14. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров. – М., 2003.

15. Амелин В.Н. Роль общественного мнения в политике / Социология политики. – М.: Изд-во МГУ, 1992.

16. Бекмуродов М. Маворауннахрда жамоатчилик фикри. – Тошкент: Фан, 1997.

17. Бекмуродов М. Социология асослари. – Тошкент: Фан, 1994.

18. Бекмуродов М. Ўзбекистонда жамоатчилик фикри. – Тошкент: Фан, 1999.

19. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование. – М., 1995.

20. Борисов Б.А. Технологии рекламы и PR. – М., 2004.

21. Бурдые П. Общественного мнения не существует / Социология политики. – М.: Socio-Logos, 1994.

22. Возмититель А.А. Формирование и изучение общественного мнения. – М., 1987.

23. Гавра Д.П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт. – СПб.: ИСЭП РАН, 1995.

24. Гавра Д.П. Общественное мнение и власть: режимы и механизмы взаимодействия // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. №4. Т.1.

25. Гавра Д.П. Формирование общественного мнения: ценностный аспект. – СПб.: ИСЭП РАН, 1995.

26. Ганиева М.Х. Общественное мнение как фактор развития межнациональных отношений в Узбекистане. – Ташкент: Университет, 2006.
27. Гидденс Э. Социология. – Ташкент: Шарк, 2002.
28. Горшков М.К. Общественное мнение. История и современность. – М., 1988.
29. Грушин Б.А. Мнения о мире и мир мнений. Проблемы методологии исследования общественного мнения. – М., 1991.
30. Грушин Б.А. Общественное мнение в системе управления // Социологические исследования. 1998. №3.
31. Докторов Б. Джорж Гэллп. Биография и судьба. – Калуга: ООО Полиграф-Информ, 2011.
32. Докторов Б.З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения. – М.: ЦСП, 2006.
33. Докторов Б.З. Первопроходцы мира мнений: от Гэллпа до Грушина. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2005.
34. Докторов Б.З. Реклама и опросы общественного мнения в США: История зарождения. Судьбы творцов. – М.: ЦСП, 2008.
35. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. – М., 1996.
36. Дюркгейм Э. Представления индивидуальные и представления коллективные // Социология. Ее предмет, метод, предназначение. – М., 1995.
37. Дюркгейм Э. Ценностные и реальные суждения // Социология. Ее предмет, метод, предназначение. – М., 1995.
38. Житенев В.Б. Общественное мнение в социальном управлении. – Новосибирск, 1987.
39. Игнатов Н.Г., Мотков С.И. Роль СМИ в процессе формирования общественного мнения // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 10. Журналистика. – 1997. – № 1.
40. Кажанов О.А. Социологические проблемы изучения общественного мнения. Курс лекций. – Смоленск, 2006.
41. Капитонов Э.А., Капитонов А.Э. Корпоративная культура и PR. – М., 2003.
42. Капитонов Э.А., Зинченко Г.П., Капитонов А.Э. Управление общественными отношениями. – М., 2007.

43. Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика. 8-е изд. – М., 2001.
44. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2000.
45. Короткова Л.Н. Социология общественного мнения. – М., 2000.
46. Кошарная Г.Б. Социология общественного мнения. Методические указания. – Пенза, 2002.
47. Кузьмен О.В. Социология общественного мнения. – Новосибирск: СибАГС, 1996.
48. Кушеренц В.И. Роль общественного мнения в научном управлении. – Киев, 1980.
49. Лебон Г. Психология народов и масс. Пер. с англ. – Спб., 1995.
50. Левада Ю.А. Ищем человека: социологические очерки 2000-2005. – М.: Новое издательство, 2006.
51. Левада Ю.А. От мнений к пониманию: социологические очерки 1993-2000. – М.: Московская школа политических исследований, 2000.
52. Липпман У. Общественное мнение. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
53. Мансуров Н.С. Общественное мнение и его роль в жизни общества. – М., 2000.
54. Маслова О.М. ВЦИОМ: хроника общественного мнения периода экономических реформ // Социологические исследования. 1995. №2.
55. Милехин А.В. Социологический мониторинг. – М., 1999.
56. Миронов А.С. Раздувай и властуй: технологии современной «мягкой» пропаганды. – М.: Добросвет, 2001.
57. Митькина О.В. Социологические проблемы изучения общественного мнения. – Владивосток: ФГБОУ ВПО «Дальрыбвтуз», 2008.
58. Михайлов В.А. Социология общественного мнения. Методические указания и рекомендации. – Ульяновск: УлГТУ, 2002.
59. Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации: Учебное пособие. – Спб.: Питер, 2005.

60. Ноэль-Нойман Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии. – М., 1978, 1993, 1997.
61. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. Пер. с нем. – М., 1996.
62. Ньюсом Д. и др. Всё о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. 7-е изд. М., 2001.
63. Общественное мнение – 2009. – М.: Левада, 2009.
64. Общественное мнение в толпе. – М., 1995.
65. Общественное мнение // Социология. Учеб. пособие для студ. вузов. – Казань, 1999.
66. Общественное мнение: методологические рекомендации для проведения социологических опросов. Под ред. Ж.Т. Тошенко. – М., 1980.
67. Общественное мнение: механизм формирования, функции, проблемы изучения // Социология: Учебник для вузов / В.Н. Лавриненко, Н.А. Нартов, О.А. Шабанова, Г.С. Лукашова. - 2-е изд. перераб. и доп. – М., 2001. Глава 16.
68. Ортега-Гассет Х. Избранные труды : Пер. с исп. / Сост., предисл. и общ. ред. А.М. Руткевича. 2-е изд. – М., 2000.
69. Парсонс Т. О структуре социального действия. – М., 2000.
70. Парсонс Т. Система современных обществ. – М., 1997.
71. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. – М., 2004.
72. Райгородский Д.Я. (редактор-составитель). Психология масс. Хрестоматия. – Самара, М., 2001.
73. Рачков Р. Общественное мнение. – София, 1969.
74. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. В.С. Комаровского. – М., 2001.
75. Селькова Е.П. Социология общественного мнения. – Благовещенск: Издательство АмГУ, 2011.
76. Сидоренко В.А. Общественное мнение. – Ростов-на-Дону, 2009.
77. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. – М., 2003.

78. Судас Л.Г. Общественное мнение как ресурс управления. – М.: Макс Пресс, 2004.
79. Судас Л.Г. Социология общественного мнения // Социально-политический журнал. – 1995. – №1. – С. 83-96.
80. Сурмин Ю.П. Теория общественного мнения. – Киев, 1999.
81. Тард Г. Мнение и толпа / Психология толп. – М.: Институт психологии РАН, издательство «КСП+», 1999.
82. Тихонова Е.В. Диагностика общественного мнения в сфере трудовых отношений. – М., 2000.
83. Тихонова Е.В. Общественное мнение в управлении социальными процессами: концептуальный подход. – М., 2000.
84. Тихонова Е.В. Общественное мнение и социальная самоорганизация. – М., 2001.
85. Тощенко Ж. Социология. – М.: Прометей, 1999.
86. Угринович А.К. Общественное мнение // Всемирная энциклопедия: Философия / Главн. Науч. ред. и сост. А.А. Грицанов. – М.: АСТ, – Мн.: Харверст, 2001.
87. Уледов А.К. Общественное мнение как предмет социологического исследования // Вопросы философии. 1979.
88. Умумий социология. (проф. Аликориев Н.С., доц. Убайдуллаева Р.Т. тахрири остида). – Тошкент, 1999.
89. Управление общественными отношениями / Под общ. ред. Комаровского В.С. – М., 2006.
90. Федотова Л.Н. Общественное мнение как плацдарм для связей с общественностью. – М., 2010.
91. Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение: учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2003.
92. Федотова Л. В. Социология массовой коммуникации: учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2004.
93. Фомичева И.Д. Социология общественного мнения. Рабочий конспект лекций. – М., 2009.
94. Формирование общественного мнения населения крупного города / Под ред. О.И.Иванова. – СПб.: Издательство СПбГУ, 1996.
95. Франц В. А. Управление общественным мнением: учеб. пособие. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016.

96. Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов на Дону, 1998. – М., 2000.
97. Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения. Пер. с англ. – М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2004.
98. Цуладзе А.М. Политические манипуляции или покорение толпы. – М., 1999.
99. Черных А.И. Социология массовых коммуникаций. Учебное пособие. – М., 2008.
100. Ядов В.А. Массовое сознание и массовые действия. – М., 1994.
101. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. – М., 1998.
102. Carroll J. Glynn, Susan Herbst, Mark Lindeman, Garrett J. O'Keefe, Robert Y. Shapiro. Public Opinion Third Edition. Westview Press; 2016.
103. Vincent Price. Public opinion. – London. 1992.
104. Wolfgang Donsbaugh, Michael W. Traugott. Public Opinion Research. The Sage Handbook. – London. 2008.

Интернет сайтлари:

105. [http: www.ziyonet.uz](http://www.ziyonet.uz)
106. [http: www.isras.ru](http://www.isras.ru)
107. [http: www.lib.socio.msu.ru](http://www.lib.socio.msu.ru)
108. [http: www.socioline.ru](http://www.socioline.ru)
109. [http: www.socio.rin.ru](http://www.socio.rin.ru)
110. [http: www.sociologos.narod.ru](http://www.sociologos.narod.ru)
111. [http: www.socionet.narod.ru](http://www.socionet.narod.ru)
112. [http: www.sociograd.ru](http://www.sociograd.ru)
113. [http: www.unn.ru](http://www.unn.ru)
114. [http: www.pseudology.org](http://www.pseudology.org)
115. [http: www.links-guide.ru](http://www.links-guide.ru)

Bosishga ruxsat etildi:
Bichimi 60x84 1/16 Shartli 162 b.t.
100 nusxada bosildi.
kichik bosmaxonasi.
Toshkent, Shahrizabz ko'chasi, 25-uy.