

SAYLOV JURNALISTIKASI SIYOSIY KAMMUNIKATSIYASINING NAZARIY- METODOLOGIK KONSEPSIYALARI

Jamshid Namozov

O'zbekiston Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar Universiteti tadqiqotchisi

ORCID ID: 0009-0006-0273-0447

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20048994>

Annotatsiya

Ushbu maqola **saylov jurnalistikasini** siyosiy kommunikatsiyaning muhim tarkibiy qismi sifatida nazariy-metodologik jihatdan tahlil qiladi. Maqolada saylov jurnalistikasining tushunchasi, obyekti va predmeti, siyosiy kommunikatsiya nazariyasi bilan bog'liqligi, agenda-setting, framing, priming kabi asosiy nazariyalar, jurnalistik janr va formatlar, axloqiy standartlar hamda raqamli davrdagi transformatsiyasi (platformalashuv, algoritmik kommunikatsiya, gibridd media tizimi) batafsil yoritilgan. O'zbekiston misolida amaliy ahamiyati ko'rsatilgan.

Аннотация

В статье **избирательная журналистика** рассматривается как важная составная часть политической коммуникации. Автор проводит теоретико-методологический анализ понятия, объекта и предмета избирательной журналистики, раскрывает её тесную связь с теорией политической коммуникации. Подробно освещаются ключевые концепции (agenda-setting, framing, priming), медиатизация политики, журналистские жанры и форматы, этические стандарты, а также трансформация избирательной журналистики в цифровую эпоху (платформизация, алгоритмическая коммуникация, гибридная медиасистема). Особое внимание уделяется практическому значению данных процессов на примере избирательных кампаний в Узбекистане.

Kalit so'zlar: saylov jurnalistikasi, siyosiy kommunikatsiya, mediatizatsiya, agenda-setting, framing, priming, mediademokratiya, raqamli platformalar, jurnalistik etika, siyosiy PR.

Saylov jurnalistikasi atamasi mustaqil ilmiy kategoriya sifatida aniq bir muallif tomonidan birinchi bor qat'iy termin sifatida kiritilgan emas, balki u XX asrning ikkinchi yarmida siyosiy kommunikatsiya va media tadqiqotlari rivoji jarayonida bosqichma-bosqich shakllangan. Xususan, G'arb ilmiy maktabida saylov jarayonlarini yoritish masalalari Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld va Maxwell McCombs¹ kabi olimlarning siyosiy kommunikatsiya, ommaviy axborot vositalarining ta'siri hamda "agenda-setting" nazariyalari doirasida tadqiq etilgan. Ayniqsa, saylov kampaniyalarini media orqali yoritishning jamoatchilik fikriga ta'siri The People's Choice² asarida ilk empirik asosda o'rganilgan bo'lib, bu yo'nalish keyinchalik saylov jurnalistikasi tushunchasining shakllanishiga zamin yaratgan.

Shu asosda ilmiy muomalada "saylov jurnalistikasi" atamasi siyosiy jurnalistikaning ixtisoslashgan yo'nalishi sifatida qo'llanila boshlagan bo'lib, u saylov jarayonlarini yoritishning nazariy va amaliy jihatlarini qamrab oladi.

Saylov jurnalistikasi — bu siyosiy jarayonlarni, xususan, saylov kampaniyalarini yoritish, tahlil qilish va jamoatchilikka yetkazishga qaratilgan maxsus jurnalistik faoliyat sohasi bo'lib, u

¹ <https://www.britannica.com>

² [https://en.wikipedia.org/wiki/The_People's_Choice:_How_the_Voter_Makes_Up_His_Mind_in_a_Presidential_Campaign_\(Legacy_Editions\)](https://en.wikipedia.org/wiki/The_People's_Choice:_How_the_Voter_Makes_Up_His_Mind_in_a_Presidential_Campaign_(Legacy_Editions))

siyosiy kommunikatsiya tizimining muhim bo'g'ini sifatida shakllangan³. Mazkur atama siyosiy jurnalistika doirasiga kirsada, u o'zining maqsadi, mazmuni va metodlariga ko'ra ancha tor va ixtisoslashgan yo'nalishni tashkil etadi. Siyosiy jurnalistika siyosiy hayotning barcha jihatlarini qamrab olgan bo'lsa, saylov jurnalistikasi bevosita saylov jarayonlari, nomzodlar, siyosiy partiyalar, saylov komissiyalari va elektorat o'rtasidagi axborot oqimlarini tahlil qilishga yo'naltiriladi.

Saylov jurnalistikasi obyekti sifatida saylov kampaniyalarining barcha bosqichlari, xususan, saylovoldi tashviqoti, ovoz berish jarayoni, natijalarni yoritish va tahlil qilish kabilar olinadi. Bu jarayonlarda jurnalist faqat xabar yetkazuvchi emas, balki jamoatchilik fikrini shakllantiruvchi kommunikator sifatida ishtirok etadi. Shu nuqtayi nazardan, saylov jurnalistikasi siyosiy jarayonlarning mediashtirilgan ko'rinishini o'rganadi va u orqali jamiyatda demokratik ishtirok va fuqarolik faolligini kuchaytirishga xizmat qiladi⁴.

Saylov jurnalistikasining predmeti bu saylov jarayonlarining jurnalistik refleksiyasi, ya'ni ommaviy axborot vositalarida ularning qanday talqin qilinishi, siyosiy diskursning qanday shakllanishi va bu jarayon orqali jamoatchilik fikrining qanday yo'naltirilishidir. Bu o'rinda "mediatizatsiya" (mediatization) tushunchasi markaziy o'rin tutadi: siyosiy hayotning o'zi ommaviy axborot vositalari logikasiga moslashadi, siyosatchilar esa media vositasida o'z imijini shakllantirishga intiladilar⁵. Shuning uchun saylov jurnalistikasi siyosiy kommunikatsiyaning "front chizig'i" sifatida namoyon bo'ladi.

Mazkur ilmiy qarashlar siyosiy kommunikatsiya nazariyasi bilan uzviy bog'liqdir.

Siyosiy kommunikatsiya — bu jamiyatdagi siyosiy subyektlar o'rtasida ma'no va axborot almashinuvi jarayoni bo'lib, uning asosiy maqsadi siyosiy hokimiyatni legitimlashtirish, jamoatchilikni siyosiy qarorlar jarayoniga jalb etish va fuqarolarning siyosiy ongini shakllantirishdan iborat⁶. Ushbu tizimda davlat organlari, siyosiy partiyalar, ommaviy axborot vositalari, fuqarolik jamiyati institutlari va elektorat o'zaro aloqada bo'ladi. Har bir subyekt o'z kommunikativ strategiyasi orqali siyosiy maqsadlarini ilgari suradi, natijada jamiyatda siyosiy axborot aylanishining murakkab tarmog'i shakllanadi. Saylov jarayonlari ana shu tizimning eng faol davridir, chunki bu davrda axborot oqimi, siyosiy raqobat va jamoatchilik e'tibori bir nuqtaga jamlanadi.

Zamonaviy demokratik jamiyatda siyosiy jarayonlar tobora mediaviylashib borayotgan bir davrda, saylov jurnalistikasi siyosiy tizimning markaziy elementiga aylanmoqda. Mediademokratiya konsepsiyasi aynan mana shu jarayonni anglatadi, ya'ni siyosatning borishi, subyektlarning kommunikativ strategiyalari va fuqarolarning siyosiy qarorlari ommaviy axborot vositalari orqali shakllanadi, deb yozadi J. Strömbäck⁷. Boshqacha aytganda, siyosatning o'zi endi media "mantiqi"ga bo'ysunadi. Siyosatchilar, partiyalar va davlat institutlari o'z g'oyalarini

³ McNair B. An Introduction to Political Communication. – London: Routledge, 2018. – 5 p.

⁴ Norris P. A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies. – Cambridge: Cambridge University Press, 2000. – 18 p.

⁵ Strömbäck J., Esser F. Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. – 15 p.

⁶ McNair B. An Introduction to Political Communication. – London: Routledge, 2018. – 41 p.

⁷ Strömbäck J. Mediatization and Media Democracy: Understanding the Transformation of Democracy in the Digital Age // Journalism Studies. – 2020. – Vol. 21, No. 12. – P. 1620–1637.

jamoatchilikka yetkazishda media vositalarini asosiy maydon sifatida ko‘radi, chunki u elektorat ongini boshqaruvchi asosiy vosita sanaladi.

Saylov jarayonini siyosiy kommunikatsiyaning “pik nuqtasi” sifatida qarash mumkin, chunki bu jarayon siyosiy reklama, debatlar, bahs-munozaralar va siyosiy PRning intensiv bosqichi hisoblanadi. Ayniqsa, siyosiy reklama (political advertising) — elektoratga maqsadli ta’sir ko‘rsatish vositasi sifatida shakllanadi, u orqali nomzodlar o‘z brendini yaratadi va raqobatchilardan farqlanadi. Jurnalistik debatlar va intervyular esa jamoat nazorati maydonini ochadi, bunda jurnalistlar vositachi sifatida siyosiy aktorlar bilan fuqarolar o‘rtasidagi axborot ko‘prigini mustahkamlaydi.

Ommaviy axborot vositalari siyosiy jarayonlarning yo‘nalishini belgilovchi eng kuchli kommunikatsion aktordlardan biri hisoblanadi. Ayniqsa, saylov kampaniyalari davrida OAV elektorat e’tiborini ma’lum mavzularga yo‘naltirish, ularni baholash mezonlarini shakllantirish va siyosiy xulqqa ta’sir ko‘rsatishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Bu jarayonni tushuntirish uchun zamonaviy siyosiy kommunikatsiyada uchta muhim nazariya — agenda-setting, framing va priming konsepsiyalari qo‘llaniladi⁸. Ushbu nazariyalar jurnalistik faoliyatning axborot tanlash, taqdim etish va kontekstual tahlil bosqichlarida qanday kuchga ega ekanini ilmiy asosda izohlaydi.

O‘zbekiston saylov jarayonlarida ushbu nazariyalar amaliy ahamiyat kasb etmoqda. 2019-yilgi parlament va 2021-yilgi prezident saylovlari jarayonida davlat va nodavlat OAVda iqtisodiy islohotlar, ijtimoiy adolat, yoshlar siyosati kabi mavzular agenda-setting mexanizmi orqali ustuvor kun tartibiga aylantirilgan. Ayrim nashrlarda nomzodlar imijini “xalqparvar”, “islohotchi” yoki “tajribali siyosatchi” kabi framing texnikalari bilan taqdim etilganini kuzatish mumkin. Shu bilan birga, ayrim OAVda “islohotlar sur’ati”, “iqtisodiy barqarorlik”, “xavfsizlik” kabi mavzularni doimiy yoritish natijasida elektoratning baholash mezonlari priming orqali shakllangan. Bular keyingi boblarda empirik tahlil orqali ko‘rsatiladi.

Saylov jarayonlarini yoritishda jurnalistika o‘zining barcha janr va format imkoniyatlarini ishga soladi. Chunki saylov — bu nafaqat siyosiy jarayon, balki ijtimoiy muloqot, kommunikatsiya va jamoatchilik ishtirokining eng yirik shakllaridan biridir. Shu bois jurnalistik faoliyatda ishlatiladigan janr va platformalarning turlicligi elektoratni turli kanallar orqali qamrab olish, ma’lumotni ta’sirchan va tushunarli shaklda yetkazish imkonini beradi. Jurnalistik janrlarning funksional xilma-xilligi OAVning siyosiy kommunikatsiyadagi roli bilan chambarchas bog‘liqdir.

Saylov jurnalistikasining asosiy janrlari — xabar, lavha, reportaj, intervyu, sharh, tahliliy maqola, publitsistik esse, komentar, blog-post va video-esselarni o‘z ichiga oladi. Har bir janr o‘z kommunikativ vazifasiga ega:

Xabar – voqelikni qisqa, aniq, faktlarga tayangan holda yetkazadi, saylovdagi yangiliklar, nomzodlarning chiqishlari va saylov komissiyasi qarorlarini yoritishda ishlatiladi.

Reportaj – joyida bo‘lish va voqeani bevosita kuzatish asosida tuziladi; saylov uchastkalaridagi muhitni, fuqarolarning ishtirokini aks ettirish uchun eng samarali janr sanaladi.

Intervyu – nomzodlar, saylov komissiyasi vakillari yoki ekspertlar bilan bevosita muloqot orqali siyosiy pozitsiyalarni yoritadi.

Sharh va tahliliy maqolalar – saylov jarayonining muayyan bosqichlarini, siyosiy kontekst va natijalarni izohlaydi.

⁸ Zamonaviy saylov texnologiyalari: o‘quv qo‘llanma / mas’ul muharrir M. Qirg‘izboyev. — Toshkent: Ideal press, 2024. — 260 b.

Publitsistik esse va tahliliy sharhlar — saylovlarning ijtimoiy-ma'naviy ahamiyatini ochib berishga xizmat qiluvchi, mualliflik pozitsiyasiga asoslangan, ayni paytda ijtimoiy mas'uliyat tamoyillariga rioya etuvchi muhim jurnalistik janrlardan hisoblanadi.

Blog-post va video-esselar – raqamli davrning yangi janrlari bo'lib, asosan individual jurnalistlar yoki blogerlar tomonidan yaratiladi; ular saylov jarayoniga alternativ, ko'pincha noformal yondashuvni ifodalaydi⁹.

Teledebatlar, talk-showlar, maxsus saylov ko'rsatuvlari va onlayn efirlar (live streaming) zamonaviy saylov jurnalistikasining muhim formatlari qatoriga kiradi. Teledebatlar — siyosiy raqobatni ochiq muhokama qilish imkonini beruvchi, demokratik jarayonning ramzi sifatida qaraladi. Bu formatda jurnalist moderator sifatida ishtirok etib, muvozanat, tenglik va xolislik tamoyillariga rioya etishi lozim. Talk-showlar esa siyosiy va fuqarolik mavzularini keng jamoatchilik muhokamasiga olib chiqadi, auditoriyani bevosita jalb etish imkonini beradi. Onlayn efirlar (live streaming) va maxsus saylov ko'rsatuvlari ijtimoiy tarmoqlar orqali keng tarqalib, elektorat bilan “real vaqt”da muloqot qilish imkonini yaratadi. Bu formatlarda vizual dinamika, interaktiv savol-javoblar va auditoriya fikrining bevosita kuzatilishi jurnalistikaning yangi kommunikativ xususiyatlarini ochib beradi.

Platformalar o'rtasidagi farqlar ham saylov jurnalistikasida muhim ahamiyatga ega. Bosma OAV an'anaviy auditoriyaga, ya'ni siyosiy jihatdan faol va o'rta yoshli qatlamga mo'ljallangan bo'lib, tahliliy maqola va sharhlar orqali chuqur izoh beradi. Televideniye esa vizual ta'sir kuchiga ega bo'lib, keng ommani qamrab oladi, ammo so'nggi yillarda uning auditoriyasi ijtimoiy tarmoqlarga ko'chmoqda. Radio formati saylov kuni jonli efir, qisqa yangiliklar va intervyular orqali o'z auditoriyasiga axborot yetkazadi.

Raqamli media — internet-nashrlar, Telegram kanallari, YouTube platformalari va podkastlar esa eng tezkor va interaktiv axborot maydoni sifatida shakllangan. Masalan, YouTube orqali o'tkazilgan intervyular yoki tahliliy ko'rsatuvlar millionlab tomoshabinlarga yetadi, Telegram esa tezkor xabar tarqatish bilan birga siyosiy PRning markaziga aylangan. Shuningdek, podkastlar auditoriyaga “chuqur tahlil + audio qulaylik” formatini taklif etib, siyosiy kommunikatsiyaning yangi yo'nalishini shakllantirmoqda.

An'anaviy va raqamli platformalar o'rtasida auditoriya tafovutlari yaqqol seziladi. Yoshlar asosan raqamli platformalar orqali siyosiy axborotni iste'mol qiladi; ular interaktivlik, qisqa videoformalar va vizual elementlarga e'tibor qaratadi. Siyosiy faol qatlam esa tahliliy materiallarni afzal ko'radi, passiv elektorat esa ko'pincha soddalashtirilgan yangiliklar yoki teleko'rsatuvlar orqali xabardor bo'ladi. Shu bois zamonaviy saylov jurnalistikasi multiplatform yondashuvni talab qiladi — ya'ni bir mavzuni turli formatlarda (matn, video, audio, infografika, post) yoritish orqali barcha auditoriya segmentlarini qamrab olish zarur.

Saylov jarayonlarini yoritishda jurnalistikaning axloqiy tamoyillari va professional standartlari nafaqat kasbiy madaniyat mezoni, balki demokratik saylovlarning shaffofligi va ishonchliligini ta'minlovchi asosiy omil hisoblanadi. Chunki saylov bu fuqarolarning siyosiy irodasini ifoda etish vositasi bo'lib, u jarayonda ommaviy axborot vositalarining faoliyati elektorat qaroriga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Shu bois jurnalist saylovni yoritishda nafaqat axborot yetkazuvchi, balki demokratik nazoratni amalga oshiruvchi ijtimoiy institut sifatida harakat qilishi lozim.

⁹ Shomiyev A. Saylov jarayonlarida media: yangi texnologiyalar va trendlar. — Toshkent: Akademnashr, 2022. — 15 b.

Jurnalistikaning universal etik tamoyillari — xolislik, muvozanat, ishonchli manbalarga tayanganlik, aniqlik, mustaqillik va plyuralizm — ayniqsa saylov davrida alohida dolzarblik kasb etadi. Mazkur tamoyillar siyosiy axborotni yoritishda professional standartlarni ta'minlovchi asosiy mezonlar sifatida namoyon bo'ladi. Xususan, xolislik prinsipi siyosiy tarafkashlikdan xoli bo'lishni va axborotni neytral tarzda taqdim etishni nazarda tutsa, muvozanat tamoyili saylov jarayonida barcha siyosiy subyektlar, jumladan nomzodlar uchun teng axborot imkoniyatlarini yaratishni anglatadi. Jurnalist har bir axborotning manbasini tekshirish, soxta yoki manipulyativ ma'lumot tarqatmaslik, siyosiy bosim ostida qaror qabul qilmaslik kabi prinsiplarga rioya etishi kerak. McQuail ta'biri bilan aytganda, "axborot erkinligi mas'uliyat bilan uyg'unlashmasa, u demokratiyaning o'ziga tahdid soladi"¹⁰.

Saylov jarayonida tarafkashlik, propaganda va "qora PR" holatlari eng katta axloqiy xatar hisoblanadi. "Qora PR" (negative campaigning) yoki "character assassination" — raqib nomzodning obro'sini tushirishga qaratilgan manipulyativ kampaniyalardir. Bu holatda jurnalist siyosiy kommunikator emas, balki siyosiy kurash vositasiga aylanadi. Shuning uchun saylov jurnalistikasida har qanday tanqid faktlarga asoslangan, dalillar bilan tasdiqlangan va umumiy ijtimoiy manfaatni ko'zlovchi bo'lishi shart¹¹. Propaganda va agitasiya tushunchalarini farqlash saylov jurnalistikasi doirasida muhim nazariy-etik masala hisoblanadi. Propaganda odatda ma'lumotni biryoqlama, emotsional va manipulyativ tarzda shakllantirish orqali auditoriyaning ongiga maqsadli ta'sir ko'rsatishga yo'naltirilgan kommunikativ amaliyot sifatida talqin etilsa, agitasiya esa siyosiy g'oya yoki pozitsiyani tushuntirish, asoslash va ishontirishga qaratilgan, nisbatan ochiqroq axborot-ideologik jarayonni ifodalaydi. Zamonaviy jurnalistika amaliyotida professional standartlar sifatida bir qator xalqaro me'yorlar shakllangan bo'lib, ular saylov jarayonlarida alohida ahamiyat kasb etadi. Xususan, faktlarni tekshirish (fact-checking), manbalar diversifikatsiyasi (source diversification), manfaatlar to'qnashuvining oldini olish hamda jurnalistik kontent va siyosiy reklama o'rtasidagi institutsional chegarani qat'iy saqlash shular jumlasidandir. Ayniqsa, saylov davrida siyosiy reklama (paid political content)ni axborot materiali sifatida taqdim etish jurnalistik deontologiya talablarining jiddiy buzilishi sifatida baholanadi va bu holat media ishonchliligi hamda jamoatchilik axborot xavfsizligiga salbiy ta'sir ko'rsatadi.

Shu sababli xalqaro jurnalistik kodekslarda, xususan, "Society of Professional Journalists" (SPJ) va "International Federation of Journalists" (IFJ) standartlarida axborot va reklama o'rtasidagi ajrim aniq belgilangan¹².

Saylov jarayonida jurnalistlar huquq va majburiyatlarining huquqiy asoslari milliy qonunchilikda belgilangan bo'lib, bu yerda axborot erkinligi va saylov qonunchiligi o'rtasidagi muvozanat muhimdir. Jurnalist saylov jarayonini yoritishda axborot olish, uni tahlil qilish va tarqatish huquqiga ega, biroq shu bilan birga, qonuniy saylov tartibini buzmaslik, maxfiy ovoz berish huquqini himoya qilish, soxta ma'lumot tarqatmaslik majburiyatlarini ham zimmasiga

¹⁰ McQuail D. Journalism and Society. – London: Sage Publications, 2013. – 56 p.

¹¹ Qudratxo'jaev SH. T. O'zbekistonda professional parlament tizimining siyosiy institut sifatida shakllanishi va rivojlanishi istiqbollari. T.: "Sharq" NMAK, 2007- 77 bet.

¹² International Federation of Journalists (IFJ). Global Charter of Ethics for Journalists. – Brussels: IFJ Publications, 2019. – URL: <https://www.ifj.org/media-centre/news/detail/category/publications/article/ifj-global-charter-of-ethics-for-journalists.html>

oladi. Bu jihatlar normativ-huquqiy jihatdan keyingi bobda batafsil yoritilsa-da, etik jihatdan u “axborot erkinligi — mas’uliyatli erkinlik” tamoyili bilan ifodalanadi.

O‘zbekiston amaliyotida ham bu masalalar dolzarbdir. 2019 va 2021-yilgi saylovlar davrida Markaziy saylov komissiyasi tomonidan OAV vakillari uchun maxsus etik qo‘llanmalar ishlab chiqildi, unda jurnalistlar uchun “xolislik, aniqlik va tenglik” prinsiplari asosiy me’yor sifatida belgilandi. Shu bilan birga, ayrim hollarda raqamli platformalarda siyosiy kontent va ijtimoiy tarmoqlardagi manipulyativ postlar jurnalistik me’yorlardan chetga chiqayotganini ko‘rsatdi¹³. Bu esa saylov jarayonida nafaqat huquqiy, balki axloqiy mas’uliyatning institutsional shakllanishi zarurligini ko‘rsatadi.

Saylov jarayonlarini jurnalistik nuqtayi nazardan o‘rganish — bu siyosiy kommunikatsiya, axborot oqimlari va jamoatchilik fikrining o‘zaro aloqasini tizimli tahlil qilishni nazarda tutuvchi murakkab ilmiy faoliyatdir. Bunday tadqiqotlar nafaqat siyosiy va ijtimoiy jarayonlarni yoritish usullarini o‘rganadi, balki jurnalistikaning demokratik institut sifatidagi o‘rnini aniqlashga yordam beradi. Shu bois saylov jurnalistikasini tadqiq etishda qo‘llaniladigan metodlar nafaqat an’anaviy kontent-tahlil bilan cheklanmay, balki sotsiologik, kommunikativ va diskursiv yondashuvlarni ham o‘z ichiga olishi lozim.

Kontent-tahlil — eng keng qo‘llaniladigan ilmiy metodlardan biri bo‘lib, u matbuot materiallari, televidion chiqishlar, intervyular va raqamli kontentdagi siyosiy mavzularni tizimli kodlash va miqdoriy o‘lchash orqali o‘rganishni nazarda tutadi. Bu metod orqali saylov mavzularining qamrov darajasi, mavzular nisbatining o‘zgarishi, siyosiy aktorlarning tasviri va ularning ijobiy, salbiy yoki neytral yoritilishi aniqlanadi¹⁴. Misol uchun, parlament yoki prezident saylovlari jarayonida davlat va nodavlat OAVda muayyan nomzodlar haqidagi materiallar nisbatini tahlil qilish orqali OAVning xolislik darajasini baholash mumkin.

Media-monitoring esa uzluksiz kuzatuv asosida OAV faoliyatini o‘rganish metodidir. Bu yondashuv orqali axborot oqimining dinamikasi, mavzularning dolzarbligi va OAVlar o‘rtasidagi axborot tafovuti aniqlanadi¹⁵. Media-monitoring asosan Markaziy saylov komissiyasi yoki mustaqil tashkilotlar tomonidan olib boriladi va u saylov jarayonining shaffofligini baholash uchun muhim empirik manba hisoblanadi. Raqamli media sharoitida esa bu metod algoritmik vositalar (media-tracking dasturlari, social listening tizimlari) orqali yanada samarali qo‘llanmoqda.

Diskurs-tahlil siyosiy nutq va axborot materiallarining semantik va ritorik tuzilishini o‘rganishga qaratilgan. Bu metod orqali saylov jarayonida ishlatilayotgan asosiy tushunchalar, metaforalar, ritorik strategiyalar va ularning siyosiy ma’no yuklamalari tahlil qilinadi. Masalan, “xalq ishonchi”, “yangilanish”, “barqarorlik”, “islohot” kabi diskurs elementlari saylov kampaniyalarida qanday ideologik kontekstda qo‘llanilayotgani aniqlanadi. Shu tariqa, diskurs-tahlil jurnalistik materiallarning nafaqat shakliy, balki mazmuniy-siyosiy qatlamini ham ochib beradi.

¹³ "Ishonch bildirilsa..." Alisher Qodirov shov-shuv bo‘lgan banneri majburlab olib tashlangani haqidagi xabarlarga munosabat bildirdi. <https://darakchi.uz/oz/128779>

¹⁴ Krippendorff K. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. – Thousand Oaks: Sage Publications, 2018. – 42

Framing-tahlil esa kontentdagi ramkalar (frames) va ularning jamoatchilik idrokiga ta'sirini o'rganadi. Masalan, bir nomzodning faoliyati "islohotchi" yoki "tizim vakili" sifatida taqdim etilishi elektoratning u haqidagi qarashlarini tubdan o'zgartirishi mumkin. Framing-tahlil, shuningdek, media qaysi jihatlariga urg'u bergani va qaysilarini chetlab o'tganini aniqlaydi. Shu jihatdan u agenda-setting nazariyasining mantiqiy davomidir.

Komparativ tahlil (taqqoslama yondashuv) esa O'zbekiston tajribasini xorijiy saylov jurnalistikasi amaliyoti bilan solishtirish imkonini beradi. Bu metod orqali turli siyosiy tizimlarda OAVning saylovlarni yoritishdagi yondashuvlari, huquqiy cheklovlar, auditoriya ishtiroki va axborot siyosati o'rganiladi. Masalan, AQSh, Buyuk Britaniya, Turkiya yoki Janubiy Koreya tajribalarini O'zbekiston amaliyoti bilan taqqoslash saylov jarayonlarining medialashtirilish darajasini aniqlashga yordam beradi.

Intervyu va so'rovnomalar esa jurnalistik tadqiqotning sotsiologik komponentini tashkil etadi. Bu metodlar orqali jurnalistlar, muharrirlar, saylov komissiyasi vakillari, siyosiy partiyalar vakillari va auditoriya vakillarining fikrlari o'rganiladi. Ayniqsa, elektoratning OAVga bo'lgan ishonch darajasi, siyosiy xabardorlik manbalari va saylovoldi axborotga munosabatini aniqlashda bu yondashuvlar katta ahamiyat kasb etadi¹⁶.

So'nggi o'n yillikda siyosiy kommunikatsiya tizimi tubdan o'zgarib, jurnalistik faoliyat raqamli media muhitining dinamikasiga moslashmoqda. Shu jarayonda saylov jurnalistikasi ham platformalashuv (platformization), algoritmik boshqaruv, foydalanuvchi ishtiroki va tarmoqlashgan jamoatchilik kabi yangi nazariy konsepsiyalar bilan boyidi. Bu evolyutsiya OAVning an'anaviy monopolligini buzib, siyosiy axborot ishlab chiqarish va tarqatish jarayonini ko'p markazli, interaktiv va tezkor tizimga aylantirdi¹⁷.

Zamonaviy siyosiy kommunikatsiya jarayonida platformalashuv (platformization) raqamli infratuzilmaning ijtimoiy, siyosiy va iqtisodiy maydonlarga chuqur integratsiyalashuvini ifodalaydi. Tarleton Gillespie va José van Dijck¹⁸ ta'kidlashicha, raqamli platformalar endilikda faqat axborot uzatuvchi vosita emas, balki algoritmik boshqaruv orqali siyosiy diskursni shakllantiruvchi aktiv subyekt sifatida faoliyat yuritadi. Ushbu jarayon saylov kommunikatsiyasida bir nechta o'zaro bog'liq kommunikativ shakllar orqali namoyon bo'ladi.

Birinchi tur — algoritmik kommunikatsiya, ya'ni platforma algoritmlari tomonidan shakllantiriladigan axborot oqimi bo'lib, u "filter bubble" va "echo chamber" fenomenlari orqali foydalanuvchiga moslashtirilgan kontentni taqdim etadi. Bu esa siyosiy axborotning segmentatsiyasiga va ijtimoiy qutblanishning kuchayishiga olib keladi. Natijada saylov jarayonida axborot biryoqlamaligi xavfi ortadi va "algoritmik shaffoflik" masalasi dolzarb kommunikativ muammo sifatida yuzaga chiqadi.

Ikkinchi tur — vizual-analitik kommunikatsiya, ya'ni data journalism asosida shakllanadigan kommunikatsiya shaklidir. Ushbu yondashuvda saylov jarayoniga oid ma'lumotlar statistik tahlil, vizualizatsiya va interaktiv formatlar orqali taqdim etiladi. The Guardian, The New York Times va Reuters kabi media platformalar saylov natijalari va siyosiy jarayonlarni real vaqt rejimida interaktiv xaritalar va infografikalar orqali yoritib, auditoriyani faol ishtirokchi

¹⁶ Karpf D. Analytic Activism: Digital Listening and the New Political Strategy. – Oxford: Oxford University Press, 2016. – 12 p.

¹⁷ Castells M. Communication Power. – Oxford: Oxford University Press, 2009. – 45 p.

¹⁸ [https://web.archive.org/web/20070928013241/http://triplec.uti.at/files/tripleC4\(2\)_Burk-Gillespie.pdf](https://web.archive.org/web/20070928013241/http://triplec.uti.at/files/tripleC4(2)_Burk-Gillespie.pdf)

pozitsiyasiga olib chiqadi. Bu kommunikatsiya turi axborotni nafaqat uzatadi, balki uni tahlil qilinadigan va vizual idrok etiladigan shaklga aylantiradi.

Uchinchi tur — gibridd kommunikatsiya, Andrew Chadwick tomonidan ishlab chiqilgan “Hybrid Media System” konsepsiyasiga asoslanadi. Ushbu modelda anʼanaviy ommaviy axborot vositalari va raqamli platformalar oʻzaro taʼsirda boʻlib, siyosiy axborot oqimi koʻp kanalli va raqobatli tizim sifatida shakllanadi. Bu kommunikatsiya turi saylov jarayonida televideniye, internet-nashrlar va ijtimoiy tarmoqlarning integratsiyalashgan diskurs maydonini hosil qiladi.

Toʻrtinchi tur — tarmoq kommunikatsiyasi (networked communication) boʻlib, Yochai Benkler tomonidan ilgari surilgan “Networked Public Sphere” nazariyasiga asoslanadi. Ushbu modelga koʻra, jamoat sohasi markazlashmagan, foydalanuvchi ishtirokiga tayangan tarmoqlashgan kommunikativ muhitga aylangan. Saylov jarayonlarida bu tur “citizen journalism”, ijtimoiy tarmoqlardagi muhokamalar hamda “fact-checking” tashabbuslari orqali namoyon boʻlib, fuqarolarni axborot isteʼmolchisi bilan birga siyosiy kommunikatsiyaning faol subyektiga aylantiradi.

Biroq raqamli davrda jurnalist va bloger faoliyatining birlashuvi muayyan xavflarni ham yuzaga keltiradi. Blogerlar va influencerlar auditoriya eʼtiborini tezkorlik va hissiylik orqali jalb etgan boʻlsa, professional jurnalistika aniqlik, xolislik va verifikatsiya tamoyillariga asoslanadi. Shu sababli zamonaviy saylov jurnalistikasi oldida asosiy vazifa — raqamli interaktivlik bilan kasbiy etikani muvozanatlashtirish, axborot shovqinida ishonchli manba maqomini saqlab qolishdir. Xulosa qilib aytganda, raqamli media sharoitida saylov jurnalistikasi nafaqat texnologik, balki epistemologik jihatdan ham evolyutsiyaga uchramoqda. Algoritmik boshqaruv, tarmoqlashgan jamoatchilik, maʼlumotga asoslangan tahlil va foydalanuvchi ishtirokini oʻzida mujassam etgan ushbu yangi paradigma siyosiy kommunikatsiyani yanada ochiq, koʻp manbali va interaktiv tizimga aylantirdi. Bu jarayon Oʻzbekiston jurnalistik amaliyoti uchun ham dolzarb boʻlib, raqamli siyosiy madaniyatni rivojlantirishda muhim.