

## TEKNOLOGIYA DISKURSI VA YANGI MEDIA SIYOSIY IQTISODIYOTI

Sodiqova Nigora To'rayevna

“Iqtisodiyot” kafedrası o'qituvchisi Osiyo xalqaro universiteti.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.10647446>

**Annotatsiya.** Yangi media - bu monopoliya darajasidagi kontsentratsiyalar, foydani shakllantirish va kapital to'planishi sodir bo'ladigan sohadir. Yangi media sohasida axborot, mahsulot va xizmatlar an'anaviy ommaviy axborot vositalaridagi kabi kapitalistik bozor sharoitida ishlab chiqariladi va tarqatiladi. Tadqiqot doirasida raqamli aloqa sohasini belgilovchi kapitalistik aloqa uslubining elementlarini ochib berish uchun tanqidiy siyosiy iqtisod yondashuviga amal qilindi va yangi media sohasi bo'yicha adabiyotlar ko'rib chiqildi.

Tadqiqotdagi adabiyotlarni ko'rib chiqish yangi media yondashuvlarining argumenti va diskursiv pozitsiyasiga nisbatan o'ziga xos toifalash va aniqlash imkonini berdi. Tadqiqotda, texnologiyani siyosiy iqtisod nuqtai nazaridan o'rganuvchi tadqiqotlar - liberal yoki neoliberal yo'naltirilgan texnologiya nutqidan farqli o'laroq - ishlab chiqarish kuchlari va ishlab chiqarish munosabatlariga urg'u berilganligi ko'rinib turibdi. Ushbu tadqiqot ishlab chiqarish kuchlari va ishlab chiqarish munosabatlari yangi media strukturasi qanday shakllantirishini o'rganadi.

**Kalit so'zlar:** Yangi media, texnologiya nutqi, tanqidiy siyosiy iqtisod, tijoratlashtirish, konsentratsiya, aloqaning kapitalistik uslubi.

## TECHNOLOGY DISCOURSE AND THE POLITICAL ECONOMY OF NEW MEDIA

**Abstract.** New media is an area where monopoly-level concentrations, profit formation, and capital accumulation occur. In the field of new media, information, products and services are produced and distributed under capitalist market conditions, as in traditional media. The research followed a critical political economy approach and reviewed the literature on new media to reveal the elements of the capitalist mode of communication that define the field of digital communication.

The literature review in the study allowed for a specific categorization and identification of the argument and discursive position of new media approaches. In the study, it is evident that research examining technology from a political economy perspective-as opposed to a liberal or neoliberal oriented technology discourse-emphasizes the forces of production and the relations of production. This study examines how the forces of production and the relations of production shape the new media structure.

**Key words:** New media, technology discourse, critical political economy, commercialization, concentration, capitalist mode of communication.

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС И ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА НОВЫХ МЕДИА

**Аннотация.** Новые медиа - это область, где происходят монопольные концентрации, формирование прибыли и накопление капитала. В сфере новых медиа информация, продукты и услуги производятся и распространяются в условиях капиталистического рынка, как и в традиционных СМИ. Исследование основывалось на критическом политэкономическом подходе и проанализировало литературу о новых медиа, чтобы выявить элементы капиталистического способа коммуникации, которые определяют сферу цифровой коммуникации. Обзор литературы в исследовании позволил

*провести конкретную категоризацию и определить аргументацию и дискурсивную позицию подходов новых медиа. В исследовании очевидно, что исследования, изучающие технологии с точки зрения политической экономии – в отличие от либерального или нелиберально ориентированного технологического дискурса – подчеркивают производительные силы и производственные отношения. В этом исследовании рассматривается, как производительные силы и производственные отношения формируют новую медиа-структуру.*

**Ключевые слова:** *Новые медиа, технологический дискурс, критическая политическая экономия, коммерциализация, концентрация, капиталистический способ коммуникации.*

### **Kirish**

Raqamli texnologiya axborotni saqlash, kuzatish, o'lchash, o'zgartirish va uzatish imkonini beradi. Yangi ommaviy axborot vositalariga sarmoya kiritadiganlar uchun ma'lumot foyda olish mumkin bo'lgan tovaridir. "Yangi media kontentni sotiladigan tovarlarga aylantirish uchun yangi imkoniyatlarni ochib (yangi tovar shakllarini qo'shish orqali) ilgari hukmron bo'lgan kapitalistik tendentsiyalarni davom ettiradi." Ko'rinib turibdiki, axborot uzatish imkonini beruvchi yangi ommaviy axborot vositalari ham tijoratlashtirish va kontsentratsiya faoliyati sodir bo'lgan sohaga mos keladi. Shu sababli, yangi ommaviy axborot vositalari orqali ma'lumotlarning cheksiz va erkin oqimiga tobe bo'lishi haqidagi da'vo shubha ostiga qo'yilgan.

Liberal yoki neoliberal deb ta'riflanishi mumkin bo'lgan texnologiya nutqi asboblar orqali texnologiyaning sof ta'siriga e'tibor qaratdi va yangi mediani erkinlik va tenglik maydoni sifatida tasvirladi. Ushbu adabiyotdagi ba'zi tadkikotlar yangi ommaviy axborot vositalarini ishtirokchi, maslahatchi, vakillik yoki to'g'ridan-to'g'ri demokratiyani amalga oshirish vositasi sifatida ijobiy kontekstda baholadi. Biroq, liberal nutq yangi mediada kontent ishlab chiqarishni o'rab turgan va cheklovchi tarkibiy elementlarni hisobga olmadi.

### **Muloqotning kapitalistik uslubi**

Yangi media sohasida axborot, mahsulot va xizmatlar an'anaviy ommaviy axborot vositalaridagi kabi kapitalistik bozor sharoitida ishlab chiqariladi va tarqatiladi. Ishlab chiqarish kuchlari va ishlab chiqarish munosabatlari yangi media tuzilishi va raqamli aloqa muhitini shakllantiradi. Yangi media strukturasi qaysi aktyorlar faol, qanday va nima uchun va bu faoliyatning natijalari qanday? Kapitalistik bozor kurashi aloqa sohasida va uning atrofidagi umumiy siyosiy iqtisod tuzilmasida qanday ishlaydi? Bettig (1997), MakChesni (1996, 1999), Garnham (2000), Bagdikan (2004), Boyd-Barret (2006) kabi nazariyotchilar ushbu savollarga javob berar ekan, ushbu savollarga e'tiborni tijoratlashtirish va monopoliya darajasidagi kontsentratsiyalarga qaratish orqali aniqlaydilar. yangi media bozori. Shiller (1999), Mosco (2004) va Fisher (2010), yangi media siyosiy iqtisodini tarixiy kontekstga ko'proq e'tibor qaratgan holda o'rganib, kapitalistik tuzilmaning dinamikasi va o'zgarishiga e'tibor qaratdilar. Mansell (1999, 2004) hokimiyat munosabatlari siyosiy iqtisod tuzilmasidagi tengsizliklar tufayli yangi media muhitida qayta ishlab chiqilishini ta'kidlagan bo'lsa, Webster (1988, 2006) hokimiyat munosabatlarini ko'proq ishlab chiqarishning aloqa tarmoqlarini nazorat qilish urinishlari doirasida muhokama qildi. kuchlar, qaror qabul qiluvchilar va tartibga soluvchi institutlar. Wayne

(2006) va Garnham (2000) fikriga ko'ra, yangi media iqtisodiyoti, texnologiyasi va amaliyotini tushunish ishlab chiqarishning kapitalistik uslubi va ishlab chiqarish munosabatlari natijalarini ochib berish orqali mumkin. Garnxemdan farqli o'laroq, yaxlit yondashuv zarurligini ta'kidlagan Webster va Ueyn uchun yangi media strukturasi qanday ijtimoiy sharoitlarda yaratilgani muhim.

Aloqa bozori - bu kapital to'planishini ta'minlash uchun ortiqcha qiymat ishlab chiqarish amalga oshiriladigan tijorat sohasi. Siyosiy iqtisod bilan yangi mediaga hissa qo'shayotgan ba'zi mutafakkirlar aloqa sohasini ishlab chiqarishning kapitalistik uslubi bilan birgalikda baholaydilar. Kapitalistik ishlab chiqarish uslubi bozorlarda ko'rinadigan tovarlar almashinuvi, foyda ishlab chiqarish, kapital to'plash, ishlab chiqarish vositalari va kuchlari kabi munosabatlar majmuasini o'z ichiga oladi. Garnxemning fikricha, media muhitidagi ramzlar tijorat mahsulotlari (tovarlari) shaklida kapitalistik bozor sharoitida ishlab chiqariladi, taqsimlanadi va iste'mol qilinadi.

Garnxem aloqa sohasini bozor tizimi va mulkchilik nuqtai nazaridan o'rganar ekan, u buni butun sun'iy yo'ldosh yoki kabel, analog yoki raqamli eshittirishga murojaat qilib tushuntiradi.

Bozor hukmronligini qo'lga kiritgan va iste'molchilar talablarini yo'naltira oladigan cheklangan miqdordagi media kompaniyalari borligini ta'kidlagan Garnham, tarmoqlar ham monopoliyaga misol ekanini ta'kidlaydi. Garnhamning baholashiga ko'ra, tarmoqlar atrofida tuzilgan iqtisodiy manfaatlar liberal paradigmadagi taklif qilinganidek, nafaqat iste'molchilarning xohish-istaklari bilan boshqariladi, balki ishlab chiqarish ehtiyojlari bilan ham belgilanadi.

Kapital egalari ishlab chiqarish ehtiyojlarini qondirish uchun strategiyalarni amalga oshiradilar, boshqacha aytganda, kommunikatsiya tizimlari kapital dinamikasi atrofida quriladi.

Kapitalning to'planishi va ishlab chiqarish vositalarining muayyan qo'llarda bo'lishi va ularni boshqarishi ma'lum ishlab chiqarish usulini yaratadi. Ueynning fikricha, kommunikatsiya texnologiyalarining ishlashi ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanishiga va ierarxik va raqobatbardosh tuzilmada ishlab chiqarish vositalariga egalik qilishga bog'liq. Aloqa texnologiyalari kapitalizmning ijtimoiy munosabatlarga tarqalishini kengaytiradi.

Yangi media iqtisodiga qarshi tez-tez aytiladigan tanqidiy dalil shundan iboratki, virtual muhit erkin bozorga yo'naltirilgan kapitalistik ishlab chiqarish usuliga bo'ysunadi, ya'ni monopolistik tuzilmalar tarmoqning mulkchilik tuzilishi bilan bog'liq. MakChesni o'zining Rich Media Poor Democracy asarida global korporativ kapitalizmdagi konsentratsiyalar va tijorat tendentsiyalari bo'yicha mulkchilik strukturasi hal qiluvchi xususiyatini ta'kidlaydi.

MakChesni "raqamli aloqalar boshchiligida korporativ tijorat nazorati tugatiladi" degan liberal qarashni tanqid qiladi. Chunki, MakChesni fikricha, siyosiy iqtisod bilan bir qatorda aloqa tizimlarini ham ma'lum kuchlar boshqaradi. Aloqa texnologiyalari, ayniqsa, kapital egalari va operatorlari tomonidan quriladi va boshqariladi.

Yangi kommunikatsiya texnologiyalari va internet tarmog'i ustidan monopoliya uchun kurash global darajaga ko'tarilgani kompaniyalarning moliyaviy tuzilishi va moliyaviy harakatlarida yaqqol namoyon bo'lmoqda. Bog'diqon o'zining "Yangi media monopoliyasi" nomli asarida monopolistik bozorlar tomonidan yaratilganligini aytadi. media-kompaniyalar McChesney va Garnham yondashuvida bo'lgani kabi, tengsiz tuzilishga olib keladi. Bagdikanning so'zlariga ko'ra, jahon bozorida hukmronlik qilayotgan va raqamli infratuzilma bilan xizmat ko'rsatuvchi cheklangan miqdordagi transmilliy media kompaniyalari ierarxik tuzilmada. Bozorda hukmronlik

qiluvchi transmilliy kompaniyalar soni kam bo'lganligi sababli ular bozorning etarli va yuqori ulushini olishlari mumkin.

Tarmoq bozorida o'z ulushini oshiradigan kompaniyalar boshqa kichik kompaniyalarning bozorga kirishiga to'sqinlik qilishi va bozorni shakllantirish uchun monopol hokimiyatga ega bo'lishi mumkin. Masalan, Google qidiruv tizimi bozorning 70 foizini nazorat qiladi va uning ulushi ortib bormoqda. Google kompaniyasi o'z tarmog'i orqali olingan ma'lumotlarni boshqa kompaniyalarga sotish orqali kapital jamg'armasini oshiradi. Google tarmog'ining moliyaviy qiymati ulanishlar soniga mutanosib ravishda oshadi. Tarmoq qiymati foydalanuvchilar soniga qarab o'lchanishi va ortib borishi Garnhamning qaroriga ham kiritilgan.

Aloqa bozoridagi konsentratsiyalar turli sheriklik, qo'shilish va sotib olish natijasida yuzaga keladi. Bozorni kengaytirish uchun transmilliy kompaniyalar tomonidan amalga oshirilgan hamkorliklar, qo'shilishlar va sotib olishlar o'zaro mulkchilik kapitalini to'plash imkonini beradi.

Bettning so'zlariga ko'ra, bu tarkibiy o'zgarishlar "axborot ishlab chiqarish va tarqatishni markazlashtiradigan va aloqa vositalari ishlaydigan global kapitalizm kontekstida tuzilgan".

Yangi ommaviy axborot vositalaridagi ma'lumotlar, mahsulotlar va xizmatlar ortiqcha qiymat ishlab chiqarish imkonini beradi. Kapital egalari iste'molchilarning xulq-atvorini yo'naltirish va talab va taklif muvozanatini va foyda stavkalarini nazorat ostida ushlab turish uchun yangi kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanadilar. Mansellning fikriga ko'ra, avvalgi monopol kompaniyalarning bozordagi hukmron mavqeida ishlab chiqarish, taqsimlash va sotishning dialektik davomi ustunlik qiladi.

#### **Moddiy infratuzilma va ishlab chiqaruvchi kuchlar o'rtasidagi munosabatlar: tarmoqni boshqarish**

Tarmoqlar orqali axborot, mahsulotlar va moliya oqimini boshqarish mumkin. Yirik media-kompaniyalar o'z faoliyatini global miqyosda kengaytirish uchun yangi kommunikatsiya texnologiyalariga sarmoya kiritmoqda. Media kompaniyalari kompyuter va telekommunikatsiya kompaniyalari bilan raqamli infratuzilmani yaratish va internet-kontentni ishlab chiqarish uchun hamkorlik qiladi. Bozor iqtisodiyotida tobora keng tarqalgan konsentratsiyaga moyillik texnologik yaqinlashuv fenomeni bilan birga keldi. Teleradioeshittirish, telekommunikatsiya infratuzilmasi va IT-industriyasining yaqinlashuvi tarmoq iqtisodiyotining hozirgi texnologik asosidir. Tarmoq iqtisodiyoti tushunchasi axborot-kommunikatsiya texnologiyalariga asoslangan mahsulotlar, jarayonlar va xizmatlar hamda bilimga aylantirilgan axborotni boshqarish, qayta ishlash va tarqatish bilan bog'liq tarmoqlarni o'z ichiga olgan bozorni tavsiflash uchun ishlatiladi. Tarmoq iqtisodiyoti tarkibiga infratuzilma (apparat/dasturiy ta'minot) provayderlari, kirish provayderlari, xizmat ko'rsatuvchi provayderlar, kontent provayderlari va kontent ishlab chiqarish uchun sig'imli xizmat ko'rsatuvchi provayderlar kiradi.

Tarmoq iqtisodiyotida moddiy qiymatga ega bo'lgan ma'lumotlar masshtabni tejashga asoslanadi. Axborot texnologiyalarining birinchi nusxalarini ishlab chiqarish katta xarajatlar bilan, keyingi nusxalarini ko'paytirish esa juda kam xarajat bilan amalga oshiriladi. Xarajat mahsulot yetib boradigan iste'molchilar soniga qarab tez pasayadi. Shu sababli, axborot ishlab chiqarish ortishi bilan xarajatlar kamayadi, axborot ishlab chiqarish hajmi kamayishi bilan esa xarajatlar ortadi. Ishlab chiqarish tannarxi bilan taqqoslaganda, tarqatish xarajatlari kattaroq miqyosni qamrab oladi. Tarmoq iqtisodiyotiga tegishli mahsulotlar, xizmatlar va operatsiyalardan olingan

daromadlar raqamli tarmoqlarni tashkil qiladi. Qo'shimcha qiymatning to'planishi bilan o'sadigan kapital va kapital to'planishi bilan o'sib borayotgan ishlab chiqarish kuchlari investitsiya sohasini aylantiradi. Bozor ulushi va foyda olish uchun texnologiya rivojlanishidan strategik foyda ko'radigan ishlab chiqaruvchi kuchlar bozorda ustun mavqega ega bo'lish uchun raqamli aloqa muhitini boshqarishga harakat qilmoqda.

Kapitalistik tizim iqtisodiy faoliyat tarmoqlar hamkorligi orqali boshqarilishi asosida rivojlanadi. Garnhamning so'zlariga ko'ra, media tashkilotlari nafaqat ishlab chiqarish maqsadlarida, balki texnologik jihatdan ham tuzilgan tarqatish tarmoqlariga ega. Iqtisodiy sub'ektlar o'rtasidagi tovar va pul oqimi tarmoqlar orqali boshqariladi. Bir tomondan, tarqatish tarmoq orqali amalga oshirilsa, ikkinchi tomondan, iqtisodiy faoliyat tekshiriladi va tartibga solinadi.

Webster Garnxem bozor qoidalariga muvofiq kommunikatsiyaning shakllanishini tanqidiy nuqtai nazardan tushuntirayotganini qabul qilsa-da, u bu yondashuvni yanada davom ettirishni xohlashini ta'kidlaydi. Websterning fikricha, aloqa sohasidagi o'zgarishlar kengroq ijtimoiy munosabatlar doirasida ko'rib chiqilishi kerak. Chunki ijtimoiy qaror qabul qilinadigan bo'lsa, nafaqat iqtisodiy yoki texnologik jarayonlar, balki butun siyosiy, ijtimoiy, madaniy munosabatlar va tuzilmalar ham hisobga olinishi kerak. Bundan tashqari, Websterga ko'ra, markazlashtirilmagan faoliyatni muvofiqlashtirish mumkin bo'lgan yangi aloqa texnologiyalari ma'lum bir ijtimoiy doirada amalga oshirilayotgan faoliyatni markazlashtirish, nazorat qilish va nazorat qilish amaliyotini yaratishi mumkin. Websterning qat'iyati kengaytirilganda, markazlashtirilmagan va markazlashtirilgan aloqalar tarmoq tuzilishida bir-biri bilan o'zaro bog'langan va murosa va ziddiyatga qarshi kurashda joylashganligini aytish mumkin. Tarmoqni boshqarishda hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lgan tuzilmalarni markazlashtirilgan bo'linmalar, foydalanuvchilarning alohida faoliyatlarini esa markazlashtirilmagan birliklar sifatida tasniflash mumkin.

Yangi kapital jamg'arish rejimida ishlab chiqarish, aylanma va iste'mol amaliyotlari texnologiya bilan nazoratga olingan bo'lsa, zamonaviy davlat kuchayib borayotgan korporativ kapitalizm bilan birlashtirildi va texnologik vositalar bilan nazoratni har tomonlama kuchaytirdi.

Vaqt va makon kapital egalari tomonidan asbobning ishlab chiqarish va takror ishlab chiqarish funksiyalarini bajarish uchun axborot texnologiyalari bilan tashkil etiladi.

Ishlab chiqaruvchi kuchlar - bu yangi aloqa texnologiyalarini ishlab chiqishni moliyalashtiradigan va ushbu texnologiyadan foydalanadigan, shu bilan bozorda ustun mavqega ega bo'lgan segmentlar. Kapitalistik ijtimoiy munosabatlar doirasida yangi ommaviy axborot vositalari ushbu hukmron tuzilmalarni qayta ishlab chiqarish uchun tashkil etilgan. Hokimiyat va uning tarkibiy qismlari kapitalistik tuzumning moddiy sharoitlarida taqsimlanadi. Manselning so'zlariga ko'ra, ijtimoiy doiradagi hokimiyat munosabatlari teng taqsimlanmagan va yangi media muhitida qayta ishlab chiqariladi, uni ijtimoiy kontekstdan ajratilgan deb hisoblash mumkin emas.

Webster va Mansell texnologiyaning vaqt va makonni tashkil etish vazifasini tushuntirar ekan, diqqatni mazmun, mafkura va tengsizliklarni qayta ishlab chiqarishga qaratadi.

Kapitalizmning foyda olish uchun foydalaniladigan texnologik infratuzilma bilan kengayishi ba'zan raqobat va ba'zan hamkorlik orqali o'tadigan kuch munosabatlarini tugatmaydi.

Shiller ta'kidlaganidek, birliklar va markazlar o'rtasida umumiy ulanishlarni ta'minlaydigan tarmoqlar ko'p millatli kompaniyalarning quvvat imkoniyatlarini oshiradi. Raqamli kapitalizm

makon va vaqt cheklovlarisiz tijorat afzalliklarini ta'minlashga qaratilgan. Raqamli kapitalizmni ijtimoiy ko'paytirishda kompaniyalar asosiy rol o'ynaydi. Raqamli muhitni baholashda Shiller ilgari surgan argument Moskonning yondashuviga yaqin yondashuvni kuzatib boradi.

Adabiyotlarda ko'rinib turibdiki, aloqa tarmoqlarini nazorat qilish masalasi ishlab chiqarish kuchlari va moddiy infratuzilma o'rtasidagi munosabatlardan tashqari, ishlab chiqarish kuchlari va qaror qabul qiluvchilar o'rtasidagi munosabatlar kontekstida ko'rib chiqiladi. Bunday tasnif ushbu tadqiqotning yo'nalishini belgilab beruvchi farq bo'ldi.

### **Ishlab chiqaruvchi kuchlar va qaror qabul qiluvchilar o'rtasidagi munosabatlar: tarmoqni boshqarish**

Raqamli tizimning moddiy infratuzilmasi uchun asos bo'lgan ishlanmalar sodir bo'lgan 1950-yillar raqamlashtirishning boshlanishi hisoblanadi. Bank, sug'urta, avtomobil, energiya (neft) va boshqalar. Ushbu sohalaridagi kompaniyalar 1960-yillarda raqamli infratuzilmani yaratishni boshladilar. Amerika kompaniyalari onlayn tizimni yaratish va ommalashtirishda yetakchilik qildi.

1970-yillardan boshlab kapitalistik tuzilmaning o'zgarishi avvalgidan ko'ra ilg'or darajaga ko'tarildi: Birinchisi, kapital jamg'arish uslubidagi o'zgarishlar, shu jumladan ishlab chiqarish qanday va qaerda, kim tomonidan amalga oshiriladi, ikkinchisi esa uslubdagi o'zgarishlar. ijtimoiy tartib, shu jumladan siyosiy amaliyot va madaniy amaliyot. Kapitalni to'plash usulidagi o'zgarish post-fordizmning yuksalishini, fordist amaliyotidan farq qiluvchi jihatlari va ularning gibridd shaklda birgalikda ishlay boshlagan tuzilishini ifodalaydi. Bu davrda kapitalizm post-Fordist amaliyotlari va neoliberal siyosat bilan parallel ravishda rivojlanib, globallashtirish va tarmoq aloqasi orqali tarqalish imkoniyatini topdi.

Kapital jamg'arish rejimining o'zgarishi bilan yuzaga kelgan yangi tartibda transmilliy kompaniyalar tomonidan ishlab chiqarish jarayoni global tus oldi va davlatning kapital ustidan nazorati kamaydi. Kapital, tovarlar va xizmatlarning erkin aylanishini ta'minlash uchun davlatni tartibga solish va xususiyashtirish amaliyoti, boshqacha aytganda, neoliberal siyosat orqali chora-tadbirlar ko'rildi. Mexanik va markazlashtirilgan texnologik tizimdan axborot va tarmoqqa asoslangan tizimga o'tish sodir bo'ldi. Kapitalizmning yangi tarkibiy dinamikasi; globallashtirish, deregulyatsiya siyosati va davlat monopoliyasi sharoitida bozor hukmronligini oshirish. Global moliyaviy bozorlar post-Fordizmida yanada harakatchan va harakatchan bo'lib qoldi, ishlab chiqarish moslashuvchan bo'lib qoldi va talablarga osongina moslash mumkin.

Google kabi kompaniyalardan tashqari, siyosiy qaror qabul qiluvchilar ham raqamli aloqa muhitini siyosat va tartibga solish vositalari bilan boshqaradi. Ommaviy axborot vositalari va kompyuter kompaniyalari o'zlarining iqtisodiy maqsadlariga erishish uchun yangi kommunikatsiya texnologiyalariga sarmoya kiritadilar va ba'zan o'zlarining iqtisodiy mavqeini yaxshilash uchun siyosatchilarga qarshi lobbichilik faoliyati bilan shug'ullanadilar. Byurokratik, oqilona qoidalar va texnik standartlar tomonidan boshqariladigan raqamli aloqa muhiti nazorat mexanizmlarining ishlashini qo'llab-quvvatlaydi va kuchaytiradi. Hokimiyat munosabatlariga vositachi bo'lgan axborot shunchaki ob'ekt emas, hokimiyat munosabatlari yangi kommunikatsiya texnologiyalari yordamida qayta tashkil etilishi va tuzilmalanishini ko'rsatadi: "Axborot ijtimoiy munosabatlar bilan to'qiladi va kapitalistik jamiyatlarda hukmron bo'lgan hokimiyat

munosabatlari bilan vujudga keladi". Kapitalizmni tarmoqlar orqali tashkil etish bozor tizimini, tengsizliklarni va ayrim segmentlarning hukmronlik mavqeini to'xtatib qo'yishdan ko'ra mustahkamlaydi.

### **Xulosa**

Ko'rinishidan, yangi media boshqa ommaviy axborot vositalarida keng tarqalgan ba'zi tarkibiy elementlarni o'z ichiga oladi. Kapitalistik bozor tizimining ishlashi, axborotning tovarga aylanishi, tijoratlashtirish va kontsentratsiya faoliyati, shuning uchun mavjud tengsizliklar va ierarxik hokimiyat munosabatlarining yangi shakllarini egallash yangi media muhitida uzluksiz bo'lgan elementlardir. Yangi media an'anaviy ommaviy axborot vositalariga nisbatan ancha ilg'or xususiyatlar bilan jihozlangan bo'lsa-da, kapitalistik tizim ichida instrumental mavqega ega bo'ldi va birinchi navbatda ushbu tuzilma ehtiyojlarini qondirish uchun mo'ljallangan. Xabarlarini (vizual va yozma) bir vaqtning o'zida bir markazdan ko'p nuqtaga yoki bir markazdan boshqasiga o'tkazish imkonini beruvchi yangi media o'z foydalanuvchilariga global miqyosda ulanish va o'zaro ta'sir qilish imkoniyatini taqdim etadi.

Liberal yoki neoliberal texnologiya nutqi yangi media cheksiz erkinlik va demokratiya olib kelishini ta'kidlab, tarmoq tomonidan taqdim etilgan yangi imkoniyatlarning bo'rttirilgan ko'rinishini taqdim etadi. Boshqa tomondan, ushbu munozaralarning kengayishi bozorlar texnologiya tufayli o'zini o'zi boshqarishi va yanada oqilona va moslashuvchan bo'lishi mumkinligini ta'kidlab, neoliberal siyosatni oqlashga harakat qildi. Ushbu qarashning da'vosiga ko'ra, tarmoqlar bozorni davlat aralashuvisiz o'zini o'zi boshqarishga imkon beradi va bozorlarni ierarxik (yuqoridan pastga) cheklovlardan ozod qilib, darhol tartibga solish va markazlashtirilmagan (pastdan yuqoriga) boshqarish imkoniyatini beradi. boshqaruv.

Kapitalizm tarmoqlar atrofida tuzilgan va tarmoq tashabbuslari kapitalistik tizimning rivojlanishini ta'minlaydigan siyosat va birliklar tomonidan qo'llab-quvvatlanadi. Tarmoq texnologiyasi kapital sektori tomonidan ko'proq foyda olish va bozorlar hukmronligini kengaytirish uchun tuzilgan. Shu sababli, "bozordagi tartibga solish faoliyati tarmoq imkoniyatlari tufayli ishlayotgandek tuyulsa ham, bu faoliyatlar tarmoqning mulkchilik tuzilmasiga bo'ysunganligi sababli amalga oshiriladi". Axborot oqimini global kapitalizm, mulkchilik va boshqaruv mexanizmlari nuqtai nazaridan o'rganish kapital, kuch va tarmoq tuzilishi o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlashga imkon beradi.

Yangi ommaviy axborot vositalari orqali amalga oshiriladigan aloqa faoliyati mohiyatan global bozor mexanizmining bir qismidir. Yangi ommaviy axborot vositalari ozodlik vositasi sifatida qaraladi, chunki u foydalanuvchilarga tarkibni osongina ishlab chiqarish va almashish imkonini beradi. Biroq, transmilliy kompaniyalar va siyosiy qaror qabul qiluvchilar yangi kommunikatsiya texnologiyalari tomonidan ishlab chiqarilgan axborot maydoniga egalik qilish va boshqarish nuqtai nazaridan ustunlik qiladi. Yangi ommaviy axborot vositalari orqali sodir bo'ladigan ko'rinadigan munosabatlar va amaliyotlar ortida ma'lum bir guruh manfaati uchun ishlaydigan tarmoq tuzilishi mavjud. Shu sababli, yangi media global kapitalistik tizimni saqlab qolish va ijtimoiy kuzatuv va nazoratni ta'minlashda mafkuraviy rolga ega. Aytish mumkinki, yangi aloqa texnologiyalari teng bo'lmagan tuzilmalar va munosabatlarni takrorlaydigan tarzda tashkil etilgan. Yangi ommaviy axborot vositalariga tanqidiy siyosiy iqtisod yondashuvi vositaning jamiyatga o'zgartiruvchi ta'sirini emas, balki ijtimoiy tuzilma ichidagi joylashuvini

tushunishga qaratilgan. Shu nuqtai nazardan, yangi ommaviy axborot vositalari orqali vositachilik qiladigan amaliyot va amaliyotlar ishlab chiqarish munosabatlari bilan belgilanadi, degan ta'kidlash tanqidiy nutqning sohaga qo'shgan ajoyib hissasidir.

#### **REFEREMCES**

1. Raxmonqulova, N. (2024). THE ROLE OF CYBER SECURITY IN THE DIGITAL ECONOMY. *Modern Science and Research*, 3(1), 111–115.
2. Abdulloev, A. J., & Rakhmankulova, N. O. THEORETICAL ASPECTS OF THE INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP CONCEPT.
3. Mukhammedrizaevna, T. M., Bakhridinovna, A. N., & Olimovna, R. N. TOURIST LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT: STRATEGIES FOR REDUCING COST AND IMPROVING SERVICE. *Zbiór artykułów naukowych recenzowanych.*, 90.
4. Raxmonqulova, N. (2023). THE DEVELOPMENT OF CRYPTOCURRENCIES IN THE DIGITAL ECONOMY. *Modern Science and Research*, 2(10), 192-194.
5. Khudoynazarovich, S. A. (2021). An Opportunity of Internet Marketing in Tourism Sphere. *International Journal on Economics, Finance and Sustainable Development*, 3(3), 356-361.
6. Шадиев, А. Х. (2020). Факторы, влияющие на развитие экотуризма. *Достижения науки и образования*, (5 (59)), 31-32.
7. Bazarova, M. . (2024). DISTINCTIVE FEATURES OF PERSONAL MANAGEMENT IN THE ACTIVITIES OF COMMERCIAL BANKS. *Modern Science and Research*, 3(1), 563–567.
8. Supiyevna, B. M. (2022). Innovatsion iqtisodiyotda inson kapitalini boshqarish tizimini takomillashtirish.
9. Bahodirovich, K. B. (2023). EVOLUTION OF THE AUDITING PROFESSION IN THE SMART MACHINE AGE. *Gospodarka i Innowacje.*, 41, 450-454.
10. Khalilov Bahromjon Bahodirovich. (2023). The International Financial Reporting Standards (IFRS) Mean to Businesses and Investors in Uzbekistan. *Miasto Przyszłości*, 42, 746–750.
11. Jumayeva, Z. (2024). ROLE OF THE STATE IN REGULATING THE ECONOMY. *Modern Science and Research*, 3(1), 511-516.
12. Bustonovna, J. Z. (2023). INVESTMENTS IN HUMAN CAPITAL AND PECULIARITIES OF THIS PROCESS IN UZBEKISTAN. *International Journal of Education, Social Science & Humanities*. Finland Academic Research Science Publishers, 11(8), 36-44.
13. Abidovna, A. S. (2023). MODERN TRENDS IN MANAGEMENT STRATEGIES AND THEIR APPLICATION IN COMMERCIAL BANKS. *Gospodarka i Innowacje.*, 41, 326-332.
14. Shamsiya, A. (2023). HR MANAGEMENT AND COACHING IN THE INNOVATIVE ECONOMY AS A METHOD OF BUSINESS MANAGEMENT. *Modern Science and Research*, 2(10), 712–717.
15. Sodikova, N. (2024). OTMda “Iqtisodoyotda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va tizimlari” fanini o ‘qitishda raqamli texnologiyalarning o ‘rni. *Modern Science and Research*, 3(1), 1-4.



16. To'rayevna, S. N. (2024). TADBIRKORLIK SOHASINI MALAKALI KADRLAR BILAN TA'MINLASHNING ASOSIY YO'NALISHLARI.
17. Hakimovich, T. M. (2023). BOSHQARUVCHILARNING SAMARADORLIKKA ERISHISHDAGI PROFESSIONALLIGI. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 421-425.
18. Hakimovich, T. M. (2023). TA'LIM TIZIMI BOSHQARUVIDA PEDAGOGIK TAHLIL. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 415-420.
19. Jumayeva, Z. (2024). THE NEED FOR AN INNOVATIVE APPROACH IN MANAGING ORGANIZATIONS. *Modern Science and Research*, 3(1), 557–562.
20. Jumaeva, Z. (2021). Modern trends in the economic development of the regions of Uzbekistan. *InterConf.*
21. Akbarovna, N. N., & Bahodirovich, X. B. (2023). AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA MOLIYAVIY HISOBOTNING XALQARO STANDARTLARI ASOSIDA MOLIYAVIY HISOBOTLARINI TUZISH TARTIBI.
22. Nargiza, N. (2023). THE ROLE OF PROPERTY RELATIONS IN SOCIETY. *Modern Science and Research*, 2(12), 889-893.
23. Ikromov, E. (2024). THEORETICAL FOUNDATIONS FOR THE ORGANIZATION AND CAPACITY BUILDING OF EXECUTIVE EMPLOYEE LABOR IN PUBLIC ADMINISTRATION BODIES. *Modern Science and Research*, 3(1), 939-946.
24. Ibodulloyevich, I. E. (2023). MAHALLALARDA KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISH VA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISH. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 504-507.
25. Ibodulloyevich, I. E. (2023). MAHALLIY BUDJET DAROMADLARINI PROGNOZLASHTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISHDAGI MUAMMOLAR.