ISSN (Online): 2455-3662
EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR) - Peer Reviewed Journal
Volume: 12| Issue: 3| March2026|| Journal DOI: 10.36713/epra2013 || SJIF Impact Factor 2026: 8.753 || ISI Value: 1.188

THE ROLE OF MASS MEDIA IN PARLIAMENTARY ELECTIONS IN UZBEKISTAN

Jamshid Namozov
Researcher at the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan

ABSTRACT
The article analyzes the role and influence of mass media in the 2019 parliamentary elections of Uzbekistan. Based on the historical context of elections from 1994 to 2019, it demonstrates the evolution of the media system, the increase in transparency, the activation of digital platforms, the first-ever televised debates, and their impact on political culture.
KEYWORDS: *Parliamentary Elections, Mass Media, Media Evolution, Transparency, Televised Debates, Digital Media, Political Communication, 2019 Elections, Uzbekistan*

O‘zbekistonda parlament saylovlarida ommaviy axborot vositalarining o‘rni

Jamshid Namozov,
O‘zbekiston Jurnalistika va Ommaviy Kommunikatsiyalar Universiteti tadqiqotchisi
ORCID iD: 0009-0006-0273-0447

Annotatsiya: Maqola 2019 yilda o‘tkazilgan O‘zbekiston parlamenti saylovlarida ommaviy axborot vositalarining roli va ta’sirini tahlil qiladi. 1994–2019 yillardagi saylovlar tarixiga tayanib, media tizimining evolyutsiyasi, oshkoralik darajasining oshishi, raqamli platformalarning faollashuvi, birinchi marta o‘tkazilgan tele debatlar va ularning siyosiy madaniyatga ta’siri ko‘rsatib berilgan.
Kalit so‘zlar: parlament saylovlari, ommaviy axborot vositalari, media evolyutsiyasi, oshkoralik, tele debatlar, raqamli media, siyosiy kommunikatsiya, 2019 yil saylovlari, O‘zbekiston

Аннотация Статья посвящена анализу роли и влияния средств массовой информации в парламентских выборах 2019 года в Узбекистане. На основе исторического контекста выборов 1994–2019 годов показана эволюция медиасистемы, рост уровня открытости, активизация цифровых платформ, проведение первых в истории теледебатов и их воздействие на политическую культуру.

Ключевые слова: парламентские выборы, средства массовой информации, эволюция медиа, открытость, теледебаты, цифровые медиа, политическая коммуникация, выборы 2019 года, Узбекистан

2019-yil 22-dekabrda bo‘lib o‘tgan O‘zbekiston Respublikasi parlamentiga saylovlar mamlakat siyosiy tizimining modernizatsiyasi yo‘lida muhim bosqichlardan biri bo‘ldi. Ushbu siyosiy jarayon Prezident Shavkat Mirziyoyev rahbarligida amalga oshirilayotgan islohotlar, ochiqlik va demokratik qadriyatlarga tayangan yangi siyosiy davrning amaliy ifodasi sifatida e’tirof etiladi. Saylovlar nafaqat qonun chiqaruvchi hokimiyatning tarkibini yangilash, balki jamiyat va davlat o‘rtasidagi muloqotni mustahkamlash, deputatlik institutining xalq oldidagi mas’uliyatini oshirish nuqtayi nazaridan ham alohida ahamiyat kasb etdi. Shu bois 2019-yilgi saylovlar O‘zbekiston siyosiy hayotidagi ishonch, islohot va yangilanish g‘oyalarining sinov maydoniga aylandi.

Saylovoldi davrining o‘ziga xos jihati — ehtiyotkor optimizm va demokratik islohotlarga bo‘lgan ijobiy umid edi. Mirziyoyev ma’muriyati mamlakat boshqaruv tizimini soddalashtirish, inson huquqlarini ta’minlash hamda xalqaro munosabatlarda ochiqlik siyosatini ilgari surdi. Ayniqsa, ommaviy axborot vositalaridagi senzura yumshatilishi, jurnalistlar faoliyatiga kengroq imkoniyatlar yaratilishi va qo‘shni davlatlar bilan diplomatik aloqalarning yaxshilanishi siyosiy muhitni jonlantirdi. Natijada O‘zbekiston jamiyatida axborot erkinligi,

ISSN (Online): 2455-3662
EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR) - Peer Reviewed Journal
Volume: 12| Issue: 3| March2026|| Journal DOI: 10.36713/epra2013 || SJIF Impact Factor 2026: 8.753 || ISI Value: 1.188

tanqidiy fikr va jamoatchilik nazorati tamoyillari kuchayib, saylov jarayonlariga bo‘lgan ishonch sezilarli darajada oshdi.

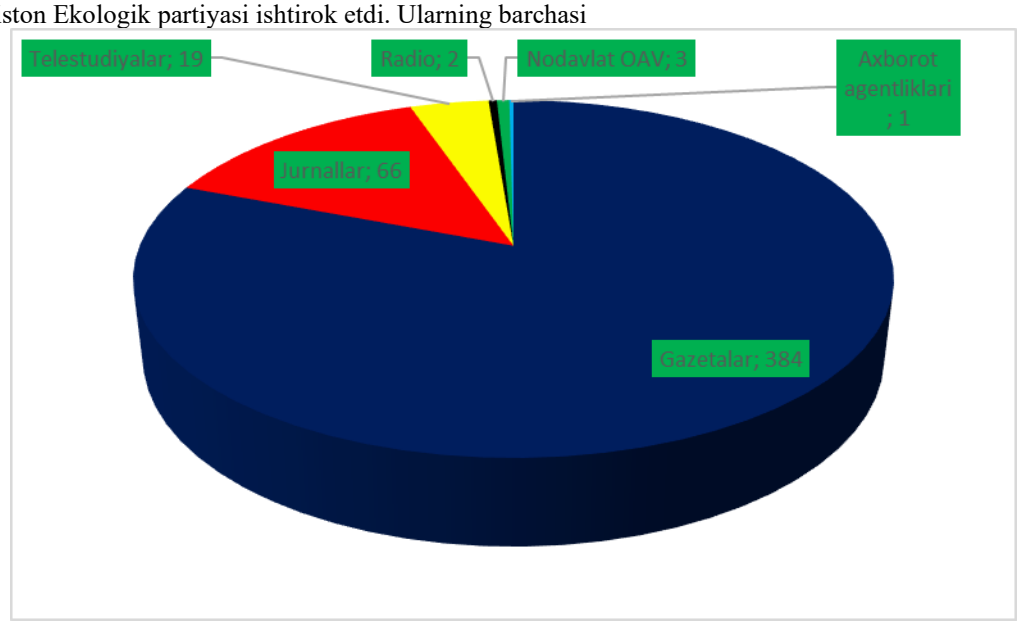
Bu davrda ommaviy axborot vositalarining saylovlardagi roli ham sifat jihatdan o‘zgardi. Agar 2004-yilgi saylovlarda Markaziy saylov komissiyasi huzuridagi Matbuot markazi faoliyati oshkoralikni ta’minlashdagi muhim mexanizm sifatida e’tirof etilgan bo‘lsa, 2019-yilga kelib media tizimi xalqaro standartlarga yaqinlashgan, raqamli platformalar orqali keng qamrovli yorituvni yo‘lga qo‘ygan edi. Milliy OAVning faoliyati saylovlarning oshkoraligini, xolisligini va fuqarolarning siyosiy jarayonlardagi faolligini oshirishga xizmat qildi. Shu tariqa, 2019-yilgi parlament saylovlari O‘zbekiston siyosiy tarixida demokratiyaning rivoji, axborot erkinligi va fuqarolik ishtirokini kuchaytirgan turning nuqtasi sifatida muhim o‘rin tutadi[1].

2019-yilgi O‘zbekistonda parlament saylovlari proporsional va majoritar tizim elementlarini o‘zida mujassam etgan aralash saylov tizimida o‘tkazilgan. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasiga ko‘ra, Oliy Majlis, parlamentning quyi palatasi besh yil muddatga saylanadi[2]. Yevropada Xavfsizlik va Hamkorlik Tashkiloti (YXHT) saylov tizimini demokratik saylovlarni o‘tkazish uchun huquqiy asos sifatida ta’rifladi, biroq xalqaro standartlarga moslashish uchun yanada takomillashtirish zarurligini ham ta’kidladi[3].

2019-yilgi O‘zbekiston Respublikasi parlamentiga saylovlarda beshta siyosiy partiya — O‘zbekiston Liberal-demokratik partiyasi, “Milliy tiklanish” demokratik partiyasi, Xalq demokratik partiyasi, “Adolat” sotsial-demokratik partiyasi va O‘zbekiston Ekologik partiyasi ishtirok etdi. Ularning barchasi Markaziy saylov komissiyasi tomonidan qonuniy tartibda ro‘yxatga olingan bo‘lib, turli siyosiy g‘oyalar, manfaatlar va ijtimoiy qatlamlarni ifodaladi. Bu holat O‘zbekiston siyosiy tizimida plyuralizm va raqobat muhitining shakllanib borayotganini ko‘rsatdi.

2019-yilgi saylovlarni to‘g‘ri talqin etish uchun ularning tarixiy kontekstiga murojaat zarur. Chunki 1994–2019-yillar oralig‘ida O‘zbekiston saylov tizimi shakllanish va institutsional rivojlanish bosqichlarini bosib o‘tdi. 1994-yilda tashkil etilgan dastlabki parlament saylovlarida maxsus axborot markazi mavjud bo‘lmagan, OAVlarning aksariyati esa davlat tasarrufida edi (2-diagramma). Shu bois saylov jarayonlarini yoritishda Markaziy saylov komissiyasi asosan ma’muriy mexanizmlardan foydalangan. Statistik ma’lumotlarga ko‘ra, o‘sha davrda atigi uchta nodavlat OAV saylov kampaniyasini yoritgan, jami 927 ta OAV ishtirok etgan bo‘lsa-da, ularning aksariyati an’anaviy matbuot vositalari edi.

1999-yilda esa “Markaziy saylov komissiyasi to‘g‘risida”gi qonunning qabul qilinishi ushbu institut faoliyatini yangi bosqichga olib chiqdi. Aynan ikkinchi chaqiriq Oliy Majlisiga saylovlar jarayonida Markaziy saylov komissiyasi huzurida maxsus Matbuot markazi tashkil etilib, u jurnalistlar uchun axborot almashinuvining rasmiy platformasiga aylandi. Shu tariqa saylovlarni yoritish jarayoni tizimlashtirildi: 22 ta nodavlat va 100 dan ortiq xalqaro OAV vakillari jarayonni kuzatib bordilar. Mazkur o‘zgarish O‘zbekiston saylov amaliyotida oshkoralik, xolislik va xalqaro hamkorlik tamoyillarining mustahkamlanishiga xizmat qildi (3-diagramma).



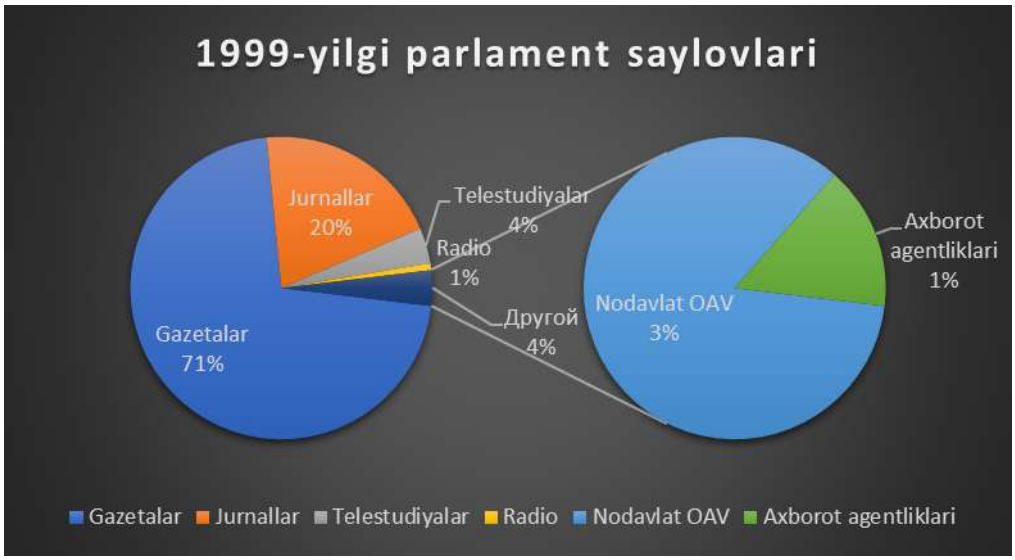
2-Diagramma

[1] *Qudratxo'jaev SH. T. O'zbekistonda professional parlament tizimining siyosiy institut sifatida shakllanishi va rivojlanishi istiqbollari. T.: “Sharq” NMAK, 2007. 135-b.*

[2] *O’zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi 91-modda: https://constitution.uz/oz/clause/index#section23*

[3] *Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE). OSCE/ODIHR Election Observation Mission Final Report - Republic of Uzbekistan Parliamentary Elections. https://www.osce.org/odihr/elections/uzbekistan/428690*

ISSN (Online): 2455-3662
EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR) - Peer Reviewed Journal
Volume: 12| Issue: 3| March2026|| Journal DOI: 10.36713/epra2013 || SJIF Impact Factor 2026: 8.753 || ISI Value: 1.188



3-Diagramma

YeXHTning (Yevropada Xavfsizlik va Hamkorlik Tashkiloti) bu saylovlar bo‘yicha bergan bahosi, ayniqsa, O‘zbekistonning saylov jarayonlari va ularning xalqaro talablarga mosligi borasida muhim xulosalar beradi. YeXHT saylovlarni kuzatish uchun 17 kishilik baholash missiyasini yuborgan bo‘lsa-da, to‘liq kuzatuvchilar guruhini yuborishdan bosh tortdi. Bu holat jurnalistik nuqtai nazardan muhim masalalarni o‘rtaga tashlaydi. YeXHTning bahosiga ko‘ra, O‘zbekiston 1999-yilgi saylovlarni erkin va adolatli o‘tkazish bo‘yicha o‘z zimmasiga olgan majburiyatlarni to‘liq bajarmagan deb topgan. Xususan, ikki muxolifat partiyasining saylovlarda ishtirok etishiga ruxsat berilmagani saylovlarning legitimligiga shubha uyg‘otgan. Bu holat jurnalistika nuqtai nazaridan muhim axborot manbai sifatida qaralishi mumkin, chunki xalqaro tashkilotlarning bunday fikrlari fuqarolik jamiyati va demokratiyaning rivojlanishiga ta’sir ko‘rsatadi[4]. Shunga qaramasdan, aytish kerakki, tashrif buyurgan deyarli barcha OAVlar diplomatik korpus vakillari bo‘lgan. Ularda umumiylik ham mavjud edi.

Xususan, masalan, O‘zbekiston tomonidan mustaqil ravishda YeXHTning ushbu bahosi xalqaro OAV tomonidan keng yoritilgan. “BBC News” va “The New York Times” kabi nashrlar O‘zbekiston saylovlarini demokratik mezonlarga muvofiqligi nuqtai nazaridan tanqid qilgan maqolalarni e’lon qilishdi. Ushbu maqolalarda YeXHTning e’tirozlari asosiy mavzu sifatida ko‘tarilgan. Ikki gazetada ham chop etilgan maqolalarda amaldagi prezident partiyasining g‘alaba qozonganiga e’tibor qaratgan “Uzbek President's Party Wins Parliamentary Elections”[5] va “Uzbek elections: President's party claims victory”[6] kabi maqolalar e’lon qilingan.

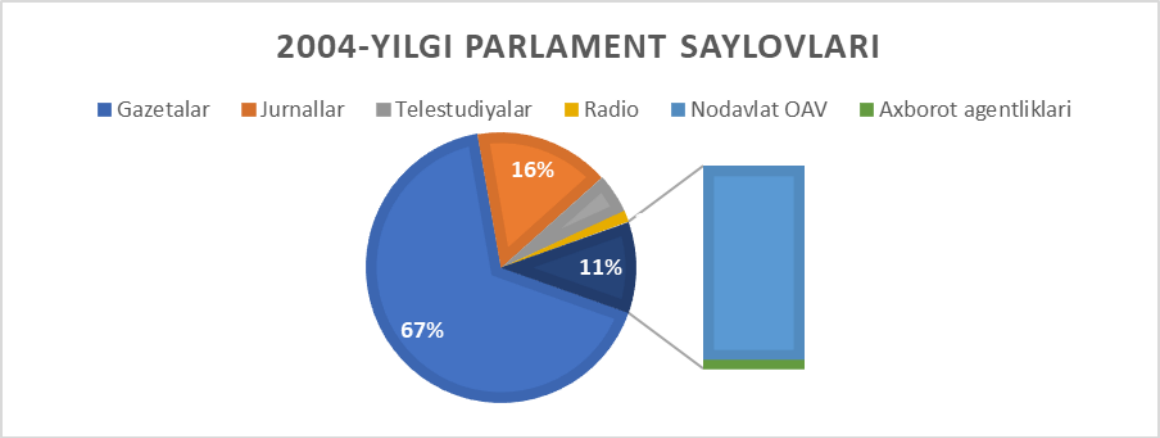
Mahalliy OAVning YeXHT baholariga munosabati va xalqaro OAV yondashuvi o‘rtasida sezilarli farqlar mavjud edi. Mahalliy nashrlar ko‘pincha YeXHTning baholarini yoritishda ehtiyotkorlik bilan yondashgan bo‘lsa, xalqaro nashrlar bu masalani ochiq tanqidiy yoritdi. Bu holat jurnalistikaning turli madaniy va siyosiy kontekstlarda qanday ishlashini ko‘rsatadi. 2004-yilgi parlament saylovlari O‘zbekistonning saylov tizimini shaffof va demokratik tamoyillarga moslashtirish yo‘lidagi muhim bosqichlardan biri bo‘ldi. Ushbu saylovlarning o‘ziga xos jihati Markaziy saylov komissiyasi tizimida Matbuot markazi bilan bir qatorda matbuot xizmatining faoliyat yuritishi edi. Bu MSKning ommaviy axborot vositalari va jamoatchilik bilan ishlashga qaratilgan e’tiboridan dalolat beradi.

Saylovlarni keng yoritish uchun Markaziy saylov komissiyasi tomonidan 300 dan ortiq mahalliy va 107 xorijiy ommaviy axborot vositasi vakillari akkreditatsiyadan o‘tkazildi. Matbuot markazida ular uchun barcha zaruriy sharoitlar yaratildi. Maxsus matbuot anjumanlari tashkil etilib, doimiy ravishda axborot bayonotlari orqali saylov jarayoniga oid so‘nggi yangiliklar yetkazib berildi. Saylov kuni Matbuot markazida jarayonni jonli va uzluksiz yoritish uchun barcha zarur infratuzilma ta’minlandi.

O‘zbekiston televideniyesi saylov jarayonini aholiga yetkazish uchun har soat boshida maxsus dasturlarni efirga uzatdi. Bu dasturlar orqali aholiga saylov jarayonlari to‘g‘risida tezkor va to‘liq axborot yetkazib turildi. Shu bilan birga, jahon telekompaniyalari ham Matbuot markazidan o‘z yangilik va reportajlarini tayyorlash imkoniyatiga ega bo‘ldi. OAVlarning bu saylovni yoritishda tutgan o‘rni diagramma orqali quyida keltirilgan bo‘lib, unda gazeta, jurnal, radio, telestudiyalar va nodavlat ommaviy axborot vositalarining faoliyati aks ettirilgan. Shu diagrammani tahlil qilish orqali ushbu jarayonlarning yoritilishidagi mutanosiblik va tahliliy jihatlarni batafsil o‘rganish mumkin.Jahon telekompaniyalari ham matbuot markazidan o‘z yangilik va reportajlarini tayyorlashdi (4-diagramma).

[4] *http://archive.ipu.org/parline-e/reports/arc/2343_99.htm*
[5] *https://www.nytimes.com/1999/01/20/world/uzbek-president-s-party-wins-parliamentary-elections.html*
[6] *http://news.bbc.co.uk/2/hi/world/monitoring/258073.stm*

ISSN (Online): 2455-3662
EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR) - Peer Reviewed Journal
Volume: 12| Issue: 3| March2026|| Journal DOI: 10.36713/epra2013 || SJIF Impact Factor 2026: 8.753 || ISI Value: 1.188



4-Diagramma

Oliy Majlis deputatligiga saylovlarning yana bir muhim bosqichi 2009-yil o‘tkazilgan saylovlar bo‘ldi. Mazkur saylovda saylovchilar ro‘yxatiga 17 million 215700 nafar fuqaro kiritildi. Fuqarolarimiz saylash va saylanish huquqlaridan to‘la foydalanishi, konstitutsiyaviy burchini ado etishi uchun barcha saylov uchastkalarida puxta hozirlik ko‘rildi, targ‘ibot-tashviqot ishlari olib borildi. Saylovchilar, xususan, saylov uchastkasiga bevosita borolmaydigan nogironlar, keksalar, bemorlar uchun ham zarur sharoit va imkoniyatlar Milliy qonunchiligimizda belgilangan xalqaro demokratik tamoyillar - teng saylov huquqi, ochiqlik va oshkoralik, muqobillik tamoyillari asosida tashkil etilgan O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi deputatlari saylovida 36 ta davlatdan va to‘rtta xalqaro tashkilot - Yevropada Xavfsizlik va Hamkorlik Tashkilotining Demokratik institutlar va inson huquqlari byurosi, Mustaqil Davlatlar Hamdo‘stligi Ijroiya Qo‘mitasi, Shanxay Hamkorlik Tashkiloti va Islom Konferentsiyasi Tashkilotidan 270 dan ziyod xalqaro kuzatuvchi ishtirok etib, saylovning ochiq-oshkora, transparentlik asosida o‘tishini bevosita kuzatib bordi. Bundan tashqari, O‘zbekiston Respublikasi Markaziy saylov komissiyasi, hududiy saylov komissiyalari tomonidan mamlakatimiz va chet el ommaviy axborot vositalarining 630 dan ziyod vakillari saylov jarayonini keng yoritib bordi. Saylovda deputatlikka nomzodlar ko‘rsatgan siyosiy partiyalarning 30 mingdan ziyod kuzatuvchilari va 30 mingdan ortiq vakolatli vakillari qatnashdi.Markaziy saylov komissiyasi Matbuot markazida mahalliy va xorijiy ommaviy axborot vositalari vakillari uchun muntazam brifinglar tashkil etilib, ularda saylovning borishi haqida izchil ravishda ma’lumotlar berib turildi.

Saylovlarni yoritilishi esa 2009-yilda avvalgi yillarga nisbatan yanada mukamallashdi. Jahon ommaviy axborot vositalarida mamlakatimizda o‘tkazilgan saylovlarni yoritilishi ham yangicha muhim siyosiy tajriba sifatida edi, deb baholash mumkin. 2014-yil 21-dekabr kuni O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi deputatligiga saylovlar bo‘lib o‘tdi. Mazkur saylov avvalgi saylovlardan yana bir muhim jihati bilan farqlani bu saylovda ilk bora elektron OAV sifatida ro‘yxatdan o‘tgan Internet saytlari ham ishtirok etishi bo‘ldi. Saylov jarayonini 550 dan ortiq milliy va 120 dan ziyod xorijiy ommaviy axborot vositalari, shu jumladan, 180 dan ortiq internet-nashrlar yoritib bordi. Saylovga tayyorgarlik ko‘rish va uni o‘tkazish bilan bog‘liq 9 mingdan ortiq materiallar e’lon qilindi.

Mazkur saylovga bag‘ishlab Darakchi.uz sayti 18 dekabr 2014 yil kuni e’lon qilgan “20 million 895 ming 572 fuqaro saylovda ishtirok etadi” nomli maqolasida jumladan shunday deyiladi. “Internet, xususan, ijtimoiy tarmoqlar, siyosiy partiyalar veb-saytlari, shuningdek, internet-nashrlar imkoniyatlaridan keng foydalanilmoqda. Bir so`z bilan aytganda, saylovchilarning siyosiy partiyalar saylovoldi platformalari, deputatlikka nomzodlarning kelajakdagi faoliyati, eng munosiblarini saylashni ta`minlash maqsadida ularning shaxsiy fazilatlari bilan tanishish uchun barcha sharoitlar yaratilgan.”[7]

Saylov jarayonlari va ularni yoritishni yangi davri sifatida bemalol 2019-yil 22-dekabr kuni O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi va hududiy Kengashlar deputatligi uchun o‘tkailgan “Yangi saylovlar: yangi O‘zbekiston” saylovlarini e’tirof etishimiz mumkin. Markaziy saylov komissiyasining Matbuot xizmati tomonidan 2019-yil yanvar-iyul oyi davomida OAV larida 80ga yaqin marotaba chiqishlar qilingan. Ulardan 16 tasi televideniye, 10 ga yaqini gazeta va jurnal nashrlarida hamda 50 dan ortig‘i internet saytlarida chiqarilgan materiallardir. Saylovoldi targ‘ibot va tashviqot uchun 2019-yil 25-sentyabr holatiga Qoraqalpog‘iston Respublikasi, Toshkent shahri va viloyatlarda jami 1363 targ‘ibot tadbirlari o‘tkazildi. Shundan, 1059 ma’ruza, davra suhbati va seminarlar o‘tkazilib ularda 50710 nafar ishtirokchi qatnashdi. Tadbirlarning 321 tasi mehnat jamoalarida, 446 tasi mahallalarda, 130 tasi ta'lim muassasalarida, 162 tasi turli idoralarda o‘tkazildi. 48 marotaba televideniyeda, 51 marotaba radioda, 135 marotaba gazeta, jurnal, sayt va ijtimoiy tarmoqlarda chiqishlar qilindi. 10280 nusxada 66 nomdagi flaer, bukletlar, 4 plakat, 10 bannerlar tayyorlanib tarqatildi. Markaziy saylov komissiyasi tomonidan 20 sentyabrda saylov kampaniyasi e’lon qilingandan boshlab saylov jarayonlarining OAV yoritilishi yuzasidan monitoring olib borildi. Xususan, 2019-yilning 20-sentyabr oyidan 27-dekabr holatiga ko‘ra, televidenieda – 16 738 ta, radiokanallarda – 6914 ta, bosma ommaviy axborot vositalarida – 4771ta, veb-saytlarda – 2278 ta, telegram kanallarida 3435 ta yaqin, ijtimoiy tarmoq sahifalarida – 6723 ta, jami respublika bo‘yicha – 40 860ga yaqin saylovga oid

[7] *https://darakchi.uz/oz/7417*

ISSN (Online): 2455-3662
EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR) - Peer Reviewed Journal
Volume: 12| Issue: 3| March2026|| Journal DOI: 10.36713/epra2013 || SJIF Impact Factor 2026: 8.753 || ISI Value: 1.188

materiallar berildi. Ularning 20 500 dan ortig‘i MSK ma’lumotlari va matbuot xizmati press-relizlariga tayangan holda tayyorlanagan media mahsulotlardir. Bundan tashqari, 40 800dan ortiq siyosiy partiyalarga oid axborotlar e’lon qilingan. Markaziy saylov komissiyasi hamda Milliy teleradiokompaniya, Milliy axborot agentligi, “Dunyo” axborot agentligi va O‘zbekiston elektron ommaviy axborot vositalari Milliy assotsiatsiyasi bilan ikki tomonlama kelishuv bayonnomalarini tuzish yuzasidan 13.09.2019 yil kelishuv bitimlari imzolandi va OAVlarida keng yoritildi. Saylov kampaniyasi monitoringini yuritgan ekspertlarning ma’lumotlariga qaraganda, ommaviy axborot vositalari, shuningdek, ijtimoiy tarmoqlar hamda telegram kanallarda turli tillarda saylovlarga bag‘ishlangan jami 42 mingdan ortiq, jumladan, 4 mingga yaqin tanqidiy ruhdagi chiqishlar qayd etildi. Aytish mumkinki, bu O‘zbekistondagi medianing bunday katta qamrovdagi birinchi saylovi edi.

2019-yilgi parlament saylovlari O‘zbekiston saylov jarayonlarining mediademokratik bosqichga o‘tganini amaliy jihatdan tasdiqladi. Statistik ma’lumotlar shuni ko‘rsatadiki, saylov kampaniyasi doirasida OAVlar faoliyatida ko‘lam, shakl va tahlil darajasi bo‘yicha sifat o‘zgarishlari yuz berdi. Markaziy saylov komissiyasining axborot siyosati ochiqlik va jamoatchilik ishonchini oshirishga qaratilgan bo‘lib, birinchi marta monitoring tizimi va media bilan ikki tomonlama kelishuv asosida ishlash mexanizmi joriy qilindi.

Shuningdek, raqamli kommunikatsiya vositalarining — xususan, Telegram kanallari va ijtimoiy tarmoqlarning — saylov kampaniyasidagi faol ishtiroki fuqarolik jurnalistikasi va interaktiv siyosiy kommunikatsiya elementlarini shakllantirdi. Bu holat O‘zbekiston mediatizatsiya jarayonining yangi bosqichini belgilab berdi, bunda davlat idoralari, siyosiy partiyalar va jamoatchilik o‘rtasida axborot almashinuvi ikki yo‘nalishli tus oldi. Umuman olganda, 2019-yilgi saylovlar nafaqat siyosiy, balki media tizimining evolyutsiyasi nuqtayi nazaridan ham yangi tarixiy burilish bo‘ldi: bu davrda ommaviy axborot vositalari nafaqat axborot uzatuvchi, balki ijtimoiy fikr shakllantiruvchi mustaqil institut sifatida faoliyat yurita boshladi (1-jadval).

Tahlil yo‘nalishi	Asosiy faktlar	Ilmiy izoh
Axborot faoliyati	MSK matbuot xizmati tomonidan 80 dan ortiq chiqish (TV – 16, matbuot – 10, internet – 50+)	Bu faoliyat Markaziy saylov komissiyasining axborot siyosatini tizimlashtirish va ochiqlik tamoyillarini mustahkamlashini ko‘rsatadi.
Targ‘ibot tadbirlari	1363 ta tadbir, 50 mingdan ortiq ishtirokchi	Fuqarolik faolligi va siyosiy kommunikatsiyaning gorizontal shaklini kuchaytirgan.
Media chiqishlar	40 mingdan ortiq material (TV, radio, bosma, veb, Telegram, ijtimoiy tarmoqlar)	Raqamli media va ijtimoiy tarmoqlar saylov kommunikatsiyasining asosiy maydoniga aylangan.
Axborot manbalari	20 500 ta material MSK press-relizlariga tayangan	Rasmiy axborot ustuvorligi saqlangan, lekin mustaqil tahliliy chiqishlar ham ortgan.
Tanqidiy materiallar	4 mingga yaqin tanqidiy chiqishlar qayd etilgan	Bu raqam medianing avvalgi saylovlarga nisbatan mustaqilligi va tanqidiy madaniyati o‘sayotganini anglatadi.

1-Jadval

2019-yilgi O‘zbekiston parlament saylovlari arafasida ommaviy axborot vositalari, xususan, televideniye, matbuot va raqamli platformalar jamoatchilik fikrini shakllantirishda hal qiluvchi rol o‘ynadi. Saylovoldi davrda an’anaviy media vositalari — televideniye va gazetalar — saylovchilarni nomzodlar, siyosiy partiyalar va ularning dasturlari bilan tanishtirishda asosiy kommunikativ kanal vazifasini bajardi. Shu bilan birga, yangi media vositalarining faol ishtiroki O‘zbekiston saylov kommunikatsiyasining dinamik va ko‘p platformali modelga o‘tganini ko‘rsatdi.

“Turli va dinamik rol” atamasi ommaviy axborot vositalarining turli kanallarda o‘z auditoriyasiga mos yondashuvni qo‘llaganini, ya’ni televideniye, matbuot va onlayn platformalar o‘rtasida funksional taqsimot vujudga kelganini anglatadi. Televideniye, ayniqsa, asosiy axborot manbai sifatida o‘z yetakchi mavqeini saqlab qoldi. “O‘zbekiston 24”, “Yoshlar” va “Mahalla” kabi davlat telekanallari saylov kampaniyasining bosqichma-bosqich jarayonlarini muntazam yoritib bordi. Shu bilan birga, “Zo‘rTV” singari xususiy telekanallar ham ijtimoiy aksiyalar va maxsus roliklar orqali fuqarolik faolligini targ‘ib qildi. Masalan, imkoniyati cheklangan fuqaroning ovoz berish jarayonini aks ettirgan rolikning YouTube’da 2 million martadan ortiq tomosha qilinishi, O‘zbekiston mediasida raqamli auditoriyaning sezilarli faollashganidan dalolat beradi[8]. Umuman olganda, 2019-yilgi saylovoldi kampaniyasi O‘zbekiston mediatizatsiya jarayonining yangi bosqichini boshlab berdi: bunda an’anaviy va raqamli media o‘zaro integratsiyalashib, siyosiy axborot makonida fuqarolik ishtirokini kengaytiruvchi mexanizm sifatida shakllandi.

2019-yilgi parlament saylovlarida O‘zbekiston televideniyesi, bosma nashrlar va raqamli platformalar o‘zaro uyg‘unlashgan ko‘pkanalli kommunikatsion tizimni shakllantirdi. Televideniye, ayniqsa “O‘zbekiston 24” telekanali, bu jarayonda markaziy axborot maydoniga aylandi. Telekanalda saylov qonunchiligi, tartib-qoidalar, saylovchilar ro‘yxatiga qo‘shilish va ovoz berish jarayonlari haqida maxsus dasturlar efirga uzatilib, jamoatchilikning huquqiy savodxonligini oshirishga qaratilgan ko‘rsatuvlar muntazam yoritildi. Shuningdek, siyosiy partiyalar va nomzodlar uchun amaldagi qonunchilik asosida teng efir vaqti ajratildi. Bu holat O‘zbekiston televideniyesida saylov jarayonining oshkoraligi

[8] *https://www.youtube.com/watch?v=LKmScJmhWVY*

ISSN (Online): 2455-3662
EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR) - Peer Reviewed Journal
Volume: 12| Issue: 3| March2026|| Journal DOI: 10.36713/epra2013 || SJIF Impact Factor 2026: 8.753 || ISI Value: 1.188

va xolislik prinsiplarining amalda ta’minlana boshlaganidan dalolat beradi.
Birinchi marotaba “O‘zbekiston 24” telekanalida nomzodlar o‘rtasida jonli debatlar tashkil etilishi esa saylovchilar faolligini oshirish va siyosiy madaniyatni rivojlantirish yo‘lidagi muhim tajriba bo‘ldi. Televideniye shu tariqa nafaqat axborot tarqatuvchi, balki siyosiy muloqotni shakllantiruvchi interaktiv platforma sifatida ham namoyon bo‘ldi.

An’anaviy bosma nashrlar esa axborotni chuqur tahliliy yondashuvda yoritish orqali o‘zining analitik vazifasini saqlab qoldi. Jumladan, “Xalq so‘zi” va “Yangi O‘zbekiston” gazetalarida saylov qonunchiligi, nomzodlarning dasturlari va xalqaro tajriba haqida maqolalar tizimli ravishda chop etildi. “Xalq so‘zi” gazetasining “Ovoz bering: Har bir ovoz muhim” shiori ostidagi materiallar fuqarolarda siyosiy mas’uliyat hissini oshirishga xizmat qildi. 2019-yil 29-noyabr sonida chop etilgan “Muvaffaqiyatga eltuvchi 12 qadam” maqolasida XDP nomzodlarining asosiy saylovoldi g‘oyalari tahlil qilingan bo‘lsa, shu sondagi Rahim Sherqulovning “Koreya Respublikasida saylov uchastkalari faoliyati qanday tashkil etilayapti” maqolasi xorijdagi vatandoshlarning saylovlarda ishtirokiga oid muhim ma’lumotlarni yoritdi[9].

Raqamli platformalar — Telegram, Facebook va Instagram — yosh saylovchilarni jalb etishda yangi kommunikatsion maydonga aylandi. Bu platformalarda interaktiv postlar, videoroliklar, hamda onlayn muhokamalar orqali siyosiy jarayonlarning ochiqligi va ishtirokchilik muhitini kuchaytiruvchi mexanizmlar shakllandi. Shu tariqa 2019-yilgi saylov kampaniyasi an’anaviy va raqamli medianing sinteziga asoslangan “gibrid kommunikatsiya modeli” sifatida namoyon bo‘ldi.

Xalqaro media bilan hamkorlik esa saylov jarayonining oshkoraligini mustahkamladi. Amerika Ovozi nashrining jurnalisti Navbahor Imomova tomonidan tayyorlangan “Saylov–2019: partiyalar hokimiyat uchun kurashyaptimi?” kabi videoreportajlar xalqaro auditoriyaga O‘zbekiston siyosiy hayotidagi yangi o‘zgarishlarni yetkazdi[10]. Bu holat O‘zbekiston mediasining global axborot maydoniga integratsiyalashuvini va mamlakatdagi saylov amaliyotining xalqaro e’tiborda tahlil qilinayotganini ko‘rsatdi. Umuman olganda, 2019-yilgi saylov kampaniyasi O‘zbekiston OAV tizimida pluralizm, ochiqlik va raqamli transformatsiya jarayonlari jadallashgan bosqich sifatida tarixda qoldi.

2019-yilgi O‘zbekiston parlament saylovlari jarayonida mamlakatning media landshafti keskin o‘zgarish bosqichini boshdan kechirdi. Pensilvaniya universiteti professori Pamela Blakmon o‘z tadqiqotida ta’kidlaganidek, davlat telekanallari va gazetalari saylov qonunchiligi, saylovchilarning ro‘yxatga olinishi va ovoz berish jarayonlarini keng yoritgan[11]. Bu holat ommaviy axborot vositalarining fuqarolik ongini oshirishdagi rolini kuchaytirgan bo‘lsa-da, mazmunan rasmiy axborotga tayanish ustunligini saqlab qoldi.

Raqamli kommunikatsiyaning rivojlanishi saylovoldi axborot muhitini yangi bosqichga olib chiqdi. Niketa Makarenko bu jarayonni “yangi liberalizatsiya davri” deb atab, onlayn media va mustaqil tahliliy kontentning jonlanishini qayd etgan[12]. Internetning keng ommalashuvi fuqarolarga muqobil manbalar orqali siyosiy jarayonlar haqida fikr almashish imkonini berdi, natijada Telegram, Facebook va Instagram saylovchi auditoriyasining muhim axborot manbaiga aylandi. Shu bilan birga, “The Foreign Policy Centre” tomonidan chop etilgan “Media Landscape in Uzbekistan” tahlilida O‘zbekiston mediasi hali ham davlat nazorati ta’sirida ekani, bu esa jurnalistik erkinlikni cheklab, tahririy mustaqillikka to‘siq bo‘layotgani qayd etiladi.

Mazkur tahlillarda shuningdek, raqamli platformalarda nisbatan erkin muhokama maydoni yuzaga kelgani, biroq internetdagi tsenzura va monitoring amaliyoti jurnalistlar orasida o‘z-o‘zini senzura qilish holatini kuchaytirgani ta’kidlanadi. Bu, o‘z navbatida, raqamli medianing imkoniyatlari bilan birga uning strukturaviy cheklovlarini ham ochib beradi. Ommaviy axborot vositalarining saylovoldi jarayondagi roli, Freedom House va IWPR (Institute for War and Peace Reporting) hisobotlarida, “saylovlarni ijobiy ohangda yoritish” va “tanqidiy fikrlar uchun cheklangan joy” mavjudligi bilan tavsiflanadi. Ayniqsa, davlat OAVlari saylov jarayonining tinch va demokratik kechayotganini ta’kidlovchi materiallarni ustuvor yo‘nalish sifatida tanlagan. Shu bilan birga, mustaqil kuzatuvchilar tomonidan “Human Rights Watch” hisobotida ommaviy axborot vositalarida muxolif fikr va alternativ pozitsiyalarning kam yoritilgani, ayrim partiyalarning ustuvor obrazda ko‘rsatilgani qayd etilgan[13].

2019-yilda bo‘lib o‘tadigan O‘zbekistonda bo‘lib o‘tadigan parlament saylovlarida ommaviy axborot vositalarining saylovchilarni idrok etishi va faolligiga ta’siri muhim bo‘lib, saylovchilarning saylov jarayoni bilan o‘zaro munosabati va uni tushunishini shakllantirdi[14]. Ommaviy axborot vositalarining saylov haqidagi fikrini shakllantirishda muhim rol o‘ynadi. Ommaviy axborot vositalarida, xususan, davlatga qarashli ommaviy axborot vositalarida tarqatilayotgan xabarlarning ohangi va mazmuni ko‘pincha saylovni ijobiy ko‘rsatib, jarayonning demokratik mohiyati va saylovchilar uchun mavjud tanlovlar mavjudligini ta’kidladi. Ommaviy axborot vositalarida saylovchilarni saylovlarda faol ishtirokini rag‘batlantirish maqsadida turli targ‘ibot ishlari olib borildi. O‘zbekiston Milliy axborot agentligi xabariga ko‘ra, ushbu kampaniyalar demokratik davlatda ovoz berishning ahamiyati, saylov jarayoni va fuqarolarning mas’uliyatiga qaratilgan. Demokratik jarayonlar haqidagi jamoatchilik tushunchasi hali

[9] *Xalq so’zi gazetasi 2019 yil 29 noyabr №247 son.*
[10] *Saylov-2019: partiyalar hokimiyat uchun kurashyaptimi? https://www.youtube.com/watch?v=GGcxSjzK-8g*
[11] *Pamela Blackmon. After Karimov and Nazarbayev: change in Uzbekistan and Kazakhstan?. Central Asian Survey. 2021.*
[12] *Nikita Makarenko. Media landscape in Uzbekistan. https://fpc.org.uk/media-landscape-in-uzbekistan/*
[13] *Freedom House. Freedom in the World 2019 - Uzbekistan Country Report. https://freedomhouse.org/sites/default/files/Feb2019_FH_FITW_2019_Report_ForWeb-compressed.pdf*
[14] *Saylov–2019. https://uza.uz/oz/posts/saylov-2019-15-11-2019*

ISSN (Online): 2455-3662
EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR) - Peer Reviewed Journal
Volume: 12| Issue: 3| March2026|| Journal DOI: 10.36713/epra2013 || SJIF Impact Factor 2026: 8.753 || ISI Value: 1.188

ham rivojlanib borayotgan bir sharoitda bunday tashabbuslar hal qiluvchi ahamiyatga ega edi. Masalan, o‘zbekistonlik xonanda Dilso‘zning MY5 telekanaliga bergan intervyusida “barcha fuqarolarning saylovlarda faol ishtiroki”ga undovchi nutqini ko‘rishimiz mumkin[15]. Bu davrning ahamiyatli jihati televideniye orqali san’atkorlar va taniqli shaxslarning saylovga targ‘iboti ko‘p uchrasa-da, har bir tashkilotda bunday tashviqot videolarini ko‘p uchratishimiz mumkin. Masalan, Farg‘ona Adliya boshqarmasining “Saylovda ishtirok et” nomli video-lavhasida “Vaziyatdan foydalanib qol. Farzandlaringning kelajagini bugundan belgila”, jumlasi orqali saylovga qatnashishga undalgan[16].

2019-yilgi parlament saylovlarida ilk bor joriy etilgan teledebatalar O‘zbekiston siyosiy kommunikatsiyasining demokratik rivojida yangi bosqichni boshlab berdi. Jahon amaliyotiga xos bo‘lgan bu shakl mamlakatda ochiq siyosiy muloqot va fikrlar raqobati madaniyatining shakllanishiga turtki bo‘ldi. Ilgari saylov kampaniyalarida partiyalar o‘rtasidagi ochiq bahs-munozaralar mavjud bo‘lmaganini inobatga olsak, 2019-yilda boshlangan debatlar siyosiy tizimning erkinlik va plyuralizm sari evolyutsiyasini anglatdi.

2019-yil 7-dekabr kuni “O‘zbekiston 24” telekanalida to‘g‘ridan to‘g‘ri efirda o‘tkazilgan “Saylov–2019” debatida besh siyosiy partiyaning ishonchli vakillari — O‘zLiDePdan Nodir Jumayev, **“Adolat”**dan Abdukamol Rahmonov, **“Milliy tiklanish”**dan Azamat Pardayev, XDPdan Ulug‘bek Vafoyev va Ekologik partiyadan Abdurahim Qurbonov — ishtirok etishdi. Bahsni taniqli boshlovchi Sohibjon Alimjonov olib bordi. Dastur iqtisodiyot va ijtimoiy siyosat masalalariga bag‘ishlanib, har bir ishtirokchiga ikki daqiqalik vaqt ajratildi. Tomoshabinlar esa SMS orqali o‘z fikrlarini bildirish imkoniga ega bo‘lib, bu ochiqlik va interaktivlikni kuchaytirdi.

Debat davomida partiyalar o‘rtasidagi pozitsion farqlar va g‘oyaviy yondashuvlar ochiq muhokama qilindi. O‘zLiDeP vakili Nodir Jumayev natijaviy ko‘rsatkichlarga urg‘u bergan bo‘lsa, “Milliy tiklanish” vakili Azamat Pardayev uning takliflarini yetarli emas, deb baholadi. Bahslar davomida “Adolat” partiyasi vakilining turizm sohasidagi monopoliyalarni tanqid qilishi esa jonli muloqotni yanada kuchaytirdi. Shu bilan birga, “O‘zbekiston” havo yo‘llarining monopoliya sifatida tilga olinishi jamoatchilik orasida katta rezonans uyg‘otdi. Umuman olganda, ushbu debatlar O‘zbekistonda mediademokratiya tamoyillarining amaliy shaklda namoyon bo‘lishi, siyosiy jarayonlarda shaffoflik, ochiqlik va raqobat muhitini rivojlantirish sari qo‘yilgan muhim qadam bo‘ldi. 2019-yilgi tajriba mamlakat siyosiy kommunikatsiyasi tarixida jamoatchilik nazoratining kuchayishi va fuqarolik ishtirokining yangi bosqichi sifatida alohida o‘rin egallaydi[17].

“Oxirgi debat” nomli yakuniy bahsda siyosiy partiyalar rahbarlarining bevosita ishtiroki bu jarayonga yanada siyosiy og‘irlik berdi. Unda Aktam Hayitov (“O‘zLiDeP”), Narimon Umarov (“Adolat” SDP), Alisher Qodirov (“Milliy tiklanish” DP), Safar Ostonov (XDP) va Boriy Alixonov (Ekologik partiya) qatnashishdi. Reglament avvalgidek saqlanib, har bir rahbarga o‘z dasturiy takliflarini ifodalash uchun ikki daqiqalik vaqt ajratildi.

Bahsning eng diqqatga sazovor lahzalari Alisher Qodirovning chiqishlari bilan bog‘liq bo‘ldi. U Aktam Hayitovning “raqamli iqtisodiyot” konsepsiyasi haqidagi taklifiga tanqidiy yondashib, “biz hali oliy ta’limdagi islohotlarni yakunlamasdan raqamli iqtisodiyot haqida gapiryapmiz”, deya e’tiroz bildirdi. Bu chiqish auditoriyada katta qiziqish uyg‘otib, tomoshabinlar tomonidan olqish bilan kutib olindi. Shuningdek, Hayitovning “Biz Raqamli–2030 haqida gapiryapmiz” degan so‘zlariga Qodirovning “Bizning ham 2050-yilgacha rejalarimiz bor” tarzidagi javobi uning siyosiy notiqlik mahoratini ko‘rsatib, partiyasiga nisbatan ijobiy simpatiya uyg‘otganini ko‘rsatdi.

Debat yakunida o‘tkazilgan SMS-so‘rovnoma natijalari ham jamoatchilikda qiziqish uyg‘otgan. Tomoshabinlarning faolligi siyosiy bahslarning auditoriyaga real ta’sirini, shuningdek, siyosiy kommunikatsiyada shaffoflik va raqobatning o‘sayotganini ko‘rsatdi. Umuman olganda, “Oxirgi debat” O‘zbekiston siyosiy hayotida rahbarlar darajasidagi ochiq muloqot amaliyotining shakllanishi bilan ahamiyatli bo‘ldi. U nafaqat partiyalar o‘rtasidagi g‘oyaviy farqlarni namoyon etdi, balki siyosiy yetakchilarning jamoatchilik bilan bevosita muloqotga tayyorligini ko‘rsatdi. Bu esa mamlakatda demokratik siyosiy madaniyatning chuqurlashuvi va mediatsiyalangan siyosiy jarayonlarning institutsionallashuvi sari qo‘yilgan muhim qadam sifatida tarixda qoldi[18].

Munozaralar 2019-yilgi parlament saylovlari jarayonida nafaqat siyosiy g‘oyalar almashinuvi shakli, balki O‘zbekiston siyosiy madaniyatining ochiqlik va ishtirokchilik sari evolyutsiyasini ifodalovchi ramziy hodisaga aylandi. Toshkentdagi Siyosatshunoslik markazi tomonidan o‘tkazilgan so‘rov natijalariga ko‘ra, teledebatlar saylovchilarning siyosiy jarayonga bo‘lgan qiziqishini sezilarli darajada oshirib, ularning saylov uchastkalarida ongli qaror qabul qilish ko‘nikmasini mustahkamladi. Bu esa O‘zbekistonda fuqarolik siyosiy sotsializatsiyasining yangi bosqichiga o‘tish jarayonini ko‘rsatadi.
Saylovoldi kampaniyasi davomida ommaviy axborot vositalari an’anaviy PR va tashviqot shakllaridan chiqib, yangicha kommunikatsion formatlarni sinab ko‘rdi. “Yangi O‘zbekiston” gazetasi muxbiri Jonibek Olimjonovning “Erkin demokratik saylovlarni debatlarsiz tasavvur qilib bo‘lmaydi” sarlavhali maqolasida qayd etilganidek, 2019-yilning 22-sentabridan boshlab faoliyat yuritgan “Debat Xoll” media markazi ushbu jarayonning markaziy platformasiga aylandi. Mazkur markaz partiyalar vakillari o‘rtasida tahlil, tanqid va

[15] *MY5 telekanali. Dilso`z. https://www.youtube.com/watch?v=A1nIdj_S0GE*
[16] *Saylovda ishtirok eting. https://www.youtube.com/watch?v=MpAKzx0zX6c*
[17] *Saylov-2019 | Партиялараро дебатлар [07.12.2019] https://www.youtube.com/watch?v=DlexVdKk4MQ*
[18] *"Охирги дебат": Партиялар ЎЗБЕК ХАЛҚИГА НИМАЛАРНИ ВАЪДА ҚИЛМОҚДА! | | Saylov 2019: https://www.youtube.com/watch?v=eUQJXSMdLec*

ISSN (Online): 2455-3662
EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR) - Peer Reviewed Journal
Volume: 12| Issue: 3| March2026|| Journal DOI: 10.36713/epra2013 || SJIF Impact Factor 2026: 8.753 || ISI Value: 1.188

o‘zaro fikr almashuv imkonini yaratib, siyosiy PRning yangi bosqichini shakllantirdi.

Milliy media birlashmasi raisi Sherzodxon Qudratxo‘ja ham bu jarayonning kommunikativ ahamiyatini alohida ta’kidlab, teledebatlarni “siyosiy partiyalar o‘rtasidagi ijtimoiy-iqtisodiy masalalarni ochiq muhokama qilish imkonini beruvchi maydon” sifatida baholagan (“Yangi O‘zbekiston”, 2024-yil 5-oktabr)[19]. Uning fikricha, bunday muloqotlar siyosiy partiyalarni jamoatchilik oldida mas’uliyatliroq bo‘lishga, saylovchilarning esa siyosiy jarayonni tahliliy idrok etishiga undaydi.

Shunday qilib, teledebatlar O‘zbekiston mediatizatsiya jarayonida jurnalistik faoliyatning faqat axborot uzatuvchi emas, balki jamoatchilik fikrini shakllantiruvchi interaktiv institutga aylanganini ko‘rsatdi. Bu holat siyosiy kommunikatsiyaning yangi paradigmasi — dialog asosidagi mediademokratiya tomon siljishni ifodalaydi. Ilmiy nuqtayi nazardan, teledebatlar tajribasi O‘zbekistonning siyosiy tizimida Habermasning “public sphere” (jamoat maydoni) konsepsiyasiga yaqin ijtimoiy muloqot modelini shakllantira boshlaganini anglatadi. Bunda OAV siyosiy hokimiyat va jamoatchilik o‘rtasida ko‘prik rolini bajarmoqda. Kelgusida bunday formatlarni kengaytirish mamlakatda axborot erkinligi, siyosiy raqobat va fuqarolik ishtirokini mustahkamlash uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Umuman olganda, 2019-yilgi teledebatlar va ularni yoritish tajribasi O‘zbekiston jurnalistikasi tarixida axborotdan muloqot sari, monologdan dialog sari o‘tish davri sifatida baholanishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. *Qudratxo'jaev SH. T. O'zbekistonda professional parlament tizimining siyosiy institut sifatida shakllanishi va rivojlanishi istiqbollari. T.: “Sharq” NMAK, 2007. 135-b.*
2. *O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi 91-modda: https://constitution.uz/oz/clause/index#section23*
3. *Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE). OSCE/ODIHR Election Observation Mission Final Report - Republic of Uzbekistan Parliamentary Elections. https://www.osce.org/odihr/elections/uzbekistan/428690*
4. *Pamela Blackmon. After Karimov and Nazarbayev: change in Uzbekistan and Kazakhstan?. Central Asian Survey. 2021.*
5. *Nikita Makarenko. Media landscape in Uzbekistan. https://fpc.org.uk/media-landscape-in-uzbekistan/*
6. *Freedom House. Freedom in the World 2019 - Uzbekistan Country Report. https://freedomhouse.org/sites/default/files/Feb2019_FH_FITW_2019_Report_ForWeb-compressed.pdf*

[19] *Yangi O‘zbekiston. – Ijtimoiy-siyosiy gazeta. – № 215 (1276). – 2024-yil 24-oktabr, payshanba.*