“ADOLAT”
MILLIY HUQUQIY AXBOROT MARKAZI
Guvohnoma № 636478
Litsenziya C-5669732

“HUQUQ va BURCH+” —
«ПРАВО и ДОЛГ+» —
"RIGHT and DUTY+"
Journal home page:
https://adolatmarkazi.uz/magazine/electron?id=357

2026-yil
3-son
mart
ISSN 3093-8546



Ommaviy axborot vositalarida axborotga oid manipulyativ sarlavhalar fenomeni va uning jamoatchilik fikriga ta’siri – asl haqiqatga mutlaqo nomuvofiq sarlavha uchun yuridik javobgarlikni belgilash zarurati

Izzatbek Abdujalilov,
O‘zbekiston Milliy universiteti Ijtimoiy fanlar fakulteti
Yurisprudensiya, biznes huquqi ta’lim yo‘nalishi 4-bosqich talabalari
e-mail: izzatbekabdujalilov987@gmail.com

Laylo Abdirazoqova,
O‘zbekiston Milliy universiteti Ijtimoiy fanlar fakulteti
Yurisprudensiya, biznes huquqi ta’lim yo‘nalishi 4-bosqich talabalari
e-mail: layloabdirazoqova@gmail.com

Аннотация. Maqolada ommaviy axborot vositalarida qo‘llanilayotgan manipulyativ va chalg‘ituvchi sarlavhalarning huquqiy mohiyati konstitutsiyaviy-huquqiy yondashuv asosida tahlil qilinadi. Tadqiqotda sarlavhaning nafaqat stilistik unsur, balki mustaqil axborot birligi sifatida jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi o‘rni yoritiladi. Normativ-huquqiy hamda komparativ tahlil orqali milliy qonunchilikda axborotning ishonchliligi, xolisligi va haqqoniyligi tamoyillarining mustahkamlanish darajasi o‘rganiladi. Shuningdek, kontent-tahlil usuli yordamida sud-huquq mavzusidagi materiallar sarlavhalarida uchraydigan emotsional bo‘yoq, bo‘rttirish va kontekstdan uzib ko‘rsatish kabi manipulyativ elementlar aniqlanadi.

Калит сўзлар. axborotning ishonchliligi majburiyati, OAVning huquqiy javobgarligi, sarlavhaning huquqiy maqomi, konstitutsiyaviy-huquqiy talqin, so‘z erkinligining konstitutsiyaviy chegaralari.

Аннотация. В статье на основе конституционно-правового подхода анализируется правовая сущность манипулятивных и вводящих в заблуждение заголовков, используемых в средствах массовой информации. В исследовании освещается роль заголовка не только как стилистического элемента, но и как самостоятельной информационной единицы в формировании общественного мнения. С помощью нормативно-правового и сравнительного анализа изучается уровень закрепления принципов достоверности, объективности и правдивости информации в национальном законодательстве. Также с помощью метода контент-анализа выявляются такие манипулятивные элементы, как эмоциональная окраска, преувеличение и выделение из контекста, встречающиеся в заголовках материалов по судебно-правовой тематике.

Ключевые слова. обязательство по обеспечению достоверности информации, юридическая ответственность СМИ, правовой статус заголовков, конституционное толкование, конституционные пределы свободы выражения мнений.

Annotation. The article analyzes the legal essence of manipulative and misleading headlines used in the mass media based on a constitutional-legal approach. The study highlights the role of the title not only as a stylistic element but also as an independent informational unit in shaping public opinion. Through normative-legal and comparative analysis, the level of enshrinement of the principles of reliability, objectivity, and truthfulness of information in national legislation is studied. Also, using the content analysis method, such manipulative elements as emotional coloring, exaggeration, and understatement found in the headings of materials on judicial and legal topics are revealed.

Keywords. obligation of information reliability, legal responsibility of the mass media, legal status of headlines, constitutional interpretation, constitutional limits of freedom of expression.

Raqamli axborot makonining jadal rivojlanishi sharoitida ommaviy axborot vositalari faoliyatining shakl va uslublari sezilarli darajada transformatsiyaga uchramoqda. Internet texnologiyalari, ijtimoiy tarmoqlar hamda mobil platformalarning keng tarqalishi axborot iste’moli modelini tubdan o‘zgartirdi. Natijada axborotni taqdim etishning tezkorligi, qisqa shaklda ifodalanishi va auditoriya e’tiborini imkon qadar tez jalb etish zarurati media faoliyatining ustuvor mezonlaridan biriga aylandi. Bunday sharoitda sarlavha axborot oqimida muhim kommunikativ instrument sifatida namoyon bo‘ladi, chunki u materialning mazmuni haqida dastlabki tasavvur hosil qiluvchi hamda o‘quvchini matn bilan tanishishga undovchi asosiy element hisoblanadi.

Xususan, auditoriya e’tiborini jalb etish maqsadida qo‘llanilayotgan bo‘rttirilgan, kinoyali yoki chalg‘ituvchi sarlavhalar (“clickbait” fenomeni) axborotning mazmuniy aniqligi va ishonchliligi masalasini dolzarb huquqiy muammoga aylantirmoqda. Clickbait uslubi odatda emotsional ifodalar, bo‘rttirilgan baholar yoki kontekstdan uzib olingan iboralar orqali o‘quvchining qiziqishini uyg‘otishga qaratilgan bo‘ladi. Biroq bunday yondashuv ayrim hollarda sarlavha va material mazmuni o‘rtasida nomuvofiqlik yuzaga kelishiga olib keladi hamda axborotning real mazmuni haqida noto‘g‘ri tasavvur shakllanishiga sabab bo‘lishi mumkin.

Amaliyot shuni ko‘rsatadiki, ko‘plab o‘quvchilar materialning to‘liq matni bilan tanishmasdan turib aynan sarlavha asosida fikr shakllantiradi. Raqamli axborot iste’moli sharoitida foydalanuvchilar ko‘pincha qisqa vaqt ichida katta hajmdagi axborot oqimi bilan to‘qnash keladi, bu esa ularni material mazmunini chuqur

Guvohnoma № 636478 Litsenziya C-5669732 ISSN 3093-8546

o‘rganishdan ko‘ra sarlavha yoki qisqa annotatsiya asosida tezkor xulosa chiqarishga undaydi. Natijada sarlavha mustaqil axborot birligi sifatida jamoatchilik ongiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi hamda muayyan voqea yoki hodisaga nisbatan dastlabki baholash mezonini shakllantiradi. Shu sababli sarlavhaning mazmuni nafaqat kommunikativ, balki ijtimoiy-huquqiy ahamiyat kasb etib, jamoatchilik fikrini shakllantirish jarayonida muhim rol o‘ynaydi.

O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining 81-moddasida ommaviy axborot vositalarining tarqatilayotgan axborotning ishonchliligi uchun javobgarligi belgilangan bo‘lib, mazkur norma OAV faoliyatining muhim konstitutsiyaviy tamoyillaridan biri hisoblanadi [8]. Ushbu qoida ommaviy axborot vositalarining jamiyat oldidagi mas’uliyatini ta’kidlaydi hamda axborot tarqatish jarayonida xolislik, haqqoniylik va aniqlik mezonlariga rioya etish zarurligini nazarda tutadi. Shu bilan birga, mazkur norma umumiy xarakterga ega bo‘lib, axborotning alohida tarkibiy elementlari, xususan, sarlavhaning huquqiy maqomi yoki unga qo‘yiladigan aniqlik va haqqoniylik mezonlarini bevosita belgilamaydi. Natijada amaldagi konstitutsiyaviy tartibga solish doirasida sarlavha ko‘pincha umumiy axborotning bir qismi sifatida baholanadi, biroq uning qisqa, lo‘nda va yuqori kommunikativ ta’sirga ega shaklda auditoriyaga yetkazilishi bilan bog‘liq o‘ziga xos xususiyatlari normativ darajada yetarli darajada aks ettirilmagan. Bu esa sarlavhaning jamoatchilik ongiga tezkor va kuchli ta’sir ko‘rsatish imkoniyatini inobatga olgan holda, uning huquqiy maqomini aniqroq belgilash zaruratini yuzaga keltiradi.

Ilmiy adabiyotlarda sarlavhaning kommunikativ funksiyasi keng yoritilgan bo‘lsa-da, uning mustaqil axborot elementi sifatidagi normativ-huquqiy tabiati yetarli darajada konseptuallashtirilmagan. Media va kommunikatsiya tadqiqotlarida sarlavha asosan axborotning qisqa annotatsiyasi, o‘quvchi e’tiborini jalb etuvchi stilistik vosita yoki matnning strukturaviy elementi sifatida talqin qilinadi. Biroq zamonaviy raqamli axborot muhitida sarlavha ko‘pincha o‘quvchining material bilan ilk tanishuvi uchun yagona axborot manbai bo‘lib xizmat qilishi mumkin. Shu sababli u nafaqat texnik yoki stilistik unsur, balki auditoriyaning dastlabki idrok jarayonini shakllantiruvchi mustaqil kommunikativ signal sifatida ham qaraladi.

Bu masalani tushuntirishda media tadqiqotlarida keng qo‘llaniladigan agenda-setting nazariyasi muhim metodologik asos bo‘lib xizmat qiladi. Mazkur nazariyaga ko‘ra, ommaviy axborot vositalari jamiyatda muhokama qilinadigan masalalar doirasini belgilash orqali jamoatchilik fikrining shakllanishiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Maksvell Makkombs va Donald Shou tomonidan ishlab chiqilgan ushbu konsepsiya OAVning voqelikni aks ettirish bilan cheklanmasdan, balki muayyan masalalarga ustuvor e’tibor qaratish orqali ijtimoiy kun tartibini shakllantirishini ilmiy jihatdan asoslab beradi [4]. Ushbu yondashuv doirasida sarlavha axborotning oddiy texnik elementi emas, balki auditoriya e’tiborini

Guvohnoma № 636478 Litsenziya C-5669732 ISSN 3093-8546

muayyan voqea yoki hodisaga qaratadigan kommunikativ mexanizm sifatida talqin qilinadi. Aynan sarlavha voqeani semantik jihatdan “ramkalaydi”, ya’ni o‘quvchida voqea haqida dastlabki interpretatsiyani shakllantiradi hamda keyingi axborotni qanday qabul qilishiga ta’sir ko‘rsatadi. Shu bois sarlavhaning kommunikativ ta’siri uning huquqiy baholanishi masalasini ham dolzarb qiladi, chunki u qisqa shaklda bo‘lsa-da, jamoatchilik ongida muayyan ijtimoiy tasavvurlarni shakllantirishga qodir axborot elementi hisoblanadi.

Yolg‘on axborot tarqatish uchun javobgarlik mexanizmlari milliy qonunchilik tizimida ham aniq normativ-huquqiy asosga ega. Xususan, O‘zbekiston Respublikasining Ma’muriy javobgarlik to‘g‘risidagi kodeksida axborot makonida ishonchsiz yoki yolg‘on ma’lumotlarni tarqatish bilan bog‘liq huquqbuzarliklar uchun ma’muriy javobgarlik choralarini qo‘llash nazarda tutilgan. Mazkur kodeksning 2022-moddasiga muvofiq, yolg‘on axborotni ommaviy ravishda tarqatish ma’muriy huquqbuzarlik sifatida e’tirof etiladi va tegishli tartibda javobgarlik choralarini qo‘llashga asos bo‘ladi [9]. Ushbu norma axborotning ishonchliligini ta’minlash, jamoatchilikni noto‘g‘ri yoki chalg‘ituvchi ma’lumotlardan himoya qilish hamda ommaviy axborot vositalari va boshqa axborot tarqatuvchi subyektlarning mas’uliyatini kuchaytirishga qaratilgan.

Bundan tashqari, yolg‘on axborot tarqatish takroran sodir etilganda yoki uning oqibatlari ijtimoiy jihatdan xavfli tus olganda jinoiy-huquqiy javobgarlik ham yuzaga kelishi mumkin. O‘zbekiston Respublikasi Jinoyat kodeksining 2446-moddasida yolg‘on axborotni tarqatish bilan bog‘liq harakatlar takror sodir etilgan taqdirda jinoiy javobgarlik kelib chiqishi belgilangan bo‘lib, bu norma axborot sohasida huquqbuzarliklarning oldini olish hamda jamiyatda axborot muhitining barqarorligini ta’minlashga xizmat qiladi [7]. Mazkur huquqiy mexanizmlar axborot erkinligi prinsipini cheklashga emas, balki ushbu erkinlikdan foydalanish jarayonida mas’uliyat va huquqiy muvozanatni ta’minlashga qaratilgan bo‘lib, demokratik jamiyatda axborot erkinligi va axborot ishonchliligi tamoyillari o‘rtasidagi mutanosiblikni saqlashga xizmat qiladi.

Xalqaro huquqiy tajribada esa sarlavhaning huquqiy baholanishi ko‘pincha normativ qoidalardan ko‘ra sud amaliyoti orqali shakllanganligi bilan ajralib turadi. Ko‘plab davlatlarda ommaviy axborot vositalari faoliyati bilan bog‘liq nizolar sudlar tomonidan ko‘rib chiqilishi jarayonida sarlavha va material mazmuni o‘rtasidagi muvofiqlik, axborotning haqqoniyligi hamda shaxsiy nomus va qadr-qimmatga ta’siri kabi mezonlar shakllanib borgan. Bu borada Germaniya huquq tizimi alohida e’tiborga loyiq hisoblanadi. Germaniya Federativ Respublikasining Asosiy qonuni — Grundgesetzning 5-moddasida so‘z va matbuot erkinligi konstitutsiyaviy darajada kafolatlangan bo‘lib, mazkur norma demokratik jamiyatda erkin axborot almashinuvi uchun muhim huquqiy asos yaratadi [2]. Shu bilan birga, ushbu erkinlik mutlaq xarakterga ega emas va u boshqa konstitutsiyaviy qadriyatlar,

Guvohnoma № 636478 Litsenziya C-5669732 ISSN 3093-8546

xususan shaxsning sha’ni, qadr-qimmati hamda shaxsiy hayot daxlsizligini himoya qiluvchi normalar bilan muvozanatda qo‘llanadi [3].

Germaniya huquqiy doktrinasida matbuot erkinligi va shaxsiy huquqlarni himoya qilish o‘rtasidagi ushbu muvozanat “amaliy uyg‘unlik” (praktische Konkordanz) tamoyili orqali izohlanadi. Mazkur yondashuvga ko‘ra, konstitutsiyaviy huquqlar to‘qnash kelgan holatlarda ulardan birini mutlaq ustun qo‘yish emas, balki ularning har birini maksimal darajada ta’minlashga qaratilgan muvozanatli yechim topilishi lozim. Sud amaliyotida ayniqsa sarlavhaning matn mazmunini noto‘g‘ri talqin qilishga olib kelishi, shaxsning obro‘siga putur yetkazishi yoki voqea mazmunini bo‘rttirib ko‘rsatishi kabi holatlar alohida tahlil qilinadi. Shu tariqa xalqaro tajriba shuni ko‘rsatadiki, sarlavhaning huquqiy baholanishi nafaqat axborotning formal mazmuniga, balki uning auditoriya tomonidan qanday qabul qilinishiga ham bevosita bog‘liq bo‘lib, bu omil sarlavhani mustaqil axborot elementi sifatida huquqiy jihatdan baholash zaruratini yanada kuchaytiradi.

Fransiya huquq tizimida matbuot erkinligining asosiy normativ manbalaridan biri 1881-yilda qabul qilingan “Loi sur la liberté de la presse” hisoblanadi. Mazkur qonun Yevropa huquqiy an’analarida matbuot erkinligini tartibga soluvchi eng qadimiy va fundamental hujjatlardan biri sifatida e’tirof etiladi [1]. Unda ommaviy axborot vositalari faoliyatining erkinligi bilan bir qatorda, diffamatsiya, haqorat, yolg‘on ma’lumot tarqatish hamda jamoatchilikni chalg‘ituvchi axborot bilan bog‘liq huquqbuzarliklar uchun javobgarlik mexanizmlari ham nazarda tutilgan. Fransiya huquqiy doktrinasida axborot erkinligi demokratik jamiyatning muhim institutlaridan biri sifatida qaraladi, biroq ushbu erkinlik shaxsning sha’ni va qadr-qimmatini himoya qilish hamda jamoatchilikni noto‘g‘ri axborotdan muhofaza qilish zarurati bilan muvozanatda qo‘llanadi. Shu sababli sud amaliyotida axborot materiallarining mazmuni bilan bir qatorda ularning sarlavhalari ham auditoriyani chalg‘itish ehtimoli nuqtayi nazaridan baholanishi mumkin.

Buyuk Britaniya huquq tizimida esa shaxsning sha’ni va obro‘sini himoya qilish bilan bog‘liq masalalar asosan defamatsiya instituti orqali tartibga solinadi. Bu borada Defamation Act 2013 muhim normativ hujjat hisoblanadi [12]. Mazkur qonun diffamatsiya bilan bog‘liq da’volarni ko‘rib chiqishda axborotning jamiyat manfaatlari uchun ahamiyati, uning haqqoniyligi hamda ommaviy axborot vositalarining jurnalistik vijdonlilik standartlariga rioya qilganligi kabi mezonlarni inobatga olishni nazarda tutadi. Sud amaliyotida materialning sarlavhasi o‘quvchida shakllanadigan umumiy tasavvurning muhim elementi sifatida baholanadi. Agar sarlavha material mazmunini noto‘g‘ri talqin qilishga olib kelsa yoki shaxsning obro‘siga putur yetkazadigan tasavvurni shakllantirsa, u diffamatsiya kontekstida huquqiy baholanishi mumkin.

AQSh huquq tizimida matbuot erkinligi Konstitutsiyaning Birinchi tuzatishida mustahkamlangan bo‘lib, u so‘z va axborot

Guvohnoma № 636478 Litsenziya C-5669732 ISSN 3093-8546

erkinligini himoya qiluvchi eng muhim konstitutsiyaviy kafolatlardan biri hisoblanadi [13]. Ushbu norma davlat organlarining so‘z va matbuot erkinligiga asossiz aralashuvini cheklaydi hamda erkin axborot almashinuvi uchun keng huquqiy imkoniyatlar yaratadi. Shu bilan birga, AQSh sud amaliyotida ham axborotning konteksti, uning auditoriya tomonidan qanday qabul qilinishi hamda sarlavhaning material mazmuniga mosligi muhim omil sifatida e’tiborga olinadi. Xususan, ayrim sud qarorlarida sarlavhaning o‘quvchini chalg‘itishi yoki material mazmunini noto‘g‘ri talqin qilishga olib kelishi ehtimoli alohida tahlil qilinadi.

Shu tariqa, turli davlatlarning huquqiy tajribasi sarlavhaning axborot tarqatish jarayonidagi mustaqil kommunikativ ta’sirini bilvosita e’tirof etishini ko‘rsatadi. Amaliyotda sarlavha ko‘pincha material bilan tanishishdan oldin auditoriya ongida dastlabki interpretatsiyani shakllantiruvchi element sifatida namoyon bo‘ladi. Shu sababli ayrim huquq tizimlarida u material mazmunidan mustaqil ravishda ham huquqiy baholanishi mumkin bo‘lgan axborot komponenti sifatida qaraladi.

Xulosa qilib aytganda, O‘zbekiston Respublikasida yolg‘on axborot tarqatganlik uchun ma’muriy va jinoiy javobgarlik mexanizmlari mavjud bo‘lsa-da, manipulyativ yoki chalg‘ituvchi sarlavhalarning huquqiy baholanishi masalasi alohida normativ mezonlar orqali yetarli darajada tartibga solinmagan. Holbuki, raqamli axborot makonida sarlavhaning kommunikativ ta’siri sezilarli darajada ortib borayotganligi uning huquqiy maqomini aniqroq belgilash zaruratini yuzaga keltiradi. Shu nuqtayi nazardan, milliy qonunchilikni takomillashtirish jarayonida sarlavhaning material mazmuniga muvofiqligi, uning jamoatchilikni chalg‘itmasligi hamda manipulyativ xulosalar uyg‘otmasligi kabi mezonlarni belgilovchi aniq huquqiy talablarni ishlab chiqish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Bunday yondashuv bir tomondan axborot erkinligini saqlab qolishga xizmat qilsa, ikkinchi tomondan jamoatchilikni noto‘g‘ri yoki chalg‘ituvchi axborot ta’siridan himoya qilishga qaratilgan muvozanatli huquqiy mexanizmni shakllantirish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. France. Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse // Journal officiel de la République française.

2. Germany. Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland vom 23. Mai 1949 // Bundesgesetzblatt.

3. Germany. Strafgesetzbuch (StGB) vom 15. Mai 1871 // Bundesgesetzblatt.

4. Makkombs M., Shou D. “Ommaviy axborot vositalarining kun tartibini belgilash funksiyasi” // Jamoatchilik fikri bo‘yicha choraklik jurnal, 1972.

5. Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to‘g‘risida: O‘zbekiston Respublikasining Qonuni, 12.12.2002 y. // Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.

Guvohnoma № 636478 Litsenziya C-5669732 ISSN 3093-8546

6. Axborotlashtirish to‘g‘risida: O‘zbekiston Respublikasining Qonuni, 11.12.2003 y. // Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.
7. O‘zbekiston Respublikasining Jinoyat kodeksi. – Toshkent: Adolat, 2023.
8. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi: 2023 yilgi tahrir. – Toshkent: O‘zbekiston, 2023.
9. O‘zbekiston Respublikasining Ma’muriy javobgarlik to‘g‘risidagi kodeksi. – Toshkent: Adolat, 2023.
10. Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida: O‘zbekiston Respublikasining Qonuni, 26.12.1997 y. // Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.
11. Siebert F. S., Peterson T., Schramm W. Four Theories of the Press. – Urbana: University of Illinois Press, 1956. – 153 p.
12. United Kingdom. Defamation Act 2013 // The National Archives.
13. United States of America. Constitution of the United States: First Amendment (1791).