



**ОММАВИЙ АХБОРОТ ВОСИТАЛАРИДА КАСБ
ЭТИКАСИ МАСАЛАСИНИНГ МАМЛАКАТ ЖУРНАЛИСТИКАСИ
ИМИЖИГА ТАЪСИРИ**

Камола Умаркуловна Исмоилова

ЎзЖОКУ мустақил тадқиқотчиси

Глобаллашув даврида инсоният ахборот хуружлари билан бирга яшаётган бир паллада ахборот этикаси ва журналист касб одоби масалалари янада долзарб аҳамият касб этиб бормоқда. Оммавий ахборот воситаларида эълон қилинаётган ҳар қандай журналистик материал шу давлатнинг журналистикаси имижига ва албатта бевосита мамлакатнинг ташқи дунёдаги нуфузи, ўрни, таъбир жоиз бўлса халқаро имижига таъсир қилмоқда.

Хўш бугунги кунда одамлар қанча вақтини оммавий ахборот воситаларига сарфлябди? Жамиятда ахборот олиш ва унга эгалик қилиш маданияти шакллانганми? Воқеликни оммага етказишда журналист касб этикаси масаласи қай аҳволда?

Ахборот олишда ёшлар аудиторияси анъанавий оммавий ахборот воситаларидан кўра кўпроқ ижтимоий тармоқлар ва интернетни афзал билишмоқда. Уларнинг наздида бугунги кунда ахборот кўрсатувларини фақат ёши катталар кўради. Информацион дастурлар ўта жиддий ва расмий деган фикр уларнинг ҳаёлида стереотипик ўрнашиб қолган.

Тезкор ахборотни телевидениедан кўра интернетдан олиш суръати юқорироқ. Лекин информацион кўрсатувлар томонидан тақдим этилган ахборотга ишонч кўпроқ бўлади. Бунинг энг катта сабабларидан бири информацион кўрсатувда ахборот телебошловчи суҳандон орқали аудиторияга етиб боради. Бу жараёнда янгиликни омма томонидан қандай қабул қилиниши телебошловчига боғлиқ бўлиб қолади.

Тележурналист имижига муваффақиятли шакллантирилган бўлса информацион кўрсатувга эътибори камроқ омма ҳам бевосита унга қизиқиб қолади. Яъни бунда севимли телебошловчисини кузатиб бориш, у етказаётган ахборотга эътибор қилиш, сўзларига кулоқ тутиш жараёни натижасида информацион кўрсатув ўз аудиториясини кенгайтириб олади.

Телебошловчи Дилдора Рустамова “яхши телебошловчи қандай бўлиши керак”- деган саволга қуйидагича жавоб беради: “Чиройли ташқи кўринишга эга бўлган, нутқи равон, меҳнатдан қочмайдиган, журналист касб этикаси талабларига риоя қиладиган ва албатта ўз шахсий имижига эга бўлган бўлиши керак.” Дарҳақиқат аввало аудиторияни эътиборини тортиш орқали уни йўналтириш мумкин.

Хўш имижмейкерларнинг фикрича телебошловчи қандай хусусиятларга эга бўлиши керак? Кўпгина мутахассислар қуйидаги сифатларни белгилашади: Соғлом





MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

кўриниш, юз гармонияси, чиройли сочлар, келишган қадди-қомат, оппоқ текис тишлар, ёқимли товуш, ҳаракатларнинг уйғунлиги, ақл, ишонч. Ушбу кетма-кетлик шартли эмас. Ҳақиқатдан телевизорни ёққандан сўнг бошловчини кўриб дастлаб унинг юзига, сочига, кийимига ва қўлларига аҳамият берамиз. Билим даражасидан ҳам олдин биз унинг кўринишини товуши билан солиштира бошлаймиз. Шунинг учун бошловчилар юқоридаги сифатларга катта аҳамият беришлари керак.

Журналистика имижини масаласи ҳақда сўз кетганда, анъанавий жиҳатдан, тадқиқотлар амалиёти журналистнинг “мафкуравий тўғри образ” ҳақидаги таълимотдан келиб чиққанлиги намоён бўлади. Ушбу таълимот “рухсат берилган роллар мажмуи ҳар жиҳатдан тўғри”¹, деган фикрга асосланган бўлиб, ҳозирги пайтда ушбу масалага бўлган муносабат тубдан ўзгарган.

Хусусан, журналист ўз амплуаси ва услубини танлашда чегараланмаган, лекин айнан шуларнинг йўқлиги айрим кўрсатувларда бир-бирига зид образлар яратиши телетомошабинларда унинг ТВдаги айрим дастурларига ҳамда умуман телевидениега нисбатан ишончсизлик туйғусини уйғотишига олиб келиши мумкин.

Журналист айниқса тележурналист образи хусусиятларини бир ёки бир неча кўрсатувларни кўриб чиқиш давомида юзага келадиган фикр-мулоҳазалар асосидагина эмас (буни образ шакли, ташқи томонидан намоён бўлувчи белгилари дейишимиз тўғрироқдир), балки биз ҳар куни эга бўладиган тажрибадан, мақсадларимиз, шахснинг психологик типидан (бу- образнинг мазмунли жиҳатлари сифатида таърифланишидир) ҳам аниқлаш мумкин.

Ҳар қандай кишининг аудиовизуал образи, хусусан, кийиниш, ўзини тутиш, аудитория билан мулоқот олиб бориш, хушовозлилиги, гапириш услуби кабилар яъни, дастлабки қабул қилинадиган беш хусусият баҳоланади, бироқ шуни айтиб ўтиш керакки, уларни образни ташкил этувчи асосий белгилар сифатида қабул қилмаслик лозим.

Тележурналист яна бир қатор ички сифатларга эга бўлиши мумкинки, томошабинлар уларни борлигини билмасалар ҳам, ўзларининг индивидуал (психологик, ижтимоий) хусусиятлари, масалан темпераментлари (эҳтирослилиқ даражаси), маълумотлари савияси, ижтимоий мавқелари ва бошқалар таъсири остида ботиний тарзда, яъни ўзлари пайқамасан, билмаган ҳолда қабул қиладилар.

Журналистнинг профессионаллиги ёки у етказаётган маълумотларнинг ҳаққонийлиги томошабинлар томонидан тўғридан-тўғри эмас, балки билвоста, яъни шу одам ҳақидаги маълумотлар, масалан унинг қай даражада қимматлилиги, қонунчилиқ ёки ахлоқ меъёрларини бузганлиги ҳақидаги фактлар кабилар асосида қабул қилинади. Бундай ҳолатда унинг латент образи намоён бўлади. Маълумки, образни ташкил этувчи ушбу хусусиятлар кўрсатувни бевосита кўриш (ёшиттиришни тинглаш) натижасида юзага келмайди. Улар бошқа манбалардан

¹ Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М.: 1991. 93 б.





MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

олинадиган конкрет шахс ҳақидаги билимлар, маълумотларни тўплаш ҳамда психологик (ботиний) миқёсда инсонни субъектив қабул қилиш натижасида аниқланади. Буларнинг барчаси асосида бизда журналист ҳақида тўлиқ тасаввур, яъни унинг образи ҳосил бўлади.

Профессионаллик ва ахлоқий стандартлар ҳамда қонунчилик меъёрларига риоя қилиш журналист фаолиятининг асосини ташкил қилади ва шакллантириладиган образга бевосита таъсир кўрсатади. Хуршид Дўстмуҳаммаднинг “бугунги кунда мамлакатимизда оммавий ахборот воситалари соҳасига доир қонунлар яратиш борасида катта тажриба орттирилди”², деган фикрларини тўла қўллаб-қувватлаймиз. Бунда айниқса журналистларнинг ўз касбий ҳуқуқ ва бурчларидан хабардорлиги бевосита имиж яратишда ас қотади.

Тележурналистларнинг яхлит образи, хусусан, уларнинг этник хатти-ҳаракатлари, касбий кўникмалари, темперамент хусусиятлари ва шу кабилар ҳақидаги тасаввурлар – бизнинг субъектив қабул қилиш хусусиятимиз ҳамда бошқа манбалардан олинган иккинчи даражали маълумотлар таъсири натижасидир.

Мулоқотнинг новербал воситалари бошловчи учун тасвирий, ифодали воситалар бўлиб хизмат қилибгина қолмай, балки непрофессионалликнинг белгиси сифатида ҳам намоён бўлиши мумкин: ортиқча ҳаяжон ёки ўзига ишонмаслик гавдани тутиб турилишида, кўзларнинг ифодасида, имо-ишораларнинг кўп ёки, аксинча, жуда ҳам камлигида сезилиб қолиши мумкин.

ОАВдаги тил маданияти савияси журналист образи ва жамоатчиликнинг уни қабул қилиши билан бевосита боғлиқ. Журналист рейтинги ва она тили этикаси муаммоларини бир танганинг икки томони дейиш мумкин.³

Юқорида қайд этиб ўтилганидек, жамиятда оммавий ахборот воситаларининг мавқеи ошиб боришида журналист имиж масаласи муҳим ўрин тутди. Зеро халқимиз менталитети, анъана ва қадриятлари негизи билан суғорилган ўзбек миллий журналисти имижини шакллантириш бугунги журналистикамизнинг олдида турган долзарб вазифалардан биридир.

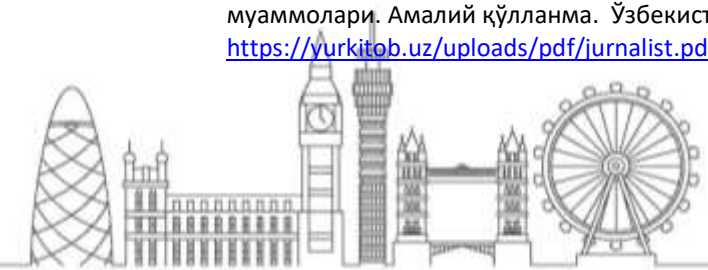
Бу борада аввало журналист яратадиган, тақдим этадиган материал истеъмолчиси бўлган аудиторияни ўрганиш, ҳар томонлама тадқиқ этиш муҳим аҳамият касб этади.

Мамлакатнинг тинчлик-фаровонлиги кўп жиҳатдан журналистлар қўлида экан, воқеликдан бир неча қадам олдинда юриш талаб этилувчи мазкур соҳа вакиллари зиммасига юкланувчи вазифаларнинг энг аввалгилари қаторига халқнинг осойишталигини таъминлаш, жипслигини мустаҳкамлаш, содир бўлаётган янгилик ва ўзгаришлардан одамларни ўз вақтида тўғри воқиф этиш

² Хуршид Дўстмуҳаммад. Оммавий ахборот воситаларини ривожлантиришнинг демократик андозалари. – Тошкент: “Ўзбекистон”, 2005. – 15 б.

³ Ислохотлар даврида оммавий ахборот воситалари: ахборот трансформацияси ва касб этикаси муаммолари. Амалий қўлланма. Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги.

<https://yurkitob.uz/uploads/pdf/jurnalist.pdf>



**MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS**

сингарилар кўйилаётганлигини унутмаслик лозим. Тобора шаклланиб бораётган ўзбек журналисти имижини шундай талаблар негизда барпо этилмоқда. Сабаби хорижий оммавий ахборот воситалари ходимлари биз келтириб ўтган жиҳатлардан кўра сенсация, ахборотни тезлик билан оммага етказишни биринчи планда ўз миссияларига айлантирган ҳолда олинган маълумотни кўп ҳолларда филтрламасдан тақдим этадилар.⁴ Ўқувчи, тингловчи ва томошабинлар аудиторияси орасида ёш, дунёқараш ва онг жиҳатдан турли туманлик мавжудлиги боис халқ ўртасида воқелик турлича талқин этилади ва айни натижада одамлар кескин фикрловчи, чўрткесар, бесабр ёки бефарқ бўлиб қолиши мумкин. Шунинг учун, оммавий онгни ўстириш йўлида масъул бўлган журналистларнинг аввало ўзлари ҳар томонлама етук бўлишлари давр талаби эканлиги айни ҳақиқатдир. Шу нуқтаи назардан ҳақиқий, журналистикани жамиятнинг фаол тизими сифатида қарайдиган бўлсак, бу тизим марказида маънавият, ахлоқ-одоб, маърифат каби ўлмас қадриятлар турмоғи керак. Мана шу уч буюк қадриятни халқимиз асрлар давомида ҳамиша эъзозлаб келган. Айни хусусиятларга асосланган ўзбек журналисти имижини тўғри шакллантира олиш бугуннинг талаби.

Оммавий ахборот воситаларида журналист касб этикаси масаласи мамлакат журналистикаси имижига таъсир қилибгина қолмасдан, мамлакатнинг ташқи нуфузига даҳл қилиши нуқтаи назаридан доимо одоб ахлоқ мезонлари доирасида фаолият юритиш ҳар жиҳатдан мақсадга мувофиқдир. Сабаби журналистлар маънавият вакиллари сифатида одамларга ўрнак бўлувчи, эргаштирувчи этолон эканлигини доимо ёдда тутиш зарур.

Фойдаланилган адабиёт ва манбалар:

1. Ислохотлар даврида оммавий ахборот воситалари: ахборот трансформацияси ва касб этикаси муаммолари. – Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги
2. Ўзбекистон журналистларининг касб этикаси кодекси // Ўзбекистон Журналистлари ижодий уюшмаси.
3. Муҳаммаджонова Л.А. Давлат хизматчиси этикаси ва имижини. – Т.: Университет, 2017.
4. Дўстмуҳаммедов Х. Оммавий ахборот воситаларини ривожлантиришнинг демократик андозалари. –Т.: “Ўзбекистон”, 2005.
5. Двойнин А.М. Этический аспект университетских научных исследований в области педагогики // Вестник Омского государственного педагогического университета.
7. Resnik D.B. What is Ethics in research and why is it important? – 2015

⁴ Ward, Stephen J. A. (March 2005). „Philosophical Foundations for Global Journalism Ethics“. *Journal of Mass Media Ethics*. 20-jild, № 1. 3–21-bet.

