

YANGILIKLARNI YORITISHDA OBYEKTIVLIK VA SENSATSIONLIK

Raimova Nodira Zayniddin qizi

Talaba, "Filologiya va xorijiy tillar"

Diplomat University, Toshkent

Ilmiy rahbar: Mamadjonova Dildora Ulug'bek qizi

+998 93 447 07 04

raimovanodira4@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqola zamonaviy jurnalistikada yangiliklarni yoritishda obyektivlik va sensatsionlik masalasini tahlil qiladi. Obyektivlik jurnalistikaning asosiy tamoyillaridan biri bo'lib, voqealarni faktlarga asoslangan holda xolis va muvozanatli tarzda yoritishni anglatadi. Sensatsionlik esa auditoriya e'tiborini jalb qilish uchun dramatik usullardan foydalanadi. Maqolada ushbu ikki yondashuvning afzallik va kamchiliklari, ularning ommaviy axborot vositalari faoliyati hamda jamiyatga ta'siri o'rganiladi. Tadqiqotda jurnalistik amaliyotlarda obyektivlikning ustuvor ahamiyatga ega ekanligini, sensatsionlik esa me'yor bilan qo'llanilsagina ijobiy natija berishini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: Obyektivlik, Sensatsionlik, Jurnalistika, Ommaviy axborot vositalari, Media, Auditoriya, Axborot, Xolislik.

Kirish. Hozirgi kunda axborot texnologiyalarning rivojlanishi, internetning keng tarqalishi natijasida yangiliklar inson hayotining ajralmas qismiga aylandi. Ommaviy axborot vositalari jamiyatni muhim voqealar haqida tezkor va ishonchli ma'lumot bilan ta'minlash vazifasini bajaradi. Shu bilan birga, zamonaviy media o'rtasidagi raqobat ham axborotlarni asl holda emas, balki bo'rttirib yetkazishga sabab bo'lmoqda. Natijada ommasida yangiliklarning haqqoniy yoritilishiga shubha uyg'onmoqda. Bill Kovach va Tom Rosenstiel (2021) fikricha jurnalistikaning birinchi majburiyati haqiqatga xizmat qilish ekanligini ta'kidlaydilar ya'ni tinglovchilarga aniq va tekshirilgan ma'lumot yetkazishdan iborat. Biroq auditoriya e'tiborini jalb qilish maqsadida ayrim ommaviy axborot vositalari dramatik usuldan foydalanadi. Bu esa obyektivlik va sensatsionlik o'rtasidagi muvozanatni saqlash muhim ekanligini bildiradi.

Asosiy qism. Obyektivlik jurnalistikaning eng muhim jihatlaridan biri hisoblanadi. Senja Post (2015) ning ta'kidlashicha obyektivlik jurnalistikaning eng muhim professional qadriyatlaridan biri hisoblanadi. U yoritilayotgan voqealar rivojini faktlarga asoslanib, barcha tomonlarning fikrlarini o'rgangan holda ommaga yetkazilishini ta'minlab beradi. Bunga qo'shimcha sifatida Muñoz-Torres (2012) jurnalistikaning asosiy maqsadlaridan biri bu haqiqatni izlash ekanligini aytib o'tadi. Uning fikricha, obyektivlikka erishish qiyin bo'lsada, jurnalistlar ommaga ma'lumotni bir necha manbalar orqali tekshirib, shundan so'ng taqdim etishga intiladi. Shu sababli obyektivlik ommaviy axborot vositalariga bo'lgan ishonchni mustahkamlaydi.

Ko'p yillar davom etgan tadqiqot natijalariga ko'ra , jurnalistika haqiqatni izlash va jamiyatga yetkazish vazifasini bajarishi kerak. Obyektiv yondashuv orqali fuqarolar voqealarni to'g'ri baholash imkoniyatiga ega bo'ladi. Bu demokratik rivojlanishda muhim omil bo'lib xizmat qiladi.

Sensatsionlik esa auditoriya e'tiborini tez jalb qilishga qaratilgan usuldir. John Hartley (1992) sensatsion holatlarning ortiqcha qo'llanilishi yangiliklarning mazmuniga ta'sir ko'rsatishini ta'kidlaydi. Bunda voqeaning eng hissiy yoki dramatik jihatlari alohida ta'kidlanadi.

Ko'pincha shov shuvli sarlavhalar, bo'rttirilgan tasvirlar qo'llaniladi. Sensatsion materiallar qisqa vaqt ichida katta auditoriyani jalb qilishi mumkin, biroq ular ba'zan voqealarni asl mazmunini buzib ko'rsatish xavfini tug'diradi.

Yigal Godler(2020) o'z tadqiqotlaridan birida hozirgi zamonaviy media olamida manipulativ materiallarning ko'pligi jurnalistik obyektivlikning ahamiyatini yanada oshirishini ta'kidlab o'tgan. Raqamli media va ijtimoiy tarmoqlar rivojlangan davrda sensatsion kontentning tarqalishi yanada tezlashdi. Internet nashrlari va bloglar ko'proq ko'rilish va kuzatuvchilar sonini oshirish maqsadida ayrim hollarda yangiliklarni dramatik tusda yoritadilar. Bu esa noto'g'ri va tekshirilmagan ma'lumotlarning keng tarqalishi ishiga sabab bo'lishi mumkin.

Sensatsionlikning ayrim ijobiy jihatlari ham mavjud. Ya'ni muhim ijtimoiy muammolarga jamoatchilik e'tiborini qaratishga yordam beradi. Masalan, ekologik muammolar, korrupsiya yoki inson huquqlari bilan bog'liq masalalar ba'zan ta'sirchan usullar orqali keng auditoriyaga yetkaziladi. Biroq bunday yondashuv tinglovchiga aniq faktlarga yondashilgan holda yetkazilishi kerak. Obyektivlik va sensatsionlik o'rtasidagi asosiy farq axborotni taqdim etish usulida namoyon bo'ladi. Denis McQuail(2010) ommaviy axborot vositalari jamiyat oldida mas'ul ekanligini ta'kidlaydi. Uning fikricha, sensatsion yondashuv omma e'tiborini jalb qilsada, axborot sifatli va ishonchliligiga katta salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Uzoq muddatli istiqbolga erishish va ommaviy axborot vositalarining obro'si va auditoriya ishonchini aynan obyektivlik darajasiga bog'liq bo'ladi. Shu sababli zamonaviy davr jurnalistlari tezkorlik va qiziqarli taqdimot bilan bir qatorda xolislik va aniqlik tamoyillariga ham qat'iy amal qilishi zarur.

Xulosa. Xulosa qilib aytganda, obyektivlik va sensatsionlik jurnalistikadagi ikki muhim yondashuv hisoblanadi. John Herbet McManus (1994) o'z asarida tijorat manfaatlari ko'pincha sensatsion materiallarni ko'paytiradi va obyektiv jurnalistikani zaiflashtirishini aytgan edi. Obyektivlik axborotning haqqoniyligi, aniqligi va ishonchliligini ta'minlasa, sensatsionlik auditoriya e'tiborini jalb qilishga xizmat qiladi. Biroq sensationlik haddan tashqari ko'p qo'llanilsa axborot sifatining pasayishiga va ommaning yoritilayotgan yangiliklarga bo'lgan ishonchining susayishiga olib kelishi mumkin. Shu sababli zamonaviy jurnalistikada obyektiv yondashuvni saqlagan holda, auditoriyani qiziqitira oladigan usullardan oqilona foydalanishi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Bill Kovach & Tom Rosenstiel (2021) The elements of journalism: What news people should know and the public should expect. Crown.
2. Denis McQuail (2010). McQuail's mass communication theory . Sage publications.
3. John Herbert McManus (1994). Market-Driven journalism: Let the citizen beware? Sage publications.
4. Senja Post (2015). Seeking the truth, talking the truth: The implications of Journalistic transparency for objectivity. Journalism studies.
5. Juan Muñoz -Torres (2012)"Truth and objectivity in journalism "Journalism studies.
6. Yigal Godler(2020)."Journalistic objectivity in the digital age". Digital journalism.

