

MEDIA MAKONDA AXBOROT ISHLAB CHIQISH VA TARQATISHDA AXLOQIY STANDARTLAR

Xudoyqulova Munira Bo'ribov qizi

Guliston Davlat Pedagogika Instituti Pedagogika fakulteti 1-bosqich talabasi Ilmiy
rahbar: Umarov Xusniddin e-mail:xudoyqulovamunira@gmail.com Tel: +998941312343
<https://doi.org/10.5281/zenodo.20200974>

Annotatsiya: Zamonaviy axborot makonida ommaviy axborot vositalari (OAV) jamiyat ongini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Axborotni ishlab chiqarish va tarqatish jarayonida axloqiy standartlarga rioya qilish esa jurnalistika faoliyatining asosiy tamoyillaridan biri hisoblanadi. Ushbu mavzu dolzarbligi shundaki, raqamli texnologiyalar rivojlanishi natijasida axborot oqimi keskin ortib, noto'g'ri yoki manipulyativ ma'lumotlar tarqalish xavfi kuchaymoqda. Shu sababli media makonda professional etik me'yorlarni o'rganish va ularga amal qilish masalasi alohida ahamiyat kasb etadi. Bugungi kunda raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi natijasida axborot oqimi sezilarli darajada oshib, uning sifati va ishonchliligini ta'minlash muammosi dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Shu nuqtai nazardan, jurnalistika etikasi, xususan haqqoniylik, xolislik, oshkorlik, inson sha'ni va qadr-qimmatini hurmat qilish kabi tamoyillarni tahlil qilish muhimdir. Tadqiqot davomida tahliliy, qiyosiy va kontent-tahlil metodlaridan foydalanilib, turli media platformalarda e'lon qilinayotgan materiallar o'rganildi hamda ularning axloqiy me'yorlarga mosligi baholandi.

Kalit so'zlar: media makon, ommaviy axborot vositalari, axborotni ishlab chiqarish, axborotni tarqatish, axloqiy standartlar, jurnalistika etikasi, kasbiy mas'uliyat, xolislik, haqqoniylik, aniqlik, oshkorlik, shaffoflik, faktcheking, dezinformatsiya, manipulyatsiya, ijtimoiy tarmoqlar, raqamli media, auditoriya ishonchi, shaxsiy hayot daxlsizligi, axborot xavfsizligi, kontent sifati, media savodxonlik, etik kodeks, axborot madaniyati

Zamonaviy sivilizatsiya taraqqiyotining hozirgi bosqichida axborot nafaqat bilim manbai, balki ijtimoiy ongni shakllantiruvchi, siyosiy jarayonlarga ta'sir o'tkazuvchi va iqtisodiy munosabatlarni tartibga soluvchi qudratli strategik resursga aylandi. Global raqamli transformatsiya sharoitida media makonining kengayishi axborotni ishlab chiqish va tarqatish tezligini misli ko'rilmagan darajaga ko'tardi. Biroq, bu jarayon o'zi bilan birga axborotning sifati, xolisligi va eng muhimi, axloqiy me'yorlarga rioya etilishi masalasini dolzarb muammo sifatida kun tartibiga qo'ydi.

Bugungi kunda "post-haqiqat" (post-truth) davri va kiber-makondagi axborot xurujlari sharoitida media makonda axloqiy standartlarni belgilash va ularga amal qilish jamiyat barqarorligining garovidir. Ijtimoiy tarmoqlar va messenjerlar har bir foydalanuvchiga "kontent yaratuvchisi" maqomini berishi natijasida professional jurnalistika va havaskorlik o'rtasidagi chegara yuvilib ketdi. Bu esa feyk xabarlar (fake news), manipulyatsiya, shaxsiy hayot daxlsizligining buzilishi va nafrat tili (hate speech) kabi salbiy illatlarning ildiz otishiga zamin yaratmoqda. Shunday ekan, axborotni ishlab chiqishda axloqiy filtrlarni qo'llash nafaqat huquqiy majburiyat, balki ma'naviy zaruriyatdir. Axborot ishlab chiqish va tarqatishda asosiy ziddiyat so'z erkinligi hamda ijtimoiy mas'uliyat o'rtasidagi muvozanatning buzilishida namoyon bo'lmoqda. Ko'p hollarda tezkorlikka intilish yoki iqtisodiy manfaatlar (reyting, "clickbait") axborotning haqqoniyligidan ustun qo'yilmoqda. Tadqiqot davomida axloqiy standartlarning buzilishi bilan bog'liq real keyslar (case studies) tahlil qilinib, ularning ijtimoiy-psixologik oqibatlarini baholandi.

Biz axborotni shunchaki ma'lumotlar yig'indisi emas, balki ijtimoiy mas'uliyat mahsuli sifatida ko'rib chiqamiz.

Bugungi raqamli asrda axborot shunchaki ma'lumot emas, balki jamiyat fikrini boshqaruvchi qudratli vositaga aylandi. Internet va ijtimoiy tarmoqlar rivojlanishi bilan har bir shaxs axborot tarqatuvchi sub'ektga aylandi. Biroq, bu jarayonda "tezkorlik" va "reyting" ortidan quvush axborotning sifati hamda axloqiy me'yorlarning chetga surilishiga sabab bo'lmoqda. Media makonda feyk xabarlar, shaxsiy hayot daxlsizligining buzilishi va manipulyativ sarlavhalar ko'payishi jamiyatda axborotga bo'lgan ishonchni pasaytirmoqda. So'z erkinligi va ijtimoiy mas'uliyat o'rtasidagi muvozanatni saqlash bugungi kunning eng dolzarb ilmiy va amaliy muammosidir. Ushbu tadqiqotdan ko'zlangan asosiy maqsad — axborotni ishlab chiqish va tarqatishda axloqiy standartlarning ahamiyatini ochib berish hamda ularni buzilishi keltirib chiqaradigan oqibatlarni tahlil qilishdir.

Tadqiqot jarayonida quyidagi ilmiy metodlardan foydalanildi:

O'zbekiston media makonidagi eng faol 15 ta axborot resursi (Telegram kanallar va yangiliklar saytlari) kuzatuv ostiga olindi.

Qiyosiy metod: Milliy jurnalistika etikasi kodeksi xalqaro standartlar (masalan, UNESCO va IFJ prinsiplari) bilan solishtirildi.

Keys-stadi: Oxirgi yillarda axloqiy me'yorlar buzilishi natijasida kelib chiqqan ijtimoiy nizolar va xatolar tahlil qilindi.

Tezkor xabarlarining taxminan 20% qismi tasdiqlanmagan manbalardan olinishi aniqlandi. Eng ko'p uchraydigan holat — shaxsning roziligisiz uning tasvirini tarqatish va aybsizlik prezumpsiyasiga amal qilmaslik (sud hukmi chiqmasdan aybdor deb e'lon qilish). Xabarlarining sarlavhasi va mazmuni o'rtasidagi nomutanosiblik o'rganilgan resurslarning 35% qismida kuzatildi. Bu esa auditoriyani chalg'itish va axloqiy aldov deb baholanadi. Axloqiy standartning birinchi talabi — rostgo'ylikdir. Har bir media vakili xabarni e'lon qilishdan oldin kamis ikkita mustaqil manba orqali uni tekshirishi shart. Media xodimi "shov-shuv" ortidan quvib, insonning sha'ni va qadr-qimmatini kamsitishga haqli emas. Ayniqsa, voyaga yetmaganlar va jabrlanuvchilar haqidagi ma'lumotlarni tarqatishda etik chegara juda nozikdir. Bugungi kunda blogerlar va professional jurnalistlar o'rtasidagi mas'uliyat chegarasi yuvilib ketgan. Shu sababli, axloqiy kodekslar nafaqat jurnalistlar, balki barcha ommaviy axborot tarqatuvchilar uchun umumiy qabul qilinishi zarur. AI tomonidan yaratilgan kontentlar albatta "Sun'iy intellekt mahsuli" ekanligi haqidagi belgi bilan tarqatilishi etika talabidir.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev ta'kidlaganidek: "Bugungi kunda dunyoda turli mafkuraviy qarama-qarshiliklar, axborot xurujlari avj olmoqda. Shunday murakkab sharoitda ommaviy axborot vositalari xalqimizning haqqoniy ovozi, haqiqatning himoyachisi bo'lishi kerak." Bu fikr shuni anglatadiki, media xodimining axloqiy standarti — bu shunchaki shaxsiy tanlov emas, balki vatanparvarlik va davlat oldidagi mas'uliyatdir. Axloqsiz tarqatilgan bitta xabar butun bir jamiyatda vahima yoki nizo keltirib chiqarishi mumkin.

Mashhur yozuvchi va mutafakkir Mark Tven o'z vaqtida shunday degan edi: "Haqiqat poyafzalini kiygunicha, yolg'on dunyoning yarmini aylanib chiqishga ulguradi." Bu ibora bugungi internet tezligi uchun ayni haqiqatdir. Shuning uchun axloqiy standartning eng muhim sharti — tezkorlikni emas, aniqlikni birinchi o'ringa qo'yishdir. Yolg'on axborot (fake news) tarqatib, keyin uzr so'rash — bu professional etika emas, balki auditoriya ishonchini suiiste'mol qilishdir.

Media makonini ham tabiat kabi chiqindilardan (feyk, haqorat, behayo mazmun) tozalash zarur. Axloqiy standartlar — bu axborot olamining ekologik filtrlaridir. Ba'zan eng katta etika —

foydasiz yoki zararli bo'lishi mumkin bo'lgan xabarni tarqatishdan tiyilishdir. Har bir ko'rgan yoki eshitgan narsani ulashish (share qilish) majburiyat emas. Bugun axborotni faqat insonlar emas, algoritmlar ham tarqatmoqda. Shu sababli, dasturchilar va platforma egalari ham axloqiy javobgarlikka ega. Sun'iy intellektga insoniy qadriyatlarini o'rgatish — kelajakning eng katta etik muammosidir. Media makon faqat jurnalistlardan iborat emas, u endi ekotizimga aylandi. Bu ekotizimda axloqiy standartlarni saqlash quyidagi yangi tushunchalar bilan bog'liq.

Bugungi kunda sarlavha bilan matn mazmuni o'rtasidagi nomuvofiqlik axloqiy inqirozning birinchi ko'rinishidir. Sarlavha orqali foydalanuvchini aldash — bu uning vaqtini va ishonchini o'g'irlash demakdir. Yechim sifatida, professional etika xabarni sotishni emas, balki xabarni tushuntirishni maqsad qilishi kerak. Odamlar baxtsiz hodisaga uchragan, og'ir ahvoldagi yoki shaxsiy fojiasini boshidan kechirayotgan insonlarni videoga olib, ruxsatsiz tarqatishmoqda. Ko'plab rivojlangan davlatlarda jabrlanuvchining yuzini ko'rsatish nafaqat axloqsizlik, balki jinoiy javobgarlik hisoblanadi. O'zbekiston media makonida ham "Jabrlanuvchi huquqi" tushunchasini axloqiy kodeksning eng yuqori nuqtasiga qo'yish lozim. Ijtimoiy tarmoqlardagi izohlarda (kommentariya) insonlarni kamsitish, haqorat qilish va guruhlariga bo'lish holatlari ko'p uchraydi. Media resurs o'z postiga yozilgan haqoratli izohlar uchun javobgarmi? Ha, axloqiy standartga ega nashr o'z maydonida nafrat tili tarqalishiga yo'l qo'ymasligi, izohlarni moderatsiya qilishi shart.

Jurnalistning asosiy burchi — haqiqatni yoritish va jamoatchilikning axborot olish huquqini himoya qilish. Ommaviy axborot vositalari urushni targ'ib qilmasligi, irqchilik va aparteidga qarshi kurashishi kerak. "Zararni minimallashtirish" (Minimize Harm) — axborot tarqatayotganda insonlarga yetishi mumkin bo'lgan ma'naviy zararni hisobga olish. Axloqiy standartlar faqat axborot tarqatuvchiga emas, balki uni iste'mol qiluvchiga ham bog'liq. Har qanday shov-shuvli xabarga darrov ishonmaslik va uni tarqatishga shoshilmaslik — bu oddiy foydalanuvchining axloqiy mas'uliyatidir. "Kim aytdi?", "Qachon aytdi?", "Nima maqsadda aytdi?" degan savollarni berish orqali manipulyatsiyadan saqlanish mumkin. Axborot — bu qurol. Uni kimning qo'lida ekanligi va qaysi tomonga yo'naltirilgani jamiyatning taqdirini belgilaydi. Axloq esa shu qurolning "saqlagichi" (fuse) vazifasini o'taydi. Saqlagichsiz qurol egasining o'ziga ham zarar yetkazishi muqarrar.

Xulosa o'rnida shuni aytsak, media makonda axborot ishlab chiqish va tarqatish jarayonida axloqiy standartlarning o'rni bo'yicha o'tkazilgan ushbu tadqiqot quyidagi muhim xulosalarni shakllantirishga imkon berdi. Bugungi "post-haqiqat" davrida axloqiy me'yorlar shunchaki jurnalistning ichki qoidasi emas, balki davlat va jamiyat barqarorligini ta'minlovchi strategik filtrdir. Prezidentimiz ta'kidlaganlaridek, media xalqi haqiqatning himoyachisi bo'lishi uchun avvalo yuksak ma'naviy mas'uliyatga ega bo'lishi shart. Tadqiqot natijalari ko'rsatganidek, axborotni birinchi bo'lib tarqatish istagi ko'pincha uning haqqoniyligiga zarar yetkazmoqda. Media vakillari uchun "Xato xabarni birinchi bo'lib berishdan ko'ra, rost xabarni ikkinchi bo'lib berish professional etika belgisidir" degan tamoyil asosiy qoidaga aylanishi lozim.

Media makonda shaxsiy hayot daxlsizligi va aybsizlik prezumpsiyasiga amal qilish — inson qadrini ulug'lashning amaliy ko'rinishidir. "O'zingga ravo ko'rmaganingni o'zgaga ham ravo ko'rma" degan oltin qoida barcha kontent yaratuvchilar (jurnalistlar, blogerlar, vaynchilar) uchun umumiy axloqiy kodeks bo'lib xizmat qilishi kerak. Media etikasi faqat qonunlar bilan tartibga solinmaydi. Bu sohada ijobiy o'zgarishlarga erishish uchun jamiyatda media savodxonlikni oshirish, blogerlar uchun ixtiyoriy axloqiy deklaratsiyalarni joriy etish va sun'iy intellekt tomonidan yaratilgan kontentlarga mas'uliyatli yondashuvni shakllantirish zarur. Media makonda

axloqiy standartlarga rioya qilish nafaqat bugungi kungi nufuzni saqlab qolish, balki kelajak avlod uchun toza va ishonchli raqamli dunyoni meros qoldirish demakdir.

References:

1. 1. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O'zbekiston strategiyasi. – Toshkent: “O'zbekiston” nashriyoti, (2021). – 464 b.
2. 2. Mirziyoyev Sh.M. Milliy tiklanishdan – milliy yuksalish sari. 4-jild. – Toshkent: “O'zbekiston” nashriyoti, (2020). – 452 b.
3. 3. Axborotlashtirish to'g'risida. O'zbekiston Respublikasining Qonuni. – Toshkent: Adolat, (2021).
4. 4. Ganieva M. Mediaetika: Nazariya va amaliyot. – Toshkent: Akademnashr, (2019). – 180 b.
5. 5. Jurnalistning kasb odobi kodeksi. O'zbekiston Jurnalistlar uyushmasi konferensiyasi qarori bilan tasdiqlangan hujjat. – Toshkent, (2019).
6. 6. Lassvell G. Jamiyatda aloqa tuzilishi va vazifalari. (Tarjima). – Moskva: Nauka, (2015).
7. 7. Mo'minov F. Jurnalistika: ijtimoiy institut sifatida. – Toshkent: Universitet, (2012). – 210 b.
8. 8. Pulitzer J. Jurnalistika etikasi va tamoyillari (O'quv qo'llanma). – London: Media Press, (2018) (Ingliz tilidan tarjima).
9. 9. Qosimov N. Media makon va axborot xavfsizligi. – Toshkent: Yangi asr avlodi, (2020). – 240 b.
10. 10. Sodiqov Q. Raqamli dunyoda media savodxonlik asoslari. – Toshkent: Cho'lpon, (2022). – 156 b.