

IJTIMOYIY FIKRNI MODELLASHTIRISHDA JURNALISTNING KASBIY ETIKASI VA TA'SIR KUCHI

Nurgaliyeva Gulayim Aymuratovna,
Qoraqalpoq Davlat Universiteti tayanch doktoranti

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18798484>

Annotatsiya. Ushbu maqolada global axborotlashuv sharoitida ijtimoiy fikrni shakllantirish va modellashtirishda jurnalist shaxsining o'rnini, uning kasbiy etikasi hamda auditoriyaga psixologik ta'sir ko'rsatish mexanizmlari kompleks tadqiq etilgan. Tadqiqot davomida jurnalistning ijtimoiy mas'uliyati, axborot xurujlariga qarshi immunitetni shakllantirish usullari va kommunikatsiya jarayonida verbal hamda nonverbal vositalarning kognitiv jihatlari ilmiy tahlil qilinadi. G. Gans, F. Sharkov va V. Karimova kabi olimlarning fundamental qarashlari asosida zamonaviy jurnalistikaning transformatsion roli yoritilgan.

Kalit so'zlar: media-modellashtirish, ijtimoiy fikr, jurnalist etikasi, axborot xuruji, kognitiv kommunikatsiya, nonverbal signallar, media-savodxonlik, ijtimoiy mas'uliyat, manipulyatsiya, kognitiv psixologiya.

Abstract. This article provides a complex study of the role of a journalist's personality, professional ethics, and mechanisms of psychological influence on the audience in the formation and modeling of public opinion within the context of global information outreach. The research scientifically analyzes the social responsibility of a journalist, methods of developing immunity against information attacks, and the cognitive aspects of verbal and non-verbal tools in the communication process. Based on the fundamental views of scholars such as G. Gans, F. Sharkov, and V. Karimova, the transformational role of modern journalism is highlighted.

Keywords: media modeling, public opinion, journalistic ethics, information attack, cognitive communication, non-verbal signals, media literacy, social responsibility, manipulation, cognitive psychology.

Аннотация. В данной статье комплексно исследованы роль личности журналиста в формировании и моделировании общественного мнения в условиях глобальной информатизации, его профессиональная этика и механизмы психологического воздействия на аудиторию. В ходе исследования проводится научный анализ социальной ответственности журналиста, методов формирования иммунитета к информационным атакам и когнитивных аспектов вербальных и невербальных средств в процессе коммуникации. На основе фундаментальных взглядов таких ученых, как Г. Ганс, Ф. Шарков и В. Каримова, освещена трансформационная роль современной журналистики.

Ключевые слова: медиа-моделирование, общественное мнение, журналистская этика, информационная атака, когнитивная коммуникация, невербальные сигналы, медиаграмотность, социальная ответственность, манипуляция, когнитивная психология.

Kirish. Zamonaviy sivilizatsiya taraqqiyotining hozirgi bosqichida jurnalistika shunchaki axborot yetkazish vositasi bo'lishdan to'xtab, jamiyatning ijtimoiy-siyosiy va ma'naviy qiyofasini belgilovchi qudratli institutga aylandi. Axborot va fikr almashishning asosiy vositasi sifatida u jamiyatning barcha qatlamlari bilan uzviy aloqada bo'lishni va dinamik o'zgarishlarga tezkor javob berishni talab etadi. Jurnalistlar jamiyat bilan faol ishlashi, unga yaqinlashishi va ijtimoiy muammolarga chidam bilan yondashishi kerak. Bu

o'z navbatida jurnalistning ijtimoiy mas'uliyatini oshiradi va uning kasbiy muvaffaqiyatini ta'minlaydi.

Bugungi kunda jurnalist nafaqat voqelikni aks ettiradi, balki uni ma'lum bir qoliplar (framing) asosida taqdim etish orqali ijtimoiy fikrni modellashtiradi. Bu jarayon shunchaki ma'lumot berish emas, balki jamiyat ongida ma'lum bir dunyoqarash poydevorini qurishdir. Jurnalistning ijtimoiy mas'uliyati uning muammolarga chidamliligi va etik tamoyillarga sodiqligi bilan o'lchanadi. Bugungi kunda jurnalist "kun tartibini belgilovchi" (Agenda-setting) subyekt sifatida jamiyat nima haqida o'ylashi va qanday xulosaga kelishi kerakligiga bilvosita ta'sir o'tkazadi.

Adabiyotlar tahlili va metod. Ushbu tadqiqotda tizimli tahlil, qiyosiy-mantiqiy umumlashtirish, kontent-tahlil va adabiyotlar sharhi metodlaridan keng foydalanildi. Tadqiqotning metodologik asosini sotsiologik (G. Gans, F. Sharkov) va psixologik (V. Karimova) yondashuvlar tashkil etadi. Jurnalistning auditoriyaga ta'sir ko'rsatish mexanizmlarini o'rganishda quyidagi metodik yondashuvlar ustuvorlik qildi:

1. **Kognitiv tahlil:** Axborotning inson ongiga singishi, qayta ishlanishi va ijtimoiy xulq-atvorda aks etishi jarayonini o'rganish.
2. **Komparativistik yondashuv:** G'arb media nazariyalari va milliy media-muhitdagi ta'sir ko'rsatish usullarini qiyosiy tahlil qilish.
3. **Etik ekspertiza:** Axborot manipulyatsiyasi va professional jurnalistika o'rtasidagi nozik chegarani etik me'yorlar asosida belgilash.

Jurnalistlar axborotni to'plash va uzatishda "darvazabon" (Gatekeeping) vazifasini bajaradi. Bu jarayonda har bir saralab olingan xabar jamiyatning umumiy kayfiyatiga ta'sir qiladi. Amerikalik sotsiolog Gerbert Gans ta'kidlaganidek: "Jurnalistlar jamiyatning boshqaruv tizimi, madaniyati va me'yoriy qadriyatlarini aks ettiruvchi ko'zgudir" [1; 416].

Natijalar. Raqamli texnologiyalar davrida axborot eng qimmatli strategik resursga aylandi. AQSh strategik tadqiqotlar instituti ma'lumotlariga ko'ra, axborot mahsulotlariga sarflangan har bir dollar boshqa sohalarga qaraganda bir necha barobar ko'proq foyda berishi aniqlangan [2]. Bu axborotning nafaqat iqtisodiy, balki siyosiy hokimiyatni boshqarish vositasi ekanligini anglatadi. Bugungi kunda global axborot oqimi yer yuzini yagona sotsiumga aylantirmoqda, bu esa jurnalist zimmasiga xalqaro miqyosdagi mas'uliyatni yuklaydi.

Tadqiqotchi Elbek Holiqov ta'kidlaganidek, hozirgi kunda muayyan kuchlar manfaati uchun xizmat qiluvchi "buyurtma yangiliklar" orqali millat va elatlarning ongi, axloqiy qadriyatlariga tahdid solinmoqda [3; 17]. Bunday "axborot xurujlari" noobyektiv usullardan foydalanib, inson hissiyotlari va e'tiqodiga ta'sir etish orqali turmush tarzini izdan chiqarishga yo'naltiriladi. Professor B. Karimova tomonidan ushbu hujumlardan himoyalashning quyidagi psixologik qoidalari asoslab berildi:

Psixologik immunitet: Shaxsda qasddan qilingan ta'sirlarga nisbatan ichki filtrni shakllantirish.

Maqsadli skeptitsizm: Reklama yoki tashviqot ortida turgan haqiqiy manfaatlarni tahlil qilish.

Media-savodxonlik: Axborotning asosiy maqsadi — xabardor qilish emas, balki ishontirish (persuasion) ekanini anglash.

1-jadval.

Jurnalistik faoliyatda auditoriyaga ta'sir ko'rsatish vositalarining tarkibiy qismlari:

Ta'sir kanali	Asosiy vositalari	Kutiladigan natija
Verbal kanal	Nutq madaniyati, argumentlar, mantiqiy xulosalar	Auditoriyada bilim va tushuncha shakllanishi
Noverbal kanal	Mimika, imo-ishora, tashqi ko'rinish, ovoz tembri	Auditoriyaning jurnalistga nisbatan ishonchi (simpatiya)
Psixologik kanal	Empatiya, "faol tinglash", respondent bilan aloqa	Respondentning ochilishi va eksklyuziv axborot berishi
Etik kanal	Xolislik, adolat, ijtimoiy mas'uliyat	Jurnalistning va tahririyatning uzoq muddatli nufuzi

Yuqoridagi jadvaldan ko'rinib turibdiki, jurnalistning ta'sir kuchi faqatgina u uzatayotgan axborot mazmuniga emas, balki uni qaysi kanal orqali va qanday etik me'yorlar asosida yetkazayotganiga ham bevosita bog'liqdir.

Shuningdek, jurnalistning muvaffaqiyati faqat markaziy shaharlar bilan cheklanib qolmay, chekka hududlardagi muammolarni o'rganishi bilan ham belgilanadi. Jamiyatning barcha qatlamlarini qamrab olish orqali jurnalist ijtimoiy adolatni ta'minlovchi subyektga aylanadi. Har xil ijtimoiy guruhlar bilan muloqot qila olish mahorati materialning xolisligini va uning ta'sir kuchini oshiradi.

Muhokama. Feliks Sharkov kommunikatsiyani faqat xabar uzatish emas, balki signal turlari yordamida o'zaro ta'sir etish jarayoni sifatida baholaydi [5]. Jurnalist uchun muloqot chog'ida to'g'ri atmosfera yarata olish o'ta muhim. Tadqiqotchilarning ta'kidlashicha, XXI asrda yuzaga kelayotgan ijtimoiy muammolarning aksariyati to'g'ri muloqot qila olmaganlik natijasidir. Jurnalist bu o'rinda ijtimoiy ko'prik vazifasini o'taydi. Shuningdek, muloqotda nafaqat so'zlar (verbal), balki imo-ishoralar va mimikalar (noverbal) hal qiluvchi ahamiyatga ega. Psixolog V. Karimovanning fikricha, suhbatdoshlarning o'rinlari va masofasi material sifatiga ta'sir qiladi [6]. Masalan, jurnalist respondent bilan muloqot qilayotganda, shaxsiy hudud (personal space) chegaralarini buzmasligi kerak. Ayollar emotsional yaqinlikka moyilligi sababli yaqinroq masofadan, erkaklar esa ma'lum bir masofa bilan muloqot qilishni afzal ko'rishadi. Jurnalist ushbu psixologik nuanslarni bilishi intervyu samaradorligini 70% gacha oshiradi. Intervyu jarayoni shunchaki savol-javob emas, balki ikki inson o'rtasidagi ruhiy bog'liqlikdir. "Faol tinglash" ko'nikmasiga ega bo'lmagan jurnalist eng yaxshi savollar

bilan ham samimiy javob ololmaydi. Respondent o'zining tinglanayotganini va tushunilayotganini his qilsa, u o'z dunyoqarashini ochiqroq namoyon qiladi. Bu esa o'z navbatida jurnalistga haqqoniy va eksklyuziv material tayyorlash imkonini beradi. Bu jarayonlarning asosida jurnalist etikasining ahamiyati katta — bu kasbning "gijja"si (poydevori)dir. Ta'sir kuchi ortgani sayin, jurnalistning xatosi jamiyat uchun qimmatga tushadi. Shuning uchun har bir jurnalist axborotni tarqatishdan oldin uning jamiyat barqarorligiga ta'sirini tahlil qilishi shart. Etika — bu manipulyatsiyadan voz kechish va ijtimoiy xizmatni shaxsiy manfaatdan ustun qo'yishdir.

Xulosa. Ijtimoiy fikrni modellashtirish — bu yuksak intellektual va etik mas'uliyat talab qiladigan jarayondir. Jurnalstning auditoriyaga ta'siri — bu uning kasbiy mahorati, psixologik tayyorgarligi va ma'naviy dunyosining natijasidir. Tadqiqot xulosalari shuni ko'rsatadiki, jurnalistlar ijtimoiy muammolarni yoritishda nafaqat faktlarga, balki insoniy qadriyatlarga ham tayanishlari lozim.

Jurnalistikada professional barqarorlikni ta'minlash uchun doimiy ravishda media-savodxonlik va kommunikativ psixologiya bo'yicha bilimlarni oshirib borish zarur. Jamiyatni ijobiy o'zgarishlarga undaydigan, uning dardini eshita oladigan va xolis axborot bilan ta'minlaydigan jurnalistgina haqiqiy ijtimoiy fikr yetakchisiga aylanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Herbert J. Gans. Deciding what's news. Northwestern University Press, 2005 – 416 p.
2. Fayzulla Mo'minov, Nazira Toshpo'latova. Jurnalstika sociologiyasi va psixologiyasi X jild. "O'zbekiston" NMIU-2019.
3. Holiqov E. "Oyna" ortidagi yolg'on dunyo// "Tafakkur", 2011, 1-son, 15-17-b.
4. Karimova V. G'oyaga qarshi – g'oya. Fikrga qarshi – fikr yoxud bu kurash jarayonida nimalarga e'tibor qaratish zarurligi xususida.// "Marifat" 2012, 80-son.
5. Шарков Ф. Основы теории коммуникации. Учебник. — М.: Дашков и Ко, 2012.
6. Karimova V. Ijtimoiy psixologiya, darslik. – Toshkent: TDIU bosmoxonasi, 2012, 68-69-b.