

INTERNET JURNALISTIKASIDA ZAMONAVIY INSON QIYOFASINING SHAKLLANISHI

Muslimaxon Xamidova

Tashkent State University of Oriental Studies

Master's student of the Faculty of Journalism

Annotatsiya: *Ushbu maqolada internet jurnalistikasi sharoitida zamonaviy insonning qiyofasi qanday omillar ta'sirida shakllanayotgani, media makonning inson haqidagi tasavvurlarga qanday ta'sir ko'rsatayotgani va jurnalistik materiallarda inson obrazi ifodasining o'ziga xos jihatlari tahlil qilinadi. Shuningdek, raqamli kommunikatsiya sharoitida shaxsning o'zini namoyon etish shakllari, media madaniyat va axborot etikasi bilan bog'liq masalalar ko'rib chiqiladi. Tadqiqot jarayonida tizimli tahlil, qiyosiy yondashuv hamda diskursiv tahlil metodlaridan foydalanilgan.*

Kalit so'zlar: *internet jurnalistikasi, inson qiyofasi, raqamli madaniyat, media obraz, axborot muhiti, kommunikatsiya, shaxs identiteti.*

Kirish

Bugungi globallashuv va raqamli rivojlanish davrida inson hayotining deyarli barcha jabhalari internet bilan chambarchas bog'lanib bormoqda. Internet jurnalistikasi esa axborot tarqatish vositasidan tashqari, ijtimoiy fikrni shakllantiruvchi va shaxs qiyofasini talqin etuvchi muhim institut sifatida maydonga chiqdi.

Avvallari insonning qiyofasi ommaviy axborot vositalarida asosan an'anaviy jurnalistik janrlar – maqola, ocherk, reportaj orqali yoritilgan bo'lsa, hozirda bu jarayon virtual muhitda, ya'ni onlayn nashrlar, bloglar, tarmoqlar va raqamli platformalarda amalga oshmoqda. Shuning uchun “zamonaviy inson qiyofasi” deganda endilikda faqat tashqi yoki psixologik holat emas, balki virtual maydondagi o'zini ifoda etish shakli ham tushuniladi. Zamonaviy jurnalistika, ayniqsa internet vositalari orqali, insonni nafaqat axborot manbai sifatida, balki ijtimoiy-axborot jarayonining faol ishtirokchisi sifatida ko'rsatmoqda. Shu jihatdan, internet jurnalistikasi shaxsning raqamli “men”ini ifoda etuvchi vosita, ya'ni identitet shakllantiruvchi muhit sifatida ahamiyat kasb etadi.

Mavzuning dolzarbligi shundan iboratki, raqamli texnologiyalar inson haqidagi tasavvurlarni o'zgartirib yubordi. Bugun inson o'z qiyofasini faqat real hayotdagi munosabatlarda emas, balki internetdagi faoliyati orqali ham yaratadi. Shaxsiy blog, ijtimoiy tarmoqdagi postlar yoki onlayn intervyular orqali inson o'zini ko'rsatadi, natijada u haqdagi umumiy tasavvur shakllanadi.

Tadqiqotning maqsadi — internet jurnalistikasi vositasida zamonaviy inson qiyofasining shakllanish jarayonini tahlil qilish, bu jarayonda til, uslub va media vositalarning rolini aniqlashdan iborat. Tadqiqotda “qiyofa” tushunchasining jurnalistikadagi talqinlari tahlil qilinadi. Tadqiqot davomida internet jurnalistikasida zamonaviy inson qiyofasining

shakllanish jarayonini har tomonlama tahlil etish, raqamli axborot muhiti insonning ijtimoiy, ma'naviy va madaniy qiyofasiga qanday ta'sir ko'rsatayotganini aniqlash, onlayn axborot vositalarida shaxs obrazi ifodalanishining o'ziga xos xususiyatlarini ochib berish asosiy vazifalarni tashkil etadi. Shu bilan birga, internet jurnalistikasida inson qiyofasining ijobiy va salbiy talqinlari, ularning ommaviy ong shakllanishiga ta'siri, virtual kommunikatsiya vositalari orqali shaxs obrazini yaratish mexanizmlari, hamda media madaniyatning zamonaviy inon o'zligini anglash jarayoniga qo'shayotgan hissasini tahlil etish ushbu ishning dolzarb yo'nalishlaridan biridir.

Qiyofa tushunchasining jurnalistikadagi nazariy asoslari

Jurnalistikada "qiyofa" atamasi ko'p qatlamli ma'noga ega bo'lib, u insonning ichki dunyosi, ijtimoiy o'rni, psixologik holati hamda jamiyatdagi roli bilan bog'liq timsolni anglatadi. Qiyofa – bu insonni qanday ko'ramiz, qanday eshitamiz va uni qanday talqin qilamiz degan savollarga javob beruvchi ijtimoiy-psixologik obrazdir.

O'zbekistonlik olim N. Qosimova fikricha, jurnalist yaratgan obraz – bu real inson timsoli bilan bir qatorda, jamiyatda shakllanayotgan ma'naviy va axloqiy yo'nalishlarning ifodasidir ¹. Shuningdek, taniqli G'arb olimi D. Makkueyl ommaviy axborot vositalarida yaratilgan inson obrazi ijtimoiy ongga kuchli ta'sir o'tkazishini ta'kidlaydi. Unga ko'ra, media inson haqidagi tasavvurlarni shakllantirib, ularni omma tafakkuriga singdiradi, natijada "real shaxs o'zining media orqali yaratilgan nusxasida yashaydi" ².

Shaxs qiyofasi jurnalistik materiallarda nafaqat faktlar asosida, balki muallifning tahliliy yondashuvi, estetik qarashlari va ijtimoiy qadriyatlarga munosabati orqali ham shakllanadi. Shu bois, jurnalistik qiyofa subyektiv unsurlarni ham o'zida mujassam etadi. S. To'laganova ta'kidlaganidek, jurnalist insonni faqat voqelik subyekt sifatida emas, balki ma'naviy qadriyatlar tashuvchisi tarzida ko'rsatadi, shu orqali jamiyat tarbiyasiga xizmat qiladi ³.

Jurnalistik qiyofa tushunchasi ko'p hollarda individual shaxs bilan cheklanmaydi, balki butun ijtimoiy qatlam, millat yoki kasb egalarini ifodalovchi umumlashgan obrazni ham qamrab oladi. Masalan, internet nashrlarida "zamonaviy yoshlar obrazi" yoki "ayol qiyofasining yangicha talqini" kabi yo'nalishlar aynan shu nazariyaning amaliy ifodasidir. Bu jarayonda til, uslub, kontekst va vizual komponentlar bir butun tizim sifatida ishlaydi.

T. A. van Deykning fikricha, media matnlari inson haqidagi stereotiplarni shakllantirishi yoki ularni buzishi mumkin. Shu jihatdan, har bir jurnalistik diskurs nafaqat axborot vositasi, balki ijtimoiy hokimiyatning muayyan shaklidir⁴. Bu yondashuv, ayniqsa, internet jurnalistikasi sharoitida muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki raqamli platformalarda inson obrazi tahririy filtrlarsiz, tezkor tarzda auditori yaga yetkaziladi.

¹ . Qosimova N. Jurnalistika nazariyasi. – Toshkent: O'zbekiston Milliy universiteti nashriyoti, 2021. – 184 b.

² McQuail D. Mass Communication Theory. – London: Sage Publications, 2010. – 458 p.

³ To'laganova S. Mediaetika va jurnalistik mahorat. – Toshkent: G'afur G'ulom nomidagi nashriyot, 2019. – 112 b.

⁴ van Dijk T. A. Discourse and Power. – New York: Palgrave Macmillan, 2008. – 246 p.

Amerikalik olim V. Lippmann buni “ommaviy ongda stereotiplar orqali yaratiladigan sun’iy reallik” deb ataydi⁵. Darhaqiqat, internetdagi har bir post, maqola yoki tasvir inson qiyofasini ommaviy idrokda o’zgacha tusda aks ettiradi. Shu ma’noda, jurnalist yaratgan obraz ijtimoiy ongga kuchli ta’sir o’tkazuvchi axborot mahsulotiga aylanadi.

O’zbekiston internet jurnalistikasi amaliyotida ham inson qiyofasini talqin etish borasida turli yondashuvlar kuzatiladi. Ayrim nashrlar ijtimoiy mavzularda inson omilini markazga qo’ysa, boshqalari texnologik va iqtisodiy o’zgarishlar fonida shaxsni tahlil qilishga harakat qiladi. Bu jarayon tahlili shuni ko’rsatadiki, zamonaviy jurnalistikada qiyofa – bu shunchaki shaxs tasviri emas, balki jamiyatda kechayotgan o’zgarishlarning aksidir.

Internet jurnalistikasi sharoitida inson qiyofasining ifodalanish xususiyatlari

Internet jurnalistikasi inson qiyofasini yoritishda tezkorlik, interaktivlik va multimediasiylik kabi afzalliklarga ega. Ushbu omillar shaxs obrazini yaratishda jurnalistga keng imkoniyat beradi. Matnli ifoda bilan bir qatorda vizual tasvirlar, infografika, video, ovozli lavhalar va ijtimoiy tarmoq havolalari insonning qiyofasini ko’p qatlamli tarzda yoritadi. Masalan, bir maqoladagi rasm, sarlavha va taglavha o’quvchining inson haqidagi birlamchi tasavvurini shakllantiradi.

Internet jurnalistikasining muhim jihati shundaki, o’quvchi ham qiyofa yaratilishida faol ishtirok etadi. Kommentariyalar, “layk”lar, repostlar orqali inson obrazi jamiyat tomonidan qabul qilinadi yoki inkor etiladi. Shu tariqa, media maydonida yaratilgan har bir qiyofa “ijtimoiy baho”dan o’tadi.

Internet jurnalistikasi zamonaviy inson qiyofasini shakllantirishda eng faol va samarali kommunikativ maydonlardan biriga aylandi. Axborot texnologiyalarining tez sur’atlarda rivojlanishi, raqamli media vositalarining keng ommalashuvi inson ongida yangicha dunyoqarash, qadriyat va ijtimoiy pozitsiyani shakllantirmoqda. Bugungi kunda inson o’z shaxsiy hayotini, qarashlarini, hissiyotlarini, siyosiy yoki ijtimoiy nuqtayi nazarini internet orqali namoyon etadi, natijada uning virtual qiyofasi real hayotdagi obraz bilan uyg’unlashadi yoki ayrim hollarda undan farq qiladi. Internet nashrlarida inson qiyofasining shakllanishi jarayonida axborotning tezkorligi, yangiliklarning vizual tarzda taqdim etilishi, ijtimoiy tarmoqlardagi interaktivlik, muallif va auditoriya o’rtasidagi bevosita aloqa muhim o’rin tutadi. Shuningdek, jurnalistik materiallarda inson obrazini yoritishda matn bilan bir qatorda foto, video, infografika kabi multimediasiy vositalar ham kuchli ta’sir kuchiga ega bo’lib, ularning uyg’unligi auditoriyada mazkur shaxs haqida muayyan tasavvur hosil qiladi. Zamonaviy jurnalistikaning o’ziga xos xususiyati — insonni nafaqat axborot manbai, balki ijtimoiy jarayonlarning faol ishtirokchisi sifatida talqin etishidadir. Shu bois, internet nashrlarida yaratilayotgan qiyofalar jamiyatdagi ijtimoiy, siyosiy, madaniy va ma’naviy tendensiyalarni aks ettiradi. Inson obrazi ko’pincha jurnalistning pozitsiyasi, tahririyat siyosati, nashrning maqsadi hamda auditoriya ehtiyojlariga mos ravishda shakllantiriladi. Bunday jarayonda media makonda raqamli identifikatsiya, shaxsiy brend yaratish, ijtimoiy tarmoqlardagi obro’-e’tibor va virtual obro’ kabi tushunchalar o’zaro uyg’unlikda kechadi.

⁵ Lippmann W. Public Opinion. – New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. – 427 p.

Internet jurnalistikasi orqali yaratilgan qiyofa nafaqat o'quvchi ongida, balki butun jamiyat miqyosida shaxsga nisbatan ijobiy yoki salbiy munosabatni shakllantiradi. Shu jihatdan olganda, jurnalistning mas'uliyati faqat axborotni yetkazish bilan emas, balki ijtimoiy ongda adolatli, haqqoniy, madaniy va axloqiy qiyofani yaratish bilan ham bog'liqdir. Shunday qilib, zamonaviy internet jurnalistikasi inson qiyofasini yaratishning yangi kommunikativ modeli sifatida nafaqat informatsion, balki ma'naviy-estetik vazifani ham bajaradi.

Zamonaviy insonning raqamli qiyofasi va media madaniyat

Zamonaviy inson o'zining "raqamli qiyofasi"ni internetdagi faoliyati orqali yaratadi. Bu jarayon shaxsning o'zini qanday ko'rsatishi, qanday axborotlarni baham ko'rishi, qanday muloqot olib borishiga bevosita bog'liq. Internet jurnalistikasi bunday shaxsiy identitetni yoritishda axborot etikasi, madaniy mas'uliyat va media savodxonlik tamoyillariga tayanishi lozim. Aks holda, virtual makonda inson qiyofasi buzilgan, biryoqlama yoki manipulyativ talqinda aks etadi.

Bugungi raqamli davrda inson qiyofasi quyidagi omillar asosida shakllanadi:

1. Axborot oqimi tezligi – inson haqidagi ma'lumotlar soniyasiga tarqaladi;
2. Media ishonchliligi – har bir post yoki maqola jamiyatda ishonch uyg'otadi yoki inkor etiladi;
3. Shaxsiy brend – har bir inson o'z nomi bilan bog'liq imij yaratishga harakat qiladi;
4. Media estetikasi – inson obrazini vizual va tahririy jihatdan to'g'ri berish madaniyati.

Demak, zamonaviy inson qiyofasi nafaqat jurnalistning asari, balki media madaniyatning umumiy mahsuli sifatida shakllanadi. Shu bois jurnalistning mahorati, tanlagan uslubi va axloqiy pozitsiyasi bu jarayonda hal qiluvchi o'rin tutadi.

Xulosa

Internet jurnalistikasi bugungi kunda shaxs, jamiyat va madaniyat haqidagi tasavvurlarni qayta shakllantirayotgan eng kuchli axborot tizimidir. Unda inson qiyofasi an'anaviy matbuotdagidan farqli ravishda, raqamli vositalar yordamida, o'quvchi ishtirokida va tezkor kontekstda yaratiladi.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, internet jurnalistikasi insonni faqat voqealar ishtirokchisi sifatida emas, balki media jarayonning faol subyekti sifatida ko'rsatmoqda. Shu sababli jurnalist har bir inson obrazini yaratishda nafaqat informatsion, balki ma'naviy va axloqiy mas'uliyatni ham his etishi zarur.

Shunday qilib, zamonaviy inson qiyofasining shakllanishi — bu jurnalistika, madaniyat va raqamli kommunikatsiyaning kesishgan nuqtasidagi murakkab jarayondir. Internet jurnalistikasi bu jarayonni tahlil etish, baholash va madaniy jihatdan boyitish orqali jamiyat ongini shakllantiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Qosimova N. Jurnalistika nazariyasi. – Toshkent: O'zbekiston Milliy universiteti nashriyoti, 2021. – 184 b.

2. McQuail D. Mass Communication Theory. – London: Sage Publications, 2010. – 458 p.
3. To‘laganova S. Mediaetika va jurnalistik mahorat. – Toshkent: G‘afur G‘ulom nomidagi nashriyot, 2019. – 112 b.
4. van Dijk T. A. Discourse and Power. – New York: Palgrave Macmillan, 2008. – 246 p.
5. Lippmann W. Public Opinion. – New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. – 427 p.