

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI SOHASIDA OG‘ZAKI VA YOZMA NUTQNING O‘RNI

Bazarov Sherali Abdinazarovich

Termiz davlat muhandislik va agrotexnologiyalar universiteti

O‘zbek tili va adabiyoti kafedrası o‘qituvchisi

E-mail.sheralibazarov85@gmail.com

https://orcid.org/0009-0007-1314-4811

Annotatsiya: *ushbu maqolada matbuot faoliyati haqida ma’lumotlar berilgan. Maqola davomida ommaviy axborot vositalari vakillari nutqi batafsil tahlil qilingan. Maqola so‘nggida so‘z erkinligi qanday bo‘lishi bo‘yicha xulosa berilgan.*

Kalit so‘zlar: *nutq, matbuot, huquq.*

Bugungi kunda ommaviy axborot tarqatish kanallari deganda matbuot, radio, televideniye va internet nazarda tutiladi. O‘z-o‘zidan ma’lumki, mazkur imkoniyatlar qadimgi dunyoda yo‘q edi. Xo‘sh, shunday ekan, axborot tarqatishning bunday jarayonlari avvalgi davrlarda bo‘lganmi, bo‘lgan holda, qanday amalga oshirilgan bo‘lishi mumkin?

Albatta, bunday kommunikatsiyalar bugungidek keng miqyosli bo‘lmagan, u vaqtlarda yer yuzida aholi juda kam, ommaviy axborot vositalari esa boshqacha edi. Lekin ommaviy kommunikatsiyalar bo‘lganligini va ular o‘sha vaqtlarda ham jamiyatda bugungi kundagidek vazifalarni bajarganligini hech kim inkor qilolmaydi. Shunday ekan, uzoq o‘tmishda ommaviy kommunikatsiyalarning kanallari sifatida nima xizmat qilgan? Masalani atroflicha o‘rganib chiqqach, biz daraxt bargi, pustlog‘i, teri, suyak, yog‘och, mum, loy, tosh, metall, mato va qog‘ozlar bunday kanallar o‘rnini bosgan, degan xulosaga keldik. Ushbu axborot tarqatuvchi vositalar haqida qisqacha gapirib o‘tsak.

Har qanday ijtimoiy hodisani o‘rganishda, avvalambor, uning tarixiy asoslarini hisobga olish va ushbu hodisa qanday paydo bo‘ldi, qay tarzda rivojlandi, qaysi asosiy bosqichlarni bosib o‘tdi va hozir qanday holatda, degan savollarga javob izlash muhimdir. Misol uchun olimlarning “publitsistika” atamasi haqidagi turli tushuncha va izohlarini keltirish mumkin. Ta’riflar turlicha bo‘lishidan qat’i nazar, ularning barchasi ushbu so‘z negizida ayni dolzarblik va ijtimoiy ahamiyatga ega bo‘lgan fikrga e’tiborni jalb etish kabilarni tushunishadi. Ijtimoiy munosabatlarni o‘zida aks ettiruvchi publitsistikaning vujudga kelishini izohlash insoniyatning paydo bo‘lish va rivojlanish tarixi bilan birgalikda o‘rganishni taqozo etadi. Umuman, zamonaviy tipdagi birinchi

gazetalarning paydo bo'lishi bor-yo'g'i XVII asrga borib taqaladi. Lekin insonlarning o'zaro bir-birini ijtimoiy axborotlar vositasida xabardor qilib turish hodisasi juda uzoq tarixga ega. U deyarli insonning o'zi barobar qadimiydir.

Jurnalistikaning paydo bo'lishi va rivojlanishida mavjud jamiyatning siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy rolini aniq mushohada qilibgina unga to'g'ri baho berish mumkin bo'ladi. Matbuot inson taraqqiyotining "ko'zgusi" deb bejiz aytilmaganini yodda saqlashimiz kerak. Matbuotning tug'ilishi va rivojlanishi insoniyatning yangilikka, ya'ni informatsiyaga bo'lgan ehtiyojining paydo bo'lishida juda muhim rol o'ynagan. Lekin bundan jurnalistika axborot tarqatish uchungina paydo bo'lgan, degan fikr kelmasligi kerak. Bu jurnalistika tabiatiga to'g'ri kelmasligini olimlar ta'kidlashgan³.

Istiqlol tufayli O'zbekiston matbuotida yangi davr boshlandi. Tashkilotlar, partiyalar, uyushmalar, hattoki fuqarolar o'z nashrlarini ta'sis etish huquqiga ega bo'ldilar. Matbuotga oid qabul qilingan qonunlar ommaviy axborot vositalarini erkin qilish, "To'rtinchi hokimiyat" maqomiga erishtirish borasidagi katta qadamlar edi. Boshqacha qilib aytganda, matbuot erkinligi – matbuotning mohiyatini, uning jamiyat hayotidagi o'rnini belgilaydi va unga demokratiya ko'rinishlaridan biri sifatida qaraladi.

Shuni ham e'tirof etish kerakki, matbuotning keyinchalik sarmoyaga qaramligi oshib, matbuot erkinligi undan foydalanish erkinligiga, boylik orttirish manbaiga aylana bordi. Matbuot shov-shuvli, oldi-qochdi materiallar bilan birga reklamaga keng o'rin bera boshladi.

O'z milliy mustaqilligiga erishgan O'zbekistonda matbuot erkinligi huquqiy poydevorga ega bo'ldi. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining, yuqorida aytganimizdek, 67-moddasida "Ommaviy axborot vositalari erkindir va qonunga muvofiq ishlaydi. Ular axborotning to'g'riligi uchun belgilangan tartibda javobgardirlar. Senzuraga yo'l qo'yilmaydi", deb yozilgani fikrimizning isbotidir. Jurnalistikaning g'oyaviy-nazariy konsepsiyalari haqida to'xtalish, bu umuman jurnalistikaning barcha konsepsiyalari haqida to'xtalish deb tushunmaslik kerak.

Ommaviy axborot vositalaridagi ish aqliy mehnat sohasiga kiradi. Bu yerda ishlovchidan har kuni yozish, unga tayyor bo'lish talab qilinadi. Bugina emas, u tezkor, ham serunum ishlashga majbur. Chunki tahririyat ishi ijtimoiy ishlab chiqarish xarakteriga ega. Ishlab chiqarish uzluksiz ishlaydi. Demak, jurnalist ham uzluksiz faoliyat ko'rsatishga majbur. Bozor iqtisodiyoti jurnalistlar mehnatini yanada takomillashtirishni talab qilmoqda. Kompyuter tizimining paydo bo'lishi va rivojlanishi jurnalist faoliyatiga katta ta'sir ko'rsatmoqda. Jurnalist nafaqat yozish, balki o'z matnini

³ Qozoqboyev T. "Jurnalistika asoslari", o'quv qo'llanma.: Toshkent – 2007, b – 17

terish, tuzatish kabi ishlar bilan ham shug'ullanishga majbur bo'lmoqda. Yana chet mualliflarning maqolalarini tahrir qilish va chop etishga tayyorlashdan qutilgan emas.

Jurnalistlar mehnati jamoat ishlab chiqqan mahsulot bilan belgilanadi va baholanadi. Jurnalist yozgan maqola bir necha qo'ldan o'tadi. Uni tahrir qilishadi, raqamlar tekshiriladi, musahhih o'qiydi, rassom-dizayner yoki mas'ul kotib uni sahifada joylashtiradi. Demak, eng avvalo, tahririyatda har bir ishni oqilona taqsimlash kerak. Blogerlik tarmog'ida esa ma'lumotlar tez ijtimoiy tarmoqlarda e'lon qilinishi uchun joylanadi. Undagi sarlavha shov-shuvli bo'lib o'qilishi va eshitalishi kerak.

Ommaviy axborot vositalari tahririyatlarida ikki asosiy guruh faoliyat ko'rsatadi. Birinchisi, jurnalistlar, bular, asosan, axborot mahsuloti beruvchilar, ikkinchi guruh shu mahsulotni iste'molchilar uchun tayyor holga keltiruvchilardir. Bunga texnika, moliya ishlari bilan shug'ullanuvchilar, ishlab chiqarishni tashkil qiluvchilar, musahhihlar va boshqalar kiradi.

Shuni ham ta'kidlash kerakki, hozirgi paytda jurnalistlar ichida soha bo'yicha ixtisoslashish amalga oshirilmoqda. Birovlari siyosat bilan, ikkinchilari iqtisod, uchinchilari sport, to'rtinchilari san'at sohalari bilan shug'ullanishga ixtisoslashmoqda. Ba'zi jurnalistlar esa o'zining blog (ijtimoiy tarmoq)larini yuritmoqda, ya'ni blogerlik faoliyati bilan ham shug'ullanishmoqda.

Ommaviy axborot vositalari faoliyatiga qarab, gazeta va jurnallarda maxsus muxbir, reklama menedjeri, teleradioda rejissyor, ovoz operatori, musiqa muharriri va boshqa lavozimlar bo'lishi ham mumkin.

Auditoriya qaysi axborotni qabul qilishi masalasi chuqur o'rganilishi lozim bo'lgan muammo. Chunki nashr yoki eshittirishni ishga tushirishdan oldin, u kimga qaratilgani, uni qanday qabul qilishlari, u qanday ta'sir etishi mumkinligi kabi savollarga aniq javob topish lozim bo'ladi. Tahririyatlarning eng asosiy muammosi o'quvchilar yoki tomoshabinlar bilan o'zaro aloqaga erishishdan iborat. Jurnalistika uchun auditoriya bilan jonli aloqa juda ham muhim. Har bir televideniye va radio, gazeta, jurnal va nashriyotlar faoliyatiga auditoriya bilan o'rnatilgan aloqaga qarab baho berish o'rinli bo'ladi. Eshittirish-u ko'rsatuv, kitobmi yoki gazeta-jurnal xalq hayoti, uning muammolari, orzu-istagi, dardini yoritishga uni omma xalqchil ommaviy axborot vositasi deb ataydi va uni qo'llab-quvvatlaydi

Jurnalistika amaliyotini boshqarish ommaviy axborot vositalari tizimida ham ichki, ham tashqi tomondan amalga oshiriladi. Ommaviy axborot vositalari nimani va qanday yoritishi mumkin yoki mumkin emas, degan savolning javobi matbuot erkinligi bilan belgilanadi. Bu masala necha asrlar o'tibdiki, kun tartibidan tushmay keladi. Matbuot

erkinligi iborasi taraqqiyotning buyuk qadriyatlari bo'lgan fikr, vijdon, ong erkinligi bilan bir qatorda turadi.

Insoniyatning madaniy rivojlanishda erishgan ko'p yutuqlari axborot vositalari ishtirokida amalga oshirilgan. Bu o'zaro aloqa Birlashgan Millatlar Tashkilotining Inson huquqlari umumiy Deklaratsiyasida ham o'z ifodasini topgan. BMT Bosh Assambleyasi tomonidan 1948-yil 10- dekabrda qabul qilingan bu Deklaratsiyada “insoniyat oilasining hamma a'zolariga xos qadr-qimmatni, ularning teng va ajralmas huquqlarini tan olish – erkinlik, adolat va yalpi tinchlik negizi” ekanligi e'lon etilgan. Deklaratsiyada insonning fikrlash, vijdon, din erkinligi, e'tiqod erkinligi va uni erkin ifodalash va boshqa huquqlar ifodalangan.

Ushbu Deklaratsiya mustaqil O'zbekiston Respublikasi imzolagan birinchi xalqaro hujjat hisoblanadi. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining “Inson va fuqarolarning asosiy huquqlari, erkinliklari va burchlari”, deb atalgan 2-bo'limi mazkur Deklaratsiya talablariga to'la mos keladi. Bundan tashqari, yuqorida aytib o'tganimizdek, O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining 67-moddasida “Ommaviy axborot vositalari erkindir va qonunga muvofiq ishlaydi. Ular axborotning to'g'riligi uchun belgilangan tartibda javobgardirlar. Senzuraga yo'l qo'yilmaydi”, deyiladi. O'zbekiston Respublikasining “Ommaviy axborot vositalari to'g'risida”gi qonunining 2, 3, 4-moddalarida⁴ ommaviy axborot vositalarining erkinligi, har kimning ommaviy axborot vositalarida chiqishi, o'z fikri va e'tiqodini oshkora bayon etish huquqi borligi, O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalarini senzura qilishga yo'l qo'yilmasligi yozib qo'yilgan.

Hozirgi kunda yurtimizda so'z erkinligi barqarorlashuvi, ommaviy axborot vositalariga berilgan imkoniyat va sharoitlar sababli, ushbu sohada ma'lum masalalar muhokama markaziga tushib qoldi. Jumladan, so'nggi vaqtlarda axborot haqida gap ketganda, jurnalistlar qatori blogerlar ham tez-tez tilga olinadigan bo'ldi. Barcha rasmiy va norasmiy tadbirlarga ommaviy axborot vositalari xodimlari sifatida blogerlar ham taklif etilmoqda. Bu oshkorolik jamiyatda so'z erkinligi barqarorlashayotganini chinakam demokratik prinsiplarning qo'llanilayotganligidan darak beradi.

Shu o'rinda jurnalistlar qatori blogerlarning jamiyatda faollashuvi o'zaro ichki raqobatni keltirib chiqarmoqda. Chunki, jurnalistlar hamda blogerlar o'rtasidagi farq va o'xshashlik keng omma uchun hali u qadar oydinlashganicha yo'q. Bizningcha, soha mutaxassislari va olimlari, tadqiqotchilar hozirjavoblik bilan munosabat bildirishlari kerak. Yurtimizda ham jurnalist (sport sharhlovchisi), ham blogerlik faoliyati bilan shug'ullanayotganlar ham bor.

⁴ <https://lex.uz/docs/-1106870>

2014-yilda qabul qilingan “O‘zbekiston Respublikasining ayrim qonun hujjatlariga o‘zgartish va qo‘shimchalar kiritish to‘g‘risida”gi qonunda “blogger – internet jahon axborot tarmog‘idagi o‘z veb saytiga va (yoki) veb-sayt sahifasiga hamma erkin foydalanishi mumkin bo‘lgan, ijtimoiy-siyosiy, ijtimoiy-iqtisodiy va boshqa xususiyatga ega axborotni joylashtiruvchi, shu jumladan, axborotdan foydalanuvchilar tomonidan ushbu axborotni muhokama qilish uchun joylashtiruvchi jismoniy shaxs” deya ta’riflanadi. O‘zbekiston Respublikasining 2003-yil 1-dekabrda qabul qilingan “Axborotlashtirish to‘g‘risida”gi qonunning 3-moddasi shu mazmundagi xatboshi bilan to‘ldirilgan. Yana bir qo‘shimcha Qonunning 12-moddasiga tegishli. Bu yerda “veb-sayt sahifasining egasi, shu jumladan, blogger hamma erkin foydalanishi mumkin bo‘lgan axborot joylashtiriladigan internet jahon axborot tarmog‘idagi o‘z veb-sayt sahifasiga hamma erkin foydalanishi mumkin bo‘lgan axborotni joylashtirishdan avval uning to‘g‘riligini tekshirishi, shuningdek, joylashtirilgan axborotning noto‘g‘riligi aniqlangan taqdirda uni darhol o‘chirib tashlashi shart”⁵ deb belgilangan. Umuman olganda, shuni ta’kidlash joizki, matbuot erkinligi so‘z, shaxs, vijdon erkinligi singari siyosiy huquqlardan biri bo‘lib, matbuotning erkin faoliyat ko‘rsatishini ta’minlash uchun butun jamiyat shug‘ullanishi kerak.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Qozoqboyev T. “Jurnalistika asoslari”, o‘quv qo‘llanma.: T.: 2007, B. 17
2. Bazarov Sh., Jurnalist va bloggerlar faoliyatida nutq madaniyatining o‘rni va ahamiyati, “Tamaddun nuri” jurnali, 2023-y 7-son, B. 84.
3. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М.: 1992. 37-бет.
4. Shaymardanova, A. (2020). THE ROLE AND POSITION OF LACUNAS OF CULTURAL LOCATION IN THE PROCESS OF COMMUNICATION (CAN THE WORD “YANGA” BE THOUGHT TO BE A LACUNA IN UZBEK LANGUAGE?). *Theoretical & Applied Science*, (12), 322-325.
5. Shaymardanova, A. (2021). Компьютерный Перевод Культурных Характеристик Проблема Изготовления. *Computer Linguistics: Problems, Solutions, Prospects*, 1(1).
6. Bazarov, S. (2023). Avesto yozuvi. *Академические исследования в современной науке*, 2(13), 32-35.
7. Bazarov, S. (2023). SO‘G‘D YOZUVI. *Академические исследования в современной науке*, 2 (15), 57-59.
8. Abdinazarovich, B. S. (2022). YOZUV VA UNING KELIB CHIQISH TARIXI. *TA’LIM VA RIVOJLANISH TAHLILI ONLAYN ILMIY JURNALI*, 2(4), 116-119.

⁵ <http://www.lex.uz/pages/getpage.aspx?lactjd=2456411>