

STRATEGIES AND PROSPECTS FOR IMPROVING THE ETHICAL GRADATION OF THE MEDIA

Kamoliddin Turayev Samadovich

*Senior Researcher at the Institute of Social and Spiritual Research, Doctor of Philosophy
(PhD)*

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14914080>

Abstract. *This article examines the transition from reality to virtuality in human relations, which has led to the acceleration of processes. Universal human and moral values that are dear to humans have gradually lost their essence under the influence of digital technologies. The article presents ideas on how, in the era of media use and information literacy, to maintain moral standards that are important for humans in the world, so as not to forget their essence and preserve their human image.*

Keywords: *media, virtual network, strategy, system, gradation, information literacy, moral standards, universal human and ethical values.*

СТРАТЕГИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭТИЧЕСКОЙ ГРАДАЦИИ СМИ

Камолiddин Тураев Самадович

*старший научный сотрудник Института социальных и духовных исследований,
доктор философских наук по философии (PhD)*

Аннотация. *В данной статье рассматривается переход от реальности к виртуальности в человеческих отношениях, приведший к ускорению процессов. Общечеловеческие и нравственные ценности, которые дороги человеку, постепенно утратили свою суть под воздействием цифровых технологий. В статье излагаются идеи о том, как в эпоху медиапользования и информационной грамотности поддерживать моральные нормы, которые важны для человека в мире, чтобы не забывать свою сущность и сохранять свой человеческий образ.*

Ключевые слова: *медиа, виртуальная сеть, стратегия, система, градация, информационная грамотность, моральные нормы, общечеловеческие и этические ценности.*

МЕДИА АХЛОҚИЙ ГРАДАЦИЯСИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ СТРАТЕГИЯЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ

Камолиддин Тўраев Самадович

*Ижтимоий маънавий тадқиқотлар институти катта илмий ходими фалсафа
фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)*

Аннотация. Мазкур мақолада кишилар муносабатларини реалликдан виртуалликка қадам қўйиш жараёнларинг тезлашувига олиб келди. Инсонлар учун қадрли бўлган умуминсоний ва ахлоқий қадриятлар аста секинлик билан рақамли технологиялар таъсирида ўз моҳиятини йўқотишига олиб келди. Дунёда инсон ўз моҳиятини унутмаслиги ва инсоний қиёфасини сақлаб қолиши учун муҳим бўлган ахлоқий меъёрларни медиа воситаларидан фойдаланиш даврида сақлаб қолиши ва ахборот саводхонлигига эга бўлиши орқали эришиш тўғрисидаги фикр-мулоҳазалар келтирилган.

Калит сўзлар: ОАВ, виртуал тармоқ, стратегия, тизим, градация, ахборот саводхонлиги, ахлоқий меъёр, умуминсоний ва ахлоқий қадриятлар.

Кириш. Доимий глобаллашув шароитида оммавий ахборотни тарқатишнинг асосий канали электрон оммавий ахборот воситалари эканлигини ҳисобга олсак, бугунги кунда ахлоқий меъёрлар доирасида оммавий ахборот воситаларининг таъсирини ўрганиш долзарб ва истиқболли вазифалардан бири ҳисобланади. Бу орқали ОАВ ҳамда медиа маконда ахборотнинг оммавий тақсимланиши, бунинг натижасида маънавий-ахлоқий қарашларга оид ахборотни кўпайишига олиб келади.

Бугунги субмаданиятлар қоришуви миллий қадриятлар қирғоқларини ювиб кетиш даврида ахлоқий градация (этика ва маънавий стандартлар бўйича баҳолаш) медиа соҳасида жуда муҳим рол ўйнамоқда. Чунки у аудиториянинг ахборотга муносабатини шакллантиради ва жамиятда маънавий-ахлоқий тамойилларни мустаҳкамлашга хизмат қилишига ёрдам беради.

Асосий қисм. Тақдидот иши сифатида танганган мавзу замонавий рақамли ахборот муҳитида ахлоқий градацияни такомиллаштириш учун қуйидаги ишларни амалга ошириш аҳамияти юқори. Хусусан, ахборот муҳитини яхшилаш жараёнларида ахлоқий тизимлаштириш қуйидаги ишларни амалга оширишда ёрдам беради.

- Ахлоқий стандартларни такомиллаштириш ва қонунчиликни мустаҳкамлаш,
- Медиа ахлоқ бўйича халқаро ва миллий меъёрларни қайта кўриб чиқиш,
- Медиа ташкилотлари учун ахлоқ кодексларини қайта кўриб чиқиш ва уларга риоя этилишини қатъий риоя қилиш,
- Ахборот хавфсизлиги ва ахлоқий стандартларга мос келмайдиган контентга нисбатан ҳуқуқий жавобгарликни кучайтириш,

- Ахборот тарқатувчилар жавобгарлигини муқаррар эканлигини белгилаш истеъмомга тарқатилаётган ахборотларнинг сифати ва рост ёки ёлғон ахборотларни камайишига хизмат қилади.

Истеъмомчиларнинг Ахборот медиа саводхонликни оширишга қаратилган ишларни самарали ташкил этишда эса:

- Жамиятда ахборотни танлаш ва таҳлил қилиш қобилиятини ошириш учун таълим дастурларини жорий этиш.

- Ёшлар ва катталар учун ахборот манбаларини тўғри баҳолаш, сохта маълумотлардан ҳимояланиш бўйича курслар ўтказиш.

ОАВ ва ижтимоий тарқоқларда контент модерациясини ривожлантириш:

- Ахлоқий талабларга мос келмайдиган, зўравонлик, нафрат, ёлғон ва бошқа зарарли контентни автоматик аниқлайдиган алгоритмлар ва АИ технологияларини такомиллаштириш,

- Ахборотларни мазмун моҳиятига қараб филтрлаш жараёнида инсон омиллари ва эксперт фикрларини инобатга олувчи моделларни ривожлантириш,

- Ахборот муҳотида шаффофликни таъминлаш,

- Контент яратиш ва тарқатиш жараёнида манбалар шаффофлигини таъминлаш, реклама ва ҳомийлик қилинган материалларни аниқ белгилаш,

- Рақамли ахборот муҳотида ахлоқий стандартларни жорий этиш,

- Махсус халқаро ва миллий ташкилотлар орқали медиа ахлоқ стандартларини мувофиқлаштириш,

- Халқаро давлатлар ўртасида медиа ташкилотлари ўртасида ахлоқий стандартлар бўйича келишувлар имзолаш ва глобал ҳамкорликни йўлга қўйишга доир ишларни амалга ошириш зарур.

Илмий изланишлар. Биз тадқиқ этаётган тадқиқот мавзуси юзасидан оммавий ахборот воситаларининг икки томонлама хусусиятини ҳисобга олган ҳолда, улар Ж.Дерриданинг фикрича, ОАВ материаллари маданият архиви сифатида хизмат қилади. [3, б. 319], шунингдек, манипуляция йўли билан ҳам ахлоқий, ҳам маданиятга қарши қадриятларни шакллантиради. Оммавий ахборот воситаларининг ана шу жиҳатларини ҳисобга олган ҳолда, ахлоқий-маданий қадриятларни шакллантиришда уларнинг аксиологик жиҳатларини сақлаб қолиш долзарб масалага айланмоқда. Шунингдек, янги коммуникация технологиялари таъсирида юзага келган ўзгаришларнинг моҳияти ижтимоий, маънавий, ахлоқий, маданий жиҳатлари юзасидан Э. Тоффлер, В. Нюман, Б. Беккер, М. Паетау, А. Крокер, М. Вайнштейн ва бошқаларнинг асарларида фикр-мулоҳазаларини учратиш мумкин.

Бундай мезонлар, Т.Парсонснинг фикрига кўра, “одамлар ва ижтимоий гуруҳлар ўртасидаги ўзаро алоқада воситачи” сифатида ишлайди [5, б. 34], бу оммавий ахборот воситаларини маданиятни узатиш воситаси сифатида тушунишни акс эттиради. Замонавий ахборот жамиятида реал дунёни билиш кўп жиҳатдан маълум медиа тасвирларини бошдан кечириш орқали содир бўлади, чунки оммавий ахборот воситалари воқеликнинг ижтимоий ўзгарувчан тасвирини амалга оширади.

Изланишлар таҳлили. Натижада, замонавий медиа маконининг маданий-ахлоқий қадриятларини қабул қилиш жараёни содир бўлади: мода, виртуал

хизматлар, билимлар, бунинг натижасида инсон замонавий инсон мос келиши керак бўлган маълум бир маданий стандартни яратади. Эмпирик тадқиқот материалларидан фойдаланган ҳолда медиа аудиторияси кадриятларини ўзгартиришнинг асосий хусусиятларини кўриб чиқиш зарур.

Бу борада ёшларнинг маънавий-ахлоқий йўналишларини шакллантириш маданиятини ўрганиш контекстида рус социологи Д.Пяних оммавий ахборот воситалари орқали тарқатиладиган кадриятларнинг санъат, мусиқа, адабиёт, мода каби турларига эътибор қаратган: амалий - алоқа, таълим; эстетик; ишонч; моддий – фаровонликка эътибор қаратади.

Шунингдек тадқиқот ишини сифатини ошириш мақсадида *эмпирик маълумотларни таҳлил*, биз замонавий медиа маконининг оммавий ахборот воситалари томонидан аксиологик қабул қилинишининг хусусиятларини аниқлаш мумкин деб ҳисоблаймиз:

Булар:

- янгиликлар сайтлари, телевидение, медиа ресурслари, (улардан фойдаланувчиларнинг аксарияти ёшлар)
- Кўнгилочар ресурслардан фаол фойдаланадиган ёшларнинг мусиқий хоҳиш-истаклари қаттиқ рок мусиқаси атрофида тўпланганлигини тўғрисида маълумотларга эга бўлдик.

Бугун ижтимоий ҳаётда оммавий ахборот воситаларининг ролини аниқлашда кадрият ижтимоий-маданий кадриятлар динамикасида муҳим рол ўйнайди. Ушбу позиция бизга ишончни “ахлоқий характернинг тоифаси” сифатида талқин қилишга имкон беради [7, п. 115], муайян ижтимоий қарашлар ва фикрларни таҳлил қилиш воситаси сифатида ифодалайди.

Маълум бир давлат ёки дунёдаги воқеаларни фаол кузатиб борадиган одамлар учун ўзларини молиявий таъминлаш зарурати устунлик қилади. Шу боис ахборот маконида ўзининг моддий захирасини яхшилаш мақсадида бўлган кишилар тайёрлаган хабар ёки ахборотни тарқалишида унинг маънавий ахлоқий меъёрларга жавоб беришига эътибор қаратилмайди. Оммавий ахборот воситаларига ишонч даражаси юқори бўлган одамлар учун дўстлик ва профессионаллик фаолияти билан шуғулланувчилар учун эса умуминсоний кадриятлар моддий муваффақият каби деярли муҳимдир, Чунки бу учта компонентнинг барчаси бир-бири билан чамбарчас боғлиқ, оммавий ахборот воситаларига ишонмайдиган аҳоли қисми учун эса дўстликнинг аҳамияти пасаяди. Бу оммавий ахборот воситаларига ишонганлар фаолроқ ҳаётий позицияга эга эканлигидан далолат беради.

Бинобарин, оммавий ахборот воситаларининг таъсири остида кадриятлар тузилиши биров ўзгариши ёки янгича талқинда намоён бўлиши мумкин. Масалан, ОАВ орқали ота-она ва фарзанд муносабатлари тенг ҳуқуқда муносабатда бўлишига оид материалларнинг доимий эфирга узатиб борилиши кузатувчилар орасида янгича ахлоқий қарашларнинг пайдо бўлишига олиб келади. Шу ўринда, оммавий ахборот воситалари ҳам анъанавий, ҳам замонавий кадриятлар таъсирини кучайтиради. Киши онгига таъсири жуда зиддиятли ва мурасасиз бўлиши мумкин. Хусусан оилавий томоша учун мўлжалланган каналларда доимий оилавий зўравонликка оид

материалларнинг узатилиши тинч ва осойишта оилада зўравонлик муҳитини шаклланишига туртки бўлиши ҳам ҳеч гап эмас. Шундай экан, умумий маданиятнинг, айниқса, оммавий ахборот воситалари таъсирида коммуникатив ахлоқий маданиятнинг юксак аҳамиятини эътибордан четда қолдириб бўлмайди. Оммавий ахборот воситалари ёшларнинг аниқ моддий йўналишини шакллантириб этик профессионаллик ва маҳорат каби замонавий қадриятларга эътибор бироз камайган.

Шу ўринда, оммавий ахборот воситалари ва виртуал тармоқларнинг таъсири остида яна бир муҳим қадрият - машаққатли меҳнат камаймоқда. Аммо рефлексли эҳтиёж кучаяди. Шундай қилиб, аудитория замонавий медиа маконига муносабат билдиради, бу, бир томондан, ҳар қандай таъсирга ўзининг очиклигини, иккинчи томондан, ижтимоий-маданий жараёнларнинг йўналишини ўзгартиришга қодир бўлган ижтимоийлашув агенти сифатида оммавий ахборот воситаларининг маданий-ижодий салоҳиятини тасдиқлайди.

Хулоса. Юқоридагилардан келиб чиқиб, медиа ахлоқий градациясини такомиллаштириш учун қуйидаги ишларни амалга ошириш лозим:

- Оммавий охборот воситаларида фаолият юритувчи ходимлар касбий ахлоқни янада ривожлантириш,
- ахборот манбаларини текшириш ва шаффофликни таъминлаш бўйича журналистлар малакасини ошириш, медиа-таълимни кучайтириш,
- ахборот ва медиа саводхонликни умумтаълим мактаблари, университетлар ва онлайн курслар ташкил этиш,
- ОАВ ва ижтимоий тармоқ фойдаланувчиларини ахлоқий масалалар бўйича хабардор қилиш ва маслаҳат бериш платформаларини ривожлантириш,
- жамоатчилик назорати механизмларини кучайтириш, медиа контентининг ахлоқий баҳоланишида жамоатчилик ва мустақил ташкилотларнинг ролини ошириш,
- ОАВда ахлоқий нормаларга зид контент тарқалишига қарши таъсирчан чоралар кўриш тизимини жорий этиш каби кўплаб истикболли ишларни амалга ошириш лозим бўлади. Бу орқали медиа ахлоқий градациясини такомиллаштириш ва назорат қилиш ахлоқий стандартларни мустаҳкамлаш, медиа саводхонликни ошириш, контентни назорат қилиш ва журналистик касб маданиятини ривожлантириш орқали биз ахборот муҳитини шаффоф, ишончли ва маънавий жиҳатдан барқарорлигига эриша оламиз.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Библер, В. С. М. М. Бахтин или поэтика культуры / В. С. Библер. — М.: Гнозис, 1991. —176 с.
2. Виндельбанд, В. Философия культуры: избранное / В. Виндельбанд. — М.: ИНИОН, 1994. — 350 с.
3. Деррида, Ж. О грамматологии / Ж. Деррида.– М.: Маргинем, 2000.– 512 с
4. Каган, М. С. Философская теория ценности / СПб.: Наука, 1997.– 136 с

5. Парсонс, Т. Общетеоретические проблемы социологии // Социология сегодня: Проблемы и перспективы. — М.: Прогресс, 1965. — с.25–67.
6. Пономарев, Н. Ф. Стратегии и технологии медиалегитимации власти / Н. Ф. Пономарев. — Пермь.: Вече, 2010.– 192 с.
7. Штомпка, П. М. Доверие: социологическая теория / П. М. Штомпка // Социологическое обозрение. — 2002. Т. 2. № 3.– С.112–119
8. В. В. Лопатина, О. Е. Ивановой. — 4-е изд., испр. и доп. — М. : АСТ-Пресс Книга, 2012.