



МЕДИА ИСТЕЪМОЛИ МАДАНИЯТИНИНГ ЎЗГАРИШИГА САРИҚ МАТБУОТНИНГ ТАЪСИРИ

Моҳинур Одилжоновна Ҳасанова

*Ўзбекистон журналистика ва коммуникациялар университети
магистранти*

Аннотация. *Айтиш мумкинки сариқ матбуот медиа истеъмоли маданиятининг сезиларли даражада сусайишига, дидли ахборот истеъмолчиларининг камайишига олиб келди. Эндиликда сариқ матбуотга вориси ўлароқ ютуб, фейсбук, инстаграм, телеграм ва твиттер ижтимоий тармоқлари замонавий медиа истеъмоли шаклланишига ҳисса қўшишмоқда. Мақолада шулар таҳлил этилади.*

Калит сўзлар: *сариқ матбуот; миш-мишли ахборот; машҳурлар ҳаёти; ижтимоий тармоқлар; “3 та “S” қоидаси”; “сариқ бола”; Руперт Мердок; сенсация; медиа империя*

Сариқ матбуот назарияда қуйидагиларни қамраб олади:

- арзон нархдаги ахборотлар;
- миш-миш ёки дув-дув гапларга асосланган ахборотлар;
- жанжалли ахборотлар;
- текширилмаган ахборотлар;
- машҳурлар ҳаётига боғлиқ воқеа-ҳодисалардан иборат ахборотлар.

Сариқ матбуот мана шу санаб ўтилган омиллар билан доим гуллаб яшнаган. Бу албатта медиа истеъмоли маданиятининг сезиларли даражада сусайишига, дидли ахборот истеъмолчиларининг камайишига олиб келади. Эндиликда “сариқ матбуот”га ворис сифатида электрон матбуот юзага келди. Булар ютуб, фейсбук, инстаграм, телеграм ва твиттер ижтимоий тармоқларида замонавий медиа истеъмоли шаклланишига ҳисса қўшишмоқда. Бу ворис “сариқ матбуот”нинг медиа истеъмолчилигининг қизиқарли жиҳати шундаки, энди истеъмолчи ҳам ахборот олади, ҳам тарқатади. Қандай ахборот олаётгани ва тарқатаётгани кўп ҳам қизиқ эмас. Бунда ҳам худди “сариқ матбуот”даги каби хусусият – кўпроқ ўқувчи тўпланса, кўпроқ обуначи йиғилса бўлди.

“Сариқ матбуот”нинг ҳам асосий мақсади аудиторияни кўпроқ жалб қилиш ва шу орқали пул ишлаш. “Сариқ матбуот” ҳақида гапирилганда, АҚШ тарихида илк бор “Сариқ бола” ҳаёти ҳақида гапирилса, Россия тарихида “Копейка” газетаси эсланади.

“Сариқ матбуот” йўналишда ишовчилар медиа истеъмолчиларининг гўё истагига кўра ахборотни 3 та “S” қоидасига кўра синфлантланганлар. Бугунги интернет “сариқ матбуот” ҳам худди шу қоидага амал қилади.

1. Sex. Ишқий муносабатларга асосланган ахборотлар.



2. Sensation. Бу турдаги ахборотлар кўпроқ шов-шувга сабаб бўлади.

3. Suicide. Суиқасдга асосланган шов-шувли хабарлар ҳам сариқ матбуот сирасига киради. Ёниб кетибди, пичоқлаб кетибди, ўлдириб кетишибди ва ҳоказо хабарлар бунга мисолдир.

Шуни унутмаслик лозимки, мамлакатмиз қонунчилигида хусусан, “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги қонуннинг 6-моддасига биноан оммавий ахборот воситаларининг уруш, зўравонлик ва терроризмни, шунингдек диний экстремизм, сепаратизм ва ақидапарастлик ғояларини тарғиб қилиши, давлат сири бўлган маълумотларни ёки қонун билан қўриқланадиган бошқа сирни ошкор этиши, миллий, ирқий, этник ёки диний адоват қўзғатувчи ахборот тарқатиш, агар қонунда бошқача қоида назарда тутилмаган бўлса, гиёҳвандлик воситалари, психотроп моддалар ва прекурсорларни тарғиб қилиш, порнографияни тарғиб этиши тақиқланади¹⁵⁴.

Ўқувчиларнинг эътиборини тортиш, нашрлар тиражани кўпайтиришга сабаб бўлишини истаб турли сенсациялар ортидан қувиш илинжида юқоридаги тақиқланган мавзуларга қўл уриш ўша ОАВ учун яхшиликка олиб келмаслигини унутмаслик лозим.

“Бугун биз яшаётган шиддатли XXI асрда замоннинг ўзи ҳаётимизга кескин суръатлар билан кириб келаётган глобаллашув жараёнлари Ўзбекистон оммавий ахборот воситалари ва журналистлар аҳли олдида бизнинг эзгу мақсадимиз бўлган демократик давлат, кучли фуқаролик жамият барпо этиш йўлида ғоят муҳим, долзарб вазифа ва талабларни қўймоқда” деб таъкидлаган эди президент Шавкат Мирзиёев¹⁵⁵.

Аслида сариқ матбуотдаги сенсация ва жонглёрлик атамалари журналистик қадриятларга мос келмайди. Илм-фанда кашфиётлар ва сенсациялар камдан-кам учрайди ва илмий натижалар винаигретидан, сохта олимлар ва кўчадан ўтаётганларнинг тахминларидан аргумент яратиш шунчаки қабул қилиниши мумкин эмас. Бироқ, фан кундалик ҳаётимизга шунчалик сингиб кетганки, бу ҳақда ёзмасликнинг иложи йўқ. Сариқ матбуот учун ягона йўл - илм-фанни сифат стандартларига етказишдир.

“Сариқ матбуот” атамаси ўзининг пайдо бўлишига 19-аср охиридаги Американинг икки йирик газета магнатлари: Жозеф Пулицер ва Уилям Херст ўртасидаги шиддатли рақобат билан боғлиқ. Маълумки, бу иборага “Сариқ бола” (ёки “сариқ йигит”), “Ҳоганъс Лане” деб номланган комикснинг қаҳрамони жон берган. Газетадан сонга чиқадиган бу персонаж ўзининг кулгили кўриниши, ғайриоддий ҳаракатлари ва турли мавзудаги ҳажвий нутқлари билан ўқувчиларни ҳайратга солди.

¹⁵⁴ Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги қонуни. <https://lex.uz/docs/1106870>

¹⁵⁵ Ўзбекистон Республикаси Президентининг матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги. “Халқ сўзи”, 2018-йил 28-июн,



Уилям Рендолф Херст унинг яратувчиси Ричард Оутсолт, Пулицер New York World учун рассомни ўзининг New York Journalга жалб қилди. Пулицер “сарик бола” ҳақида алоҳида ҳикоя яратган бошқа иллюстраторни ёллаш билан жавоб қайтарди. Шундай қилиб, иккала газетада ҳам бир хил персонаж пайдо бўла бошлади. Комикслар сериясини нашр қилиш учун имтиёзли ҳуқуқ учун нашрлар ўртасида юқори даражадаги суд жараёни пайдо бўлди. 1896 йилда New York Press муҳаррири Эрвин Уордмэн ўз мақолаларидан бирида рақобатчи нашрларни “сарик” деб ҳақорат қилди.

Шундай қилиб, “сарик матбуот” атамаси дастлаб маълум бир қаҳрамон билан комиксларнинг маълум бир турини чоп этадиган даврий нашрларни англатади. Бироз вақт ўтгач, рақобатчиларнинг таъсири остида у бошқа, чуқурроқ маънога эга бўлиб, бугунги кунгача сақланиб қолган.

Бугунги кундаги “сарик матбуот”нинг энг олий даражадаги тизимига раҳбарлик қиладиган медиамагнат Руперт Мердок ҳақида ҳам маълумот бериб ўтиш жоиз. Руперт Мердок – Австралиялик ва америкалик тадбиркор, медиамагнат, АҚШ, Австралия, Европа, Латин Америкаси ва Осиёдаги оммавий ахборот воситалари, кино компаниялари ва нашриётлар эгаси, News Corp ва 21st Century Fox холдинг компаниялари асосчиси, бошқарув раиси ва бош директори.

У ўз бизнесини Австралияда “The Daily Mirror”, “The Australian” газеталарида бошлаган. 1968 йилда у Буюк Британиянинг, кейин АҚШнинг медиа бозорларига кириб, у ерда жамоатчилик билан доимий муваффақият қозонган сарик матбуотга тегишли нашрларни сотиб олди. 1979 йилда у Мердокке тегишли барча компанияларни ўз ичига олган “News Corporation” га асос солган.

Мердок 1985 йилда 20th Century Foxни сотиб олди ва ўша йили Америка фуқаролигини олди. У АҚШда бир нечта телекомпанияларни сотиб олиб, уларни Fox Broadcastingга бирлаштирди ва 1996 йилда Fox News каналига асос солди. Шундан сўнг ўн йилликнинг охирида у бир нечта академик ва адабий нашриётларни сотиб олиб, уларни халқаро Harper/Collins бренди остида бирлаштирди.

Натижада 1990 йилга келиб News Corp қарзлари 7 миллиард долларга етди ва йиллик айланмасидан ошиб кетди. Жорий харажатлар учун пул қидириб, Мердок шўба корхоналарининг бир қисмини сотишга мажбур бўлди ва 1992 йилга келиб молиявий вазият барқарорлашди.

1990 йилларнинг охиригача Мердок Гонконгдаги 320 миллион кишилик аудиторияга эга бўлган энг йирик Стар ТВ сунъий йўлдош телекомпаниясининг эгаси бўлди, 24 соатлик Fox News каналини ишга туширди, шунингдек, Австралиянинг Mushroom Record рекорд компаниясини бирлаштириб сотиб олди ва Festival Records билан бирлаштирди.

2000 йилларнинг бошида Мердок Direct TV сунъий йўлдош тармоғига эгалик қилувчи Hughes Electronics компаниясини назоратга олди, шундан сўнг у Интернетга эътибор қаратди ва MySpace ижтимоий тармоғини сотиб олди.



Харид ўзини оқламади, бу асосан аниқ ривожланиш концепциясининг йўқлиги туфайли содир бўлди. Тармоқ Facebook билан рақобатда ютқазди ва 2011 йилда атиги 35 миллион долларга сотилган. 2007 йилда беш миллиард долларга сотиб олинган Дов Жонес компанияси ва унга тегишли машҳур Wall Street Journal кўпроқ фойда келтирди.

Руперт Мердок 800 дан ортиқ нашрлар, каналлар ва компаниялардан иборат медиа империясини қурди. Юқорида айтиб ўтилганларга қўшимча равишда, у Sky тармоғи ва National Geographic телеканални, Daily Telegraph газетасини ва News Outdoor реклама компаниясини ўз ичига олади. 20th Century Fox орқали Мердок Metro-Goldwyn-Mayer ва United Artists компанияларидаги улушларга эга.

2022 йил 2 март ҳолатига кўра 21,7 миллиард АҚШ доллари миқдоридagi соф бойлиги билан Мердок Қўшма Штатлардаги энг бадавлат одамлар рўйхатида 31-ўринни ва дунёда 71-ўринни эгаллаб турибди.

Руперт Мердокнинг ҳаёти, медиа-бизнес оламидаги муваффақиятлари бугун кўпчиликнинг эътиборида. У аввал бошдан оқ қартани гоҳ очиқ, гоҳ ёпиқ, баъзи ҳолларда эса қоидага зид равишда қалтис ўйнагани маълум. Биргина мисол. Ёш Руперт 1953 йили ўз ватанида ношир ва муҳаррир отасидан мерос бўлиб қолган “The Adelaide News” газетасига раҳбарлик қилаётганида рақобатчилари ундан газетани арзимас баҳога сотишни талаб чиқишади, рози бўлмасанг, сенга қарши тил бириктириб, газетангни касодга учратамиз, дея дўқ-пўписа қилишади.

Руперт бу таклифга кўнмайди, аксинча, рақобатчиларнинг ҳаёлига ҳам келмаган ишга қўл уради — газетанинг биринчи саҳифасида савдо-сотикқа доир ошкор қилиш мумкин бўлмаган бир конфиденциал таклифни эълон қилиб юборади ва бу билан бир йўла икки қуённи уради: рақобатчилар уни тинч кўйишади, газетанинг тиражи эса икки баробар ошади.

Мердокнинг бу ўйинлари ўтган асрда қолиб кетгани аниқ, аммо унинг медиа-бозоридаги сиёсати кўпинча айти шундай қалтис қарорларга, кутилмаган бурилишларга асослангани сир эмас.

Матбуот ўз моҳиятига кўра ҳамма жойда ва ҳаммаша ўз ўқувчилари олдида холис ва адолатли бўлиши, фақат асосли, текширилган ахборотларни тарқатиши, ноўрин шов-шув кўтармаслиги, одамларнинг шахсий ҳаётига аралашмаслиги, инсоний ҳис-туйғуларини ҳурмат қилиши, жамиятдаги айрим куч ва доираларнинг бошқалардан ўч олиш минбарига айланиб қолмаслиги керак. Дунёнинг кўпгина мамлакатларида амал қилаётган хартия ва кодексларда, хусусан, журналистлар халқаро федерациясининг ҳужжатларида ва мамлакатимизда оммавий ахборот воситалари фаолиятига доир қабул қилинган қонунларда бу талаблар аниқ-равшан белгилаб кўйилган.

Афсуски, бу талабларга ғарб мамлакатларида ҳаммаша ҳам тўла амал қилинмайди. Фойда кетидан қувиб, дуч келган ахборотни, жумладан



уйдирмалиги, соғлом мантиққа зидлиги аввалдан маълум ғаразли миш-мишларни ҳам бемалол газета саҳифасига олиб чиқиш, тарқатиш кўплаб нашрлар учун оддий бир ҳолга айланиб қолган.

Шармандаларча ёпилган “News of the World” газетаси билан боғлиқ можаро матбуот олами учун жиддий сабоқ бўлиши табиий. Бу сабоқ воқеа сифатида журналистика соҳасига оид дарсликларга кириши ҳам мумкин. Аммо бир нарса аниқки, бу жиноятнинг жамики иштирокчию раҳнамолари тегишли жазога тортилиб, Мердокларнинг медиа империяси “сарик матбуот”

бозорини бутундай тарк этганида ҳам, мамлакат бош вазири ваъда қилганидек, ота-боланинг айби исботланиб, улардан матбуот устидан ҳукмронлик қилиш ҳуқуқи олиб қўйилганида ҳам, бу уринишлар қотиллар қўлида ҳалок бўлган қизчанинг онаси кўзидаги бир томчи ёшга арзимаиди.

Бу воқеа ғарб матбуоти тарихида шармандали саҳифа сифатида узоқ вақт сақланиб қолади.

“Европанинг ривожланган мамлакатларидан бири бўлган Францияда замонавий матбуотнинг тамал тоши қўйилган: 1631 йили нашр этила бошлаган “La Gazette” дунёдаги илк кўпададли газета сифатида тан олинади. Бу мамлакат дастлабки ахборот агентлиги ватани саналади: 1835 йили Шарл Гавас томонидан ташкил этилган “Frans Press” агентлиги бугун ҳам жаҳоннинг етакчи ахборот ширкатлари сафида туради.

Бу мамлакатда биринчилардан бўлиб сўз ва матбуот эркинлиги қонуний асосда мустаҳкамланган: XIX асрда қабул қилинган Инсон ва фуқаро ҳуқуқлари декларацияси матбуот эркинлигини кафолатлаган ва журналистика тараққиётига йўл очган илғор ҳужжат сифатида эътироф этилади...”¹⁵⁶

Коммуникация жараёни маълумотни ўз ичига олади. Ахборотни маълумотлардан ажратиб турадиган нарса шундаки, у биз (маълумотлар истеъмолчилари) билан ўзаро алоқада бўлганда аниқланади. Агар у ошкор этилмаса, мулоқотга кирмаса, у семантик аҳамиятга эга эмас.

Оммавий ахборот воситаларининг асосий хусусияти шундаки, улар фақат мулоқот пайтида намоён бўлади.

Бирор нарса ҳақидаги маълумот ҳар қандай моддий нарсада бўлади, лекин фақат одам билан мулоқотда бўлганда, у унинг онгида намоён бўлади.

¹⁵⁶ Собиржон Ёқубов, ““Сарик матбуот”ни хушламайдиган мамлакат”, “Маърифат” газетаси