

ZAMONAVIY OMMAVIY AXBOROT VOSITALARIDA AYOLLAR OBRAZI

Toshpo'latova Luiza Bahodir qizi

*Oliy ta'lim muassasasi: O'zbekiston jurnalistika va
ommaviy kommunikatsiyalar universiteti o'qituvchisi*

Annotatsiya: Mazkur tezisda zamonaviy ommaviy axborot vositalarida ayollar obrazining yoritilish xususiyatlari, ularning ijtimoiy hayotdagi o'rni va media muhitida shakllanayotgan gender stereotiplari tahlil qilingan. O'zbekiston OAV tajribasi asosida ayollar haqidagi tasvirlarning ijtimoiy-ma'naviy mazmuni, ularni to'g'ri yoritishdagi jurnalist mas'uliyati hamda ijobiy media yondashuvlar ko'rib chiqilgan. Tadqiqot natijalari ommaviy axborot vositalarida gender tenglikni mustahkamlash zaruratini asoslaydi.

Kalit so'zlar: Ommaviy axborot vositalari, jurnalistika, ayollar obrazi, gender tenglik, media madaniyat, stereotip, ijtimoiy rol, media tahlil.

Kirish: Bugungi globallashuv va axborot texnologiyalari asrida ommaviy axborot vositalari (OAV) inson ongini, jamiyatning ijtimoiy-madaniy hayotini shakllantirishda muhim vositaga aylangan. Ayniqsa, OAVda ayollar obrazining yoritilishi gender tenglik, ijtimoiy faollik va madaniy qadriyatlar bilan bevosita bog'liq. Zamonaviy jurnalistika ayollar mavzusini yoritishda nafaqat axborot yetkazuvchi, balki ijtimoiy stereotiplarni shakllantiruvchi kuch sifatida ham maydonga chiqmoqda. Shu bois ayol obrazining qanday aks ettirilayotgani nafaqat axborot siyosati, balki jamiyatning ma'naviy taraqqiyot darajasini ham ko'rsatadi.

Asosiy qism: Zamonaviy OAVda ayollar obrazi turli shakllarda ifoda etiladi. Telekanallarda ayollar ko'proq "go'zallik timsoli", "ona", "uy bekasi" sifatida tasvirlansa, matbuotda ularning kasbiy faoliyati, siyosiy ishtiroki va ijtimoiy faolligi haqida maqolalar soni ortib bormoqda. Internet jurnalistikasi esa ayollarga o'z ovozi erkin ifoda etish, o'z fikrini global miqyosda ilgari surish imkonini bermoqda. Biroq ayrim hollarda OAVda ayollarga nisbatan gender stereotiplari, tashqi ko'rinish va estetik standartlarga urg'u berilishi kuzatiladi. Bu holat ularning intellektual salohiyatini soyada qoldirib, "ideal ayol" haqidagi sun'iy tasavvurlarni kuchaytiradi. Ayniqsa, reklama va ko'ngilochar dasturlarda ayollar ko'pincha iste'mol obyekti sifatida ko'rsatiladi.

O'zbekiston ommaviy axborot vositalarida so'nggi yillarda bu borada ijobiy o'zgarishlar sezilmoqda. Ayollar jurnalistikasi rivojlanmoqda, gender masalalari bo'yicha maxsus tahririyatlar tashkil etilmoqda, "Ayol va jamiyat", "Saodat", "Zarafshon ayoli" kabi nashrlar orqali ayollarning ijtimoiy roli keng yoritilmoqda.

Shuningdek, telekanallar orqali ijtimoiy mavzudagi dasturlar, blog platformalarida faol ayollar chiqishlari ularning ijtimoiy mavqeini oshirishga xizmat qilmoqda.

OAVdagi ayol obrazi — bu shunchaki media kontent emas, balki jamiyatning qadriyat tizimi, mentaliteti va gender siyosatining ifodasidir. Shuning uchun jurnalistlar bu mavzuga yondashishda nafaqat estetik, balki ma'naviy-axloqiy mas'uliyatni ham his etishlari zarur.

Xulosa: Zamonaviy ommaviy axborot vositalarida ayol obrazining to'g'ri yoritilishi — gender tenglik, ijtimoiy barqarorlik va madaniy taraqqiyotning muhim omilidir. OAV ayollarni faqat tashqi ko'rinish yoki oilaviy roli orqali emas, balki ularning intellektual, siyosiy va ijtimoiy salohiyatini ko'rsatish orqali yoritishi lozim. Shuningdek, jurnalistlar ayollar obrazini yaratishda stereotipik yondashuvlardan voz kechib, tahliliy, xolis va ijtimoiy mas'uliyatli pozitsiyada bo'lishlari zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Karimova N. "Ommaviy axborot vositalarida gender masalalari", Toshkent, 2021.
2. To'xtayeva G. "Media va ijtimoiy ong", O'zbekiston Milliy universiteti nashriyoti, 2020.
3. UNESCO. Gender equality and media development: A global perspective, Paris, 2022.
4. Abdullayeva D. "O'zbekiston OAVda ayollar mavzusining yoritilishi", Jurnalistika jurnali, №3, 2023.
5. www.unesco.org — Media gender balance bo'yicha hisobotlar, 2024.