

**ЎЗБЕКИСТОН ЖУРНАЛИСТИКА ВА ОММАВИЙ  
КОММУНИКАЦИЯЛАР УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ  
ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01  
РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ**

---

**ЎЗБЕКИСТОН ЖУРНАЛИСТИКА ВА ОММАВИЙ  
КОММУНИКАЦИЯЛАР УНИВЕРСИТЕТИ**

**МУЛЛАЕВА САХИБА САТИМБАЕВНА**

**КОНВЕРГЕНТ ТАҲРИРИЯТЛАРДА ЖУРНАЛИСТ МАҲОРАТИ  
МАСАЛАЛАРИ**

**10.00.09 – Журналистика (филология фанлари)**

**Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси  
АВТОРЕФЕРАТИ**

**Тошкент–2023**

**Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси  
автореферати мундарижаси**

**Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD) по  
филологическим наукам**

**Contents of Dissertation Abstract of the Doctor of Philosophy (PhD) on  
Philological sciences**

**Муллаева Сахиба Сатимбаевна**

Конвергент тахририятларда журналист маҳорати масалалари.....3

**Муллаева Сахиба Сатимбаевна**

Проблемы журналистского мастерства в конвергентных редакциях.....27

**Mullaeva Sakhiba Satimbayevna**

The issues of journalism skills in convergent editions .....51

**Эълон қилинган ишлар рўйхати**

Список опубликованных работ

List of published works .....55

**ЎЗБЕКИСТОН ЖУРНАЛИСТИКА ВА ОММАВИЙ  
КОММУНИКАЦИЯЛАР УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ  
ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01  
РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ**

---

**ЎЗБЕКИСТОН ЖУРНАЛИСТИКА ВА ОММАВИЙ  
КОММУНИКАЦИЯЛАР УНИВЕРСИТЕТИ**

**МУЛЛАЕВА САХИБА САТИМБАЕВНА**

**КОНВЕРГЕНТ ТАҲРИРИЯТЛАРДА ЖУРНАЛИСТ МАҲОРАТИ  
МАСАЛАЛАРИ**

**10.00.09 – Журналистика (филология фанлари)**

**Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси  
АВТОРЕФЕРАТИ**

**Тошкент–2023**

**Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида В2017.3.PhD/Fil250 рақам билан рўйхатга олинган.**

Диссертация Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университетидан бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзб, рус, инглиз (резюме) Илмий кенгаш веб-саҳифасида ([www.uzjoku.uz](http://www.uzjoku.uz)) ҳамда «ZiyoNet» ахборот-таълим портали [www.ziyounet.uz](http://www.ziyounet.uz) да жойлаштирилган.

<b>Илмий раҳбар:</b>	<b>Тошпўлатова Назира Қурбоновна</b> филология фанлари номзоди, профессор
<b>Расмий оппонентлар:</b>	<b>Ёқутхон Маматова,</b> филология фанлари доктори, профессор в.б. <b>Ҳалим Саидов,</b> филология фанлари доктори, доцент
<b>Етакчи ташкилот:</b>	Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети

Диссертация ҳимояси Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети ҳузуридаги илмий даража берувчи PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 рақамли Илмий кенгашининг 2023 йил «\_\_\_» \_\_\_\_\_ соат \_\_\_ даги мажлисида бўлиб ўтди. (Манзил: 100017, Тошкент шаҳри, Марказ – 5, 88-уй. Тел.: (99871) 207-09-06; e-mail: [journalism.univer@gmail.com](mailto:journalism.univer@gmail.com)).

Диссертация билан Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин. (Манзил: 100017, Тошкент шаҳри, Марказ-5, 88-уй. Тел.: (99871) 207-09-06). ;

Диссертация автореферати 2023 йил «\_\_\_» \_\_\_\_\_ куни тарқатилди.  
(2023 йил «\_\_\_» \_\_\_\_\_ даги \_\_\_ рақамли реестр баённомаси)

**Ф.А.Мўминов**

Илмий даража берувчи илмий кенгаш раиси, филология фанлари доктори, профессор

**Н.Муратова,**

Илмий даража берувчи илмий кенгаш илмий котиби, филология фанлари номзоди, доцент

**Қ.Т.Ирназаров**

Илмий даража берувчи илмий кенгаш қошидаги Илмий семинар раиси, тарих фанлари доктори, профессор

## КИРИШ

**Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати.** Жаҳонда XXI асрнинг бошларига келиб оммавий ахборот воситаси (ОАВ) турларининг ўзаро интеграцияси замирида медиаконвергенция феномени тараққий этди. Интернет тармоғининг жамият ҳаётига кириб бориш билан ОАВ (матбуот, радио, телевидение) орқали ахборот узатишнинг шу пайтгача мавжуд вазифаларини ҳам бажара бошлади. Бу ҳолат ОАВ турларининг ҳам интернет муҳитига мослашишини тақозо этди. Натижада ахборот тарқатувчи корхона ҳисобланган таҳририятлар конвергент муҳитида ишлай бошлади. Замонавий технологияларга асосланган ҳолда узатилган ахборотнинг матнли, тасвир ва овозли шакллари истеъмолчи учун қулайлик яратди. Таҳририят журналистларининг конвергенция шароитида фаолият юритиши, табиийки, соҳа вакилларида янги маҳорат ва кўникмаларга эга бўлиш заруратини юзага келтирди.

Дунё халқаро медиамаконида ахборот узатишга бўлган муносабатнинг тубдан ўзгариши техник имкониятларни етакчи ўринга чиқса-да, журналистик материал мазмуни ўз долзарблигини йўқотган эмас. Аммо замонавий технологиялар шароитида ахборотни тайёрлаш ва узатиш шаклининг такомиллашуви журналистдан чуқур билим ва кўникмаларга эга бўлишни талаб этади. Шу нуқтаи назардан, Ўзбекистон медиамуҳитида конвергент таҳририятлар фаолиятини ташкил этишда сиёсий, иқтисодий масалалар қаторида журналистларнинг рақамли медиакомпетенцияси ҳамда конвергентлик маҳорати масаласини тадқиқ этиш эҳтиёжини юзага келтирди. Қолаверса, замонавий медиамуҳит конвергент журналистда медиа восита ва ахборот технологияларидан ўринли фойдаланиш кўникмасини шакллантиришнинг замонавий моделларини яратиш вазифасини долзарб муаммо сифатида қўймоқда.

Мамлакатимизда сўнгги йилларда сўз ва матбуот эркинлигини таъминлаш бўйича амалга оширилаётган ислохотлар оммавий ахборот воситалари ходимлари фаолиятида ижобий ўзгаришларни яратиш баробарида тезкор ахборот муҳити рақобатига дош берадиган ҳозиржавоб журналистларни тайёрлаш талабини қўймоқда. Зеро, Президент таъкидлаганидек, “Яна бир муҳим масала – айрим журналист ва блогерларимизда билим ва профессионал малака, баҳс маданияти етишмаслиги жамоатчиликни ташвишлантирмоқда. Бу борадаги энг асосий вазифа – ана шундай камчиликларни чуқур ўрганиб, уларни бартараф этиш, мавжуд микдор кўрсаткичларини сифат кўрсаткичларига айлантириш, оммавий ахборот воситаларининг самарадорлигини оширишдан иборат”<sup>1</sup>.

Ўзбекистон Республикаси “Журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”, “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Қонунлар<sup>2</sup> ҳамда

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Президентининг матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги // <https://president.uz/uz/lists/view/3675>.

<sup>2</sup> Ўзбекистон Республикасининг “Журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги қонуни // URL: <http://lex.uz/docs/>. Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги қонуни // URL: <http://lex.uz/docs/>

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 20 апрелдаги “Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-2909-сон, 2019 йил 2 февралдаги “Ахборот соҳаси ва оммавий коммуникацияларни янада ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5653-сон, 2022 йил 28 январдаги “2022 — 2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги ПФ-60-сон Фармони<sup>3</sup> ва 2022 йил 27 июндаги “Оммавий ахборот воситаларини қўллаб-қувватлаш ва журналистика соҳасини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори ҳамда мазкур фаолиятга тегишли бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишда ушбу диссертация тадқиқоти муайян даражада хизмат қилади.

**Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги.** Мазкур тадқиқот республика фан ва технологиялар ривожланишининг I. “Демократик ва ҳуқуқий жамиятни маънавий-ахлоқий ва маданий ривожлантириш, инновацион иқтисодиётни шакллантириш” устувор йўналишига мувофиқ бажарилган.

**Муаммонинг ўрганилганлик даражаси.** Оммавий ахборот воситалари тараққиёти ва конвергент таҳририятларда журналист маҳорати масалалари билан боғлиқ илмий тадқиқотлар Ҳ.Женкинс, Р.Бурнет, А.Брансторм, Нильсон, С.Куин, Д.Фишер, А.Грант, Ж.Уилкинсон, Е.Вартанова, Е.Баранова, О.Молчанова, Е.В. Олешко каби хорижий олимлар томонидан маълум даражада ўрганилган<sup>4</sup>. Конвергент таҳририят журналисти учун зарур кўникма ва компетенциялар хориж олимлари П.Маркос, Д.Жавиер, М.Деуз, А.Амзин, Е.Килпелайнен, О.Копылов тадқиқотларида таҳлил қилинган.<sup>5</sup> М.Лукина, А.Калмыков, А.Коханова, С.Машковаларнинг ўқув қўлланмаларида эса тармоқ медиаларининг ўзига хослиги, таҳририятнинг онлайн контентини йўлга қўйишда замонавий ахборот технологияларини жорий этиш масалалари ёритилган<sup>6</sup>.

Ўзбек журналистикаси илмида Ф.Мўминов, Х.Дўстмуҳаммад, М.Худойқулов, Ф.Мўминова, Ё.Маматова, К.Ирназаров, Д.Рашидова, О.Абдуазимов, Ш.Қудратхўжаев, Н.Муратова, Н.Қосимова, А.Матёкубов, С.Дониёров, М.Нуриддинова каби олимларнинг интернет ҳамда анъанавий

---

<sup>3</sup> “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президенти Фармони // <https://lex.uz/docs/3107036>.

<sup>4</sup> Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. – N.Y.: New York University Press, 2006; Вартанова Е.Л. *К чему ведет конвергенция СМИ?* – М.: Информационное общество, 1999; Баранова Е.А. *Конвергентная журналистика. Теория и практика. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры*. – М.: Научное издание. – Люберцы: Юрайт, 2016; Олешко Е.В. *Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности*. – Екатеринбург: Изд. Уральского университета, 2015.

<sup>5</sup> Marcos P., Javier D. *Online journalism: Research methods A multidisciplinary approach in comparative perspective*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2009; Deuze M. *What is Multimedia Journalism?* // *Journalism Studies*. 2004. – № 5(2); Амзин А.А. *Новостная интернет-журналистика*. – М.: Аспект-Пресс, 2013; Кильпелайнен Е.С. *Трансформация профессиональных компетенций журналиста в период цифровизации медиaprостранства: Дисс. ... канд. филол. наук*. – М., 2019; Копылов О. *Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции: Дисс. ... канд. филол. наук*. – Барнаул, 2012.

<sup>6</sup> Калмыков А.А., Коханова Л.А. *Интернет-журналистика. Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 – “Журналистика”*. –М: ЮНИТИ-ДАНА, 2005; Машкова С.Г. *Интернет-журналистика. Учебное пособие*. – Тамбов: Тамбовский государственный университет, 2006.

журналистика масалаларига бағишланган тадқиқотлари яратилган<sup>7</sup>. Хусусан, С.Дониёров медиаконвергенция шароитида газеталар таҳририятлари фаолиятини ўрганган, М.Нуритдинова мультимедиавий журналистика масалаларини интернет сайтлари фаолияти мисолида таҳлил қилган. Бироқ бу изланишларда босма конвергент таҳририят журналистининг фаолияти, тили, ифода усуллари, журналистик маҳорати каби масалалар етарлича ўрганилмаган.

### **Диссертация тадқиқотининг диссертация бажарилган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги**

Диссертация тадқиқоти Журналистика ва оммавий коммуникациялар университетининг “Халқаро журналистика назарияси ва амалиётининг долзарб масалалари” мавзусида олиб борилаётган истиқболли илмий-тадқиқот режаси ҳамда ИТД-1-117-сон “Журналистика факультетлари бакалаврлари учун репортёрлик маҳорати ва таҳрирга доир ўқув-услугий қўлланмаларнинг янги авлодини яратиш ҳамда “Репортёр” ўқув-ахборот ресурс марказини ташкил этиш” (2012-2014) амалий лойиҳаси доирасида бажарилган.

**Тадқиқотнинг мақсади.** Ўзбекистон матбуотида конвергент таҳририятлар ва уларда фаолият юритаётган журналист кадрларнинг медиаконвергенция шароитига мослашуви ва онлайн муҳитда медиаконтент яратиш билан боғлиқ маҳоратини ошириш услубларини такомиллаштириш бўйича амалий тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

### **Тадқиқотнинг вазифалари:**

миллий журналистикада конвергент таҳририят мақомини белгилаш, *конвергент таҳририят* тушунчасига ойдинлик киритиш; конвергент таҳририят турларини аниқлаш, *мультимедиавий, кросс-медиавий, трансмедиавий таҳририят* тушунчаларининг ўзига хос жиҳатларини назарий ўрганиб чиқиш ва тегишли хулосалар чиқариш;

конвергенция жараёнида юзага келган ахборот узатишнинг янги интеграциялашган усуллари аниқлаш;

мультимедиавий ахборотнинг босма матбуот материалларига таъсири ҳамда конвергент журналистларнинг ахборот технологияларидан хабардорлик компетенциясини социологик сўровномалар асосида аниқлаш;

---

<sup>7</sup> Интернет журналистика (Интернетда радио ва телевидение). Илмий мақолалар тўплами // Масъул муҳаррир Ф. Мўминов. – Тошкент: MRS-Tashkent, 2005; Дўстмуҳаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил. – Тошкент: Янги аср авлоди, 2005; Глобаллашув даври ва ахборот макони // Ўзбекистон матбуоти, 2007. – № 3. – Б. 12-14; Рашидова Д. Особенности формирования Интернетовской журналистики и специфика Интернет в качестве глобального СМИ: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Тошкент: НУУз, 2002; Интернет в Узбекистане: возможности и проблемы. – Тошкент: Zar-Qalam, 2003; Рашидова Д.К., Азимов Ж.Н. СМИ в Интернет и освещение законодательной деятельности интернет журналистикой. – Тошкент, 2006; Қудратхўжаев Ш. Интернет тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. – Тошкент: Ўзбекистон, 2011; Қудратхўжаев Ш. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш. – Тошкент: Ўзбекистон, 2011; Абдуазимов О.У. Ўзбекистонда фуқаролик жамиятини барпо этишда матбуотнинг ўрни: ижтимоий фикр мониторинги: Социол. фан. номз. ... дисс. автореф. – Тошкент: ЎзМУ, 2007; Абдуазимов О.У. Ахборотлашган жамиятда жамоатчилик фикри мониторингини таъминлашда оммавий коммуникациялар социологиясининг ўрни (Ўзбекистон оммавий ахборот воситаларининг 2001–2016 йиллардаги материаллари мисолида): Социол. фан. д-ри (DSc) ... дисс. автореф. – Ташкент: ЎзМУ, 2017; Муратова Н. Журналистика в Интернет: особенности on-line изданий Узбекистана и их функционирование в условиях глобального информационного рынка: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Ташкент: НУУз, 2011.

босма ОАВ контент яратувчиларининг маҳорати масаласини тил, услуб ҳамда жанрлар интеграцияси, трансформацияси асосида таҳлил қилиш ва ўзига хос жиҳатларини компаратив усулда ҳудудий кесимда умумлаштириш;

маҳаллий таҳририятлар фаолияти таҳлили асосида замонавий журналистнинг вазифаси, ролини белгилаш ҳамда конвергент таҳририятда фаолият олиб борадиган журналистга қўйиладиган талабларни аниқлаш, улар маҳоратини ошириш бўйича методик тавсиялар ишлаб чиқиш.

**Тадқиқотнинг объекти** сифатида Ўзбекистон ва хориждаги босма конвергент таҳририятлар танланган. Таҳлил учун хориж нашрларидан “The New York Times”, “The Economist” газеталари; республика миқёсидаги “Янги Ўзбекистон” ҳамда “Зарафшон” ҳамда “Фарғона ҳақиқати” ҳудудий газеталари, уларнинг расмий веб-сайтлари фаолияти олинган.

**Тадқиқотнинг предмети** бўлиб Ўзбекистон босма конвергент таҳририяти журналистларининг фаолиятини ўрганиш, газетанинг полиграфик ва онлайн нусхаси контентини яратишдаги ёндашувларни илмий-назарий тадқиқ этиш ҳисобланади.

**Тадқиқотнинг усуллари.** Тадқиқот жараёнида қиёсий, SWOT таҳлил, статистик таҳлил, сўровнома, фокус гуруҳ методларидан фойдаланилган.

**Тадқиқотнинг илмий янгилigi** қуйидагилардан иборат:

Ўзбекистон масс-медиясида конвергент таҳририят фаолияти ва конвергент журналист маҳорати масаласи далилланиб, миллий ахборот бозорида мультимедиалашган, интеграллашган ҳамда кросс-медиавий таҳририятларнинг ўрни ва ўзига хос хусусиятлари асосланган;

босма таҳририятларда медиаконвергенция жараёнида юзага келувчи ахборот узатишнинг янги, интеграциялашган усуллари – инфотейнмент, финишинг, глокаллашув каби тушунчалар аниқланган ҳамда республика таҳририятларига нисбатан ҳудудий нашрларда глокаллашув усулидан нисбатан самарали фойдаланилаётгани исботланган;

мультимедиавий контентда жанрлар трансформацияси секин кечаётгани аниқланган ва босма нашрнинг онлайн шаклга ўтишида контентнинг (тили, услуби, дизайни) қайта ишланмаслиги самарадорлик пасайишида асосий омил экани асосланган;

жаҳон ва миллий журналистика амалиётида конвергент таҳририятлар фаолияти асосида журналистнинг кундалик вазифасидан ташқари *муҳаррир-агрегатор, мультимедиа продюссери, тармоқ мутахассиси, газетачи+те сухандон* каби янги ролларни бажараётганлигидан келиб чиқиб конвергент журналист маҳоратини оширишнинг замонавий методикалари таклиф этилган.

**Тадқиқотнинг амалий натижалари** қуйидагилардан иборат:

Ўзбекистон медиамуҳитида конвергент таҳририятлар ўрнини белгилашда медиаконтент ва унга қўйилаётган замонавий талаблар таснифланди;

Босма нашрлар онлайн контентини яратишда йўл қўяётган хато ва камчиликлар, жанрлар трансформацияси муаммолари таҳлил этилиб, амалий ечимлар таклиф қилинди;

конвергент журналистнинг ахборот технологиялари, мультимедиавий воситалардан фойдаланиш компетенцияси асосида самарали медиа контент яратиш маҳоратини ошириш методикаси ишлаб чиқилди;

аниқланган камчиликлар ва таҳлиллар бўйича ҳудудий таҳририятларда, хусусан, “Зарафшон”, “Фарғона ҳақиқати” газеталари журналистлари учун семинар-тренинглар ташкил этилган;

Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети бакалавр босқичи талабалари учун “Конвергент журналист ва матбуотнинг визуаллашуви” фани бўйича фан ва ишчи ўқув дастурлари ишлаб чиқилган, маъруза матнлари, тақдимот ва видеоматериаллар тайёрланган.

**Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги** ишда қўлланилган ёндашув ва усуллар, назарий маълумотларнинг олинган натижалар билан мос келиши, тадқиқот натижаларининг халқаро ҳамда маҳаллий тадқиқотлар билан таққосланганлиги, шунингдек, тажриба-синов ишларининг таҳлили ва тадқиқот натижаларининг сифат жиҳатидан таъминланганлиги чиқарилган хулоса ҳамда олинган натижаларнинг ваколатли тузилма томонидан тасдиқланганлиги билан изоҳланади.

**Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти.** Тадқиқотнинг илмий аҳамияти босма конвергент таҳририятлар фаолияти, журналистларнинг контент яратишдаги маҳорати юзасидан мавжуд назарий маълумотлар асослаб берилганлиги, “Конвергент таҳририят ва матбуотнинг визуаллашуви” бўйича амалий таҳлиллар бажарилганлиги, замонавий журналист кадрлар тайёрлаш усул ва воситалари такомиллаштирилгани, хорижий тажрибалар қиёсида миллий медиа контентлар яратиш моделлари ишлаб чиқилгани билан белгиланади.

Тадқиқотнинг амалий аҳамияти конвергент таҳририятларда журналист маҳорати хусусиятларини аниқлашда манба вазифасини бажара олиши, унинг хулосаларидан олий таълим муассасаларида журналист кадрларни тайёрлаш учун “Матбуотда визуализация ва дизайн”, “Медиаконвергенция ва таҳририят ишини бошқариш”, “Янги медиалар назарияси ва амалиёти” каби фанлар ҳамда махсус курсларни ўқитишда дарслик, ўқув қўлланма, ўқув дастурларини ишлаб чиқиш, оммавий ахборот воситалари таҳририятлари ташкилий тузилмаси, улар қошида ташкил этилган медиа марказлар фаолиятини самарали йўлга қўйишга хизмат қилиши билан изоҳланади.

**Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши.** Конвергент таҳририятларда журналист маҳорати масалаларини тадқиқ қилиш юзасидан илмий натижалар асосида:

медиа маконда мавжуд ОАВнинг фаолият давомийлигини таъминлашда янги Ўзбекистон ОАВнинг бир форматдан иккинчисига ўтишида журналист маҳорати масалалари ва бу жараёнда конвергент таҳририятларда медиаконтент яратиш билан боғлиқ таҳлил натижаларидан “Зарафшон” ва “Самаркандский вестник” газеталарида фойдаланилган (“Зарафшон” ва “Самаркандский вестник” газеталари таҳририятининг 2022 йил 15 февралдаги 11-сон маълумотномаси). Натижада [www.zarnewz.uz](http://www.zarnewz.uz)

контентда материалларни онлайн форматга мослаштириш жараёни янги услубда амалга оширилган;

медиаконвергенция жараёнларида юзага келувчи ахборот узатишнинг инфотейнмент, финишинг, глокаллашув каби янги, интеграциялашган усулларининг босма тахририятлар учун жараёнга мослашишида муҳимлиги борасидаги умумлашма хулосалар “Ишонч” ва “Ишонч-Доверие” газеталари фаолиятига татбиқ этилган (“Ишонч” ва “Ишонч-Доверие” газеталари тахририятининг 2022 йил 21 октябрдаги 60-сон маълумотномаси). Натижада нашрнинг онлайн формати ходимлари учун алоҳида йўриқнома ишлаб чиқилган.

мультимедиавий контент самарадорлигини оширишда журналист маҳорати, тили ва услуби имкониятлари ҳамда жанрлар трансформациясига оид назарий хулосалар нашрнинг онлайн ва полиграфик формати ривожига ҳамда аудиторияни кенгайтиришга имкон яратган (“Янги Ўзбекистон” ва “Правда Востока” бирлашган тахририятининг 2022 йил 20 октябрдаги 117-сон маълумотномаси). Натижада газета фаолиятида илк маротаба QR-коддан фойдаланиш амалиёти йўлга қўйилган ва бу ҳолат нашрнинг YouTube платформасини ривожлантиришга хизмат қилган;

медиаконтент яратишда конвергент журналист маҳоратини оширишнинг замонавий методикалари бир вақтнинг ўзида ҳам худудий, ҳам хусусий бўлган нашр ходимлари фаолияти самарадорлигини оширишда қўлланган (“Фарғона ҳақиқати” ва “Ферганская правда” газеталари тахририятининг 2022 йил 24 мартдаги 128-сон маълумотномаси). Натижада журналист вазифаларининг ортиши ҳеч бир мураккабликсиз конвергент контент мазмуни ва сифати самарадорлигини таъминлаши асосланиб, тахририят ички низомида акс эттирилган.

**Тадқиқот натижаларининг апробацияси.** Ушбу тадқиқот натижалари 5 та халқаро ва 2 та республика илмий-амалий анжуманларда қилинган маърузаларда жамоатчилик муҳокамасидан ўтказилган.

**Тадқиқот натижаларининг эълон қилинганлиги.** Диссертация мавзуси бўйича жами 14 та илмий иш чоп этилган, шулардан, АҚШнинг [www.amazon.com](http://www.amazon.com) нашрида битта монография, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясининг докторлик диссертациялари асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия қилинган илмий нашрларда 6 та мақола, жумладан, 4 та республика ва 2 та хорижий журналда нашр этилган.

**Тадқиқотнинг тузилиши ва ҳажми.** Диссертация таркиби кириш, уч боб, хулоса ва фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан ташкил топган бўлиб, ишнинг умумий ҳажми 154 саҳифадан иборат.

## **ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ**

**Кириш** қисмида ўтказилган тадқиқотларнинг долзарблиги ва зарурати асосланган, ишнинг мақсади ва вазифалари, объект ва предмети тавсифланган, республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги кўрсатилган, мавзу бўйича хорижий илмий-

тадқиқотлар шарҳланган, муаммонинг ўрганилганлик даражаси аниқланган, тадқиқотнинг илмий янгилиги ҳамда амалий натижалари баён қилинган, олинган натижаларнинг илмий ва амалий аҳамияти очиб берилган, тадқиқот натижаларини амалиётга жорий қилиш, нашр этилган ишлар ва диссертация тузилиши бўйича маълумотлар келтирилган.

Диссертациянинг **“Замонавий масс-медиада конвергент таҳририятнинг ўрни”** номли биринчи бобида *конвергент таҳририят* тушунчасига тавсиф берилган, миллий медиадаги таърифи ишлаб чиқилган. Медиаконвергенция натижасида юзага келган ахборот узатишнинг янги интеграллашган усуллари тадқиқ этилиб, конвергент таҳририят журналистлари улардан қай даражада фойдаланаётганлиги ёритилган. Конвергент журналист фаолияти асосини ташкил этувчи *медиаконтент* тушунчаси, унинг пайдо бўлиш тарихи ҳамда медиаконтентга қўйилаётган замонавий талаблар таҳлил этилган.

Маълумки, *конвергенция* сўзи латинча “convergere” сўзидан олинган бўлиб, “яқинлашиш”, “бирикиб кетиш” маъноларини билдиради. “Cambridge Dictionary”да бу сўзнинг луғавий маъноси “бир нуқтада бирикиш”, “бир томонга йўналиш”, “яқинлашиш”, “қўшилиш” тарзида берилган<sup>8</sup>.

Журналистика соҳасида бир неча ОАВ турининг бир жойда яқинлашуви, улар фаолиятига янгича ёндашувга нисбатан *“медиаатизм”* термини ишлатилади. Ушбу термин биринчи марта 1977 йилда В.С.Хелемендик томонидан қўлланган<sup>9</sup>. У оммавий коммуникацияларнинг ривожланиши таъсирида ОАВ фаолиятини мувофиқлаштириш, мунтазам равишда таркибни янгилаб бориш, ўзаро функционал боғлиқлик сингари тамойиллар асосида матбуот, радио ва телевидение функцияларининг ўзаро таъсирини умумийлаштириб боришни тан олиш зарурлигини қайд этади. Ўтган асрнинг 70-йиллари охирида олим “вақт ўтиши билан журналистика ташкилий тузилмасининг ўзгариши ва мустақил газета, радио, телевидение умумлашиб, ягона маълумот марказига айланиши” ҳақида фикр юритади<sup>10</sup>.

Айнан шу йилдан “конвергенция” тушунчаси компьютер, телефон, телевизор каби ахборот-коммуникация технологиялари қурилмаларининг умумий хусусиятларига нисбатан қўлланила бошланди. Америкалик тадқиқотчи Д.Белл ахборот жамияти ҳақидаги янги тушунчалар ва ғояларнинг хусусиятларини қайта кўриб чиқиб, улар конвергенция шароитида бирлашган, деган ғояни илгари суради. Конвергенция ҳақидаги назариялар 1980 йилда АҚШда телекоммуникация бозори ва Ғарбий Европада эфирга узатиладиган ахборот бозорини тартибга солиш масалаларини муҳокама қилишда янада ривожлантирилди. Аммо миллионлаб одамларнинг кундалик ҳаётига интернетнинг тез суръатда кириб бориши *конвергенция* тушунчасининг маъносини янада кенгайтди<sup>11</sup>.

<sup>8</sup> <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/convergence>.

<sup>9</sup> Хелемендик В. С. Союз пера, микрофона и телекамеры. – М.: Мысль, 1977. – С. 96.

<sup>10</sup> Хелемендик В. С. Кўрсатилган манба. – Б. 96.

<sup>11</sup> Вартанова Е. Л. К чему ведёт конвергенция СМИ. – М.: Аспект Пресс, 1999. – С. 86.

Негаки айнан интернет техника ва технологияларнинг кўпвазифалилигини оширишда асосий восита ҳисобланади.

Медиаконвергенция жараёнининг ҳосиласи сифатида *конвергент таҳририят* тушунчаси юзага келди. Илмий адабиётларда *конвергент таҳририят* терминининг турли хил таърифлари мавжуд. Содда тил билан айтганда, *конвергент таҳририят* бир неча оммавий ахборот воситалари учун медиамаҳсулот ишлаб чиқарадиган ижодий тузилма бўлиб, кўпинча битта медиаассоциация таркибига киради<sup>12</sup>.

**Конвергент таҳририят** ўз аудиториясини англаган ҳолда тайёрланган ахборотни турли форматларда ҳар хил платформалар орқали етказа оладиган, ахборот технологиялари ва мультимедий воситалардан фойдаланиб, контент ярата оладиган журналистлар ижодий жамоасидир.

Россиялик тадқиқотчи А.Качкаеванинг таъкидлашича, конвергент ва анъанавий журналистиканинг асосий фарқлари таҳририятларни шакллантиришда, мақолаларни таҳрир қилишда, ходимларнинг ролларини тақсимлашда ҳамда ахборот технологияларидан фойдаланишда кўринади<sup>13</sup>. Бизнингча, олима яна бир жиҳатни эътибордан четда қолдирган. Конвергент таҳририятнинг вазифаси фақат ходимлар функцияларини тўғри тақсимлаш ёки ташкилот менежментини тўғри йўлга қўйиш билан чекланмайди. Бу ўринда конвергент журналистнинг дунёқараши ҳамда профессионалиги ҳақида ҳам сўз юритиш мақсадга мувофиқ. Техника ва технологиялардан фойдаланиб, контент яратувчи субъект – бу конвергент ходим. У конвергенциянинг моҳиятини англаши, замонга мос ҳаракатланиши, ўзининг мақсадли аудиториясини таниши, вақтини тўғри тақсимлаши ҳамда минимал имкониятлардан максимал фойдаланишни уддалиши лозим.

Яна бир рус тадқиқотчиси Е.Баранованинг фикрича, медиаконвергенция ҳар бир ОАВнинг интернетда ўз платформасини яратишидан бошланади<sup>14</sup>. Албатта, бу хулоса тўғри. Аммо ўз сайтини ишга туширган барча таҳририятга ҳам *конвергент* деб таъриф бериш ўринли эмас.

Конвергент таҳририятлар фаолияти бўйича илмий изланишлар олиб борган Е.С. Кильпеляйнен уларни бир неча турларга бўлиб ўрганади. Жумладан, *мультимедиялашган, интеграциялашган, кросс-медиявий таҳририят* кабилар.

Мультимедиялашган таҳририятда ҳар бир муҳаррирнинг технологик йўналиш учун махсус ўқитилганлиги муҳим аҳамиятга эга. Бу ҳолат нашрнинг босма ва онлайн кўринишлари учун бир вақтнинг ўзида ишлайдиган алоҳида таҳририятларига тегишлидир. Мисол тариқасида миллий медиадаги “Bright Uzbekistan” журнали таҳририятини келтириш мумкин. Унда онлайн ва оффлайн режимдаги йўналишлар алоҳида жамоа

---

<sup>12</sup> Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ / Л.П. Шестеркина, Н.К. Поляева, Е.П. Соколова, Л.К. Лободенко, Л.И. Белова, О.Ю. Харитоновна; под ред. Л.П. Шестеркиной. – Челябинск: Издательство РЕКПОЛ, 2012.

<sup>13</sup> Качкаева А.Г., Кириа И.В., Коломитс К.Г., Качкаева А. Journalism and convergence: why and how traditional media are transformed into multimedia. – М.: Focus Media, 2010. – С.326.

<sup>14</sup> Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Научное издание Люберцы: Юрайт, 2016. – С.269.

билан таъминланган. Шунингдек, “Ишонч” ҳамда “Ватанпарвар” таҳририятларида онлайн нусха ҳамда Youtube платформасига контент яратиш учун алоҳида медиамарказ фаолият юритади. Аммо уларда қисман кросс-медиавий таҳририятга хос унсурлар ҳам учрайди. Яъни газета мухбирлари бир вақтнинг ўзида ҳам босма, ҳам онлайн нусха учун материал тайёрлайди.

*Интеграциялашган таҳририят*, асосан, технологик имкониятлари орқали янгиликлар оқимини бирлаштирадиган таҳририят бўлиб, барча ахборот каналлари таркибини ўз ичига олади. Бу таҳририятда алоҳида бир канал учун масъул ходим белгиланмайди, босма ва рақамли ахборот узатиш шаклларида янгиликларни ёритиш жавобгарлиги муайян бир соҳага ихтисослашган муҳаррир зиммасига юкланади. Масалан, “Зарафшон” газетаси кўпроқ интеграллашган таҳририят турига мос келади. Аммо газетадаги деярли барча мухбирлар сайт ва youtube каналига материал беришга ҳаракат қилишади.

*Кросс-медиавий таҳририят* иш жараёни ўзаро маълумот алмашиш принципига асосланган таҳририятдир. Бунда турли бўлим ходимлари нашрнинг ҳам босма, ҳам онлайн нусхалари учун контент яратадилар. Бу веб-сайтни видео ва аудиоклиплар билан таъминлаш имконини беради<sup>15</sup>.

Ўзбек медиа оламида конвергент таҳририят турларига кирувчи, яъни унинг барча таърифига тўлиқ жавоб берувчи таҳририят деярли йўқ. Аммо шу учта тур хусусиятларини ўзида жамлаган таҳририятлар мавжуд. Масалан, “Янги Ўзбекистон” газетасини кросс-медиавий таҳририятга киритиш мумкин. Унда газета мухбири сайт учун ҳам барабар ишлайди. Шунингдек, нашрнинг онлайн нусхасига жавобгар шахс ҳам тайинланган. У тўғридан-тўғри таҳририят бош муҳарририга бўйсунди ва газета ходимлари фаолияти маҳсулидан сайт контентини шакллантиради. Бу жиҳат эса интеграллашган таҳририят хусусиятларига мос келади.

Тадқиқотда, шунингдек, ОАВ конвергенцияси натижасида юзага келган инфотейнмент, финишинг, глокаллашув каби янги ахборот узатиш усуллари ва уларнинг ўзбек медиасида интеграллашуви масаласи ёритилган. Жаҳон журналистикаси амалиётида “The New York Times”нинг YouTube платформасидаги “Инфотейнмент” (“Infotainment”) лойиҳаси оммалашган, аммо ўзбек медиасидаги конвергент таҳририятларда инфотейнмент формати кам учрайди. Юртимизда финишинг усулига қисман мос келувчи контентлар кузатилса-да, ҳудудий нашрларда глокаллашув усулидан бирмунча кенг фойдаланилади.

Таҳлиллар шуни кўрсатдики, Ўзбекистонда конвергент таҳририят феномени мавжуд бўлиб, амалиётда у ёки бу турда, гоҳида аралашган тарзда учрайди. Масалан, мультимедиавий таҳририятда кросс-медиавийлик, интеграллашган таҳририятда эса мультимедиавий таҳририятга хос жиҳатлар кўзга ташланади. Конвергент таҳририят феномени ривожда республика ёки ҳудудий нашр тушунчаси аҳамиятсиз. Чунки республика таҳририятлари

---

<sup>15</sup> Молчанова О. Конвергентная редакция как новый тип организации редакционной структуры СМИ // Информационное общество. – Санкт-Петербург, 2018. – №1. – С.157.

орасида ҳам конвергенция шароитига мослаша олмаётганлари мавжуд бўлса, худудий нашр бўла туриб, конвергент таҳририят фаолиятини тўғри ва самарали йўлга қўяётган нашрлар ҳам бор.

Замонавий ахборот майдонида журналист яратаётган контент билан фойдаланувчи яратаётган контент (user-generated content) ўртасида аудитория учун кураш кетмоқда. Интернет сайтларида контент босма нашрларга нисбатан қисқа, лўнда ва қизиқарли услубда ёзилган ҳолда мультимедиавийлик билан бойитилиб, тезкор тарзда тақдим қилинади. Аудитория, биринчи навбатда, тезкор ахборот берилганлиги, кейинги ўринда ахборот қизиқарли ва осон тушуниладиган тарзда узатилгани, уни интернетдан, асосан, мобил телефон орқали олиш имконияти яратилганлиги учун ҳам интернет сайтлари ҳамда мессенжерларни афзал кўради.

Мана шу икки ҳолат босма нашрлар ва аудитория ўртасида бўшлиқни пайдо қилди. Бунга барҳам бериш учун, аввало, умумий аудиторияга қаратилган оммавий контент яратиш аъъанасини ўзгартириш керак. Аудиторияни сегментларга бўлган ҳолда айрим гуруҳлар учун мўлжалланган ихтисослаштирилган контент яратиш зарурлиги тадқиқот ишида мисоллар асосида исботлаб берилган.

Диссертациянинг **“Медиа контент яратишда замонавий технологияларнинг ўрни”** номли иккинчи бобида мультимедиавийликнинг матбуот материалларига таъсири ўрганилган. Бобда конвергент таҳририят журналистларининг замонавий технологиялардан хабардорлик компетенциясини аниқлаш мақсадида ўтказилган онлайн сўровнома натижалари таҳлили келтирилган.

*Мультимедиа* (“*multimedia*”) термини (“multi” – кўп, турли хилдаги ва “media” – восита) “турли хил медиалар йиғиндиси” маъносини ифодалайди. Ушбу термин “ахборотни турли шаклларда (матн, аудио ахборот, компьютер графикаси, видеоматбуот, фотосурат ва бошқалар) сақлаш, алмашиш ва тақдим этишга имкон берувчи техник восита” маъносини англатади<sup>16</sup>.

Бугунги кунда рақамли медиа ривожда, асосан, фото ва инфографикадан фойдаланилаётганлигини алоҳида таъкидлаш керак. Фотоларни креатив усулларда бериш борасида “Ватанпарвар” газетаси контентини мисол қилиш ўринлидир. Чунки ушбу газетада фотолардан кенг ва самарали фойдаланилади. 2021 йил 17 июлдан ўз фаолиятини бошлаган “Холис назар” кундалик электрон газетасида ҳам фотоларни танлаш ва жойлаштиришда замон талабларига амал қилинаётганлигини таъкидлаш жоиз.

Инфографикадан кенг ва самарали фойдаланаётган нашр сифатида “Янги Ўзбекистон” газетасини кўрсатиш мумкин. Ушбу газетанинг ҳар икки-уч сонидан инфографика мустақил ёки мақолани тўлдирувчи ёрдамчи восита сифатида қўлланилади. Айниқса, давлат миқёсидаги қарор, фармон ёки бирор қонун эълон қилинса, орадан кўп вақт ўтмай, унинг матни асосида инфографика тайёрланиб, қўшимча матнсиз берилади.

---

<sup>16</sup> Қосимова Н., Тошпўлатова Н., Шофайзиёва Н., Муратова Н. / Босма ОАВ таҳририятлари учун ўқув қўлланма. – Тошкент, 2008. – Б.45.

Фото ва инфографика “The Economist” нашрида газетада қандай берилса, сайтда ҳам шундай акс этади. Эътиборли жиҳати шундаки, ҳар бир мақола учун шу контентдан келиб чиқиб, оригинал фото тайёрланади.

Афсуски, юртимиздаги ҳудудий нашрларда бу воситалар ҳануз оммалашмаган, улар ҳанузгача “анъанавий кўринишлар”дан четга чиқа олганича йўқ. Лекин босма ва онлайн нашрларини бир хил ривожланишда олиб боришга ҳаракат қилаётган “Зарафшон” газетаси ҳамда унинг электрон нашри (“zarnews.uz” веб-сайти таҳририяти) фаолиятида мультимедиа воситаларидан фойдаланишга уринишлар кўзга ташланмоқда.

Миллий конвергент таҳририятларда фото ва инфографикадан ташқари, видеоконтент тайёрлаш ҳам ривожланмоқда. You Tubeга жойланган видеомаҳсулот рақамли матбуотда QR-код воситаси ёрдамида намоён бўлади.

QR-код (“Quick Response Code” – тезкор аниқланадиган код) 1994 йилда Япониянинг “Denso” компанияси томонидан автомобилсозлик эҳтиёжлари учун ишлаб чиқилган икки ўлчовли штрих код ҳисобланади. У 2953 байтлик маълумотни битта кичкина квадратга, яъни 7089 та рақам ёки 4296 та ҳарф, 1817 иэроглифни жойлаштириш имконини беради. Бу коднинг асосий афзаллиги шундаки, уни сканерловчи ускуна (мобиль телефон, фотоаппарат) ёрдамида осон ва тез ўқиш мумкин<sup>17</sup>. Аввалига техника ва интернет имкониятлари сабаб у қадар оммалашмаган.

Аксарият нашрларда QR-кодга аудиоматн ёки мақоланинг сайтдаги электрон нусхасини жойлаштириш амалиёти кўп учрайди. Масалан, “Ватанпарвар” газетаси биринчилардан бўлиб бу ташаббусни бошлаган бўлса, кейинчалик “Холис назар”, “Зарафшон” газеталарида мақола учун махсус QR-кодлар берилди. Эътиборлиси, деярли барча газетанинг бош саҳифаси тепасида сайтга йўналтирувчи QR-кодлари мавжуд.

“Янги Ўзбекистон” газетасида ушбу таҳририятлардан фарқли ўларок, видеоконтентни QR-кодга жойлаш амалиёти йўлга қўйилган. Жумладан, ушбу нашрнинг 2021 йил 28 май 101-сонида “Юк ташувчи бўлиб қолиб кетишим мумкин эди” сарлавҳали мақола бирданига тўртта платформада: газетанинг қоғоз варианты, сайт, YouTube канали ҳамда телеграм мессенжериде эълон қилинди. Газетанинг pdf шаклини ҳам қўшиб ҳисобласак, ахборот етказиш усуллари яна биттага кўпаяди.

Мақола асосида тайёрланган видеолавҳа газетада эълон қилинишидан бир кун аввал YouTubeга жойлаштирилади. Бир сутканинг ичида ушбу контентни кўришлар сони 1000 тага етган. 2021 йил 7 декабр ҳолатига кўра бу кўрсаткич 4 675 тани ташкил этди. Сайтдаги кўришлар сони эса 693 та бўлган. Демак, газета шу пайтда 79 242 та нусхада босилган бўлса, ундаги айнан шу контентдан хабардор аудитория сони 84 610тани ташкил этди. Бундан кўриниб турибдики, айнан ушбу контент туфайли таҳририятнинг аудиторияси муайян миқдорда кенгайган. Қолаверса, мақола газета ва сайтда сторийтеллинг жанрида матн фақат респондентнинг тилидан ёзилган бўлса, YouTube версиясида матн суҳбат шаклида берилган. Яъни унда мақола

<sup>17</sup> Корнев М. Зачем СМИ нужен QR-коды. / <https://jrn1st.ru/qr>. Мурожаат санаси: 19.09.2021.

муаллифи ҳам бевосита иштирок этган. Газетага нисбатан сайтда кўпроқ расм жойлаштирилган.

Мультимедиавийликнинг матбуотга таъсири аксар ҳолларда контентнинг электрон нусхага кўчишида намоён бўлади, деб қаралади. Аммо “The New York Times”, “The Economist” каби йирик таҳририятлар фаолиятида мультимедиавийликнинг даврий матбуотга сезиларли таъсирини кўриш мумкин.

Конвергент таҳририятлар, хусусан, ҳудудий нашрлардаги бугунги манзара журналистларнинг мультимедиавий воситалардан қай даражада фойдаланаётганини кўрсатди. Бунинг асосида уларнинг замонавий ахборот технологияларини билиш компетенцияси ётади.

Рус олими О.Копыловнинг фикрича, “рақамли асрда медиа соҳаси вакиллари ахборот оқимининг кўпайиб бораётган марказидан истемолчилар мулоқот манфаатларининг чеккасига ўтган. Мавжуд вазият профессионал журналистнинг индивидуаллигини йўқотиб, оммавий ахборот воситалари субъекти мақомини четга суриши билан таҳдид қилмоқда”<sup>18</sup>.

Диссертацияда *универсал журналист*, *транспрофессионал журналист* ҳамда *конвергент журналист* терминларининг моҳияти очиқ берилиб, уларга тавсиф берилган.

Бугунги замонавий медиада *универсаллашув* термини бироз эскиргандек. Чунки турли мавзуда ва йўналишда профессионал даражада ёза олиш мураккаб жараён. Ахборот технологиялари ва интернет ривожига ҳосиласи сифатида юзага келган конвергенциялашув шароитида конвергент таҳририятда фаолият юритувчи журналистга нисбатан “*универсал журналист*” таърифи қўлланса, ушбу терминнинг маъноси тораяди.

Универсал журналист битта соҳанинг турли вазифаларини уддалай оладиган мутахассисдир. Агар у матн билан ишласа, турли мавзуларда ёза олади. Агар камера каби техник воситалар билан иш олиб борса, ҳам тасвирга олиши, ҳам монтаж қилиши ҳамда чироқ устаси вазифасини бажара олиши мумкин. Аммо айрим манбаларда конвергенция шароитида ишлаётган журналистларга нисбатан ҳам шу терминнинг қўлланилаётганини кўриш мумкин. Хусусан, рус олими С.Корконосенконинг таъкидлашича, “... бугунги кунда *универсал мухбир* контентни бир марта яратиш ва уни турли ахборот платформаларида бир неча марта такрорлаш асосида конвергенция жараёнини биринчи ўринга чиқарган рақамли аср журналистидир... У мультимедиа таҳририда қўлланиладиган асосий технологияларни ўзлаштириши керак: макет, рақамли фотосурат, видео ва овозни таҳрирлаш кўникмаларига эга бўлиши, компьютер маълумотлар базалари билан ишлаши, замонавий тармоқлар орқали керакли маълумотларни қидириши ва текшириши керак”.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Копылов О. Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции: Дисс. ... канд. филол. наук. – Барнаул, 2012. – С.3.

<sup>19</sup> Корконосенко С.Г. Основы журналистской деятельности. Учебник для академического бакалавриата / под редакцией С. Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – С.332.

С.Дониёровнинг фикрича, *универсал журналист* тушунчаси бироз эскириб, ўрнига “кросс-медиа учун ўқитилган журналист” ёки турли платформалар учун материаллар тайёрлашни эплайдиган кўп малакали журналист атамалари кўпроқ ишлатилмоқда<sup>20</sup>.

Америкалик олимлар бу масалага бошқача муносабат билдиришган. Жумладан, тадқиқотчи Р.Хобс *универсаллашув* термини ўрнига *рақамли ва медиасаводхонлик лаёқати ёки кўникмаси* (digital and media literacy competencies) терминини қўллашни таклиф қилади. Бу компетенция беш қисмга бўлинган бўлиб, учинчи компоненти “контентни тил, фото, овоз ва янги рақамли технология ва воситалар орқали яратиш компетенцияси” сифатида келтирилган<sup>21</sup>.

Бизнингча, ушбу фикрга қисман қўшилиш мумкин. Чунки шиддатли ва рақобатга тўла ҳозирги ахборот асрида нафақат журналист, балки ҳар бир инсондан медиасаводхонлик талаб этилади. Аммо медиасаводхонлик жуда кенг тушунчадир. Аслида медиасаводхонлик кўникмалари учта асосий йўналишга бўлиб тадқиқ этилади: тушуниш; фойдаланиш; яратиш<sup>22</sup>.

Бугунги журналист ушбу босқичларнинг учинчиси – яратиш босқичида иштирок этади. Бунда рақамли ва медиакомпетенцияга эга бўлган журналист, Р.Хобс келтирганидек, беш қисмдан иборат кўникмаларни ўзида шакллантириши керак. Шу жиҳатдан бу тушунчани конвергент таҳририят муҳбирига нисбатан ишлатиш унчалик ўринли эмас.

*Транспрофесионал журналист* мутахассислиги бўйича тор, лекин компетенция нуқтаи назаридан универсалликка интилувчи ходимдир<sup>23</sup>. У мавзуга ёндашувда ихтисослашиб, контент тайёрлаш ва уни узатишда универсаллашади. Бунда битта журналистнинг турли касб эгалари ролини бажариб туриши кераклигига ишора қилинади.

М.Нурутдинова ўз илмий изланишларида мультимедиавий журналистикада фаолият олиб борувчи ходимларга нисбатан ушбу терминни қўллаган. Аммо биз конвергент таҳририят ходимига *конвергент журналист* термини мос деган хулоса асосида унга қуйидагича таъриф бердик: *конвергент журналист* бир пайтнинг ўзида ОАВнинг барча турига журналистик материалларни (матн, фото, видео, аудио, графика) тайёрлай оладиган, техник имкониятлардан фойдаланишни ўзлаштирган, ахборот билан ишлаш салоҳиятига эга мутахассисдир.

Рус тадқиқотчиси В.Гатовнинг фикри биз келтирган изоҳни қўллаб-қувватлайди. Унинг қайд этишича, конвергент журналист медиа компания менжерлари замонавий медиа конвергенциясини кўп каналли ва кўп платформали контент яратувчилардан кўра аниқроқ ҳис қилишлари сабабли киритилган терминдир. Ушбу термин 1990 йилларда истеъмолга кириб

<sup>20</sup> Дониёров С. М. Медиаконвергенция шароитида газеталар таҳририятлари ривожланишининг ўзига хос хусусиятлари (Ўзбекистон мисолида, 2010 йилдан кейинги давр): Филол.фан. док. (PhD) ... дисс. – Тошкент: 2020. – Б.114.

<sup>21</sup> Hobbs R. Digital and Media Literacy: A Plan of Action. – Washington, D.C.: The Aspen Institute, 2010. – P.8.

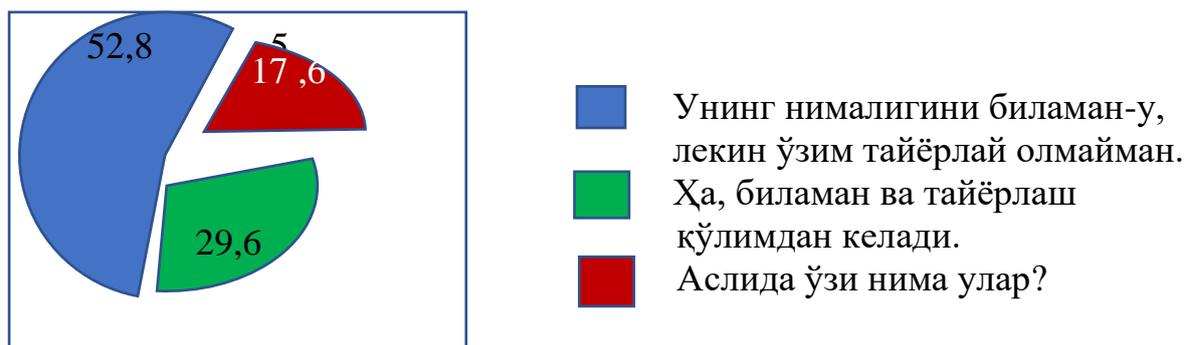
<sup>22</sup> Муратова Н. Журналистикада медиа ва ахборот саводхонлиги / Н. Муратова, Э.Гризл, Д. Мирзахмедова. – Тошкент: “Baktria press”, 2019. – Б.14.

<sup>23</sup> Hellmuller L., Mellado C. Professional roles and news construction: A media sociology conceptualization of journalist's role conception and performance // Communication & Society, 2015. – №28 (3). – P.11.

келган ва аср бошларида баъзи йирик нашрлар фаолияти орқали ривожланган. Сенсорли смартфонлар оммалашиб, ўзида журналистик фаолиятнинг барча воситаларини мужассам этиши билан *конвергент журналист* тушунчаси қайта кўриб чиқилган.<sup>24</sup>

Ахборот олиш ва уни қайта ишлашда журналистларнинг ахборот технологияларидан қай даражада хабардорлиги ҳамда ўз фаолияти давомида ундан қай тарзда фойдаланиш тўғрисида муайян тушунчага эга бўлиш мақсадида Ўзбекистондаги конвергенция жараёнига мослашаётган таҳририят журналистлари ўртасида сўровнома (Google Forms орқали) ўтказилди. Унда турли нашрлардан жами 125 нафар журналист иштирок этди. Сўровномада қатнашган респондентларнинг 33,6%и 23-35 ёшларда, 26,9%и 35-45 ёш атрофида, 24%и 45-55 ёшларда, қолган 12,8%и 55 ёшдан юқори бўлди.

Жавоблар бугунги вазият қувонарли даражада эмаслигини кўрсатди. “Инфографика ёки таймлайнни мустақил равишда тайёрлай оласизми?” деган саволга 52,8% журналист “Унинг нималигини биламан-у, лекин ўзим тайёрлай олмайман” деган жавобни берган. Бу аксарият медиа вакилларида инфографика ҳақида тушунча бор, лекин уни тайёрлашда билим ва тажрибанинг йўқлигини билдиради. Респондентларнинг атиги 29,6%и ўзи тайёрлай олишини қайд этган, 17,6%и “Аслида ўзи нима улар?” деган жавобни белгиллаган. (1-расм)



1-расм

Олинган ва қайта ишланган ахборотни тарқатишда замонавий технологиялардан фойдаланиш муҳим. Айниқса, медиа бозорида ахборот оқимининг кўплиги ўз контентига ўқувчини жалб қилишида журналистга бу каби воситалар жуда зарур. Шулардан бири SEO оптималлашувдир. У (*search engine optimization*) қидирув механизмларини оптималлаштириш воситаси бўлиб, максимал даражада мижозларни жалб қилиш мақсадида сайтни қидирув тизимларининг юқори ўринларига олиб чиқишга қаратилган амалиётлар жамланмасидир<sup>25</sup>. Газета таҳририятининг онлайн нусхасини самарали йўлга қўйишида бу амалиётнинг ўрни катта. Бунда журналист уни қўллашни бошланғич даражада билиши керак. Сабаби босма нашрда чиққан

<sup>24</sup> Гатов В. Бизнес модели современных медиа компаний. Quo Vadis: что происходит онлайн? Понять, чтобы двигаться вперед // Сборник статей. – Калмар: 2016. – С.24.

<sup>25</sup> Малий В., Золенко М. SEO на экспорт. Первая книга по продвижению зарубежом. Практическое руководство. – М., 2017. – С.10.

материалини сайтга мослаштириш, SEO талаблари бўйича қайта шакллантиришни журналистнинг ўзи бажаргани мақсадга мувофиқ. Афсуски бу борадаги сўровнома натижалари қониқарли эмас. 36% респондент унинг нималигини, қандай ишлатишни билмаслигини қайд этган бўлса, 42,4%дан ортиғи қулоғига тез-тез чалиниши, аммо ундан фойдаланишни билмаслигини эътироф этган.

Тадқиқотда ахборотни узатишдаги янги тенденцияларга ҳам тўхталиб ўтилган. Бунда “The New York Times” газетасининг онлайн нусхасида фойданувчиларга яратилган “Mobile Apps”, “E-mail Subscriptions”, “Most popular”, “Times Wire”, “Cross-platform save”, “Timesmachine” дастурий таъминотларининг техник қулайликлари ёритилган.

Бундай дастурий таъминотлар медиа маконда янги йўналишларнинг пайдо бўлишига олиб келди. Инглиз олимлари конвергенция тенденцияси журналистларнинг бир қатор ОАВ турларида ишлашини тақозо этаётгани, шу аснода замонавий малакага (multi-skilled) эга журналистларга эҳтиёж ортиб бораётганлиги хусусида кўп ёзишган<sup>26</sup>. Бундай мутахассислардан, ўз навбатида, юқори даражада мослашувчанлик талаб этилишига ишора қилинади. Бундан ўн беш йиллар илгари босма нашрлар журналистларининг барчаси аудио-визуал форматдаги иш жараёнига ўтиши ҳақидаги тахминлар бугунги кун медиа муҳитининг реал манзарасига айланиши билан ўз исботини топди.

Америкалик тадқиқотчи П.Бредшоу конвергенция шароитидаги журналистларнинг олтига касбини ажратган. Булар: муҳаррир-агрегатор, мобил журналист, журналист-таҳлилчи, мультимедиа продюсери, тармоқ мутахассиси, сайт бўйича масъул муҳаррир<sup>27</sup>. Ушбу янги фаолият турларининг деярли барчаси у ёки бу кўринишда “Bright Uzbekistan”, “Янги Ўзбекистон”, “Ишонч”, “Зарафшон”, “Фарғона ҳақиқати” каби таҳририятларда кузатилди.

Журналистик касб эволюциясига технологиялар ривожланишининг ҳосиласи сифатида қараш ўринлидир. Чунки технологиялар ва интернет тараққиёти журналистлар фаолиятида кескин бурилишлар ясаб, айрим касблар таназзули, айримларининг эса туғилишига сабабчи бўлди. Олдинги оператор-терувчи, хатларни рўйхатга олувчи, котиба каби касбий фаолият турлари бугун конвергент таҳририятларда қисқариб кетган. Ҳар бир ходимнинг интернет тармоғига уланган компютери мавжуд, иш жараёнини унинг ўзи бажаради. Хатлар электрон почта, телеграм мессенжери орқали келади ва автоматик тарзда рўйхатга олинади.

Ижодий ходимларнинг эса, аксинча, вазифалари ортган. Энди репортёр тадбирга фақат матн тарзидаги ахборотни ёзиш учун бормайди. У қўшимча тарзда аудио ва видеоматн ҳам тайёрлайди. Уларни кесиб-улаб монтаж ҳам

---

<sup>26</sup> Balčytienė A., Raeymaeckers K., Vartanova E. Changing Practices of Journalism. <https://core.ac.uk/download/pdf/55806062.pdf>.

<sup>27</sup> Бредшоу П. СМИ 21 века. Новые журналисты для новых информационных потоков. <https://sila.media/21profi/>.

қилса, вақтдан ютади. Лекин бу кўшимча юкламалар учун ҳақ тўланиш-тўланмаслиги таҳририятнинг иқтисодий имкониятларига боғлиқ.

Рус олимаси Е.Пак ҳам мультимедиа контентини яратувчи технология ва ускуналарнинг пайдо бўлиши ва ривожланиши таъсирида журналист профессионал касбида ўзгаришлар бўлганини эътироф этиб, янги мутахассисликлар рўйхатини келтиради. Хусусан, *фотовидеомухбир, твиттер-репортёр (онлайн-шарҳловчи), фойдаланувчи контент муҳаррири, промоутер (интернет продюсери, траффик-менежери)* ва бошқалар<sup>28</sup>. Унинг фикрича, интернет журналист маҳорати ва кўникмаларининг кенгайиши ва такомиллашиши учун катта бир майдон бўлиб, кенг имкониятлар тақдим қилади. Тадқиқотда олима илгари сурган янги касбларнинг ўзбек медиасига интеграллашуви масаласи ҳам ёритилган. Аммо айтиш керакки, қайд этилган янги касблар барча конвергент таҳририятларда асл ҳолича, айнан учрамайди.

Ўзбекистонда миллий медидадаги айрим журналистларни *газетачи+тв сухандон* ролида ҳам кўриш мумкин. Дастлаб газета учун матн ёзишади, кейин оператор ёрдамида шу материал қаҳрамонини ёки шунга боғлиқ ҳодисани тасвирга олишади. Ушбу контентда улар тележурналист ёки телебошловчи сифатида намоён бўлишади. Маҳсулот газетада матн+фото+QR-код шаклида чиққач, сайтга қайта ишламай жойланади. Улар бир пайтнинг ўзида матн ёзишади, экранда айтадиган нутқи устида ишлашади, мультимедиавий контент яратишда режиссёрлик вазифасини ҳам бажаришади.

Журналистнинг бошқа ролларга ўтиши ҳақида гап кетганда битта умумий жиҳат кўзга ташланади: аксарият тадқиқотчилар келажакда муҳим бўладиган йўналиш сифатида ижтимоий тармоқдаги фаолликка урғу беришади. Ҳатто келгусида медида ижтимоий тармоқ журналисти етакчилик қилиши ҳақидаги фикрларни илгари суришади<sup>29</sup>.

Тадқиқотчиларнинг конвергенция натижасида журналистик ролларнинг ўзгариб кетиши борасидаги фаразларини солиштириб, шуни айтиш мумкинки, конвергент мутахассис техника ва технологиялар соясида қолиб кетмаслиги керак. Масалан, босма нашр муҳбири видео ва аудио контент тайёрлаш бўйича тв мутахассисичалик профессионал бўла олмайди. Чунки у газетада фаолият юритишга ихтисослашган. Аммо замон талаби ундан кўп нарсага қодир бўлишлиликини тақозо этмоқда. Бундай пайтда техник воситаларни ўзлаштиришга муккасидан кетиб, контентни унутиб қўймаслиги керак.

Конвергент таҳририят муҳбири ўз роли ёки касбини ўзгартириб, шароитга мослашар экан, бу ҳолат унга салбий таъсир кўрсатмаслиги лозим. У яратган маҳсулотининг сифати тушиб кетмаслиги учун транспрофессионал-лик ва конвергентлик хусусиятларини ўзида жамлаши,

<sup>28</sup> Пак Е. Жанрообразование в сетевых сми: технологические и творческие факторы: Дисс. ... канд. филол. наук. – Санкт-Петербург, 2014. - С.127.

<sup>29</sup> <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/budushhee-zhurnalistiki/>.

ахборот тайёрлашда ихтисослашиб, уни тарқатишда универсаллашиши, энг камида техник билимни эгаллаши зарур. Бу масалалар тадқиқотда “Фарғона ҳақиқати” таҳририятида ўтказилган *фокус гуруҳ* сўровномаси натижалари орқали очиб берилган.

Диссертациянинг учинчи боби “**Конвергент таҳририятларнинг ҳудудий кесимдаги компаратив таҳлили**” деб номланган. Унда анъанавий ва онлайн нашрлар мазмунидаги умумийлик ва ўзига хос жиҳатлари ўрганилган. Газетанинг полиграфик кўринишидан онлайн форматга ўтишида тил, услуб ва ёндашув масалалари ҳамда бу жараёнда жанрлар интеграцияси ва трансформацияси жараёни таҳлил этилган.

Жаҳон амалиётида босма нашрнинг онлайн контенти яратилишида бошқа бир тенденция ҳам кўзга ташланади. Баъзи таҳририятларда электрон нашр ишга тушгач, қоғоз шаклдан воз кечиш ҳолатларига дуч келинди. Электрон нашр аудиториясининг кескин кенгайиши билан баъзи нашрлар анъанавий газета чоп этишни тўхтатди. Хусусан, “Газета” нашри 2001 йилда қоғоз шаклида чоп қилина бошлаган ва орадан тўққиз йил ўтиб, нашрнинг “Gazeta.ru” шаклида онлайн нусхаси ташкил қилинди ва газета қоғоз вариантда чикмай қўяди<sup>30</sup>. 2013 йил 20 декабрда Буюк Британиянинг энг машҳур нашрларидан бири “Lloyd’s List” ҳам қоғоз вариантдан воз кечиб, эътиборини интернет нусхасини ривожлантиришга қаратди<sup>31</sup>.

Аммо АҚШнинг бир қатор йирик нашрлари анча олдинроқ электрон нашр тизимига ўтган бўлса-да, ҳалигача газеталарини анъанавий ва онлайн шаклда тақдим этиб келмоқда. Бунга “The New York Times”, “The Financial Times”, “Guardian” кабиларни мисол қилиб келтириш мумкин. Бу конвергент таҳририятларда онлайн аудиториянинг катталиги ва фаоллигидан қатъий назар қоғоз нусхага қадрият ва бренд сифатида қаралади. Мазкур нашрлар обуначиларининг сони айтилганда фақат анъанавий газетанинг адади эмас, балки веб-сайт, You Tube, телеграм мессенжер ҳамда ижтимоий тармоқлардаги аудиторияси ҳам қўшиб ҳисобланади.

Газеталар веб-сайтнинг яратилиши Ўзбекистон шароитида қандай кечаётганлигини таҳлил қилиш қонунчиликка киритилган ўзгаришларга эътибор қаратишни тақозо этади. Маълумки, 2007 йили апрелда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистонда ОАВни рўйхатга олиш тартиби тўғрисидаги Низомга ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш тўғрисида”ги қарори эълон қилинди<sup>32</sup>. Мазкур қарорда сайт шаклидаги электрон нашрларни давлат рўйхатидан ўтказишда кўрсатилиши шарт бўлган ҳужжатлар рўйхати оптималлаштирилган. Бугунги кунда “Халқ сўзи” ва “Народное слово”, “Правда Востока” ҳамда “Зеркало XXI” газеталарининг электрон нусхалари сайтларга қуйилган. Аммо ўзбек онлайн медиа оламида

<sup>30</sup> Билевская Э. “Газета” ушла в Интернет // “Газета” ушла в Интернет / Политика / Независимая газета (ng.ru).

<sup>31</sup> Одна из старейших газет в мире прекратит выпуск бумажной версии. Одна из старейших газет в мире прекратит выпуск бумажной версии - ЖурДом (jourdom.ru).

<sup>32</sup> Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Тошкент: “Art paper business” МСНЖ, 2012. – Б.26.

босма нашрларнинг фаолияти деярли кўзга ташланмайди. Тўғри, мазкур қонунчиликка киритилган ўзгаришлар натижасида барча таҳририятлар ёшасига сайтларини ишга туширишди. Бироқ дастлаб веб-контент номигагина юритилиб, унга асосий медиа сифатида эътибор қаратилмади, медиаматериаллар веб-сайтларга тезкорликда қўйилмади. Айрим веб-сайтлар ҳатто олти ойда бир маротаба янгиланмади. Бунга сабаб, биринчидан, онлайн нашрларнинг ишлаш тартиби тўлиқ ўрганилмай ишга туширилганлиги, иккинчидан, онлайн газета учун махсус жамоа шакллантирилмаганли, учинчидан, сайт номини ушлаб туриш учун, асосан, газетанинг босма шаклда чоп этилган материалларигина жойлаштирилганлигидир. Унда ҳам анъанавий нашрда чоп этилган мақола веб-сайтда ҳеч қандай ўзгаришсиз қандай бўлса, шундайлигича жойлаштирилган.

Ўша йилларда олиб борилган тадқиқотларда ҳам Ўзбекистондаги аксарият босма ОАВнинг интернет нусхаларида бир хил камчиликлар кўзга ташланиши қайд этилган. Хусусан, сайтлар фақатгина нашрнинг босма нусхаси чоп этилганидан сўнггина янгиланган ёки бутунлай ўз ҳолига ташлаб қўйилган, ҳаттоки айрим интернет нашрларда бош саҳифага жойланган материал ярим йил давомида ҳам янгиланмаган.<sup>33</sup>

Босма ва онлайн нашрлар фаолиятини жаҳон амалиёти билан қиёсий таҳлил қилиш асосида айтиш мумкинки, аксарият босма нашрлар электрон нусхасида материаллар интернет аудиториясига мосланган ҳолда чоп этилади. Энг аввало, мақолалар онлайн нашр учун саралаб олинади. Сарлавҳадан тортиб материал ҳажми ҳамда форматигача ўзгартирилади. Масалан, мақола ҳажми қоғоз нусхасига қараганда икки баробар қисқаради. Сарлавҳалар газетага қараганда аниқроқ ва шов-шувлироқ қилиб қўйилади. Материаллар мультимедиавий воситалар, аудио-видео контент билан бойитилади. Энг асосийси, йирик таҳририятлар интернет нусхасига мустақил ОАВ сифатида қарайди ва иккала платформадан ҳам бир хил тарзда фойда олиш йўллари кидиради.

Миллий нашрлар орасида кўпроқ газетачиликни устун кўяётган ёки, аксинча, сайт фаолиятини кучайтираётган таҳририятлар ҳам бор. Илгари нашрлар сайтига у қадар эътибор қаратилмаган бўлса, эндиликда аудитория ахборотни интернетдан олаётганлиги ҳисобига таҳририятлар онлайн нусхани ривожлантиришга мажбур бўлишмоқда. “Янги Ўзбекистон”, “Правда Востока”, “Халқ сўзи”, “Фарғона ҳақиқати”, “Зарафшон”, “Хабар” каби нашрлар онлайн нусхани бойитиш, ривожлантириш устида тинмай изланишлар олиб бормоқда. Аммо ўзбек таҳририятларида “Агар мақола газетага тортмаса, сайтда берилади” деган тушунча ҳам шаклланиб улгурган. Бу журналистларнинг онлайн контент яратишга жиддий қарамаслигидан далолат беради. Ушбу фикрни тадқиқотда ўрганилган материалларнинг услуби, жанри борасидаги таҳлилларимиз тасдиқлайди.

Тадқиқотда Самарқанд вилоятининг “Зарафшон” ҳамда Фарғона вилоятининг “Фарғона ҳақиқати” газеталари ва сайтларининг бир неча йиллик

---

<sup>33</sup> Ўша манба. – Б.26.

фаолияти таҳлил қилинди. Ушбу таҳририятлар фаолияти, журналистларнинг онлайн контент яратишдаги ёндашуви америкалик тадқиқотчи А.Сулливаннинг онлайн ва босма нашр контентини такрорлаш, мослаштириш, қайта тасвирлаш ҳамда оригинал (Repetition, Adaptation, Representation, Uniqueness) жиҳатлари нуқтаи назардан қиёсий таҳлил қилиш методи<sup>34</sup> асосида ўрганилди.

Конвергент журналист, аввало, мавзу танлай билиши, унга креатив ва аудитория талабидан келиб чиққан ҳолда ёндашиши ҳамда мультимедиавий воситалардан ўринли фойдаланиши мақсадга мувофиқ. Шундай мавзу ва уни баён этишдаги ўзига хос ёндашувлар кузатиладики, гарчи контент босма ва онлайн контентга такрорлаш принципида айнан берилса-да, иккала платформа учун ҳам мос келадими. Бундай материалларни *универсал медиа контент* дейиш мумкин. Яъни бу контент иккала ахборот узатиш канали учун ҳам мос келади. Аммо таҳлил жараёнида иккала платформа учун яратилган контентга турлича ёндашувлар ҳам учради. Яъни газетадаги материал ранг-баранг фотолар билан бойитилиб, ўқувчига чиройли тақдим этилган бўлса, сайтга шунчаки ҳисобот учун қўйилган. Бу журналистнинг рақамли технологияларни билиш маҳорати (Digital skills) етарли эмаслиги ёки мақсадли аудиторияни яхши ўрганмаганлигидан далолат беради. Бундай ҳолат кўпроқ “Фарғона ҳақиқати” газетасида кузатилди. Таҳририятнинг полиграфик ва онлайн нусхаларидаги контент таҳлили асосида шуни айтиш мумкинки, унда фаолият олиб борувчи журналистлар замонавий медиа принциплари ёки талабларини яхши ўзлаштирмаган. Деярли барча материаллар такрорлаш принципи асосида айнан жойлаштирилган. Иккала платформада ахборот тақдим этишда фотолардан жуда кам фойдаланилган. Нашрнинг 2020 йил сонларида видеоконтент деярли учрамайди. Аммо бошқа йилларга нисбатан инфографика кўпроқ ишлатилган. Бу ҳолат ушбу даврда пандемия ва у билан боғлиқ маълумотларнинг кўп бўлганлиги уларни инфографика ёки турли графикларда тақдим этишга эҳтиёз мавжуд бўлганлиги билан боғлиқ. “Зарафшон” газетасида эса мослаштириш принципи асосида сайтга жойланган мақолаларни топиш мумкин.

Газетадаги материалнинг онлайн форматга мослаб қайта ишланмаслиги, табиийки, жанрларга ҳам ўз таъсирини ўтказмай қолмайди. Конвергент журналистикада ахборотни йиғиш, қайта ишлаш ва уни узатишда ҳам қайта шакллантириш босқичи мавжуд. Бунда бир платформа учун яратилган контент бошқа бирига кўчирилганда, албатта, қайта шакллантирилиши кераклиги таъкидланди. Бунинг натижасида жанрлар интеграцияси ёки трансформацияси юзага келиши мумкин.

Интернет жанрларининг трансформацияси анъанавий журналистикага ҳам тегишли. “Зарафшон” газетаси фаолияти таҳлилида учраган *хабар + таҳлил + мультимедиавий воситалар = лонгрід, таҳлилий мақола + фото + видео + ҳикоя қилиш = мультимедиавий сторийтеллинг* тарзида гибрид

---

<sup>34</sup> Sullivan A. Media Convergence of Newspapers: A Content Analysis of the Houston Chronicle’s Print and Web-based Content, 2012. – P.139.

жанрлар яралаётгани фикримизни исботлайди. Бу ҳолат таҳририят ходимларининг конвергент журналистика томон қўяётган дастлабки қадамларидан далолатдир. Аммо “Фарғона ҳақиқати” таҳририяти ҳақида бундай дейишга бироз эрта. Таҳлилларимиз шуни кўрсатдики, нашрнинг онлайн нусхасига жойланган контентнинг аксариятида сарлавҳадан тортиб, унинг жанр ва форматигача бирор қисми ўзгармаган.

Иккала таҳририят фаолиятдан кўриш мумкинки, Ўзбекистондаги ҳудудий таҳририятларда конвергент контент яратиш борасида камчиликлар етарли даражада. Хусусан, ҳудудий конвергент таҳририятларда жанрлар интеграцияси ва трансформацияси жуда суст кечмоқда. Газетада ҳам, сайтда ҳам классик жанрлар устунлик қилади. Лекин мослаштириш принципи асосида жойланган контентларда жанрлар трансформацияси оз бўлса-да, учрайди. Хусусан, таҳлилий мақола онлайн форматга кўчирилганда лонгрид мультимедиавий сторийтеллингга, мақола жанридаги материаллар кўп ҳолларда хабар жанрига айланиб кетиши ҳолатлари кузатилди.

## ХУЛОСА

«Конвергент таҳририятларда журналист маҳорати масалалари» мавзусидаги филология фанлари доктори (PhD) диссертацияси бўйича олиб борилган тадқиқотлар натижасида қуйидаги хулосаларга келинди:

1. Бугунги рақамли дунё ва ахборотлашган жамиятда барча соҳа сингари, медиа ҳам ўз фаолият тарзини ўзгартирмоқда. Даврий матбуотнинг тақдири аудитория, обуна каби масалалардан ташқари конвергенциялашув жараёнини қай даража ташкил этилишига ҳам боғлиқ. Жаҳон журналистикасида аллақачон ривожланишнинг юқори нуқтасига етган медиаконвергенция шароитига ўзбек даврий матбуоти ҳануз тўлиқ ўта олганича йўқ.

2. Ўзбекистонда конвергент таҳририятлар *мультимедиавий + кросс медиавий, интеграллашган + мультимедиавий* ёки *кроссмедиавий таҳририят* тарзида фаолият юритмоқда. Конвергент таҳририят феномени ривожда республика ёки ҳудудий нашр тушунчаси ўз аҳамиятини йўқотади. Бу таҳририят стратегияси журналист универсаллашуви ҳамда транспрофессионаллашуви даражасига боғлиқ.

3. Миллий конвергент таҳририятларда онлайн контентни яратишда қатор муаммолар кўзга ташланади. Газета учун тайёрланган мақоланинг сайт учун қайта ишланмаслиги, аудитория талабидан келиб чиқиб, ахборот узатишнинг янги усулларида фойдаланган ҳолда маълумотлар мультимедиавий воситалар билан бойитилмаслиги шулар жумласига киради.

4. Аксарият таҳририятларда конвергенция жараёнига ўтишда икки хил тенденция рўй бермоқда. *Биринчиси*, контентни олдин босма нашр учун тайёрлаб, кейин уни электрон нусхага жойлаш. *Иккинчиси* эса, дастлаб веб-сайт учун материал тайёрлаш, сўнг шу контентни босма нашрда чоп этиш. Республика ва ҳудудий нашр таҳририятларида айнан биринчи турдаги ҳолат устунлик қилмоқда.

5. Медиаконтентга бўлган талаб замон, жамият ҳаёти, ахборот технологиялари ҳамда интернет тақдим этган имкониятларга қараб ўзгаради. Аудиториянинг ахборот истеъмоли медиамаҳсулот формати ва узатиш шаклини белгилаб беради. Қолаверса, медиа контент яратишда олдин журналистнинг ўзи биринчи планда бўлиб келган бўлса, эндиликда унга аудитория (блогер) ҳам қўшилди. Контентнинг нопрофессионаллар томонидан яратилаётгани эса журналистик фаолиятга ўз таъсирини ўтказди.

6. Сифатли медиаконтент яратишда конвергент журналистга рақамли маҳорат (digital skill) ёхуд рақамли компетенция ҳамда мультимедиавий воситалардан фойдаланиш кўникмаси билан бир қаторда билим, кенг дунёқараш, креатив фикрлаш, жамоага мослашувчанлик, касбдошлари билан киришувчанлик, атрофдаги ўзгаришларни тезда илғай олиш ва шу янгиликларни қабул қилиш каби сифатлар (soft skills) ҳам жуда муҳим. Айрим ҳолларда журналистларда маҳорат ва кўникма йўқлиги, баъзи ҳолларда мослашувчанлик ва янгиликларни қабул қилишга нисбатан қўрқув борлиги аниқланган бўлса, аксарият таҳририятларда молиявий имконият йўқлиги сабабли конвергент ахборот тайёрлаш ва узатиш учун шароит етарли даражада эмаслиги қайд этилди.

7. Конвергенция натижасида медиа оламида янги касблар шаклланиб, журналистларнинг вазифалари тубдан ўзгармоқда. Молиявий танглик ва пухта ишланмаган стратегия ҳамда юкламанинг ходимларга ноўрин тақсимоти оқибатида конвергент журналист зиммасига бир қатор ролларни бажариш талаби юкланмоқда.

8. Юклама ва иш ҳажмининг ошиши контент мазмунига таъсир ўтказмасдан қолмайди. Турли платформалар учун бир “армия”нинг ишлаши журналистнинг вақти ва имкониятларига чегара қўяди. Мавзу танлашда хилма-хиллик, ёндашувда турфалик йўқолади. Журналист шаклан конвергент ахборот яратиши мумкин. Аммо мазмунан юқори савияли контент тайёрлай олмаслиги мумкин.

9. Конвергент журналист, аввало, мавзу танлай билиши, унга креатив ва аудитория талабидан келиб чиқиб ёндашуви ҳамда мультимедиавий воситалардан қай даражада фойдалана олганлиги билан баҳоланади. Таҳририятларнинг нафақат онлайн платформасини шакллантиришда, балки полиграфик кўринишини тайёрлашда ҳам тил, услуб ва ёндашувларда хатоликлар, мультимедиавийликнинг етишмаслиги каби муаммолар бор.

10. Ўзбекистондаги ҳудудий таҳририятларда конвергент контент яратиш борасида камчиликлар сирасига жанрлар интеграцияси ва трансформацияси жуда сустлигини ҳам киритиш ўринли. Газетада ҳам, сайтда ҳам классик жанрлар устунлик қилади. Лекин рақамлашаётган муҳитда анъанавий журналистика жанрлари ўрнини синтетик ва гибрид жанрлар эгаллаётгани ҳисобга олинса, ҳудудий конвергент таҳририятлар янги тенденцияларни қўллаш борасида оқсаётгани аён бўлади.

Ушбу муаммоларларни бартараф этиш мақсадида қуйидаги таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилди.

*Биринчидан*, замонавий таҳририятнинг ҳар бир ходими конвергент ташкилотда ишлаётганини билиши, медиаконвергенция жараёни ҳақида етарлича маълумотга эга бўлиши ва ўзида конвергент журналист компетенцияларини шакллантириши зарур.

*Иккинчидан*, ҳар бир конвергент таҳририят ходимининг иш юкмаси ҳамда журналистик ижод ва маҳорати, журналист шахси масаласи техник тараққиёт соясида қолиб кетмаслиги назоратга олинishi зарур. Бунда, аввало, раҳбарият конвергент журналист кун тартибини (routine) оптималлаштириш учун муносиб шароит яратиб бериши мақсадга мувофиқ. Масалан, куннинг бир қисми газетага материал тайёрлаш учун, кейинги қисми материални сайт учун қайта шакллантиришга ёки янги мақола тайёрлашга сарфланиши, журналистнинг ўз устида ишлаши, янги билимларни эгаллаши ва дам олишига ажратилиши лозим.

*Учинчидан*, конвергент таҳририят муҳбири ўз роли ёки касбини ўзгартириб, шароитга мослашар экан, бунинг салбий таъсири бўлмаслиги, яратган маълумоти сифати тушиб кетмаслиги учун конвергент кадрга айланиши, ахборот тайёрлашда ихтисослашиб, уни тарқатишда универсаллашиши, энг камида техник билимни эгаллаши зарур. Бундан ташқари, журналист профессионаликка интилиши, тезкор қарор қабул қилиш, янгиликларни жадал ўзлаштириш каби кўникмаларга эга бўлиши талаб этилади. Бу жараёнда конвергент таҳририят раҳбарияти журналистлар малакасини мунтазам ошириб боришга, тренинглар уюштиришга эътибор қаратиши лозим.

*Тўртинчидан*, иқтисодий қийинчиликлар остида қолаётган конвергент таҳририятларда ходимлар малакасини мунтазам ошириб бориш имконияти йўқлиги ҳисобга олиниб, давлат томонидан журналистлар учун бепул онлайн платформа ташкил қилиниши мақсадга мувофиқ. Бунда конвергент журналистнинг малака ва компетенциясини ошириш учун онлайн дарслик ва ишланмалар яратилиши талаб этилади.

*Бешинчидан*, журналист кадрлар тайёрловчи ҳар бир олий таълим муассасаси ўз ўқув дастурига “Конвергент нашр тили ва услуги”, “Конвергент таҳририятларда жанрлар” каби фанларни киритиши мақсадга мувофиқ.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ № PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01  
ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЁНЫХ СТЕПЕНЕЙ  
ПРИ УНИВЕРСИТЕТЕ ЖУРНАЛИСТИКИ  
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ УЗБЕКИСТАНА**

---

**УНИВЕРСИТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ УЗБЕКИСТАНА**

**МУЛЛАЕВА САХИБА САТИМБАЕВНА**

**ПРОБЛЕМЫ ЖУРНАЛИСТСКОГО МАСТЕРСТВА  
В КОНВЕРГЕНТНЫХ РЕДАКЦИЯХ**

**10.00.09 – Журналистика (филологические науки)**

**АВТОРЕФЕРАТ  
диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам**

**Ташкент–2023**

**Тема диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Кабинете Министров Республики Узбекистан под номером B2017.3.PhD/Fil250.**

Диссертация выполнена в Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекский, русский, английский (резюме)) размещен на веб-странице Научного совета ([www.uzjoku.uz](http://www.uzjoku.uz)) и на Информационно-образовательном портале «Ziyonet» ([www.ziyonet.uz](http://www.ziyonet.uz)).

**Научный руководитель:**

**Тошпулатова Назира Курбоновна,**  
кандидат филологических наук, профессор

**Официальные оппоненты:**

**Маматова Ёкутхон,**  
доктор филологических наук, и.о. профессора

**Саидов Халим,**  
доктор филологических наук, доцент

**Ведущая организация:**

**Узбекский государственный университет  
мировых языков**

Защита диссертации состоится «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 года в \_ часов на заседании Научного совета PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 при Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана по адресу: 100017, г. Ташкент, Ц-5, 88. Тел.: (99871) 207-09-06; e-mail: [journalism.univer@gmail.com](mailto:journalism.univer@gmail.com)).

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана (зарегистрирована под номером \_\_\_). (Адрес: 100017, г. Ташкент, Ц-5, 88. Тел.: (99871) 207-09-06).

Автореферат диссертации разослан «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 года

(реестр протокола рассылки №\_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 года).

**Ф.А. Муминов,**  
председатель Научного совета по  
присуждению учёных степеней, доктор  
филологических наук, профессор

**Н. Муратова,**  
учёный секретарь Научного совета по  
присуждению учёных степеней, кандидат  
филологических наук, доцент

**К.Т. Ирназаров,**  
председатель научного семинара при  
Научном совете по присуждению учёных  
степеней, доктор исторических наук,  
профессор

## **ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))**

**Актуальность и востребованность темы диссертации.** К началу XXI века в мире нашло развитие феномен медиаконвергенции, основанный на взаимной интеграции видов средств массовой информации (СМИ). С проникновением глобальной сети в жизнь общества, Интернет посредством средств массовой информации (печать, радио, телевидение) начал также выполнять функции передачи информации. Эта ситуация также потребовала адаптации видов СМИ к интернет-среде. В результате, редакции, считающиеся организацией по распространению информации, начали работать в конвергентной среде. Текстовые, графические и звуковые формы передаваемой информации, основанные на современных технологиях, создали удобство для потребителя. Функционирование журналистов редакций в условиях конвергенции, естественно, породило необходимость приобретения новых навыков и умений у представителей отрасли.

Несмотря на то, что радикальное изменение отношения к передаче информации в международном медиапространстве мира выдвинуло на первый план технические возможности, содержание журналистских материалов не утратило своей актуальности. Но в условиях современных технологий совершенствование формы подготовки и передачи информации требует от журналиста глубоких знаний и навыков. В связи с этим при организации деятельности конвергентных редакций в медиасреде в Узбекистане появляется необходимость исследования наряду с политическими и экономическими вопросами и проблемы цифровой медиакомпетентности и конвергентного мастерства журналистов. Кроме того, современная медиасреда ставит в качестве актуальной проблемы задачу создания современных моделей для формирования навыков надлежащего использования медиасредств и информационных технологий у конвергентного журналиста.

Реформы, проведенные в нашей стране в последние годы по обеспечению свободы слова и печати, помимо положительных преобразований в деятельности сотрудников средств массовой информации, предъявляет спрос на подготовку находчивых журналистов, способных выдержать конкуренцию в условиях оперативной информационной среды. Ведь, как отметил Президент, «Еще один важный вопрос: общественность беспокоит низкий уровень знаний и профессионализма, культуры дискуссии у некоторых наших журналистов и блогеров. В этой связи основной задачей является глубокое изучение и устранение таких недостатков, переход от количественных к качественным показателям в сфере средств массовой информации, повышение эффективности их работы»<sup>1</sup>.

Данное диссертационное исследование в определенной мере служит реализации задач, обозначенных в Законах Республики Узбекистан «О

---

<sup>1</sup> Поздравление Президента Республики Узбекистан работникам печати и средств массовой информации // <https://president.uz/uz/lists/view/3675>.

защите журналистской деятельности», «О средствах массовой информации»<sup>2</sup>, в Указах и Постановлениях Президента Республики Узбекистан от 20 апреля 2017 года №УП-2909 «О мерах по дальнейшему развитию системы высшего образования», от 2 февраля 2019 года №УП-5653 «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию информационной сферы и массовых коммуникаций», от 28 января 2022 года №УП-60 «О стратегии развития Нового Узбекистана на 2026 год»<sup>3</sup>, от 27 июня 2022 года №ПП-294 «О мерах по поддержке средств массовой информации и развитию сферы журналистики», а также других нормативно-правовых актах, связанных с этой деятельностью.

**Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики.** Настоящее исследование выполнено в соответствии с приоритетными направлениями развития науки и технологий I. «Духовно-нравственное и культурное развитие демократического и правового общества, формирование инновационной экономики».

**Степень изученности проблемы.** Научные исследования, связанные с развитием средств массовой информации и вопросами журналистского мастерства в конвергентных редакциях в определённой степени изучены такими зарубежными учеными, как Х.Дженкинс, Р.Бурнет, А.Брансторм, Нильсон, С.Куин, Д.Фишер, А.Грант, Дж.Уилкинсон, Е.Вартанова, Е.Баранова, О.Молчанова, Е.В. Олешко<sup>4</sup>. Необходимые навыки и компетенции для конвергентного журналиста редакции проанализированы в исследованиях иностранных ученых П.Маркоса, Д.Жавиера, М.Деуза, А.Амзина, Е.Килпелайнена, О.Копылова<sup>5</sup>. А в учебных пособиях М.Лукиной, А.Калмыкова, А.Кохановой, С.Машковой освещены вопросы специфики сетевых медиа, внедрения современных информационных технологий при создании онлайн-контента редакции<sup>6</sup>.

В узбекской журналистики Ф.Муминов, Х.Дустмухаммад, М.Худойкулов, Ф.Муминова, Ё.Маматова, К.Ирназаров, Д.Рашидова, О.Абдуазимов, Ш.Кудратхужаев, Н.Муратова, Н.Косимова, А.Матёкубов,

<sup>2</sup> Закон Республики Узбекистан «О защите журналистской деятельности» // URL: <http://lex.uz/docs/>. Закон Республики Узбекистан «О средствах массовой информации» // URL: <http://lex.uz/docs/>

<sup>3</sup> Указ Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 года №УП-60 «О стратегии развития Нового Узбекистана на 2026 год» // <https://lex.uz/docs/3107036>.

<sup>4</sup> Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. – N.Y.: New York University Press, 2006; Вартанова Е.Л. *К чему ведет конвергенция СМИ?* – М.: Информационное общество, 1999; Баранова Е.А. *Конвергентная журналистика. Теория и практика. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры*. – М.: Научное издание. – Люберцы: Юрайт, 2016; Олешко Е.В. *Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности*. – Екатеринбург: Изд. Уральского университета. 2015.

<sup>5</sup> Marcos P., Javier D. *Online journalism: Research methods A multidisciplinary approach in comparative perspective*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2009; Deuze M. *What is Multimedia Journalism?* // *Journalism Studies*. 2004. – № 5(2); Амзин А.А. *Новостная интернет-журналистика*. – М.: Аспект-Пресс, 2013; Кильпелайнен Е.С. *Трансформация профессиональных компетенций журналиста в период цифровизации медиaprостранства: Дисс. ... канд. филол. наук*. – М., 2019; Копылов О. *Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции: Дисс. ... канд. филол. наук*. – Барнаул, 2012.

<sup>6</sup> Калмыков А.А., Коханова Л.А. *Интернет-журналистика. Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 – “Журналистика”*. –М: ЮНИТИ-ДАНА, 2005; Машкова С.Г. *Интернет-журналистика. Учебное пособие*. – Тамбов: Тамбовский государственный университет, 2006.

С.Дониёров, М.Нуриддинова и другие посвятили свои исследования вопросам интернета, а также традиционной журналистики<sup>7</sup>. В частности, С.Даниёровым изучена деятельность редакций газет в условиях медиаконвергенции, М.Нуриддиновым проанализированы вопросы мультимедийной журналистики на примере деятельности интернет-сайтов. Однако в этих исследованиях недостаточно изучены деятельность, язык, способы передачи и мастерства конвергентного журналиста печатной редакции.

**Связь исследования с планами научно-исследовательских работ высшего образовательного учреждения, где выполнена диссертация.** Данное диссертационное исследование выполнено в рамках перспективного научно-исследовательского плана Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана на тему «Актуальные вопросы теории и практики международной журналистики», а также в рамках прикладного проекта ИТД-1-117 «Создание нового поколения учебно-методических пособий по репортерскому мастерству и редактированию для бакалавров факультетов журналистики» и создание учебно-информационного ресурсного центра «Репортёр» (2012-2014).

**Цель исследования** - разработка практических рекомендаций по совершенствованию методов адаптации конвергентных редакций и их кадровых журналистов к условиям медиаконвергенции в узбекской прессе и повышения их мастерства, связанных с созданием медиаконтентов в онлайн-среде.

**Задачи исследования:**

определение статуса конвергентной редакции в национальной журналистике, разъяснение понятия *конвергентной редакции*; определение типов конвергентной редакции, теоретическое изучение особенностей понятия *мультимедийной, кросс-медийной, трансмедийной редакции* и формирование соответствующих выводов;

выявление новых интеграционных методов передачи информации, возникающих в процессе конвергенции;

---

<sup>7</sup> Интернет журналистика (Интернетда радио ва телевидение). Илмий мақолалар тўплами // Масъул муҳаррир Ф. Мўминов. – Тошкент: MRS-Tashkent, 2005; Дўстмухаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил. – Тошкент: Янги аср авлоди, 2005; Глобаллашув даври ва ахборот макони // Ўзбекистон матбуоти, 2007. – № 3. – Б. 12-14; Рашидова Д. Особенности формирования Интернетовской журналистики и специфика Интернет в качестве глобального СМИ: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Тошкент: НУУз, 2002; Интернет в Узбекистане: возможности и проблемы. – Тошкент: Zargalam, 2003; Рашидова Д.К., Азимов Ж.Н. СМИ в Интернет и освещение законодательной деятельности интернет журналистикой. – Тошкент, 2006; Кудратхўжаев Ш. Интернет тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. – Тошкент: Ўзбекистон, 2011; Кудратхўжаев Ш. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш. – Тошкент: Ўзбекистон, 2011; Абдуазимов О.У. Ўзбекистонда фуқаролик жамиятини барпо этишда матбуотнинг ўрни: ижтимоий фикр мониторинги: Социол. фан. номз. ... дисс. автореф. – Тошкент: ЎзМУ, 2007; Абдуазимов О.У. Ахборотлашган жамиятда жамоатчилик фикри мониторингини таъминлашда оммавий коммуникациялар социологиясининг ўрни (Ўзбекистон оммавий ахборот воситаларининг 2001–2016 йиллардаги материаллари мисолида): Социол. фан. д-ри (DSc) ... дисс. автореф. – Ташкент: ЎзМУ, 2017; Муратова Н. Журналистика в Интернет: особенности on-line изданий Узбекистана и их функционирование в условиях глобального информационного рынка: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Ташкент: НУУз, 2011.

обоснование влияния мультимедийной информации на материалы печатной прессы и выявление компетентности конвергентных журналистов в области информационных технологий на основе социологических опросов;

анализ вопроса мастерства создателей контента печатных СМИ на основе интеграции, трансформации языка, стиля и жанров и обобщения их специфических аспектов в территориальном разрезе компаративном образом;

разработка методических рекомендаций по определению задач, роли современного журналиста и определению требований к журналисту, работающему в конвергентной редакции, повышению его мастерства.

В качестве **объекта исследования** выбраны конвергентные редакции печатных изданий в Узбекистане и за рубежом. Для анализа взяты зарубежные издания – газеты «The New York Times», «The Economist»; республиканские региональные газеты «Новый Узбекистан», «Зарафшан», «Ферганская правда» и их официальные сайты.

**Предметом исследования** является изучение деятельности журналистов печатной конвергентной редакции Узбекистана, научно-теоретическое исследование подходов к созданию полиграфического и онлайн версий контента газеты.

**Методы исследования.** В процессе исследования использовались сравнительный, SWOT-анализ, статистический анализ, анкетирование, методы фокус-групп.

**Научная новизна исследования** заключается в следующем:

доказан вопрос конвергентной редакторской деятельности и конвергентного журналистского мастерства в масс-медиа Узбекистана, обоснованы роль и специфика мультимедийных, интегрированных и кроссмедийных редакций в национальном информационном рынке;

выявлены новые, интегрированные методы передачи информации в печатных редакциях, возникающие в процессе медиаконвергенции – инфотейнмент, финишинг, глокализация, а также доказано, что метод глокализации относительно эффективно используется в территориальных изданиях;

выявлено, что трансформация жанров в мультимедийном контенте происходит медленно, а также обосновано что при переходе печатной версии в онлайн необработанность контента (языка, стиля, дизайна) является основным фактором снижения эффективности;

предложены современные методики повышения конвергентного журналистского мастерства на основе деятельности конвергентных редакций на практике мировой и национальной журналистики в дополнение к повседневной задаче журналиста, исходя из выполнения новых ролей, такие как *редактор-агрегатор, мультимедийный продюсер, отраслевой специалист, газетчик+ТВ диктор.*

**Практические результаты исследования** заключаются в следующем:

классифицированы медиаконтент и предъявляемые к ним современные требования при определении роли конвергентных редакций в медиасреде Узбекистана;

проанализированы ошибки и недостатки в создании онлайн-контента печатных изданий, проблемы жанровой трансформации и предложены практические решения;

разработана методика повышения мастерства создания эффективного медиаконтента на основе компетенции конвергентного журналиста по использованию информационных технологий, мультимедийных инструментов;

на основе выявленных недостатков и анализа в региональных редакциях организованы семинар-тренинги для журналистов газет «Зарафшан», «Ферганская правда»;

разработаны предметные и рабочие образовательные программы, подготовлены тексты лекций, презентации и видеоматериалы по предметам «Визуализация конвергентного журналиста и прессы» для студентов бакалавриата Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана.

**Достоверность результатов исследования** заключается в соответствии использованных в работе подходов и методов, теоретических заключений полученным результатам, реализации сравнительного анализа результатов исследований международных и отечественных ученых, а также использовании анализов опытно-экспериментальных работ и результатов исследования, подтверждении сделанных выводов и полученных результатов уполномоченными структурами.

**Научная и практическая значимость результатов исследования.** Научная значимость исследования заключается в обосновании существующей теоретической информации о деятельности печатных конвергентных редакций и журналистском мастерстве в создании контента, проведении практических анализов по «визуализации конвергентных редакций и прессы», усовершенствовании современных методов и средств подготовки журналистских кадров, разработанности модели создания национального медиаконтента.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования результатов исследования в качестве источника при установлении специфики журналистского мастерства в конвергентных редакциях, а выводов – при разработке учебников, учебных пособий, учебных программ по таким дисциплинам, как «Визуализация и дизайн в прессе», «Управление медиаконвергенцией и редакционной работой», «Теория и практика новых медиа» для подготовки журналистских кадров в высших учебных заведениях, а также при преподавании специальных курсов, при эффективном налаживании деятельности организационных структур редакций средств массовой информации, а также созданных при них медиацентров.

**Внедрение результатов исследования.** На основе научных результатов по исследованию проблем журналистского мастерства в конвергентных редакциях:

вопросы журналистских навыков при переходе СМИ из одного формата в другой в обеспечении непрерывности деятельности существующих СМИ в медиaprостранстве и результаты анализа, связанного с созданием медиаконтента в конвергентных редакциях в этом процессе, использованы в газетах «Зарафшан» и «Самаркандский вестник» (Справка №11 редакций газет «Зарафшан» и «Самаркандский вестник» от 15 февраля 2022 года). В результате новым способом осуществлен процесс адаптации материалов в контенте [www.zarnewz.uz](http://www.zarnewz.uz) к онлайн-формату;

обобщенные выводы по важности новых, интегрированных методов передачи информации в процессах медиаконвергенции, таких как инфотейнмент, финишинг, глокализация при адаптации к процессу для печатных редакций применены в деятельности газеты «Махалля» (Справка №17 редакции газеты «Махалля» от 15 сентября 2022 года). В результате разработана отдельная инструкция для сотрудников онлайн-формата издания.

теоретические выводы о возможностях мастерства, языка и стиля журналиста в повышении эффективности мультимедийного контента, а также трансформации жанров создало возможность для развития онлайн- и полиграфического формата издания и расширения аудитории (Справка №56 объединенной редакции «Новый Узбекистан» и «Правда Востока» от 15 июля 2022 года). В результате впервые в деятельности газеты была налажена практика использования QR-кода, и это обстоятельство послужило развитию платформы YouTube издания;

современные методики повышения конвергентного журналистского мастерства при создании медиаконтента одновременно применены в повышении эффективности деятельности сотрудников издания, как территориального, так и частного (справка редакции газет «Фарғона ҳақиқати» и «Ферганская правда» от 24 марта 2022 года № 128). В результате увеличения обязанностей журналиста обосновано обеспечение эффективности содержания и качества конвергентного контента без каких-либо сложностей, что отражено во внутреннем уставе редакции.

**Апробирование результатов исследования.** Результаты данного исследования в виде докладов коллективно обсуждались на 5 международных и 2 республиканских научно-практических конференциях.

**Опубликованность результатов исследования.** По теме диссертации всего опубликовано 14 научных работ, из них одна монография в издательстве [www.amazon.com](http://www.amazon.com) США, 6 статей в научных изданиях, рекомендованных для публикации основных научных результатов докторских диссертаций Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистан, в том числе 4 в республиканских и 2 в зарубежных журналах.

**Структура и объем исследования.** Структура диссертации состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы и приложений. Общий объем работы составляет 154 страниц.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** обоснованы актуальность и востребованность темы диссертации, определены цель и задачи, предмет и объект исследования, указано соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологии республики, приведен обзор зарубежных исследований по теме диссертации, изложены научная новизна и практические результаты, раскрыты теоретическая и практическая значимость результатов исследования, приведены сведения о внедрении результатов исследования, опубликованных работах и структуре диссертации.

В первой главе диссертации **“Роль конвергентной редакции в современных масс-медиа”**, дается определение понятия *конвергентная редакция*, разработано определение в национальной медиа. Исследованы новые интегрированные методы передачи информации, возникающие в результате медиаконвергенции, и освещена степень использования их журналистами конвергентной редакции. Проанализировано понятие *медиаконтент*, которое лежит в основе работы конвергентного журналиста, история ее возникновения, а также современные требования к медиаконтенту.

Известно, что слово *конвергенция* происходит от латинского слова «*convergere*», что означает «сближение», «соединение». В «Cambridge Dictionary» лексическое значение этого слова дано в виде «сочетание в одной точке», «направление в одну сторону», «сближение», «объединение»<sup>8</sup>.

В области журналистики термин «*медиасистема*» используется по отношению к объединению нескольких типов СМИ в одном месте, новому подходу к их деятельности. Термин впервые был использован в 1977 году В.С.Хелемендиком<sup>9</sup>. Он отмечает необходимость признания координации деятельности СМИ под влиянием развития массовых коммуникаций, регулярного обновления структуры, обобщения взаимодействия функций прессы, радио и телевидения на основе таких принципов, как функциональная взаимосвязь. В конце 70-х годов прошлого века ученый размышляет об «изменении организационной структуры журналистики с течением времени и превращении независимой газеты, радио, телевидения в обобщенный и единый информационный центр»<sup>10</sup>.

Именно с этого года понятие «конвергенция» стало применяться к общим характеристикам устройств информационно-коммуникационных технологий, таких как компьютеры, телефоны, телевизоры. Американский исследователь Д.Белл пересмотрел характеристики новых понятий и идей об информационном обществе, продвигая идею о том, что они объединены в контексте конвергенции. Теории о конвергенции получили дальнейшее развитие в 1980 году при обсуждении рынка телекоммуникаций в США и регулирования рынка вещательной информации в Западной Европе. Однако

---

<sup>8</sup> <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/convergence>.

<sup>9</sup> Хелемендик В. С. Союз пера, микрофона и телекамеры. – М.: Мысль, 1977. – С. 96.

<sup>10</sup> Хелемендик В. С. Указанный источник – Б. 96.

быстрое проникновение интернета в повседневную жизнь миллионов людей еще больше расширило значение понятия *конвергенции*<sup>11</sup>. Потому что именно Интернет является главным инструментом в повышении многофункциональности технологий.

Как производное от процесса медиаконвергенции, возникло понятие *конвергентная редакция*. В научной литературе существуют различные определения термина *конвергентная редакция*. Проще говоря, *конвергентная редакция* – это творческая структура, которая производит медиапродукцию для нескольких средств массовой информации и часто является частью единой медиаассоциации<sup>12</sup>.

**Конвергентная редакция** это творческая команда журналистов, которые, понимая свою аудиторию, могут передавать информацию, подготовленную в разных форматах, через разные платформы, создавать контент с использованием информационных технологий и мультимедийных инструментов.

Российский исследователь А. Качкаева отмечает, что основные различия между конвергентной и традиционной журналистикой проявляются в формировании редакций, редактировании статей, распределении ролей сотрудников, а также использовании информационных технологий<sup>13</sup>. Мы считаем, что ученый упустил из виду еще один аспект. Задача конвергентной редакции не ограничивается правильным распределением кадровых функций или правильным управлением организацией. На этом этапе целесообразно говорить о мировоззрении и профессионализме конвергентного журналиста. Используя методы и технологии, субъект, генерирующий контент, является конвергентным сотрудником. Он должен понимать суть конвергенции, двигаться в ногу со временем, лучше узнать свою целевую аудиторию, правильно распределять свое время и уметь максимально использовать минимальные возможности.

Другой российский исследователь Е. Баранова считает, что медиаконвергенция начинается с того, что каждое СМИ создает свою собственную платформу в Интернете<sup>14</sup>. Конечно, этот вывод верен. Однако неуместно все редакции, запустившие свой сайт, определять как *конвергентные*.

Э.С. Килпелайнен, научное исследование которого посвящено деятельности конвергентных редакций, подразделяет их на несколько видов. В частности, *мультимедийную, интегрированную, кросс-медийную редакцию* и т.д.

---

<sup>11</sup> Вартанова Е. Л. К чему ведёт конвергенция СМИ. – М.: Аспект Пресс, 1999. – С. 86.

<sup>12</sup> Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ / Л.П. Шестеркина, Н.К. Поляева, Е.П. Соколова, Л.К. Лободенко, Л.И. Белова, О.Ю. Харитонова; под ред. Л.П. Шестеркиной. – Челябинск: Издательство РЕКПОЛ, 2012.

<sup>13</sup> Качкаева А.Г., Кириа И.В., Коломитс К.Г., Качкаева А. Journalism and convergence: why and how traditional media are transformed into multimedia. – М.: Focus Media, 2010. – С.326.

<sup>14</sup> Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Научное издание Люберцы: Юрайт, 2016. – С.269.

В мультимедийной редакции важно, чтобы каждый редактор был специально обучен технологическому направлению. Эта ситуация применима к отдельным редакциям издания, которые работают одновременно как для печатных, так и для онлайн-редакций. Примером может служить редакция журнала «Bright Uzbekistan» в национальном медиа. В нем направления в онлайн- и оффлайн-режимах обеспечиваются отдельными командами. В редакциях «Ишонч» и «Ватанпарвар» также функционирует отдельный медицентр для создания онлайн-версий и контента для платформы Youtube. Но в них также частично встречаются элементы кросс-медийной редакции. То есть газетные репортеры одновременно готовят материал как для печати, так и онлайн-версии.

*Интегрированная редакция* – это, по сути, редакция, которая объединяет поток новостей с помощью своих технологических возможностей и включает в себя структуру всех информационных каналов. В данной редакции не назначается сотрудник, ответственный за отдельный канал, ответственность за освещение новостей в печатных и цифровых формах передачи информации лежит на редакторе, специализирующемся в определенной области. Например, газета «Зарафшан» больше подходит для интегрированного редакционного типа. Но почти все репортеры газеты стараются давать материал на сайт и канал YouTube.

*Кросс-медийная редакция* – это редакционная работа, основанная на принципе взаимного обмена информацией. При этом сотрудники различных отделов создают контент как для печатных, так и для онлайн-версий изданий. Это позволяет размещать на веб-сайте видео и аудиоклипы<sup>15</sup>.

В мире узбекских медиа нет редакций, относящихся к конвергентным типам редакций, то есть полностью отвечающих всем его определениям. Но есть редакции, которые концентрируют характеристики этих трех типов. Например, газету «Новый Узбекистан» можно включить в разряд кросс-медийных редакций. В нем репортер газеты работает и для сайта. Также назначено лицо, ответственное за онлайн-версию публикации. Он подчиняется непосредственно главному редактору и формирует контент сайта из продуктов деятельности сотрудников газеты. Этот аспект, с другой стороны, соответствует интегрированным редакционным характеристикам.

В исследовании также рассмотрен вопрос о новых методах передачи информации, обусловленных конвергенцией СМИ, таких как инфотейнмент, финишинг, глокализация, и их интеграции в узбекские медиа. В практике мировой журналистики проект «Инфотейнмент» («Infotainment») на платформе YouTube редакции «The New York Times» стал популярным, но формат инфотейнмент редко встречается в конвергентных редакциях узбекских медиа. Несмотря на то что, в нашей стране наблюдается контент, частично соответствующий методу финишинга, метод глокализации несколько широко используется в региональных публикациях.

---

<sup>15</sup> Молчанова О. Конвергентная редакция как новый тип организации редакционной структуры СМИ // Информационное общество. – Санкт-Петербург, 2018. – №1. – С.157.

Анализ показал, что в Узбекистане существует феномен конвергентной редакции, который встречается на практике в том или ином виде, иногда в смешанной форме. Например, в мультимедийной редакции заметна кросс-медийность, а в интегрированной редакции – аспекты, характерные для мультимедийной редакции. В развитии феномена конвергентной редакции не отличаются существенно республиканские или территориальные издания. Поскольку даже среди республиканских редакций есть те, которые не могут адаптироваться к условиям конвергенции, будучи территориальным изданием, есть издания, которые правильно и эффективно налаживают конвергентную редакционную деятельность.

В современном информационном пространстве идет борьба за аудиторию между контентом, создаваемым журналистом, и контентом, создаваемым пользователем (user-generated content). На интернет-сайтах контент обогащен мультимедийностью, написанным в сжатом, лаконичном и интересном стиле по сравнению с печатными изданиями. Аудитория предпочитает интернет-сайты и мессенджеры в силу того, что, во-первых, предоставляется мгновенная информация, а во-вторых, информация передается интересным и понятным способом, получить ее можно из Интернета, в основном по мобильному телефону.

Эти два случая создали разрыв между печатным изданием и аудиторией. Чтобы положить этому конец, прежде всего, необходимо изменить традицию создания публичного контента, ориентированного на широкую аудиторию. В исследовании на основе примеров доказана необходимость создания специализированного контента, предназначенного для определенных групп с разделением аудитории на сегменты.

Во второй главе диссертации **“Роль современных технологий в создании медиаконтента”**, изучено влияние мультимедийности на материалы прессы. В главе представлен анализ результатов онлайн-опроса, проведенного журналистами конвергентной редакции с целью определения компетентности в области осведомленности о современных технологиях.

Термин *multimedia* («*multimedia*») («multi» – множественный, разнообразный и «media» – инструмент) означает «совокупность различных медиа». Данный термин означает «технический инструмент, позволяющий хранить, обмениваться и представлять информацию в различных формах (текст, аудиоинформация, компьютерная графика, видеозапись, фотография и т.д.)»<sup>16</sup>.

Следует особо отметить, что при развитии цифровых медиа сегодня используются в основном фото и инфографика. Уместно привести пример содержания газеты «Ватанпарвар», когда речь заходит о креативной подаче фотографий. Потому что в этой газете широко и эффективно используются фотографии. Стоит отметить, что ежедневная электронная газета «Холис назар», начавшая свою деятельность 17 июля 2021 года, также

---

<sup>16</sup> Қосимова Н., Тошпўлатова Н., Шофайзиёва Н., Муратова Н. / Босма ОАВ тахририятлари учун ўқув кўлланма. – Тошкент, 2008. – Б.45.

придерживается современных требований при выборе и размещении фотографий.

Газету «Новый Узбекистан» можно охарактеризовать как издание, широко и эффективно использующее инфографику. В каждом двух-трех номерах этой газеты инфографика используется самостоятельно или в качестве вспомогательного инструмента, дополняющего статью. Особенно, если обнародовано общегосударственное решение, указ или какой-то закон, то вскоре на основе его текста будет подготовлена инфографика и выпущена без дополнительного текста.

Фото и инфографика в издании «The Economist», отражена на сайте как она представлена в газете. Примечательно, что для каждой статьи, исходя из этого контента, подготавливается оригинальная фотография.

К сожалению, в территориальных изданиях нашей страны эти инструменты еще не стали популярными, они до сих пор все еще не отличаются от «традиционных видов». Но газета «Зарафшан», которая пытается сохранить одинаковое развитие своих печатных и онлайн-изданий, и ее электронное издание («zarnews.uz» – редакция сайта) пытаются использовать мультимедийные инструменты в своей деятельности.

Помимо фото- и инфографики в национальных конвергентных редакциях развивается и подготовка видеоконтента. Видеопродукт, размещенный на You Tube, отображается в цифровой прессе с помощью инструмента QR-кода.

QR-код («*Quick Response Code*» – код быстрого распознавания) – это двумерный штрих-код, разработанный в 1994 году японской компанией «Denso» для автомобильных нужд. Он позволяет в одном маленьком квадрате разместить 2953 байта информации, то есть 7089 цифр или 4296 букв, 1817 иероглифов. Главным преимуществом этого кода является то, что его можно легко и быстро прочесть с помощью сканирующего оборудования (мобильный телефон, камера)<sup>17</sup>. Сначала он не был таким популярным в связи с техническими возможностями и возможностями Интернета.

В большинстве публикаций распространена практика размещения электронной копии аудиотекста или статьи на QR-коде. Например, если газета «Ватанпарвар» одной из первых выступила с этой инициативой, то в газетах «Холис назар», «Зарафшан» для статьи были выпущены специальные QR-коды. Примечательно, что почти все газеты в верхней части главной страницы имеют QR-коды, направляющие на сайт.

В отличие от этих редакций в газете «Новый Узбекистан» установилась практика размещения видеоконтента в QR-код. В частности, статья под названием «Я мог бы остаться перевозчиком грузов», изданная в 101 номере данного издания от 28 мая 2021 года, опубликована сразу на четырех платформах: бумажном варианте газеты, на сайте, на канале YouTube и мессенджере Telegram. Если мы добавим и pdf-форму газеты, то способы передачи информации увеличатся еще на один.

---

<sup>17</sup> Корнев М. Зачем СМИ нужен QR-коды. / <https://jrnlst.ru/qr>. Мурожаат санаси: 19.09.2021.

Видеоролик, подготовленный на основе статьи, размещен на YouTube за день до ее публикации в газете. В течение одного дня количество просмотров этого контента достигло 1000. По состоянию на 7 декабря 2021 года этот показатель составил 4675. А количество просмотров на сайте составило 693. Таким образом, в то время как газета была напечатана тиражом 79 242 экземпляра, число аудитории, осведомленной об этом контенте, составило 84 610. Из этого видно, что именно благодаря этому контенту аудитория редакции в определенной степени расширилась. Кроме того, статья написана в жанре сторителлинг в газетах и на сайте только с языка респондента, в то время как в версии YouTube текст приведен в виде беседы. То есть автор статьи тоже принимал в этом непосредственное участие. На сайте размещено больше фотографий, чем в газете.

Влияние мультимедиа на прессу часто проявляется в переносе контента в электронную версию. Но в деятельности таких крупных редакций, как «The New York Times», «The Economist», можно увидеть значительное влияние мультимедийности на периодическую прессу.

Конвергентные редакции, в частности, показали, в какой степени современный облик территориальных изданий использует мультимедийные инструменты журналистов. В основе этого лежит их компетентность в знании современных информационных технологий.

Российский ученый А.Копылов считает, что «в цифровую эпоху представители медиаиндустрии переместились из центра растущих информационных потоков на периферию коммуникационных интересов потребителей. Нынешняя ситуация грозит отодвинуть в сторону статус субъекта средств массовой информации, утратив индивидуальность профессионального журналиста»<sup>18</sup>.

В диссертации раскрывается сущность терминов «*универсальный журналист*», «*транспрофессиональный журналист*» и «*конвергентный журналист*» и дается их описание.

В сегодняшних современных медиах термин «*универсализация*» кажется несколько устаревшим. Потому что умение профессионально писать на различные темы и направления – это сложный процесс. В контексте конвергенции, которая возникла как производное от развития информационных технологий и Интернета, значение этого термина сужается, если определение «*универсальный журналист*» применимо к журналисту, работающему в конвергентной редакции.

Универсальный журналист – это специалист, который может справиться с различными задачами одной отрасли. Если он работает с текстом, он может писать на разные темы. При работе с такими техническими средствами, как камера, он может как снимать на камеру, монтировать, а также выступать в роли мастера по свету. Но в некоторых источниках можно увидеть, что этот термин также используется по отношению к журналистам, работающим в условиях конвергенции. В

---

<sup>18</sup> Копылов О. Особенности творческой деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции: Дисс. ... канд. филол. наук. – Барнаул, 2012. – С.3.

частности, российский ученый С.Корконосенко отмечает, что «... сегодня *универсальный репортер* – это журналист цифровой эпохи, который уделяет приоритетное внимание процессу конвергенции, основанному на создании контента один раз и повторении его несколько раз на разных информационных платформах... Он должен овладеть основными технологиями, используемыми в мультимедийном редактировании: обладать навыками редактирования макета, цифровой фотографии, видео и звука, работы с компьютерными базами данных, поиска и проверки необходимой информации через современные сети».<sup>19</sup>

С.Дониёров считает, что понятие *универсального журналиста* несколько устарела, и вместо этого чаще используются термины «*журналист обученный для кросс-медиа*» или полифункциональный журналист, способный подготовить материалы для различных платформ<sup>20</sup>.

Американские ученые по-другому относятся к этому вопросу. В частности, исследователь Р.Хобс вместо термина «*универсализация*» предлагает использовать термин «*способность и навыки по цифровой и медиаграмотности*» (*digital and media literacy competencies*). Эта компетенция разделена на пять частей, третий компонент представлен как «компетенция создавать контент с помощью языка, фотографии, звука и новых цифровых технологий и инструментов»<sup>21</sup>.

На наш взгляд, можно частично присоединиться к этому утверждению. Поскольку в нынешний стремительный информационный век, полный жесткой конкуренции, медиаграмотность требуется не только от журналиста, но и от каждого человека. Но медиаграмотность – это довольно широкое понятие. Фактически, навыки медиаграмотности исследуются в трех основных областях: понимание; использование; создание<sup>22</sup>.

Сегодняшний журналист принимает участие в третьем из этих этапов – этапе создания. При этом журналист, обладающий цифровой и медиакомпетентностью, как приводит Р.Хобс, должен сформировать в себе навыки, состоящие из пяти частей. В этом отношении не очень уместно использовать это понятие по отношению к конвергентному репортеру редакции.

*Транспрофессиональный журналист* – это узкий по специальности сотрудник, стремящийся к универсальности<sup>23</sup>. Он специализируется на тематическом подходе и универсален в подготовке и передаче контента. Это относится к тому факту, что один журналист должен выполнять роли людей разных профессий.

---

<sup>19</sup> Корконосенко С.Г. Основы журналистской деятельности. Учебник для академического бакалавриата / под редакцией С. Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – С.332.

<sup>20</sup> Дониёров С. М. Медиаконвергенция шароитида газеталар тахририятлари ривожланишининг ўзига хос хусусиятлари (Ўзбекистон мисолида, 2010 йилдан кейинги давр): Филол.фан. док. (PhD) ... дисс. – Тошкент: 2020. – Б.114.

<sup>21</sup> Hobbs R. Digital and Media Literacy: A Plan of Action. – Washington, D.C.: The Aspen Institute, 2010. – P.8.

<sup>22</sup> Муратова Н. Журналистикада медиа ва ахборот саводхонлиги / Н. Муратова, Э.Гризл, Д. Мирзахмедова. – Тошкент: “Baktria press”, 2019. – Б.14.

<sup>23</sup> Hellmuller L., Mellado C. Professional roles and news construction: A media sociology conceptualization of journalist's role conception and performance // Communication & Society, 2015. – №28 (3). – P.11.

М.Нурутдинова в своем научном исследовании использовала этот термин по отношению к сотрудникам, работающим в мультимедийной журналистике. Но исходя из вывода о том, что термин *конвергентный журналист* подходит для сотрудника конвергентной редакции, мы даем следующее определение: *конвергентный журналист* – это специалист, который в свое время смог подготовить журналистские материалы (текст, фото, видео, аудио, графику) для всех видов СМИ, освоил использование технических возможностей, обладает потенциалом для работы с информацией.

Мнение российского исследователя В.Гатова подтверждает приведенное нами определение. Он отмечает, что термин конвергентные журналисты введен потому, что менеджеры медиа компании чувствуют современную медиа-конвергенцию более четко, чем создатели многоканального и многоплатформенного контента. Термин вошел в обиход в 1990-е годы и получил развитие благодаря деятельности некоторых крупных изданий в начале века. В связи с тем, что сенсорные смартфоны стали популярными и воплощают в себе все средства журналистской деятельности, понятие *конвергентного журналиста* была пересмотрена<sup>24</sup>.

В целях получения определенного представления о том, в какой степени журналисты осведомлены об информационных технологиях получения и обработки информации и о том, как использовать их в ходе своей деятельности, был проведен опрос (через Google Forms) среди журналистов редакции, адаптирующихся к процессу конвергенции в Узбекистане. Всего в нем приняли участие 125 журналистов из различных изданий. 33,6% респондентов, принявших участие в опросе, были в возрасте 23-35 лет, 26,9% – в возрасте около 35-45 лет, 24% – 45-55 лет, а остальные 12,8% были старше 55 лет.

Ответы показали, что современная ситуация совсем не радует. На вопрос «Можете ли вы самостоятельно подготовить инфографику или таймлайн? 52,8% журналистов дали ответ «Я знаю, что это такое – но я не могу сам это сделать». Это означает, что большинство медиа представителей имеют представление об инфографике, но им не хватает знаний и опыта в ее подготовке. Только 29,6% респондентов отметили, что они могут подготовить её самостоятельно, 17,6% ответили: «А что это?». (рис. 1)

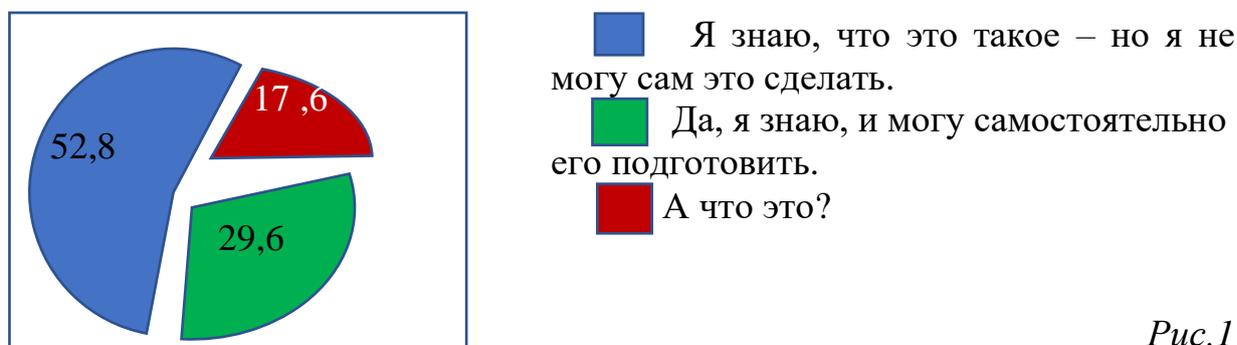


Рис.1

<sup>24</sup> Гатов В. Бизнес модели современных медиа компаний. Quo Vadis: что происходит онлайн? Понять, чтобы двигаться вперед // Сборник статей. – Калмар: 2016. – С.24.

Важно использовать современные технологии при распространении полученной и обработанной информации. Журналисту нужны такие инструменты особенно когда обилие информационного потока на медиарынке привлекает читателей к его контенту. Одним из них является SEO-оптимизация (search engine optimization). Это инструмент оптимизации поискового механизма, сборник практик, направленных на выведение сайта на верхние позиции поисковых систем с целью привлечения максимального количества клиентов<sup>25</sup>. Роль этой практики велика в эффективном создании онлайн-версии редакции газеты. При этом журналист должен знать его применение на элементарном уровне. Причина в том, что адаптация материала, выпущенного в печатном виде, к сайту, реформирование в соответствии с требованиями SEO осуществляется самим журналистом. К сожалению, результаты опроса в этом отношении неудовлетворительны. В то время как 36% респондентов отметили, что не знают, что это и как этим пользоваться, более 42,4% признались, что часто слышат это, но не знают, как этим пользоваться.

В исследовании также отмечены новые тенденции в передаче информации. Онлайн-версия «The New York Times» охватывает технические удобства для пользователей – программные обеспечения “Mobile Apps”, “E-mail Subscriptions”, “Most popular”, “Times Wire”, “Cross-platform save”, “Timesmachine”.

Такое программное обеспечение привело к появлению новых направлений в медиaprостранстве. Английские ученые много писали о том, что тенденция к конвергенции требует от журналистов работы в ряде типов СМИ, и потребность в журналистах с современными навыками (multi-skilled) возрастает<sup>26</sup>. От таких специалистов, в свою очередь, требуется высокий уровень мобильности. Пятнадцать лет назад предположения о том, что все журналисты печатных изданий перейдут к процессу работы в аудиовизуальном формате, оправдали себя тем, что сегодня это становится реальной картиной медиасреды.

Американский исследователь П.Бредшоу разделил шесть профессий журналистов в условиях конвергенции. Это: редактор-агрегатор, мобильный журналист, журналист-аналитик, мультимедийный продюсер, отраслевой специалист, ответственный редактор за сайт<sup>27</sup>. Почти все эти новые виды деятельности так или иначе наблюдаются в таких редакциях, как «Bright Uzbekistan», «Новый Узбекистан», «Ишонч», «Зарафшан», «Ферганская правда».

Уместно рассматривать эволюцию журналистской профессии как производную развития технологий, поскольку развитие технологий и Интернета внесло резкие изменения в деятельность журналистов, вызвав

---

<sup>25</sup> Малий В., Золенко М. SEO на экспорт. Первая книга по продвижению зарубежом. Практическое руководство. – М., 2017. – С.10.

<sup>26</sup> Balčytienė A., Raeymaeckers K., Vartanova E. Changing Practices of Journalism. <https://core.ac.uk/download/pdf/55806062.pdf>.

<sup>27</sup> Бредшоу П. СМИ 21 века. Новые журналисты для новых информационных потоков. <https://sila.media/21profi/>.

упадок некоторых профессий и рождение некоторых. Такие виды профессиональной деятельности, как оператор-наборщик, регистратор писем, секретарь сегодня сократились в конвергентных редакциях. У каждого сотрудника есть компьютер, подключенный к Интернету, он сам выполняет рабочий процесс. Письма приходят по электронной почте, телеграмм-мессенджеру и автоматически регистрируются.

А у творческих сотрудников, наоборот, возросло количество задач. Теперь репортер не отправляется на мероприятие только для того, чтобы написать информацию в текстовом формате. Он дополнительно подготавливает как аудио, так и видеоматериалы. Монтаж по обрезке и соединению их даст возможность выиграть время. Но стоит ли платить за эти дополнительные действия зависит от экономических возможностей редакции.

Российский ученый Е.Пак также приводит список новых специальностей, признавая, что под влиянием появления и развития технологий и оборудования, создающих мультимедийный контент, журналист претерпел изменения в своей профессиональной деятельности. В частности, *фotovидеорепортер, твиттер-репортёр (онлайн-обозреватель), редактор пользовательского контента, промоутер (интернет-продюсер, трафик-менеджер)* и другие<sup>28</sup>. По ее мнению, Интернет является огромной площадкой для расширения и совершенствования навыков и умений журналиста и предоставляет широкие возможности. В исследовании также рассматривается вопрос интеграции в узбекские медиа новых профессий, выдвинутых ученым. Но надо сказать, что новые профессии, упомянутые во всех конвергентных редакциях, в их первоначальном виде точно не встречаются.

В Узбекистане некоторых журналистов национальных медиа также можно увидеть в роли газетчиков+ТВ дикторов. Сначала они пишут текст для газеты, затем с помощью оператора запечатлевают героя этого материала или связанное с ним явление. В этом контенте они предстают как тележурналисты или телеведущие. Когда товар выходит в виде текста+фото+QR-кода в газете, он размещается на сайте без доработки. Они одновременно пишут текст, работают над речью, которую произносят на экране, а также выступают в роли режиссеров при создании мультимедийного контента.

Отмечается один общий аспект: когда речь заходит о переходе журналиста на другие роли, большинство исследователей делают акцент на активности в социальных сетях как направление, которое станет важным в будущем. Даже в будущих медиа будут выдвигаться суждения о ведущей роли журналистов социальной сети.

Сравнивая гипотезы исследователей об изменении журналистских ролей в результате конвергенции, можно сказать, что конвергентный специалист не должен быть заслонен приемами и технологиями. Например,

---

<sup>28</sup> Пак Е. Жанрообразование в сетевых сми: технологические и творческие факторы: Дисс. ... канд. филол. наук. – Санк-Питербург, 2014. - С.127.

репортер печатных медиа не может быть профессионалом по подготовке видео- и аудиоконтента, как ТВ-специалист. Потому что он специализируется на управлении газетой. Но современные требования требуют от него быть способным во многом. Здесь при освоении технических средств не следует забывать о содержимом, и не оставлять контент без внимания.

До тех пор, пока репортер конвергентной редакции меняет свою роль или профессию и приспосабливается к обстоятельствам, эта ситуация не должна негативно сказываться на нем. Для того чтобы качество созданного им продукта не падало, необходимо сконцентрировать характеристики транспрофессиональности и конвергентности, специализироваться на подготовке информации, универсализировать ее при ее распространении, приобрести хотя бы технические знания. Эти вопросы были выявлены в исследовании по результатам опроса *фокус-группы*, проведенного в редакции «Ферганская правда».

Третья глава диссертации называется **“Компаративный анализ конвергентных редакций в территориальном разрезе”**. В нем исследуются общие черты и особенности в содержании традиционных и онлайн-изданий. Проанализированы вопросы языка, стиля и подхода при переходе газеты от полиграфического вида к онлайн-формату, а также процесс интеграции и трансформации жанров в этом процессе.

В мировой практике также наблюдается другая тенденция в создании онлайн контента печатного издания. Некоторые редакции при запуске электронного издания сталкивались со случаями отказа от бумажной формы. С резким расширением аудитории электронных изданий некоторые издания прекратили выпуск традиционных газет. В частности, издательство “Газета” начала издаваться в бумажном виде в 2001 году, а девять лет спустя была создана в форме онлайн – версии издания «Gazeta.ru», и с этого момента газета не публикуется в бумажном формате<sup>29</sup>. 20 декабря 2013 года одно из самых популярных британских изданий «Lloyd's List», также отказалось от бумажного варианта, сосредоточив свое внимание на разработке интернет-версии<sup>30</sup>.

Но несмотря на то, что ряд крупных изданий США перешли на электронную издательскую систему гораздо раньше, они по-прежнему предлагают свои газеты как в традиционной, так и в онлайн-форме. Примерами этого являются «The New York Times», «The Financial Times», «Guardian». В конвергентных редакциях это рассматривается как ценность и бренд для бумажной версии, независимо от размера и активности онлайн-аудитории. Когда говорится о количестве подписчиков этих изданий, считается не только тираж традиционной газеты, но и аудитория веб-сайта, You Tube, телеграмм-мессенджера и социальных сетей.

---

<sup>29</sup> Билевская Э. “Газета” ушла в Интернет // “Газета” ушла в Интернет / Политика / Независимая газета (ng.ru).

<sup>30</sup> Одна из старейших газет в мире прекратит выпуск бумажной версии. Одна из старейших газет в мире прекратит выпуск бумажной версии - ЖурДом (jourdom.ru).

Анализ того, как происходит создание веб-сайта газеты в условиях Узбекистана, требует внимания к изменениям в законодательстве. Как известно, в апреле 2007 года издано постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О внесении изменений и дополнений в Положение о порядке регистрации СМИ в Узбекистане»<sup>31</sup>. В этом решении оптимизирован перечень документов, требуемых для государственной регистрации электронных изданий в виде сайта. Сегодня на сайтах выложены электронные версии газет «Халқ сўзи» и «Народное слово», «Правда Востока» и «Зеркало XXI». Однако в мире узбекских онлайн-медиа деятельность печатных изданий почти незаметна. Правда, в результате изменений, внесенных в выше указанное законодательство, все редакции запустили свои сайты. Однако изначально веб-контент велся формально, без акцента на нем как на основной медиа, в то время как медиаматериалы не были оперативно размещены на веб-сайтах. Некоторые веб-сайты не обновлялись даже раз в полгода. Это связано, во-первых, с тем, что работа онлайн-изданий была запущена без всестороннего анализа, во-вторых, не была сформирована специальная команда для работы в онлайн-газете, и в-третьих, чтобы сохранить название сайта, размещали в основном лишь материалы печатной версии газеты. Статья, опубликованная в традиционном издании, без каких-либо изменений и адаптации размещается и на веб-сайте.

В исследованиях того времени отмечены те же недостатки в интернет-версиях большинства печатных СМИ Узбекистана. В частности, сайты обновлялись или были полностью приведены в надлежащее состояние только после выхода печатного издания публикации, и даже материал, размещенный на главной странице в некоторых интернет-изданиях, не обновляли хотя бы раз в полгода<sup>32</sup>.

Основываясь на сравнительном анализе деятельности печатных и онлайн-изданий с мировой практикой, можно сказать, что большинство печатных изданий печатается в электронной версии с материалами, адаптированными к интернет-аудитории. Прежде всего, статьи отбираются для публикации в Интернете. Начиная с названия, меняется размер и формат материала. Например, объем статьи в два раза короче, чем в бумажной копии. Выбирают более ясные и сенсационные заголовки, чем в газете. Материалы обогащены мультимедийными средствами, аудио-видеоконтентами. Главное, чтобы крупные редакции смотрели на Интернет-версию как на независимое СМИ и искали способы извлечения одинаковой выгоды из обеих платформ.

Среди национальных изданий также есть редакции, которые предпочитают больше газетную деятельность или, наоборот, повышают активность сайта. Раньше издания мало внимания уделяли сайтам, но теперь редакции вынуждены развивать онлайн-версию из-за того, что аудитория получает информацию из интернета. Такие издания, как «Новый Узбекистан», «Правда Востока», «Народное слово», «Ферганская правда»,

---

<sup>31</sup> Косимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Тошкент: “Art paper business” МСНУ, 2012. – Б.26.

<sup>32</sup> Тот же источник. – С.26.

«Зарафшан», «Хабар» постоянно проводят исследования по обогащению и развитию онлайн-копии. Но в узбекских редакциях также сформировалось такое представление, что «если статья не тянет на газету, то её размещают на сайте». Причиной является несерьёзное отношение журналистов к созданию онлайн-контента. Это подтверждается и нашими анализами стиля, жанра материалов, являющихся объектом нашего исследования.

В исследовании проанализирована многолетняя деятельность газет и сайтов «Зарафшан» Самаркандской области и «Ферганская правда» Ферганской области. Деятельность этих редакций, подход журналистов к созданию онлайн-контента изучены методом сравнительного анализа онлайн- и печатного контента с точки зрения воспроизведения, адаптации, повторного отображения и уникальности (Repetition, Adaptation, Rerepresentation, Uniqueness), предложенным американским исследователем А.Салливаном<sup>33</sup>.

Конвергентному журналисту целесообразно, прежде всего, уметь выбирать тему, подходить к ней творчески и исходя из запросов аудитории, а также надлежащим образом использовать мультимедийные инструменты. Наблюдается такая тема и специфические подходы к ее изложению, что хотя контент дан именно по принципу воспроизведения печатного и онлайн-контента, он подходит для обеих платформ. Такие материалы можно назвать *универсальным медиаконтентом*. То есть этот контент подходит для обоих каналов передачи информации. Но в процессе анализа также обнаружились разные подходы к контенту, созданному для обеих платформ. То есть, если материал в газете обогащен красочными фотографиями и красиво представлен читателю, его просто выкладывают на сайт для отчета. Это признак того, что навыков журналиста в области знания цифровых технологий (Digital skills) недостаточно или же журналист недостаточно хорошо изучил целевую аудиторию. Такая ситуация чаще наблюдалась в газете «Ферганская правда». Основываясь на контент-анализе полиграфической и онлайн-версий редакции, можно сказать, что журналисты, работающие в нем, недостаточно хорошо освоили принципы или требования современных медий. Почти все материалы расположены точно по принципу повторения. Фотографии использовались очень мало в передаче информации на обеих платформах. В выпусках издания за 2020 год видеоконтент практически не встречается. Но по сравнению с другими годами инфографика использовалась чаще. Такая ситуация связана с тем, что в этот период произошла пандемия и было много информации, связанной с ней, что привело к необходимости представления их в инфографике или в различных графиках. А в газете «Зарафшан» можно найти статьи, размещенные на сайте по принципу адаптации.

Тот факт, что газетный материал не обрабатывается для адаптации к онлайн-формату, естественно, это также не влияет на жанры. Конвергентная журналистика также имеет стадию трансформации в процессе сбора,

---

<sup>33</sup> Sullivan A. Media Convergence of Newspapers: A Content Analysis of the Houston Chronicle's Print and Web-based Content, 2012. – P.139.

обработки и передачи информации. В нем подчеркивается, что в случае переноса контента, созданного для одной платформы, на другую, его следуют трансформации. В результате это может привести к интеграции или трансформации жанров.

Трансформация интернет-жанров применима и к традиционной журналистике. Гибридные жанры в виде *сообщение + анализ + мультимедийные инструменты = лонгрид, аналитическая статья + фото + видео + рассказ = мультимедийный сторийтеллинг*, встречающееся при анализе деятельности газеты «Зарафшан», подтверждает наше мнение. Эта ситуация является признаком первых шагов редакции в направлении конвергентной журналистики. Но еще рано говорить об этом в отношении редакции «Ферганской правды». Как показал анализ, в большинстве контентов, размещенных на онлайн-версиях изданий, ни одна ее часть – от названия до жанра и формата – не изменилась.

Деятельность обеих редакций показывает, что в создании конвергентного контента в территориальных редакциях Узбекистана недостатков достаточно. В частности, интеграция и трансформация жанров в территориально конвергентных редакциях происходит очень медленно. И в газете, и на сайте преобладают классические жанры. Но в контенте, размещенном по принципу адаптации, трансформация жанров происходит, хотя и незначительно. В частности, бывали случаи когда аналитическая статья переводится в онлайн-формат превращалась в лонгридный мультимедийный сторийтеллинг, а материал в жанре статьи в большинстве случаев превращается в жанр сообщение.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования диссертации доктора филологических наук (PhD) на тему «Проблемы журналистского мастерства в конвергентных редакциях» сделаны следующие выводы:

1. Как и во всех сферах в современном цифровом мире и информационном обществе, медиа также меняют свой способ функционирования. Судьба периодической печати также зависит не только от степени организации процесса конвергенции, но и таких вопросов, как аудитория, подписка. В мировой журналистике узбекская периодическая пресса все еще не в полной мере справляется с условиями медиаконвергенции, которая уже достигла пика развития в мировой журналистике.

2. В Узбекистане конвергентные редакции работают в форме мультимедийной + кросс-медийной, интегрированной + мультимедийной или кроссмедийной редакции. В развитии феномена конвергентной редакции понятие республиканского или территориального издания теряет свою актуальность. Эта редакционная стратегия зависит от степени универсализации и транспрофессионализации журналиста.

3. При создании онлайн-контента наблюдаются ряд проблем в национальных конвергентных редакциях. В частности, статья,

подготовленная для газеты, не обрабатывается для сайта на основе спроса аудитории, информация не обогащается мультимедийными средствами, без использования новых методов передачи информации.

4. В большинстве редакций наблюдаются две различные тенденции перехода к процессу конвергенции. *Первый* заключается в том, что сначала готовится контент для печатного издания, а затем размещается в электронной версии. *Второй* заключается в том, что сначала готовится материал для веб-сайта, а затем печатается этот контент в печатном виде. Именно первый вид преобладает в редакциях республиканских и территориальных печатных изданий.

5. Спрос на медиаконтент варьируется в зависимости от времени, жизни общества, информационных технологий и возможностей, предлагаемых Интернетом. Потребление информации аудиторией определяет формат и форму передачи медиаконтента. Кроме того, до создания медиаконтента на первом плане был сам журналист, но теперь к нему присоединилась еще и аудитория (блогер). И тот факт, что контент создается непрофессионалами, это оказывает свое влияние на журналистскую деятельность.

6. При создании качественного медиаконтента помимо таких качеств (soft skills), как цифровое мастерство (digital skill) или цифровая компетентность и навыки по использованию мультимедийных инструментов, также важны знания, широкий кругозор, креативное мышление, адаптированность к коллективу, общительность с коллегами, умение быстро обозревать изменения в окружающей среде и принятие этих новшеств. Если в некоторых случаях было выявлено, что журналистам не хватает навыков и умений, а в некоторых случаях присутствие страха при адаптации и получения новостей, то у большинства редакций не было достаточных условий для подготовки и передачи конвергентной информации из-за отсутствия финансовых возможностей.

7. В результате конвергенции в медиа-мире формируются новые профессии, и задачи журналистов радикально меняются. Из-за финансовых трудностей и плохо проработанной стратегии, а также неправильного распределения нагрузки на сотрудников конвергентному журналисту предъявляются требования по выполнению ряда ролей.

8. Увеличение нагрузки и рабочего объема негативно влияет на содержание контента. Выступление одной “армии” для разных платформ накладывает ограничение на время и возможности журналиста. При выборе темы теряется разнообразие, оригинальность подходов. Журналист может создать форму конвергентной информации. Однако может не в состоянии подготовить высококачественный контент.

9. О конвергентном журналисте, в первую очередь, судят по его способности выбирать тему, его подходу к ней, исходя из креативного спроса и требования аудитории, и степени применения им мультимедийных средств. Редакции сталкиваются с такими проблемами, как ошибки в языке, стиле и подходах, нехватки мультимедийности, не только при формировании онлайн-платформы, но и при подготовке полиграфического оформления.

10. К недостаткам в создании конвергентного контента в региональных редакциях Узбекистана также уместно добавить, что интеграция и трансформация жанров происходит очень медленно. И в газете, и на сайте преобладают классические жанры. Но, учитывая, что традиционные жанры журналистики заменяются синтетическими и гибридными жанрами в цифровой среде, становится ясно, что региональные конвергентные редакции отстают в области применения новых тенденций.

В целях устранения этих проблем нами разработаны следующие предложения и рекомендации.

*Во-первых*, необходимо, чтобы каждый сотрудник современной редакции знал, что он работает в конвергентной организации, обладал достаточными знаниями в области медиаконвергенции и формировал в себе конвергентные журналистские компетенции.

*Во-вторых*, необходимо взять под контроль рабочую нагрузку, журналистское творчество и навыки сотрудников конвергентной редакции, чтобы вопрос личности журналиста не был омрачен техническим прогрессом. При этом, прежде всего, руководству стоит создать подходящие условия для оптимизации повестки дня (routine) конвергентного журналиста. Например, часть дня должна быть посвящена подготовке материала для газеты, следующая часть должна быть потрачена на обработку материала для сайта или подготовку новой статьи, журналист должен работать над собой, приобретать новые знания и отдыхать.

*В-третьих*, в то время, пока репортер конвергентной редакции меняет свою роль или профессию и приспосабливается к условиям, необходимо, чтобы это не оказало негативного воздействия, а качество создаваемого им контента не падало, конвергент становился кадром, чтобы он специализировался на подготовке информации и был универсален в их распространении, и в конце концов обладал техническими знаниями. Кроме того, журналист обязан стремиться к профессионализму, обладать такими навыками, как быстрое принятие решений, быстрое усвоение новостей. В этом процессе руководство конвергентной редакции должно сосредоточиться на регулярном повышении квалификации журналистов и организации тренингов.

*В-четвертых*, учитывая отсутствие возможности регулярного повышения квалификации сотрудников конвергентных редакций, по-прежнему испытывающих экономические трудности, государству стоит организовать бесплатную онлайн-платформу для журналистов. При этом требуется создание онлайн-учебников и разработок для повышения квалификации и компетентности конвергентного журналиста.

*В-пятых*, каждому высшему учебному заведению, готовящему кадровых журналистов, целесообразно включить в свою учебную программу такие дисциплины, как «Язык и стиль конвергентных изданий», «Жанры в конвергентных редакциях».

**SCIENTIFIC COUNCIL No.PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 ON AWARD OF  
SCIENTIFIC DEGREES AT THE UNIVERSITY OF JOURNALISM AND  
MASS COMMUNICATIONS OF UZBEKISTAN**

---

**UNIVERSITY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATIONS OF  
UZBEKISTAN**

**MULLAEVA SAKHIBA SATIMBAEVNA**

**ISSUES OF JOURNALISTIC SKILLS IN CONVERGENT EDITORIAL  
OFFICES**

**10.00.09 – Journalism (philological sciences)**

**DISSERTATION ABSTRACT OF THE DOCTOR OF PHILOSOPHY (PhD)  
ON PHILOLOGICAL SCIENCES**

**TASHKENT – 2023**

**The theme of the doctoral (PhD) dissertation on philological sciences was registered by the Supreme Attestation Commission of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan under No.B2017.3.PhD/Fil250.**

The doctoral (PhD) dissertation was carried out at the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan.

The abstract of the doctoral (PhD) dissertation was posted in three (Uzbek, Russian, English (resume)) languages on the website of the Scientific Council at [www.uzjoku.uz](http://www.uzjoku.uz) and on the website of “ZiyoNet” Informational and Educational Portal at [www.ziynet.uz](http://www.ziynet.uz).

**Scientific supervisor:** **Tashpulatova Nazira Kurbonovna**  
Candidate of Philological Sciences, Professor

**Official opponents:** **Yokutkhon Mamatova**  
Doctor of Philological Sciences, Professor

**Halim Saidov**  
Doctor of Philological Sciences, Associate Professor

**Leading organization:** **Uzbekistan State University of World Languages**

The defence of the dissertation will be held on “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 2023, at \_\_\_ at the meeting of the Scientific Council No.PhD.30.08.2018.Fil.14.01 on Award of Scientific Degrees at the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan (Address: House 88, Markaz 5, 100017, Tashkent city. Tel.: (+998) 71-207-09-06; e-mail: [journalism.univer@gmail.com](mailto:journalism.univer@gmail.com)).

The dissertation can be looked through in the Information Resource Centre of the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan (registered under No.\_\_\_\_). Address: House 88, Markaz 5, 100017, Tashkent city. Tel.: (+998) 71-207-09-06.

The abstract of the dissertation was distributed on “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 2023.  
(Registry record No. \_\_\_ dated “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 2023)

**F.A. Muminov**  
Chairman of the Scientific Council on Award of Scientific Degrees, Doctor of Philological Sciences, Professor

**N.F. Muratova**  
Scientific Secretary of the Scientific Council on Award of Scientific Degrees, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

**K.T. Irnazarov**  
Chairman of the Scientific Seminar of the Scientific Council on Award of Scientific Degrees, Doctor of Historical Sciences, Professor

## INTRODUCTION (abstract of the PhD dissertation)

**The aim of the research** is to draw up practical recommendations on the adaptation of convergent editorial offices and journalists working in them to the conditions of media convergence and improvement of the methods of developing skills related to creating media content in the online environment.

**The tasks of the research** are:

determining the status of convergent editorial office in national journalism, clarifying the concept of *convergent editorial office*; defining the types of convergent editorial office, describing the concepts of *multimedia*, *cross-media* and *transmedia editorial offices*;

identifying new integrated methods of information transmission that occur in the process of convergence;

determining the influence of multimedia information on printed press materials and the competence of information technology awareness of convergent journalists based on sociological questionnaires;

analyzing the issue of skills of the creators of print mass media content on the basis of integration and transformation of language, style and genres, and generalizing their specific aspects comparatively in a cross regional manner;

defining the task and role of a modern journalist through the analysis of the activities of local editorial offices, determining the requirements for a journalist working in a convergent editorial office, and developing methodological recommendations for improving their skills.

**The object of the research** were print convergent editorial offices in Uzbekistan and abroad. Such foreign publications as “The New York Times” and “The Economist” newspapers, and regional newspapers as “Yangi O‘zbekiston”, “Zarafshon” and “Farg‘ona haqiqati”, as well as the activities of their official websites were taken for analysis.

**The scientific novelty of the research** is as follows:

For the first time, the issue of convergent editorial office activities and convergent journalistic skills in the mass media of Uzbekistan has been studied as a special research object, as well as the role and specific characteristics of multimedia, integrated and cross-media editorial offices in the national information market have been described;

Such concepts have been identified as infotainment, finishing, glocalization – new and integrated methods of information transmission that occur in the process of media convergence in editorial offices. It has been proven that the glocalization method is being used relatively effectively in regional publications rather than republican editorial offices;

It has been found out that the transformation of genres in multimedia content is slow, and it has been substantiated that the lack of processing of content (language, style, design) in the process of transition from print to online form is the main factor in the decrease in efficiency;

Based on the activity of convergent editorial offices in the practice of world and national journalism, modern methods of improving the skills of convergent journalists have been developed considering the fact that in addition to daily tasks,

journalists perform new roles such as *editor-aggregator, multimedia producer, network specialist, newspaper reporter + TV presenter*.

**Implementation of the research results.** Based on the conclusions and practical suggestions developed in relation to the research of the issues of journalistic skills in convergent editorial offices:

in order to ensure the continuity of the existing mass media in the media space, the issues of journalistic skills in the transition of the mass media of New Uzbekistan from one format to another and the results of the analysis related to the creation of media content in convergent editorial offices in this process were used in the newspapers “Zarafshon” and “Samarkandsky Vestnik” (Certificate No.11 of the editorial offices of the newspapers “Zarafshon” and “Samarkandsky Vestnik” as of 15 February 2022). As a result, the process of adapting the materials to the online format has been carried out in a new way in the content of [www.zarnewz.uz](http://www.zarnewz.uz);

the results of the analysis regarding the importance of adapting such new and integrated methods of information transmission as infotainment, finishing and glocalization that occur in media convergence to the processes for print editorial offices were introduced into the activities of the newspaper “Mahalla” (Certificate No.17 of the editorial office of the newspaper “Mahalla” as of 15 September 2022). As a result, a separate instruction has been developed for the online format staff of the publication;

the conclusions on the possibilities of journalistic skills, language and style in increasing the effectiveness of multimedia content, as well as the transformation of genres, led to the development of the online and polygraphic format of the publication and the expansion of the audience (Certificate No.56 of the joint editorial office of the newspapers “Yangi O‘zbekiston” and “Pravda Vostoka” as of 15 July 2022). As a result, use of QR-code has been put into practice for the first time in the newspaper’s activity, which served to develop the publication’s YouTube platform;

modern methods of improving the skills of convergent journalists in creating media content have been used to simultaneously increase the effectiveness of both regional and private publications (Certificate No.128 of the editorial office of the newspapers “Farg‘ona haqiqati” and “Ferganskaya pravda” as of 24 March 2022). As a result, the fact that the increase in the journalists’ tasks ensures the effectiveness of the convergent content and quality without any complications has been substantiated and reflected in the internal regulations of the editorial office.

**Publication of the research results.** On the theme of the dissertation a total of 13 scientific works were published. Of these 6 articles were published in the scientific journals recommended by the Supreme Attestation Commission of the Republic of Uzbekistan for publishing the main scientific results of doctoral dissertations, including 4 articles in republican and 2 articles in foreign journals.

**The structure and volume of the dissertation.** The dissertation was presented on 154 pages consisting of an introduction, three chapters, conclusions, a list of used literature and appendixes.

**ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ**  
**СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ**  
**LIST OF PUBLISHED WORKS**

**I бўлим (Часть I; Part I)**

1. Mullaeva S. Journalistic skills in Media convergence proces. Monography. www.amazon.com. – USA, 2022
2. Муллаева С. Конвергент журналистикада user-generated контентнинг аҳамияти // Scientific progress Impact Factor SJIF 2022= 5.016 / volume 2, issue 5. – Тошкент, 2021. – Б. 176-178.
3. Муллаева С. Мультимедиавийликнинг анъанавий матбуот материалларига таъсири // Ўзбекистон миллий университети хабарлари. – Тошкент, 2022. –№1/1. – Б. 248–251.
4. Муллаева С. Журналистикадаги янги ролларнинг миллий медиада интеграллашуви // Хоразм Маъмун академияси ахборотномаси. 2022. –№6/3. – Хива,– Б. 156–158.
5. Mullaeva S. Integration and transformation of genres in convergent journalism // International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding. Impact Factor SJIF 2022=6.879. – Germany, Vol. 9, No. 9, September 2022. – P. 112-122.
6. Mullaeva S. Competence of Information Technology Awareness of Convergent Editorial Journalists (in the case of Uzbekistan editorials) // Asian Journal of Research in Social Sciences and Humanities. Impact factor: 8.037.– India, Vol. 11, No. 08. August 2022. – P. 101–106.
7. Муллаева С. Конвергент журналистикада янги ахборот узатиш усуллари // Ўзбекистон Миллий ахборот агентлиги – ЎЗА илм-фан бўлими (электрон журнал). – Тошкент, 2022.

**II бўлим (Часть II; Part II)**

8. Муллаева С. Конвергент тахририят замонавий массмедиаининг янги модели сифатида // Инновационное развитие науки и образования – Казакстан, 2021. – С. 107-108.
9. Mullaeva S. Media Content: Changes in Form and Content // III International Online Forum of Journalism “Philosophy of al-Farabi and Media Ethics: the Dilemma of the Present” – Kazakstan, 2021. – P. 161–163.
10. Mullaeva S. Content Creation in the Convergence Editions // Ricerche scientifiche e metodi della loro realizzazione: esperienza mondiale e realta domestiche: Raccolta di articoli scientifici «ΛΟΓΟΣ» con gli atti della II Conferenza scientifica e pratica internazionale (T. 2). – Bologna, 2021. – P. 67–69.
11. Муллаева С. Конвергент тахририятларда контент яратишнинг ўзига хосликлари // Замонавий масс-медиаининг долзарб муаммолари республика илмий-амалий конференцияси – Тошкент, 2021. –Б. 113–118.

12. Муллаева С. Конвергент тахририятларнинг ўзига хос хусусиятлари // “Ўзбекистонда илмий-амалий тадқиқотлар” мавзусидаги республика 25-кўп тармоқли илмий масофавий онлайн конференция материаллари 6-қисм – Тошкент, 2021. – Б. 7-8.

13. Mullaeva S. Skills Issues in the Jadid Press // International Conference: “Mahmudkhodja Behbudiy and press of jadids”. – Tashkent, 2021. – P. 153–159.

14. Муллаева С. Qr-code in the Media is Supporting tool of Convergence Journalists // Пресса на национальных языках в глобальном медиапространстве. – Якутск, 2021. С. 69–72.

Автореферат “Til va adabiyot ta’limi” — “Преподавание языка и литературы”  
илмий-методик журнали тахририятида тахрирдан ўтказилиб, ўзбек, рус ва  
инглиз тилларидаги матнлари ўзаро мувофиқлаштирилди.

Босишга рухсат этилди: 05.01.2023  
Бичими: 60x84<sup>1/16</sup> «Times New Roman»  
гарнитурда рақамли босма усулда босилди.  
Шартли босма табағи 3,5. Адади 100. Буюртма: № 9  
Тел: (99) 832 99 79; (99) 817 44 54  
Гувоҳнома reestr № 10-3279  
“IMPRESS MEDIA” МЧЖ босмаҳонасида чоп этилди.  
Манзил: Тошкент ш., Яккасарой тумани, Кушбеги кўчаси, 6 уй.