

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI HUZURIDAGI ILMIY
DARAJA BERUVCHI PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01
RAQAMLI ILMIY KENGASH**

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI**

NASIMOVA IRODA ZIYODULLA QIZI

PUBLITSISTIK JANRLARNING ZAMONAVIY INTERPRETATSIYASI

10.00.09 – Jurnalistika (filologiya fanlari)

Filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI

Toshkent — 2024

**Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori
(PhD) dissertatsiyasi mundarijasi**
**Oglavlenie avtoreferata dissertatsii doktora
filosofii (PhD) po filologicheskim naukam**
**Contents of dissertation abstract of doctor of
philosophy (PhD) on philological sciences**

Nasimova Iroda Ziyodulla qizi Publitsistik janrlarning zamonaviy interpretatsiyasi.....	28
Насимова Ирода Зиёдулла кизи Современная интерпретация публицистических жанров.....	22
Nasimova Iroda Ziyodulla khizi Modern interpretation of publicity.....	43
E'lon qilingan ishlar ro'yxati Список опубликованных работ List of published works.....	47

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI HUZURIDAGI ILMIY
DARAJA BERUVCHI PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01
RAQAMLI ILMIY KENGASH**

**O‘ZBEKISTON JURNALISTIKA VA OMMAVIY
KOMMUNIKATSIYALAR UNIVERSITETI**

NASIMOVA IRODA ZIYODULA QIZI

PUBLITSISTIK JANRLARNING ZAMONAVIY INTERPRETATSIYASI

10.00.09 – Jurnalistika (filologiya fanlari)

Filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI

Toshkent — 2024

Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi Oliy attestatsiya komissiyasida B2022.2.PhD/Fil2672 raqam bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universitetida bajarilgan.

Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, rus, ingliz (rezyume) Ilmiy kengash veb-sahifasi (www.uzjoku.uz) va "Ziyonet" Axborot-ta'lim portaliga (www.ziyonet.uz) joylashtirilgan.

Ilmiy rahbar:

Toshpo'latova Nazira Qurbonovna
filologiya fanlari nomzodi, professor

Rasmiy opponentlar:

Masharipova Tamara Joldasbayevna
filologiya fanlari doktori, professor

Karimov Amrullo Ashurovich
filologiya fanlari doktori, dotsent.

Yetakchi tashkilot:

O'zbekiston Milliy universiteti

Dissertatsiya himoyasi O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti huzuridagi ilmiy daraja beruvchi PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 raqamli Ilmiy kengashining 2024-yil "____" _____ soat _____dagi majlisida bo'lib o'tadi (Manzil: 100147, Toshkent shahri. Markaz-5, 88-uy. Tel.: (99871) 207-09-06; e-mail: journalism.univer@gmail.com).

Dissertatsiya bilan O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti Axborot-resurs markazida tanishish mumkin. (Manzil: 100147, Toshkent shahri. Markaz-5, 88-uy. Tel.: (99871) 207-09-06; e-mail: journalism.univer@gmail.com).

Dissertatsiya avtoreferati 2024-yil "____" _____ kuni tarqatildi.

(2024-yil "____" _____dagi _____ raqamli reestr bayonnomasi).

F.A.Mo'minov

Ilmiy daraja beruvchi Ilmiy kengash
raisi, f.f.d., professor

A.I.Safarov

Ilmiy daraja beruvchi Ilmiy kengash
ilmiy kotibi, f.f.f.d.(PhD), dotsent

N.F.Muratova

Ilmiy daraja beruvchi Ilmiy kengash
qoshidagi ilmiy seminar raisi, f.f.d.,
dotsent

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Onlayn jurnalistikaning rivoji va texnologik omillar bevosita ijodiy jarayonlarning rivojlanishiga, janrlarning integratsiyalashuviga ham ta'sir etmasdan qolmaydi. Ayniqsa, so'nggi yillarda auditoriyaning vizual va raqamli ma'lumotlarga bo'lgan ehtiyojni sezilarli darajada ortgani tufayli onlayn media axborot olishning qator qulay usullarini taqdim etmoqda. O'z navbatida katta auditoriyaga ega, obunachilari ko'p ommaviy axborot vositalari ham muttasil takomillashib, yaratayotgan mediamahsulotning shakl va mazmunini zamonga talablariga moslashtirmoqda. Shu nuqtayi nazardan axborot bozorining raqobat shartlari, jahon tajribasida yangi formatlar deb atalayotgan janrlar va ularning yangi mediaga integratsiyasini o'rganish xalqaro tajribada dolzarb ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatmoqda.

Jahon ommaviy axborot vositalarida ma'lumotni auditoriyaga sifatli, eskpressiv va zamonaviy usullar orqali yetkazish, mediamahsulot ishlab chiqarish jarayonida janrlarda yuz berayotgan o'zgarishlarga oid ko'plab ilmiy izlanishlar olib borilmoqda. Birgina mediakontent doirasida audio, video, foto, mavzuga oid fon, infografika, statistik ma'lumotlar, tasvirlar va boshqa vizual vositalar orqali publitsistik janrlarning onlayn-muhitga qanday moslashganligi, materiallarni taqdim etishning yangi formatlarini o'rganish muhim sanaladi. Mamlakatimiz mediamaydonida axborot iste'molchilari orasida axborotni multimedia vositalari bilan birga qabul qilish, sifatli kontent masalasiga alohida e'tibor qaratilmoqda. Binobarin, Prezidentimiz "Mamlakatning ichki va tashqi siyosatini, amalga oshirilayotgan keng ko'lamli islohotlarni, jamiyatda kechayotgan ijtimoiy-siyosiy va sotsial-iqtisodiy o'zgarishlar, jamoatchilikning katta qiziqishini uyg'otayotgan voqealarning mohiyatini keng tushuntirish maqsadida har chorakda 100 tagacha materiallarni tayyorlash va e'lon qilish bo'yicha ommaviy axborot vositalariga ijtimoiy buyurtmalar berib borish"¹ vazifasini ustuvor qilib belgiladilar. Shundan kelib chiqib, publitsistika janrlarini yangi media resurslari orqali tasvir va ta'sir imkoniyatlarini o'rganish, mediakontentlarning formati, tili va uslubi bo'yicha ilg'or tamoyillarni ishlab chiqish zaruriyati tug'ilmoqda. Ayniqsa, internet jurnalistikada multimedia vositalarining keng qo'llanilishi janrlar o'rtasida yuz berayotgan transformatsiya jarayonlarini tezlashtirmoqda, bu esa tadqiqotning dolzarbligini ko'rsatadi.

O'zbekiston Respublikasi "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi Qonuni², 2022-yil 27-iyundagi PQ-294-son "Ommaviy axborot vositalarini qo'llab-quvvatlash va jurnalistika sohasini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 2-fevraldagi PF-5653-son "Axborot sohasi va ommaviy kommunikatsiyalarni yanada rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida", 2019-yil 8-oktyabrdagi PF-5847-son "O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish

¹O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 27-iyundagi PQ-294-son "Ommaviy axborot vositalarini qo'llab-quvvatlash va jurnalistika sohasini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori. // <https://lex.uz/uz/docs/-6083381>

²Ўзбекистон 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/>

konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”, 2020-yil 29-oktyabrdagi PF-6097-son “Ilm-fanni 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”, 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son “2022–2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida” Farmonlari hamda mazkur faoliyatga tegishli boshqa me‘yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda ushbu ilmiy tadqiqot muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi. Mazkur tadqiqot respublika fan va texnologiyalar rivojlanishining I. “Axborotlashgan jamiyat va demokratik davlatni ijtimoiy, huquqiy, iqtisodiy, madaniy, ma‘naviy-ma‘rifiy rivojlantirishda innovatsion g‘oyalar tizimini shakllantirish va ularni amalga oshirish yo‘llari” ustuvor yo‘nalishiga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o‘rganilganlik darajasi. Internet jurnalistikasida publitsistik janrlar xorij va o‘zbek mutaxassislari tomonidan o‘rganilgan bo‘lib, asosan, an‘anaviy jurnalistikaning badiiy-publitsistik janrlariga qo‘yiladigan talablarga tayanilgan. Bu borada o‘zbek jurnalistikasi ilmida O.Tog‘ayev, B.Do‘stqorayev, M.Xudoyqulov, A.Meliboyev, X.Do‘stmuhammad, S.Umirov, Y.Hamdamiyov, N.Qosimova, N.Muratova, T.Masharipova, M.Nuriddinova³, ning tadqiqotlari fikrimizga dalil bo‘ladi.

Mass-mediada multimediyaviy vositalarining paydo bo‘lishi va kontent boyitishning imkoniyatlari kengaygani tufayli onlayn mediada “internet-publitsistika”, “internet-janrologiya” kabi tushunchalar kirib keldi. Jumladan, Y.P. Proxorov, A.A.Tertichniy, Y.N. Veremeenkoning, K.A. Babina, S.G. Korkonosenko, V. Virovseva, Y.A. Baranova, M.V. Shkondin⁴, A.A. Kalmikov, N.S.Adonina⁵ning ilmiy ishlarida zamonaviy publitsistika, yangi media resurslarning paydo bo‘lishi va rivojlanishi tufayli jurnalistik asar mazmunidagi o‘zgarishlar, internet-publitsistikaning janr mezonlariga qanchalik mos kelishi yoritilgan bo‘lsa, G‘arb olimlaridan Charlz Forsevilli, Lili Pakuyet, Insuk Choi,

³To‘gaev O. Ўзбек бадийи пууолицистикаси. – Т.: Фан, 1973. Журналистика. Босма оммавий ахборот воситаларида жанрлар ва маҳорат масалалари. 5 жилд. – Т.: O‘zbekiston, 2019. Худойкулов М. Журналистика ва публицистика. – Т.: Тафаккур, 2010. Мелибоев А. Журналистика: касб, ижод, маҳорат. – Т.: Фафур Фулом номидаги нашриёт-матбаа ижодий уйи, 2015. Дўстмуҳаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил. – Т.: Янги аср авлоди, 2005. Ҳамдамов Ю. Ўзбекистон матбуоти ривожланишининг асосий тамойиллари, 1980-2013 йиллар (назарий категориялари эволюцияси): Автореф. дисс. док. филол. наук. – Т.: НУУз, 2022. Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т.: Art paper business MCHJ, 2012. Журналистика. Онлайн журналистика ва медида янги трендлар. 7 жилд. – Т.: O‘zbekiston, 2019. Муратова Н. Журналистика в Интернет: особенности on-line изданий Узбекистана и их функционирование в условиях глобального информационного рынка: Автореф. дисс. канд. филол. наук. – Т.: НУУз, 2011. Muratova N. Onlayn jurnalistika: nazariya va amaliyot. – Т.: Qaqnus media, 2019. Машарипова Т. Публицистика ва адабиёт // O‘zMU xabarлари. – Toshkent, 2013. № 3.

⁴Прохоров Е. Публицист и действительность. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1973. Корконосенко С. Основы журналистики. Учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2006. Выровцева Е. В. Авторский жанр в современных российских СМИ / Е. В. Выровцева // Жанры СМИ: история, теория, практика: сб. материалов VI и VII Всерос. науч.-практ. конф. – Самара, 2014. Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика. – М.: Издательство Юрайт, 2014. Шкондин М.В. Типология периодической печати. – М.: Аспект- Пресс, 2009. Калмыков А.А. СМИ и современные медиатехнологии. –М: АСМО-пресс, 2000. Шкондин М.В. Типология периодической печати. – М.: Аспект- Пресс, 2009.

⁵ Авдонина Н.С., Фокина И.А. Принципы и жанровое разнообразие литературного журнализма // Вопросы теории и практики журналистики, 2017. – №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-i-zhanrovoye-raznobraziye-literaturnogo-zhurnalizma> (дата обращения: 15.12.2023).

Gelen Benedikt, Edita Rogula, Mila Buchik⁶ adabiy jurnalistikaning internetga moslashuv jarayonlari, raqamli muhitdagi publitsistik materiallarning imkoniyatlari, formati, tili, an'anaviy publitsistikadan farqli jihatlari bo'yicha keng ko'lamli tadqiqotlarni amalga oshirishgan.

Shu bilan birga, tadqiqot davomida nazariy va qisman empirik manbalar sifatida xorijiy olimlarning ilmiy jurnallarda chop etilgan maqolalaridan keng foydalanildi. Xususan, A.R.Kotayeva⁷, M.A. Mironova⁸, M. Bulayeva⁹, A. Klimko¹⁰, M. Goroshkova kabi olimlarning ishlari, shuningdek, G'arb mutaxassislari Jon Bak va Monika Martinezning internet publitsistikasi janrlari bo'yicha, jumladan ocherk, longrid va storytelling yo'nalishlarida olib borgan izlanishlari o'rganildi. Biroq, publitsistik janrlarning zamonaviy talqini bo'yicha umumiy, konseptual tadqiqotlar mavjud emasligi ushbu ilmiy ishning yuzaga kelishiga turtki bo'ldi.

Tadqiqot mavzusining dissertatsiya bajarilgan oliy ta'lim muassasasi ilmiy-tadqiqot ishlari rejaları bilan bog'liqligi. Dissertatsiya O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti ilmiy-tadqiqot ishlari rejasiga muvofiq "Mass-media nazariyalari, tarixi va istiqbolining dolzarb muammolari" mavzusidagi amaliy loyihasi doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi zamonaviy onlayn media muhitida badiiy-publitsistik janrlarning o'zgarishi va moslashuvi, internet-publitsistikasi janrlarini aniqlash, ularning an'anaviy publitsistika janrlari bilan mushtarakligi va o'ziga xos xususiyatlarini tadqiq etishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

milliy jurnalistikada ocherk janrining paydo bo'lishi va rivojlanish bosqichlarini o'rganish;

konvergensiya jarayonida internetning an'anaviy janrlar tizimiga ta'sirini tadqiq etish;

badiiy publitsistik janrlarga multimedia vositalarining qo'llanishi tufayli shakl va mazmundagi o'zgarishlarni tadqiq qilish;

onlayn nashrlarda yangi formatda uzatilayotgan publitsistik materiallarni tahlil qilish va an'anaviy publitsistik janrlar bilan taqqoslash;

internet publitsistikasida janrlar tasnifi va ularning multimediyaviy (longrid, storytelling, storymep) formatdagi xususiyatlari va imkoniyatlarini aniqlash;

⁶ Edyta Rogula, Maciej Piasecki, Tomasz Naskręć. Literary Genre Recognition among Polish Blog Posts //Wrocław University of Science and Technology, 2016.; Mila Bujic, Mikko Salminen, Juho Hamari. Effects of Immersive Media on Emotion and Memory: An Experiment Comparing Article, 360-video, and Virtual Reality, International Journal of Human-Computer Studies, Volume 179, 2023.

⁷Котаева А.Р. Очерки в прессе и на ТВ: сравнительный речезанровый анализ. Жанры речи, 2019. №4 (24).

⁸Миронова М.А. (2017). Лонгрид как новый формат мультимедиа в российских и зарубежных онлайн-медиа. Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, 2017. №36.

⁹Булаева М. Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат. Журналистский ежегодник. 2015. №4.

¹⁰ Горшкова Мария Сергеевна, & Юферева Анастасия Сергеевна (2018). Мультимедийные лонгриды как формат в интернет-журналистике: анализ специфических особенностей. Знак: проблемное поле медиаобразования, (1 (27)), 105-110.

jahon va milliy internet nashrlaridagi e'lon qilinayotgan publitsistik materiallarning kompozitsion tuzilishi, uslubiy xususiyati va lisoniy imkoniyatlarini tahlil qilish.

Tadqiqotning obykti sifatida jahon va milliy internet segmentidagi "The New York times" gazetasining internet nashri "*ntimes.com*" "*theguardian.com*", "*lenta.ru*" milliy nashrlarimizdan *gazeta.uz*, *oyina.uz* saytlarida e'lon qilingan publitsistik janrlarga oid materiallar etib belgilangan.

Tadqiqotning predmetini bosma va onlayn nashrlarda chop etilgan publitsistik janrlardagi materiallarni o'rganishda badiiy-publitsistik metodlar, publitsistika qonuniyatlari va spetsifikasini tashkil etadi.

Tadqiqotning usullari. Tadqiqotni adekvat holatda tashkil etish maqsadida bir nechta metodlar majmuyidan, ya'ni empirik va nazariy (tahliliy-sintetik, tarkibiy-tipologik, kontent-analiz, sotsiologik, modellashtirish, deduksiya va induksiya), badiiy publitsistik (giperbolik (bo'rttirish), metafora (detallashtirish), metonimiya (hissiy holat) fabula, emotsional-ekspressiv), diagnostik (jurnalistik kuzatuv, loyihalashtirilgan metodikalar, so'rovnomalar), prognostik (ekspert baholash, mustaqil baholarni umumlashtirish) usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

janrlar nazariyasi tarkibida internet-publitsistikasi va ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lgan muammoning ijtimoiy tarmoqlarda shakllangan turi publitsistika 2.0 tushunchalarining ta'rifi ishlab chiqilib, ularning raqamli muhit sharoitida yangi media resurslari orqali tasvir va ta'sir imkoniyatlari kengaygan, formati, tili, uslubi jihatdan takomillashgan an'anaviy publitsistik janrlarning modifikatsiyasi ekanligi dalillangan;

internet jurnalistikasida multimedia vositalarining qo'llanishi tufayli janrlar orasida transformatsiya jarayonlarining sodir bo'lishi va internet muhitidagi yangi formatlar storytelling, longrid, veb dokumentalistika kabilar veb-janrlarga aylangani isbotlangan;

OAV kommoditizatsiyasi jarayonida axborotga tovar nuqtayi nazaridan qarab, publitsistik materiallarni monetizatsiya qilishning zamonaviy hamda kolleborativ usullari ishlab chiqilgan;

publitsistik janrlarning onlayn mediaga interpretatsiyasida an'anaviy va internet publitsistikasining o'zaro universal va farqli jihatlari, ularning shakl va mazmuni, ekspressiv-emotsional imkoniyatlarning auditoriya va axborot samaradorligiga konseptual ta'siri dalillangan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

internetning an'anaviy janrlar tizimiga ta'siri tadqiq etilib, badiiy publitsistik janrlarga multimedia vositalarining qo'llanishi tufayli yuzaga kelgan shakl va mazmundagi o'zgarishlar o'rganilgan hamda yangi formatda uzatilayotgan publitsistik materiallar an'anaviy publitsistik janrlar bilan solishtirilgan;

multimediaviy (longrid, storytelling, veb-hujjatli film) formatdagi xorijiy va milliy OAVdagi materiallar tahlil etilib, ushbu yo'nalishda "Oyina.uz" portalida uchta hujjatli, multimediaviy longrid e'lon qilingan;

O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan onlayn nashrlarga, xususan, "gazeta.uz", "oyina.uz" kabi bir qator nashrlarga bunday materiallarning davomiylik kasb etishi

va takomillashishi, o'quvchilarning sifatli kontentga bo'lgan qiziqishini kuchaytirish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Tadqiqot natijalarining ishonchiligi mavzuning aniq qo'yilgani, ishda foydalanilgan nazariy ma'lumotlarning ilmiy adabiyotlardan olingani, ularning natijalar bilan mos kelishi, tadqiqot natijalarining xalqaro va mahalliy tadqiqotlar bilan taqqoslangani, obyekt sifatida tanlangan nashrlar faoliyatini tahlil qilish va jahon tajribasini o'rganishda Internet manbalaridan foydalanilgani, tahlillar, ilmiy-amaliy xarakterdagi xulosalarning qiyosiy metodlar bilan asoslangani, ilmiy fikr va takliflarning amaliyotda keng qo'llanilgani hamda tegishli tashkilotlar tomonidan tasdiqlangani bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati unda ilgari surilgan nazariy xulosalardan zamonaviy publitsistik janrlarga doir ilmiy-tadqiqot ishlarida, internet muhitida onlayn kontentlarga oid ilmiy-nazariy qarashlarning miqyosi kengaytirilishi, an'anaviy va zamonaviy janrlar qiyosiy tahlilining dolzarbligini asoslash, onlayn materiallarda mualliflarning ishlash tartibini takomillashtirishda hamda innovatsion, fundamental loyihalarni ishlab chiqishda foydalanish mumkinligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati ishda ilgari surilgan taklif va mulohazalardan O'zbekistondagi internet nashrlarida e'lon qilingan multimediyaviy materiallarning tayyorlanish uslubi, bosqichlari, kollaborativ ishlash taribi bo'yicha aniq tavsiyalar berishda, "Multimediyaviy jurnalistika" kabi fan va maxsus kurslarni o'qitish uchun darslik, o'quv qo'llanma, o'quv dasturlarini ishlab chiqishda amaliy foydalanish mumkinligi bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Publitsistik janrlarning zamonaviy interpretatsiyasini tadqiq qilish jarayonida olingan ilmiy natija va xulosalar asosida: an'anaviy publitsistik janrlar internet muhitiga onlayn kontentda yangi formatlar (storytelling, longrid, veb dokumentalistika kabilar) veb-janrlarga aylangani isbotlangani hamda badiiy publitsistik janrlarga multimedia vositalarining qo'llanishi tufayli shakl va mazmundagi o'zgarishlarning sodir bo'lishiga oid xulosalar "Oyina.uz" portali faoliyatiga tatbiq etilgan ("Respublika ma'naviyat va ma'rifat markazi"ning 2024-yil 21-fevraldagi /01/15-193-son ma'lumotnomasi). Natijada "Oyina.uz" axborot-tahliliy portalida publitsistik janrlardan biri bo'lgan ocherkning multimediyaviy (longrid, storytelling, veb-hujjatli film) formatdagi optimallashtirilgan turlari nashr etilgan va jurnalistlar hamda kontent yaratuvchilar malakasini oshirishda muhim manba vazifasini bajargan.

internet jurnalistikasida multimedia vositalarining qo'llanishi tufayli janrlar orasida transformatsiya jarayonlarining sodir bo'lishi va bu onlayn kontent yaratishda o'ziga xos tajriba va bilimlarni taqozo etishi aniqlangani, internet publitsistikasida janrlar tasnifi, xorij internet nashrlarida qo'llanilayotgan zamonaviy tendensiyalar bo'yicha taklif va mulohazalardan O'zbekiston Milliy axborot agentligining internet nashri faoliyatida foydalanilgan. ("uza.uz" saytining 2024-yil 6-iyundagi 01-23/613 son ma'lumotnomasi). Natijada internet saytlarida "multimediyaviy loyihalar bo'yicha alohida bo'lim tashkillashtirish yoki laboratoriya ochish zaruriyati" o'rganilgan. Bu esa tahririyat faoliyatini takomillashuviga va jurnalistlarning kasbiy mahoratini oshishiga yordam bergan.

janrlar nazariyasi tarkibida internet-publitsistika, publitsistika 2.0 tushunchalarining ta’rifi ishlab chiqilib, ularning ijtimoiy fikrni shakllantirishdagi o‘rni va ahamiyati dalillangani hamda publitsistik janrlarning konvergensiya jarayonida internetning an’anaviy janrlar tizimiga ta’siri, multimedia vositalarining qo‘llanishi tufayli shakl va mazmundagi o‘zgarishlarni joriy qilish borasidagi ilmiy-nazariy tavsiyalardan “Yoshlik” jurnali faoliyatida foydalanilgan (O‘zbekiston Yozuvchilar uyushmasining 2024-yil 13-martdagi 01-03/304-son ma’lumotnomasi). Natijada zamonaviy konvergent tahririyatlarda milliy kontent yaratish va auditoriyaning sifatli vizual axborot berish muammosi, publitsistik matn yozish texnikasini kuchaytirish, tahririyat xodimlari uchun zamonaviy formatda materiallar tayyorlashning muvaffaqiyatli usullari ish jarayonida qo‘llanilgan va materiallarni multimediyaviy uslubda uzatish samaradorligi ortgan.

ommaviy axborot vositalarining har bir turida kommoditizatsiya jarayoni yo‘lga qo‘yilishi lozimligi, bu tendensiyani zamonaviy publitsistik janrlarga ham qo‘llash mumkinligi to‘g‘risida kerakli xulosa va takliflardan O‘zbekiston jurnalistlari uyushmasi o‘z faoliyatiga tatbiq etgan. (O‘zbekiston Jurnalistlari uyushmasining 2024-yil 14-iyundagi 02-18/199-son ma’lumotnomasi) Natijada tahririyatlar faoliyatini multimediyaviy jihatdan o‘rganish uchun kerakli manba sifatida xizmat qilgan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Tadqiqot natijalari 2 ta xalqaro va 4 ta respublika ilmiy-amaliy anjumanlarida ma’ruza qilingan va jamoatchilik muhokamasidan o‘tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e’lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo‘yicha jami 10 ta ilmiy ish chop etilgan, shulardan O‘zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasi tomonidan doktorlik dissertatsiyalarining asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya qilingan ilmiy nashrlarda 4 ta maqola, ulardan 2 tasi respublika va 2 tasi xorijiy jurnallarda nashr etilgan.

Tadqiqotning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya tarkibi kirish, uch bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati va ilovalardan iborat bo‘lib, umumiy hajmi 127 sahifani tashkil etadi.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Dissertatsiyaning **kirish** qismida mavzuning dolzarbligi va zarurligi, respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi, muammoning o‘rganilganlik darajasi, dissertatsiya mavzusi bajarilayotgan oliy ta‘lim muassasasi ilmiy-tadqiqot ishlari rejasi bilan bog‘liqligi, tadqiqotning maqsadi va vazifalari, obykti va predmeti, tadqiqot usullari, ilmiy yangiligi va amaliy natijalari bayon qilingan, olingan natijalarning ishonchliligi asoslanib, ilmiy va amaliy ahamiyati ochib berilgan, tadqiqot natijalarining amaliyotga joriy qilinishi, ishning aprobatsiyasi, e‘lon qilingan ishlar va dissertatsiyaning tuzilishi bo‘yicha ma‘lumotlar keltirilgan.

Dissertatsiyaning **“Jurnalistikada badiiy-publitsistik janrlar tadriji”** deb nomlangan birinchi bobida jurnalistikada publitsistikaning o‘rni va zaruriyati, uning dastlab qanday xususatlarni o‘zida aks etgani, turlari (falsafiy, ilmiy, hajviy, ijtimoiy-siyosiy, badiiy) zamonaviy jurnalistikada publitsistik janrlarning o‘zgarishi va internet jurnalistikasida publitsistik janrlarga qo‘yiladigan talablar, shuningdek, janr, format va freym kabi tushunchalarning mashturak va farqli jihatlari, publitsistika 2.0 istilohining tobora ommalashayotgani va publitsistik janrlarning barcha turlari, xususan, ocherk, felyeton, pamphlet, esse, xat kabi janrlarning onlayn nashrlardagi interpretatsiyasi tahlil qilingan.

Zamonaviy publitsistik janrlar haqidagi doir ilmiy-nazariy adabiyotlarda bosma va onlayn nashrlardagi chop etilgan publitsistik janrlardagi materiallarni ishning asosiy predmeti sifatida tahlil etildi.

Publitsistika jamiyatda kechayotgan ijtimoiy-siyosiy, madaniy-ma‘rifiy jarayonlarga, dunyo miqyosida yuz berayotgan, odamlar ong-shuuriga, dunyoqarashi va turmush tarziga ta‘sir ko‘rsatayotgan voqea-hodisalarga tezkor va xolis munosabat bildiruvchi ijodiy tafakkur mahsulidir. “U o‘quvchi ongiga tez ta‘sir ko‘rsatadi, biror bir vazifa yoxud muammo xususida jamoatchilik fikrini yuzaga keltiradi, fikrni yo‘naltirishga yordam beradi. Publitsistika jamiyat hayotida mavjud muammolar tomon yuz buradi, voqea-hodisalar rivojini sinchkovlik bilan kuzatadi va tahlil etadi. Publitsist esa kuzatuvchi sifatida o‘z tafakkuri bilan voqelikni idrok etuvchi va uni his-tuyg‘ulari bilan zamondoshlariga yetkazib beradigan tadqiqotchi”¹¹ sanaladi. An‘anaviy va zamonaviy publitsistik janrlarni tahlil etishda janr va format tushunchalariga ham izoh berib o‘shni lozim deb topdik. Boisi bir vaqtning o‘zida audio, video va matnni ham bir materialning o‘zida jam qila oladigan internet asrida bu istilohlarga yanayam kengroq izoh berish muhim ahamiyatga egadir.

Janr haqida soha olimlarining turlicha qarashlari mavjud: janr bu matnlarni turkumlash vositasi bo‘lib, ularni tasniflash mezonlari mavjud, u material yaratish jarayonida ma‘lum maqsadga asoslanadi. Uning ifoda uslubi va syujetiga qarab qaysi yo‘nalishga mansub ekanligini aniqlash mumkin. Ba‘zi olimlar janrni ma‘lum shartlar yig‘indisidan iborat material deb hisoblasa-da, u o‘zining shakllanish tarixi va tasnifiga ega. Ayrim olimlar janrlarni o‘z evolyusion daraxti mavjud deb

¹¹Полонский А.В. Публицистика как особый вид творческой деятельности. //Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, 2008. – № 11.

hisoblashadi. Ya'ni yangi paydo bo'layotgan shakllar, uslublar daraxtdan paydo bo'ladigan novdalar kabi tabiiy jarayondir. Internet asrida janrdan ko'ra format termini ko'p ishlatilyotgani va bu termin janr istilohidan o'sib chiqqan so'z sifatida izohlanyapti. Bu ikki tushunchani farqlash va material mazmuniga baho berish uchun, avvalo ularning xususiyatlarini o'rganish kerak¹². Formatning talablari janr bajaradigan xususiyatlar bilan bir xil emas. Rus tadqiqotchisi A.N.Nikolayevaning ta'rif berishicha, "Format so'zi janr va uslub kabi adabiy-lingvistik atamalar tarkibiga kiradi. Unga aniq komponentlarga ega bo'lgan materiallarni kiritish mumkin. Janr har qanday matnning muhim ichki parametridir, format esa hali ham tashqi parametrlar bilan o'lchanadi"¹³. G'arb tadqiqotchilaridan V.Axel "Formatni ommaviy axborot vositalari bilan bog'liq amaliyotning materiallashuvii va bu amaliyotlarni boshqaradigan va qo'llab-quvvatlaydigan standart imkoniyat"¹⁴ sifatida tavsiflaydi.

Nazariyotchilardan ko'ra, amaliyotchi jurnalistlar uchun format tushunchasi konseptual chegaralarga ega bo'lgani uchun bir muncha tushunarliroqdir. Ammo ta'kidlash kerakki, format janr bajargan vazifani bajara olmaydi, turli komponent va resurslar orqali uning ta'sirchanligini oshirishi mumkin, ammo to'liq janrning o'rnini bosa olmaydi. Janr matn tili va uslubiga, format esa materialning umumiy ko'rinishi va texnik parametrlariga javob beradi. "Janr ichidagi nutq tuzilishi an'anaviy janr chegaralarini buzadi va tez orada format ommaviy axborot vositalarining asosiy standartiga aylanadi"¹⁵.

Qolaversa, ushbu bobda publitsistik janrlarining har bir turining an'anaviy va zamonaviy xususiyatlari misollar asosida o'rganilgan, milliy media olamida, internet nashrlari va ijtimoiy tarmoqlarda shaklan qanday o'zgarishlarga uchragani tahlil etilgan. Zamonaviy publitsistik talablarga eng ko'p javob beradigan va nazariyotchi olimlar tomonidan xususiyatlari va mushtarak jihatlari ko'p bo'lgani uchun ocherk janrini keying boblarda to'liq tahlil qilishni lozim deb topdik va ishning ikkinchi bonini "**Ocherk janrining badiiy publitsistikada tutgan o'rni va zamonaviy yondashuv**" deb nomladik.

Bobda ocherkning internet publitsistikasiga moslashuv va interpretatsiyalashuv jarayonlari haqida to'xtalganmiz. Interpretatsiya inglizcha "interpretation" – "talqin", "nuqtayi nazar" degan ma'nolarni anglatadi. Kembridj lug'atida "nimanidir tushuntirish, talqin" deya izohlangan¹⁶. Bu termini ommaviy axborot vositalarining hamma turida uchratish mumkin. An'anaviy janrlarning internetdagi transformatsiyasi, internetning multimediyaviy xususiyati haqida izlanish olib borgan rus olimlari A.A.Kalmikov, L.A.Koxanovalarning fikricha, "an'anaviy ommaviy

¹² Иванова Л.В. Жанры и форматы мультимедийной журналистики как учебная дисциплина и методическая проблема. //Челябинский гуманитарий, 2020. – №. 4 (53). – С.97-104.

¹³ Николаева А.Н. Речевые жанры как новый формат текстовой журналистики. //Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, 2010. – №. 6. – С.30-35.

¹⁴ Volmar, Axel: Formats as Media of Cooperation. In: *Media in Action. Interdisciplinary Journal on Cooperative Media*, Jg. (2017), Nr. 2, S. 9-28. DOI: <http://dx.doi.org/10.25819/ubsi/8172>.

¹⁵ Николаева А.Н. Речевые жанры как новый формат текстовой журналистики. //Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, 2010. – №. 6. – С.30-35.

¹⁶ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/interpretation>

axborot vositalari internetni raqobatchi sifatida emas, balki o'sish imkoniyati sifatida ko'radi"¹⁷.

Darhaqiqat, internet va kompyuter texnologiyalarning rivoji ommaviy axborot vositalarining ta'sir doirasini, istiqbolini yanada kengaytirdi. Onlayn jurnalistika an'anaviy jurnalistikaning barcha xususiyatlariga amal qilishni davom ettirgan holda, qo'shimcha: qisqalik, dolzarblik, ixchamlik va samaradorlik kabi yangi funksiyalar hisobiga boyidi. Shu bilan birga texnologik-ekspressiv vositalar orqali o'z imkoniyatlarini quyidagi darajada oshirdi:

gipermatnlilik – bu atama onlayn jurnalistika paydo bo'libdiki, mavjud. U veb muhitda matn ichida havolalar orqali izoh, ko'shimcha ma'lumot, tushuntirish beradigan shakl bo'lib, ulardan to'g'ri foydalanish kontentni sifatli xabardorlikni ta'minlashga yordam beradi. O'quvchiga sodir bo'layotgan voqealarni yaxshiroq tushunishga undaydi. Gipermatn havolasi matn maydonini cheksiz ravishda kengaytirish mumkin. Gipermatnli havolalardan foydalanish "prooflinking" – ya'ni taqdim etilgan faktlarning haqiqiylikni isbotlash uchun ishonchli manbaga asos bo'lib xizmat qiladi.

multimediaviylik – vizual (matn, grafikalar) va dinamik ma'lumotlarni (nutq, musiqa, videokliplar, animatsiya va boshqalar) birlashtirgan kompyuter texnologiyasining maxsus turi bo'lib, bitta interfeys yoki boshqaruv yordamida taqdim etilishi mumkin bo'lgan komponentlardir¹⁸.

interaktivlik – bu auditoriyaga axborotni individual va ko'ngilochar uslubda shakllantirishga yordam beradigan unsur bo'lib, har bir material muallifi multimedia mahsulotlari orqali yoki ma'lum bir tanlov chegaralari orqali interaktivlikdan foydalanadi. Interaktivlik ko'proq axborotni uzatish bilan bog'liq jarayon bo'lib, o'quvchilarning ma'lumotni tushunarli va qiziqarli shaklda qabul qilishga yordam beradi. Video, audioda alohida, infografikada alohida kombinatsiyaga kirishishi mumkin.

sintetiklik – bu xususiyat ham ijobiy, ham salbiy ma'noda qo'llaniladi¹⁹. Boisi, veb materiallar tarkibi bir nechta janrlarning birlashuvi natijasida yanada yangi va murakkab janrlar palitrasi shakllanishiga yordam beradi. Ikkinchi tarafdin esa matn, ovoz, audio, video, statik suratlarni bir joyga birlashishi materialni salmog'ini yanada oshirishi mumkin.

Yuqoridagi xususiyatlar texnologiyalarning takomillashuvi bilan bog'liq jarayon bo'lib, hajmli, rang-barang, mazmunli materiallar uchun yaratish imkoniyatlarni oshiradi. Ammo bu degani an'anaviy janrlar yo'qolib ketadi degani emas, aksincha uni shakllantiruvchi vositalarning ko'payishi, tizimlashishiga yordam beradi. Tadqiqotimizning ushbu eksperimental faslida an'anaviy publitsistik janrlardan ocherkni va ocherk xususiyatlarini o'zida jamlagan zamonaviy onlayn formatidagi ocherklarni qiyosiy tahlilga tortamiz. Buning uchun, avvalo, ularni yozish va taqdim qilishda farqlarni SWOT tahlildan o'tkazib olsak.

¹⁷Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. М.: Юнити-дана, 2005. –С.112.

¹⁸Чемпен Н., Чемпен Д. Цифровые технологии мультимедиа. 2-е изд.: пер. с англ. М., 2006. –С.26.

¹⁹Антонова В. И. Трансформация типологической и жанровой систем в современной журналистике: по материалам печатных изданий Поволжского региона: автореф. дис. Казань: Казан. гос. ун-т. 2006. –С. 177.

An'anaviy va konvergent ocherkning SWOT tahlili
Zamonaviy konvergant ocherkni onlayn jurnalistikaning yangi janri deb

Janr turi	S–kuchli tomonlari	W-kamchiliklari	O-imkoniyatlari	T – xavf-xatar
An'anaviy ocherk	badiiy-tasvir vositalaridan, so'zni ifodalashda ekspressiv usullardan foydalanilishi; ocherkni yozib, uni taqdim qilish faqat muallifning o'ziga bog'ligi;	Ocherkka bo'lgan auditoriyaning munosabatini bilmaslik; Uning to gazetaning keyingi sonigacha yoki ko'rsatuvning kelasi sonigacha dolzarb bo'lishi; Qahramonni ochib berish uchun multimedaviy komponentlardan kam foydalanilishi; Interaktiv uzatish imkoniyati yo'qligi;	Gazetada e'lon qilgan ocherkdan internetdagi maxsus platformalardan foydalanib, yangi formatdagi material tayyorlash; Televideniye uchun tayrlangan ocherklardan keyinchalik arxiv materiali sifatida foydalanish; Bosma nashrda e'lon qilingan materialni o'qiyotgan o'quvchi o'z taassurotlarini ishga solib o'qishi va xotirasida uzoq muddat muhrlanishi;	Bosma OAVda e'lon qilqan ocherklarning yana qayta o'qish imkoniyatining pastligi; Gazeta va jurnallarni o'qiydigan auditoriyaning kamligi;
OAV turi	S–kuchli tomonlari	W-kamchiliklari	O-imkoniyatlari	T–xavf-xatar
Zamonaviy-konvergent ocherk	Ocherkni bir kishi emas, bir guruh muttaxislar tomonidan tayyorlanishi; Xarakterni, obyektini yoki muammoni chuqur ochib berish uchun multimedaviy vositalardan foydalanilishi; Har safar internetdan foydalaniladigan platformalarning oxirgi versiyalarini ishlatish.	Internet tezligi past bo'lgan hududda materialni barcha komponentlari bilan o'qish murakkabligi; Bitta longridni tayyorlash uchun uzoq muddat tayyorgarlik ko'rilishi; Muallifning universal qobiliyatlarga ega bo'lishi (tashkil qilish, ma'lumotlarni vizuallashtirish, montaj, kezi kelganda operatorlik qilishi) bu vazifalarni hamma birdek uddalay olmaydi.	Auditoriyaning materialning oxirgi qismigacha ushlab turish, e'tiborini tortish imkoniyatining mavjudligi; Materialda qandaydir xato bo'lsa, uni tezda bartaraf etish mumkin; Material uzoq davriylikka ega bo'lishi (katta hajmli ma'lumotlar bilan ishlangani uchun auditoriya axborotga to'yinadi);	Arxivning o'chib ketish ehtimoli bor; Internetning ham bir kun kelib butunlay yo'q bo'lib ketish xavfi ham yo'q emas

ataydigan olimlar, multimedia komponentlarini uning asosiy xususiyati sifatida qabul qilmaydi. Ular hech qanday suratsiz, multimedaviy vositasiz uzatilganda ham agar izchillik batafsillik bo'lsa, unda bu longriddir, deydi A.V.Kolesnichenko²⁰. Uning fikricha mavzuning tizimli ravishda o'rganilganligi, uzoq muddat mobaynida ma'lumotlar manbalaridan foydalanganligi va mantiqqan bir yo'nalishda integrallashishi ocherkka xos xususiyatdir.

Zamonaviy ocherk matnning tuzilishi multimedia platformalari orqali joylashtirilsa va mavzuni ochib berish uchun onlayn medianing interaktiv imkoniyatlaridan maksimal darajada foydalanilsa, shu janrning o'zini universal jurnalistikaning yangi formati sifatida qabul qilish imkonini beradi.

Zamonaviy ocherk tayyorlanadigan mavzu doimo auditoriyaning diqqat markazida bo'lgan masalalar, muammolar, shaxslarning hayoti, tarixiy jarayonlar, umuman, oddiy bo'lmagan, noodatiylik kasb etgan hodisalarni qamrab oladi. Birgina kursorning vertikal harakati orqali syujetga hamohang suratlar, animatsiyalar, panorama va infografikalar yuklanadi. Alohida ta'kidlash kerakki, u

²⁰ Котаева А. Р. Трансформация жанровой системы в мультимедийной среде (от очерка к лонгриду) Дисс.канд. фил.наук. – С.:2016. – С.52.

xoh ocherk, xoh boshqa formatdagi multimedaviy material bo'lsin, syujetni boshqaruvchi, komponentlarni bir chiziq ostida birlashtiruvchi kategoriya bu – matndir. Agar matn puxta, tugal, tasviriy ifodalarga boy, chuqur o'rganilgan, kompozitsiyasi puxta ishlab chiqilsa, publitsistik asar albatta, yaxshi chiqadi. Ammo matn xom yozilgan bo'lsa, komponentlar turfa xilligi uning mazmunini boyit olmaydi. Zamonaviy ocherk formati uchun xos ushbu xususiyatlar uning an'anaviy ocherk janrining davomchisi sifatida qabul qilish imkonini beradi. Lekin bu barcha katta hajmli materiallarni ocherk deb qabul qilish kerak, degani emas. Onlayn formatdagi har bir publitsistik material individual tahlilni talab qiladi.

Tahlillar jarayonida an'anaviy va zamonaviy portret ocherkning shakl va mazmuni, ifoda usullari bir-biriga to'la mos kelishiga guvoh bo'ldik. Faqat ocherkning o'quvchi e'tiboriga havola qilishda, farqlar mavjud. Ya'ni, an'anaviy ocherki asosan, so'z, matn orqali uzatilsa, zamonaviy portret ocherkida ta'sir va tasvir funksiyasini so'z bilan birga onlayn mediada auditoriya e'tiborini tortadigan komponentlar (tasvir, ovoz, animatsion usullar) bilan to'ldiriladi. Shu o'rinda ta'kidlash joizki, har qanday matnga foto yoki video aralashtirilsa multimedaviy publitsistik asar bo'lavermaydi. Avvalo, publitsistik asarda mavzusi to'g'ri tanlanganligi, kompozitsiyaning puxta ishlab chiqilganligi, unda qo'llaniladigan fakt va dalillar, hujjatlarning mantiqiy bog'liqligi muhim ahamiyatga ega. O'quvchini sezirlarli ravishda ta'sirlantirish, uzun materialni o'qishga undash uchun ocherkda ishlatilgan har bir komponent bir chiziqda birlashishi maqsadga muvofiqdir. Fotoga mos video, videoga fon, fonga mos musiqa – hammasi bir-biri bilan zanjir bo'lib bog'langandagina uni onlayn auditoriya talabiga mos deyish mumkin.

Taniqli yozuvchi, shu bilan birga o'zbek publitsistikasida munosib o'ringa ega bo'lgan Abdulla Qahhor “Yaxshi hikoya uzoq umrli bo'lsa, yaxshi ocherk ham uzoq umrli bo'la oladi”²¹. Adibning bu fikrlari zamonaviy, onlayn ocherklariga ham tegishli, deyish mumkin.

Ushbu bobda axborot texnologiyalari asridagi ocherk xususiyatlari, uning shakllari, qamrovi va multimedaviy formatlar shakliga ko'chib, boshqa nomlarda atalayotgani, multimedaviy janrlardagi publitsistik xususiyatlar tahlil etiladi.

Dissertatsiyaning **“An'anaviy publitsistikaning onlayn mediadagi interpretatsiyasi”** deb nomlangan uchinchi bobida ocherkning multimedaviy formatlar shakliga ko'chib, boshqa nomlarda atalayotgani, multimedaviy janrlardagi publitsistik xususiyatlar tahlil etiladi. Bir guruh nazariyotchilar publitsistik janrlarning media olamida asta-sekin kamayib borayotgani bu bevosita har bir janrda mavjud xususiyatlarning eskiriyotgani, xiralashayotgani bilan bog'lashadi. Yana bir guruh zamonaviy janrlar bo'yicha tadqiqot olib borgan olimlar “Biz yangi paydo bo'lgan “longrid” va “artdok” formatlari (va, ehtimol, bu so'nggi modifikatsiya emas) veb-makonga o'tayotgan va raqamli texnologiyalar bilan boyitilgan uzoq vaqtdan beri ma'lum bo'lgan badiiy-publitsistik janrlarning o'zgarishi deb ta'kidlaymiz”, deb aytadi. Misol uchun A.Zolotuxin va Yu.Majarinalar ham longridni badiiy publitsistika, to'g'rirog'i, ocherk janri bilan qiyoslab, uning xususiyatlarini tavsiflaydi. Longridni “ijtimoiy jarayonlarning

²¹ <https://ziyouz.uz/matbuot/sovet-matbuoti/abdulla-qahhor-badii-ocherk-togrisida-1940/>

chuqur tadqiqoti, shu jumladan, shaxs mavjudligini o‘rganadigan uzoq hikoyalar²²” deb ataydi.

Xo‘sh, longrid, storitelling, veb-hujjatli film va shunga o‘xshash multimediyaviy formatlarning an’anaviy janrlardan qaysi xususiyatlari bilan ajralib turadi va olimlar eng ko‘p ta’kidlayotgan multimediyaviy loyihalarning publitsistik janrlarga o‘xshash jihatlari nimalardan iborat?

“Longrid” so‘zi ingliz tilidan olingan bo‘lib (“long” uzoq, “read” o‘qish) degan ma’nolarni bildiradi. Jurnalistika tarixidagi ilk longrid sifatida “The New York Times” gazetasining veb saytida “Snowfall” (Qor yog‘ishi yoki tunel bo‘yidagi ko‘chki) e‘lon qilinganligini yuqorida aytib o‘tgan edik. Matnda chang‘ichilarning fotosuratlari, tog‘larning 3D modeli, audio, video, bo‘ronning interaktiv xaritasi kiritildi. Material 6 kun ichida 3,5 milliondan ortiq ko‘rildi²³. Longrid tarkibidagi komponentlar asosida o‘quvchi ko‘tarilayotgan mavzu yoki muammoni har taraflama o‘rganilganiga guvoh bo‘lishi, chuqur his qilishi, unikal tasavvurga ega bo‘lishi, an’anaviy OAVda taqdim etilganidan ko‘ra noyob, sifatli ma’lumotlarni o‘z ichiga olishi kerak. “Longrid bir butun hikoya sifatida qabul qilinishi lozim. Ya’ni, sizning materialingizni ochgan foydalanuvchi yoritilayotgan mavzuning ichiga kirishi lozim. Longridning yana bir xususiyati axborotni xilma-xil tarzda namoyish etishi bilan birgalikda, ko‘tarilayotgan masalani har tomonlama tahlil etishi alohida jihatidir”²⁴.

Filologiya fanlari nomzodi Nargis Qosimova longridni bir nechta ommalashgan turlari mavjudligini ta’kidlaydi.

- portret longrid;
- reportaj longrid;
- rekonstruktor longrid²⁵.

Portret longrid biz yuqoridagi boblarda tahlil qilgan zamonaviy portret ocherkning xususiyatlari bilan to‘la mos keladi. Unda qahramon portreti, o‘y-kechinmalari, hayotiy xulosalari multimediyaviy komponentlar negizida ifodalanadi. Uni o‘qiyotgan auditoriya qahramonni obrazli idrok etishi, so‘z va tasvir uyg‘unligi orqali u haqidagi tipik tasavvurga ega bo‘lishi kerak. Portret longridni portret ocherkidan muhim farqi ilgari ocherkni birgina jurnalistni o‘zi qog‘ozga tushirsa, longridda material ustida bir nechta mutaxassis ishlashi mumkin. Dizayner, fotograf, operator va hokazo. Masalan, pikchfort.com nashrining amerikalik qo‘shiqchi Janelle Monaye haqidagi portret longridi fikrimizga yorqin misoldir. Longrid²⁶ bir nechta qatlamli skrolling tarzda yaratilgan material bo‘lib, undagi ranglar mutanosibligi, dinamik animatsiya, suratlar sarlavha va unga mos iqtiboslar bilan joylashtirilgan. Longridda qahramonning kundalik turmush tarzi va tarjimai holiga ekskurs qilish bilan birga personajning ruhiy kechinmalarini, ma’naviy olami ochib berilgan.

²²Шинкарюк Анастасия Александровна Жанровая составляющая основных мультимедийных форматов (лонгрид, артдок) // Журналистский ежегодник. 2017. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovaya-sostavlyayuschaya-osnovnyh-multimediynih-formatov-longrid-artdok> (дата обращения: 12.12.2023).

²³Онлайн журналистика ва медиада янги трендлар. 7-жилд – Т.: O‘zbekiston, 2019. – Б.263.

²⁴Онлайн журналистика ва медиада янги трендлар. 7-жилд – Т.: O‘zbekiston, 2019. – Б.263.

²⁵Онлайн журналистика ва медиада янги трендлар. 7-жилд – Т.: O‘zbekiston, 2019. – Б.264.

²⁶ Batton K. Mind Control. <https://pitchfork.com/features/cover-story/reader/janelle-monae/>

Rangsiz fonning rangli fon landshaftga o'zgarishi, qayg'uli kunlarning ortda qolib, orzularning amalga oshishiga ishora qiladi. "Art dok va longridlardagi multimediyaviy komponentlar badiiy ekspressiv vositalarning vazifasini bajarishini aniqladik²⁷". Ya'ni longrid va boshqa multimediyaviy loyihalardagi badiiy ekspressiv vositalar hamda obrazlilik, ta'sir ettirish xususiyatlarisiz biz ularni publitsistikaning zamonaviy modifikatsiyasi deb ayta olmaymiz. Obrazlilik muhim unsur sifatida foydalanilgan yana bir qator longridlarni keltirish mumkin.

Norvegiya qochqinlarga gumanitar yordam ko'rsatish kengashining rasmiy veb sayti nrc.comda e'lon qilingan "Umrbod orzuni tikish" (Sewing a lifelong dream²⁸) fikrimizga yorqin dalildir. Ushbu saytda qochqinlar hayoti to'g'risidagi zamonaviy formatdagi muammoli ocherklar va qiyinchiliklarni yengib o'tgan insonlarning portret longridlari e'lon qilib boriladi. Tashkilot ikkinchi jahon urishidan keyin ishga tushirilgan bo'lib, shu kungacha ko'chirilgan, qochqinda bo'lgan turli millatga mansub insonlarga oziq-ovqat, ta'lim, boshpana, huquqiy yordam va zo'ravonlikdan himoya qilish masalalarida ko'mak berib kelmoqda.

Material mavzusi va mazmuni: Unda urush tufayli ko'chish va qochishga majbur bo'lgan suriyalik kurd millatiga mansub Gulistonning hayot yo'li, taqdiri, kechinmalari yoritilgan. Uning hayot yo'li Al-Hasakadan Dohukkacha bo'lgan yo'nalishda kechadi. Samolyotlar, o'q ovozlari va qichqiriqlarga, ruhiy va jismoniy zararlarga qaramay ayolning hamrohi tikuv mashinasi, qaychi va o'lchov lentasi bo'lgani yuqori saviyadagi infografika va xaritalar orqali ko'rsatib berilgan.

Matnning uslubiy xususiyatlari: material boshidan oxirigacha qahramon tilidan hikoya qilingan. Kasbini sevgan ayol fonida va uning taqdirida Suriyadagi ijtimoiy-iqtisodiy vaziyat, qochqinlar hayoti tasvirlangan. Sanalar ham siyosiy jarayonlarga bog'langan holda keltirib o'tilgan.

Janr turi: Materialda portret va muammoli ocherk turlari qorishib ketgan, ammo bu maqolaning jozibadorligiga ta'sir qilmagan. Ayol portretida minglab qochqin ayollarning hayot tarzi gavdalantirilgan, duch kelishi mumkin bo'lgan qiyinchiliklari ko'rsatilgan.

Tasviriy ifoda vositalari: Longridning sarlavhasida ("Umrbodlik orzuni tikib") tikuvchilik kasbi orqali muhojir ayolning bir umrlik orzusining o'z intilishi bilan erishgani ifodalangan. Sarlavhadayoq metonimiya hodisasi mavjud. Ma'lumki, metonimiya bu ko'p ma'noli so'zlarni ifodalaydigan atama bo'lib, "tasvirning turli vositalar yordamida ifodanalishi (o'xshashlik, sifatlash, majoz istiora)ni yuzaga keltiruvchi²⁹" hodisa sanaladi. Longrid davomida muxojir ayolning ko'chib yashagan hududlari xarita animasion harkatlanadi va yurilgan yo'llar qaychida kesilgan ko'rinishda aks etgan va landshaftning bir qismiga "Guliston Al-Hasakadan Damashqqa yo'l tikdi" deb yozilgan.

²⁷ Шинкарюк Анастасия Александровна Жанровая составляющая основных мультимедийных форматов (лонгрид, арtdок) // Журналистский ежегодник. 2017. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovaya-sostavlyayuschaya-osnovnyh-multimediynyh-formatov-longrid-artdok> (дата обращения: 12.12.2023).

²⁸ [Sewing her lifelong dream \(nrc.no\)](https://nrc.no)

²⁹ Эргашева З. Маъно кўчиш турлари ҳақида назарий маълумот ва уни ўқитиш усулларининг илмий-методик адабиётларда ёритилиши // Та'лим фидойилари. – ISSN 2180-2130. VOL-1, ISSUE – 1. 2022. – Б.13.

Narsa-buyum, voqea va hodisalar o‘rtasidagi o‘zaro o‘xshashlikka asoslangan ma’no ko‘chishi metofara³⁰ deyiladi. Predmetning xususiyatlari bir-biriga aloqasi bor yoki mutlaqo farq qiluvchi belgilar bilan qiyoslanadi. Ushbu qismda ham surat, ham matnda ma’no ko‘chishi aks etgan. Bundan tashqari fon uchun foydalanilgan yaltiroq matolar, qaychi va tasmaning joylashuvi material jozibasini oshirgan.

Loyiha alohida veb sahifada ochiladigan vertikal tuzilishga ega. Fon uchun alohida ishlangan tikuvchilik kasbining zarur detallari harakatlanib, materialning inreraktivligini oshirgan.

Multimedia elementlari: foto – 31, fon uchun tikuv mashinasining statik surati 4 ta, videofon – 2 ta; iterektiv xarita 1 ta, onlayn havola – 5 ta. Longridning qolgan rekonstrutiv, reportaj kabi turlari informasion va tahliliy janrlarning zamonaviy interpretatsiyasi deb aytish mumkin. Materialdagi grafika, ifoda uslubiga hamda xususiyatlariga qarab ularni an’anaviy janrlarga ajratish mumkin. “Janrlar tarmoqda yangi nomlar ostida yashashni davom etadi va bu bilan ularning mohiyati ham o‘zgarmaydi”³¹.

“Storitelling” so‘zi ingliz tilidan olingan bo‘lib, “hikoya qilish” demakdir. Hikoyalar yordamida muallif murakkab voqealarni auditoriya qiziqishini yo‘qotmagan holda, so‘zlab beradi. Hikoya qilish hodisani ifoda etishning alohida uslubidir. Insoniyat yozuv paydo bo‘lmasidan avval og‘zaki uslubda ma’lumot almashgan. Ma’lumot almashinuvi ba‘zan rasmiy, ba‘zan erkin muhitda amalga oshirilgan. Storitelling tarixini bundan 30 ming yil olin Fransiya janubidagi Chauvet g‘oridagi qoyatoshdagi rasmga bog‘lashadi. Unda mamontlar, sherlar va karkidonlar bilan uchrashganda vaqtinchalik qurollardan foydalanish va tirik qolish uchun hayvonlarning o‘zidan foydalanish, himoyalaniish uslublari haqida hikoya qilingan.

Amerikaning yirik ilmiy doira vakillari jurnalistikada hikoya qilish xususiyatlari 20-asrning ikkinchi yarmida “yangi jurnalistika” tendensiyasining ommalashishi bilan bog‘liq deya ta’kidlashadi. “Yangi jurnalistika” – badiiy adabiyot va publitsistikaning xususiyatlarini o‘zida mujassamlashtirgan bo‘lib, bu yo‘nalish XX asrning 1960-70-yillarida badiiy vositalardan foydalangan holda publitsistik yondashuv bilan ajralib turadigan qator asarlar paydo bo‘ldi. “Yangi jurnalistika” tushunchasining asoschilaridan biri, yozuvchi Tom Vulf “jurnalistik material hikoyaga o‘xshab, o‘qish oson bo‘lishi kerak³²”, deb ta’kidlaydi.

Afsonalar, rivoyat, ertak va hikoyalar, kitoblar, teatrlashtirilgan tomoshalar, ommaviy tomoshalar – hamma joyda storitelling mavjud. Hikoyani aytib berishning turli uslublari bor, ammo u qanday ko‘rinishda bo‘lmasin auditoriyaning faol reaksiyasini (g‘azab, yordam berish tuyg‘usi, hamdardlik) uyg‘ota olishi zarur. Multimediyaviy formatdagi materiallarni o‘qish, hikoyani tinglash yoki ekranda tomosha qilish imkoniyatlari mavjud bo‘lgani uchun auditoriyaga nisbatan “tomoshabin”, “o‘quvchi” va “tinglovchi” so‘zlarini sinonim sifatida ishlatish mumkin.

³⁰ Эргашева З. Маъно кўчиш турлари ҳақида назарий маълумот ва уни ўқитиш усулларининг илмий-методик адабиётларда ёритилиши // Та’лим фидойлари. – ISSN 2180-2130. VOL-1, ISSUE – 1. 2022. – Б.13.

³¹ Трофимов Р.В. Очерковая журналистика: очерк и его виды в современных СМИ. [Очерковая журналистика: очерк и его виды в современных СМИ \(spravochnick.ru\)](#)

³² Rossiter M. Narrative and Stories in Adult Teaching and Learning // ERIC Digest, 2002. – pp.38.

Amerikalik olimlar tomonidan storitelling adabiy jurnalistika orqali paydo bo'lgan janrligi to'g'risida juda ko'p bahsli maqolalar e'lon qilinadi. Xususan, Josh Roylandning "Boshqa har qanday nom bilan: adabiy jurnalistika uchun keyslar" nomli maqolasida "Badiiy publitsistika ijod tarmog'i sifatida katta renessansni boshdan kechirmoqda. Dastlab bu yo'nalish jurnalistikaning hujjatlilikgi va adabiyotning ta'sir etish funksiyasi orqali yaratilgan be'mani shakl sifatida rad etilgan. Jurnalist N.Lyeman badiiy publitsistikani me'mochilikka qiyoslaydi. Va u har qancha jozibador bo'lmasin, funksional bo'lishi kerakligini, unda estetik tanlov bo'lganidek jurnalistlarda ham huddi shu tanlov bo'lishi kerak deya ta'kidlaydi. Estetik yondashuvni tuzilish, tavsif, tasvir va ovoz kabi jihatlarida ko'radi³³". Leman estetik tanlov deganda bugun so'z bilan birikib adresatga texnologik ijod orqali ta'sir o'tkazuvchi komponentlarni ham nazarda tutmoqda. Boisi bugungi o'quvchini jalb qilish va o'ziga tortish uchun so'zning qudrati kamlik qiladi. Uni qanchalik ushlab turish esa uzatilayotgan materialning integrallashgani bilan bog'liq.

Endilikda zamonaviy hikoya qilish uslubi deganda butun dunyoda keng qamrovli uslub tushuniladi, Ijtimoiy tarmoqlar, marketing, blogerlik faoliyati rivojlanar ekan, storitelling orqali to'g'ri kompozisiya yasash, uni yorqin tafsilotlar va misollar bilan to'ldirish o'z kasbi bo'yicha mashhurlikka erishmoqchi bo'lgan zamonaviy soha egasi uchun kerakli uslub.

Internetning cheksiz imkoniyatlari multimedaviy hikoyalarga "jon kiritish" imkonini berdi. Bunda matn, video intervyular, audio effektlar, infografika, faktlar va audiovizual elementlar bilan to'ldiriladi. Bu shunchaki matn yoki audiovizual mahsulot emas, to'laqonli jurnalistik material bo'lib, o'quvchini chalg'itmasligi, zerikmasligini ta'minlaydi. Bunday keng qamrovli materiallar katta hajmli mavzuga chuqur kirish, uni auditoriyaga to'g'ri yetkazib berish, ham vizual, ham audio formatda qabul qilishiga yordam beradi. Multimedia elementlaridan samarali foydalanish va hikoya qilish orqali tomoshabinlarni murakkab, ko'p qirrali hikoyalarga jalb qilish bo'yicha tahririyatning ijtimoiy vazifalarini hal qilishga yordam beradi. Shu o'rinda savol tug'ilishi mumkin, texnik tarkibi bir bo'lgan longridni storitellingdan qanday farqi bor?

Storitelling longriddan farqli o'laroq chiziqsiz formatga ega, ya'ni o'quvchi hikoyadan o'ziga qiziqarli bo'lgan qismini ko'rish, o'qish va eshitish imkoniga ega bo'ladi. Shuning uchun har bir qism unga tugallangan axborotni bera olishi lozim. Bunda u o'z ichiga nafaqat asosiy ma'lumotlarni, balki mavzuga oid statistikani, boshqa resurslarga havolalarni ham qamrab olib, o'quvchiga mavzuga yanada chuqurroq kirib borish imkonini beradi.

"Veb hujjatli film" – bugun multimedaviy formatlar ichida o'zining murakkabligi, hujjatlilikgi, eng mayda detallarni tasvirlashda ham profesional vositalardan foydalanishi orqali zamonaviy auditoriya ko'nglidan joy olgan yo'nalish sanaladi. Bu termin multimedaviy jurnalistikada onlayn nashrlarning saviyasi va sifatli kontentlarga boyligini bildiruvchi xususiyat hisoblanadi. Veb hujjatli film tarixiy faktlarga yoki real sodir bo'lgan voqealarga yoki shaxslarning

³³ Josh Roiland. By Any Other Name: The Case for Literary Journalism. Literary Journalism Studies. [062-091-LJS_v7n2.pdf \(ialjs.org\)](https://www.ialjs.org/v7n2.pdf) Мурожаат вақти: 18.08.2023.

tarjimayi hollarga asoslangan badiiy, hujjatli asar. Ushbu terminning har xil muqobil variantlari mavjud: “vob dok”, “i-doc”, “interaktivnaya dokumentalistika”, “new media documentary”, “trans media docs”, “art-doc”. Har bir tahririyat o‘z xohishiga ko‘ra ushbu terminlardan foydalanadi.

“Vob dok”ning syujeti ssenariyga qarab shakllantiriladi. Hujjatli voqelik mohiyatini ochib berish uchun kimlar bilan hamkorlik olib borish oldindan tuziladi.

Uning instrumental xususiyati bilan vizual tarkibi qanday tuzilish lozimligini oldindan rejalashtirish mumkin. Ya’ni mavzu suratlar yoki videolar orqali ochib berilishi, fon musiqalaridan qay tartibda foydalanishi oldindan taxminiy tarzda belgilanadi. Qaysi instrument asosiy rolni o‘ynashi ham muhim ahamiyatga ega. Vob hujjatli filmning texnologik jihatlari haqida oldindan rejalashtirish joiz. Masalan, loyiha qaysi platformada yaratilishi, animasiya va 3D uslublaridan foydalanish yoki foydalanmaslikni aniqlab olish shart.

Gazetalar o‘zining bosma variantidan farqli o‘laroq onlayn nashrida maksimal ravishda multimediaviy axborotga, vizual komponentlarga boy material e‘lon qiladi. Afsuski, hatto milliy internet nashrlarda hali ham sifatli multimediaviy kontent tayyorlash tendensiyasi bir muncha orqada qolmoqda. Faqat “gazeta.uz” va kun.uz nashrlariga interaktiv formatda uzatishga harakat qiladi.

“Gazeta.uz”dagi materiallarni tahlil qilish orqali auditoriyaning bunday formatdagi materiallarga qiziqishlar va ko‘rishlar soni unga ketayotgan mehnatni oqlaydimi, kontentni tayyorlash uchun qancha muddat sarflanadi, uni tayyorlagan jamoa uchun qalam haqi yetarlimi, O‘zbekistondagi multimediaviy materiallar tayyorlash uchun qaysi dizayn platformasi foydalanilyapti, degan bir qator savol javob berishga harakat qilamiz.

Dastlab, eng ko‘p multimediaviy materiallar tayyorlaydigan gazeta.uz tahririyatining materiallarini tahlil qilsak:

№	Janr turi	Formati	Material nomi	Tayyorlanish muddati	Ko‘rishlar soni (03.07.2023)	Ijt.tarmoq (layk)(share)	
1	portret ocherk	portret longrid	Kosiblik osonmi?	1 oy	5810	109	
2	portret ocherk	portret longrid	Zahmati ko‘p, maoshi haminqadar, tarixi uzun kasb egasi	20 kun	13707	20 + 248	5
3	yo‘l ocherki	reportaj longrid	Chegaradagi dengiz	1 oy	15374	245	6
4	Portret ocherk	portret longrid	Jilovlangan vaqt	20 kun	21980	5	-
5	reportaj	rekonstruktiv longrid	Kitob qanday tayyorlanadi?	1 hafta	17135	217	55
6	reportaj	reportaj longrid	Toshkentning Eski shahar aholisi qahratonni qanday o‘tkazmoqda?	1 hafta	93671	580	66
7	suhbat	Tahliliy longrid	Nega Toshkentga intilamiz?	2 oy	18600	166	55

Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, materiallarga ketkazilgan vaqt uning janriga qarab farqlanyapti. Ya’ni an’anaviy janrlarda ham tezkorlik bilan omma e‘tiboriga havola etiladigan materiallardan biri bo‘lgan reportaj tayyorlanishiga boshqa longridlarga qaraganda kam muddat ketgan. An’anaviy nashrlarda biroz ko‘proq vaqt oladigan

janrlar onlayn nashrlarda ham uzoq muddatda tayyor bo'lyapti. E'tiborlisi, materialga sarflangan mehnat ko'rishlar soniga nisbatan ancha past. Bunday holatning sababini auditoriyaning qabul qilishi, foydalanuvchilarning materialga qiziqish darajasi tahririyatning taqdim qilish mahoratidan yoki materialning o'zidan qidirish kerak.

Tahlillar orqali milliy mediada multimediamiy longrid tayyorlash jarayoni, bosqichlari, muammolarini aniqlash uchun tadqiqot doirasida o'zimiz uni amaliyotda sinab ko'rdik. Misol sifatida O'zbekiston Respublikasi davlat Madhiyasi qabul qilinganiga 30 yil to'lishi munosabati bilan tarixiy jarayonlarni qayta jonlantirish maqsadida longridni rekonstruktiv usulda tayyorlab ko'rdik. Dastlabki urinish yomon bo'lmadi. Tayyorlagan longrid "Karnay sadolari bilan boshlanadigan gimn va Oripovning ikkinchi she'rini ortda qoldirib³⁴" deb nomlanib, oyina.uz portalida e'lon qilindi. Shu o'rinda "Oyina.uz" haqida qisqacha ma'lumot.

Oyina.uz – O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 26-martdagi "Ma'naviy-ma'rifiy ishlar tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-5040-son qarori asosida Oyina.uz ma'naviy-ma'rifiy portali faoliyatini boshlagan. Portal Respublika ma'naviyat va ma'rifat markaziga doir yangiliklardan tashqari ijtimoiy, siyosiy tarixiy mavzularda tahliliy maqolalar ham berib boradi.

Longridning mavzusi va mazmuni O'zbekiston davlat Madhiya musiqasi va matnini tanlash jarayonlari, tanlov bosqichlari tarixiy voqeani qayta qurish orqali o'sha davr manzarasini ko'rsatib berdi. Tanlovda g'olib bo'lgan musiqa va she'rlar qanday me'zonlar asosida saralangani, Markaziy Osiyo mamlakatlarida bu jarayonlar qanday kechgani haqida hikoya qiladi. Mazkur longrid loyihasini tayyorlashda avvalo shorthand.com platformasidan foydalanildi. Bu platforma yaratilgan bo'lib, alohida veb sahifada ochiladigan vertikal tuzilishga ega. Fon uchun arxiv videodan foydalanilganligi materialning tarixiy mazmunda ekanligini bildirgan.

Longridda 13 foto, 7 ta gazeta suratlari, 4ta video fon uchun tayyorlangan qisqa video, 1 ta infografika -, 1 ta onlayn havola kabi multimedia unsurlaridan foylanildi. Ushbu longrid qancha muddatda tayyor bo'ldi, jarayonlar qanday ketma-ketlikda amalga oshirildi?

Birinchiidan, O'zbekiston Respublikasi madhiyasining qabul qilinganiga 30 yil to'lgani munosabati bilan, davlat gimnining qabul qilinish tarixi haqida avval tayyorlangan maqolalardan farqli ravishda qanday material yaratish mumkinligi g'oyasi ustida ishlendi va mavzu tanlab olindi.

Ikkinchiidan, materialni yozish, tahrirlash, arxivlar bilan ishlash uchun ijodiy xodim va matnlarni veb-instrumentlarga joylash va infografikalar yasash uchun dizayner, muharrir, sifatli vizual komponentlardan yaratish uchun fotograf kabi mutaxassislar jamoasi shakllantirildi.

Uchinchiidan, har qanday multimediamiy loyihalar tayyorlanishidan oldin jarayonlarni uch bosqichda taqsimlab olish zarur. O'rganish, tayyorlash, uzatish. Har biri alohida mehnat va bilim talab qiladigan jarayon sanaladi. Davlat gimni qabul

³⁴ [Karnay ovozi bilan boshlanadigan gimn va Oripovning ikkinchi she'rini ortda qoldirib \(shorthand.com\)](#)

qilingan davrlarni o'rganish uchun qaysi manbaalarga murojaat qilish, arxiv hujjatlarini qayerdan va qanday yig'ish, kimlardan intervyu olish kabi vazifa va faoliyat turlari rejalashtirib olindi.

To'rtinchidan, mavzuni tayyorlashga doir bir qator tashkiliy jarayonlar: xususan, ma'lumotlarni qaysi tashkilotlardan olish uchun rasmiy xat tayyorlash, uning javobi kelish muddatiga qadar elektron manbaalar orqali mavzu o'rganish belgilandi.

Beshinchidan, arxiv hujjatlari, intervyu va suratlar saralanib, hujjatlar asosida kim qayerda nima deyish, qaysi instrument yoki suratdan, musiqadan foydalanish tuzib olindi ssenariy matni yozildi.

Oltinchidan, tayyor matn huddi gazeta matni alohida dizayn qilinadigan dasturlarda joylashtirilganidek, internet materiallarini dizayn qilib beradigan platformada onlayn tahrirlab, joylashtirib chiqildi. Ayrim manbaalar internetning o'zidan olinadigan bo'lsa, giperhavolalar orqali dasturining o'ziga joylanadi va nashr etish tugmasi bosiladi.

Saytning o'zida ko'rishlar soni atigi 1906 ta (20.03.2024 holatiga ko'ra), telegram kanalida esa 9 mingga yaqin, havola qilinish ko'rsatgichi 50 ta. Materialning tayyor bo'lish muddati longrid platformalarida ishlash tajribasi kamligi bois, 15 kunga cho'zildi.

Tadqiqot doirasida tajriba sifatida yana ikkita material tayyorlandi. Quyidagi jadval orqali miliy internet sigmentining multimedaviy loyihalarni qanday qabul qilganini bilib olasiz. Darvoqe, nashrni kuzatadaigan auditorryaning miqdori, obunachilarining soni ham muhim ahamiyatga ega.

No	Material nomi	Tavsifi	Sarflangan vaqt	Chiqqan sana	Auditoriya/sayt va ijtimoiy tarmoqlar
1.	“Karnay ovozi bilan boshlanadigan gimn”	Davlat madhiyasining qabul qilinish jarayonlari haqida	15 kun	10.12.2022.	1523/8417
2.	“Haqliq “Mushtum”i haqida ³⁵ ”	“Mushtum” jurnalining bir asrlik hayoti haqida.	2 oy	18.02.2023	1726/5435
3.	“Dog” ³⁶ ”	Qatag'on davridagi propaganda mexanizmlari hamda Turkiston millatparvarlarining ayanchli taqdiri haqida.	2 oy	02.09.2023.	6123/4849

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, 12 ming obunachisiga ega bo'lgan Oyina.uz portali uchun hamda mualliflarning oylab qilgan harakatlari uchun bu juda past ko'rsatgich. “Gazeta.uz”ning raqamli formatdagi materiallarni tahlil qilganimizda ko'rishlar, ijtimoiy tarmoqlardagi ulashish va izohlar soni ham juda kam edi. Material tayyorlash uchun ketgan mehnat va sarf-harajat katta bo'lishiga qaramay,

³⁵ <http://oyina.uz/uz/article/1429>

³⁶ <https://oyina.uz/uz/article/2009>

auditoyaning materialga nisbatan aks-sadosi past bo'lsa, bu formatda material tayyorlash rivojlanmaydi. Xo'sh, buning uchun qanchay choralar ko'rish kerak?

Avvalo, milliy internet nashrlarida multimediasiy formatdagi materiallar davomiylik kasb etishi bu tomoshabin yoki o'quvchini sifatli kontentga bo'lgan qiziqishini kuchaytiradi. Ularning ko'payishi uchun esa avvalo internet nashrlarida maxsus bo'lim yoki jamoa ishlashi, har bir materialning gonorar tarifkatsiyasi ishlab chiqilishi, materialni sotish (monetizatsiya qilish) konsepsiyasi tuzib chiqilishi zarur. Material hajmiga qarab kichik yoki katta jamoaning bor diqqati qaratilganda eng kamida 2 hafta ko'pi bilan 2 oygacha vaqt ketishi mumkin. Bu ishning mavzusi, hajmi va o'z oldiga qo'ygan maqsadlariga bog'liq. Multimediasiy kontent uchun qalam haqi berishda tahririyat qaysi xususiyatlarni inobatga olishi kerak?

Multimediasiy kontentlar tarifkatsiyasi qaysi platformadan foydalanilyotgani, geografik mintaqa, kontent tayyorlab beradigan jamoaning tajribasidan kelib chiqib farq qiladi. Masalan, material qaysi platformada tayyorlansa, uning turli to'lov modellari asosida ishlaydi. Ba'zi platformalar obuna asosida ishlasa, ba'zilari kontentning soniga qarab pullik xizmat asosida ishlaydi. Kontent turli komponentlarga boy ko'rinishda uzatilishi uchun dizayner, fotograf, videograf, montajchi, rassom, illyustrator, musiqiy bezakchi, hattoki, veb-hujjatli filmlar uchun bastakor ham birgalikda ishlaydi. Ularning hamkorlikdagi materiali hamma xizmatlar bilan qo'shib hisoblanadi. Materialni qaysi uslubda monetizatsiya qilish har bir tahririyatning o'ziga bog'liq. Masalan ("[nytimes.com](https://www.nytimes.com)") nashri har bir longridini auditoriyaga taqdim qilishda e'tibor tortadigan sarlavhalar, suratlardan foydalanadi, materialni oxrigacha o'qish istagidagilarga nashrning bir yillik yoki oylik obunasini taklif etadi³⁷. Ayrim nashrlarda multi-kontentlarni o'qish mutloqo tekin bo'lib, reklama orqali olgan daromadidan material ijodkorlariga taqsimlab berishi mumkin.

XULOSA

“Publitsistik janrlarning zamonaviy interpretatsiyasi” mavzusidagi filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya mavzusining tadqiq etilishi natijasida quyidagi xulosalarga kelindi:

1. Janrlar nazariyasi tarkibiga “internet-publitsistika” “publitsistika 2.0” kabi tushunchalarini kiritish va tadqiqot natijasida ishlab chiqilgan ta'rifini takomillashtirish.

“Internet-publitsistikasi bu raqamli muhitda sharoitida yangi media resurslari orqali tasvir va ta'sir imkoniyatlari kengaygan, formati, tili, uslubi jihatdan takomillashgan an'anaviy publitsistik janrlarning modifikatsiyadir”.

“Publitsistika 2.0 an'anaviy publitsistikaning ijtimoiy tarmoqlar uchun shakllangan ko'rinishi bo'lib, unda ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lgan muammo semantik-ochiq matn yoki dialog shaklidagi bayonotlari ifodalangan jamoat sohasining fikrini bildiradigan yo'nalishdir”.

2. Butun dunyo globallashtayotgan, auditoriyaning tanlovi barcha sohaga nisbatan kengayayotgan davrda har bir axborot uzatuvchi media (blog,

³⁷ <https://www.nytimes.com/subscription/all>

tele/radiokanal, bosma nashrlar, saytlar) konvyergent tartibda ishlash ko'nikmasiga ega bo'lishi lozimligi aniqlandi. Jahonda bir yoki bir nechta onlayn formatda faoliyatini takomillashtirayotgan, ijtimoiy tarmoqlarning orqali o'z auditoriyasini kengaytirayotgan davrda milliy internet sigmentidagi katta-katta nashrlar bu bosqichda oqsamoqda.

2. Publitsistik janrlar transformatsiyasining kam o'rganilganligi ularning yo'qolib borayotganiga asos bo'la olmaydi. Texnologik taraqqiyotning barcha bosqichida janrlarning xususiyatlari kengayib, takomillashib borgani milliy va xorijiy OAV hamda bloglar orqali ochib berildi. Jurnalistikaning yo'nalishlarini kengayishida texnik omil hamisha inqilobiy xarakterga egaligi isbotlandi.

3. Janrlarning sintetiklashishi, gibridlashishi, materialni taqdim qilish usullarini ham o'zgartirib yubordi. Endilikda janrlarning ichki va tashqi tarkibi ham hisobga olinayotir. Buning bosh sababi esa avvalo, axborot vositalari va manbalarning mislsiz darajada ko'payganligidir. Tadqiqot davomida an'anaviy janrlardan ocherk, multimedaviy formatlardan longridga ko'proq to'xtaldik. Har qanday ocherk xususiyatini o'zida aks ettirgan material, xoh u tarmoq matni bo'ladimi, xoh radiolavha bo'ladimi, bundan qat'i nazar publitsistika hisoblanadi. O'rganilgan ilmiy adabiyotlar asosida longridni ocherkning xususiyatlari bilan solishtirilda va uning tadrijiy takomili o'rganildi. Multimedia komponentlar axborotni taqdim etishning mutlaqo yangi shakllari ekanligi aniqlandi. Mumtoz, an'anaviy jurnalistikada mavjud bo'lgan ocherklar xorijiy onlayn mediada nashrlarida o'zining yangi shakl-shamoyili bilan, yanada xilma-xil, yanada ta'sirchan ko'rinishlari bilan namoyon bo'layotir.

4. Onlayn jurnalistika an'anaviy jurnalistikaning barcha xususiyatlariga amal qilishni davom ettirgan holda, qo'shimcha: *gipermatnlilik, sintetiklik, interaktivlik* kabi yangi funksiyalar hisobiga boyidi. Bundan tashqari, har bir jurnalistda mavjud bo'lishi lozim bo'lgan tezkorlik, xolislik kabi xususiyatlardan tashqari raqamli savodxonlik, multikontenlar tayyorlash bo'yicha ijodkorlik, qidiruv tizimini optimallashtirish bo'yicha malakaga ega bo'lish kabi kompetensiyalar bo'lishi lozim.

5. OAV kommoditizatsiyasi jarayoni, ya'ni mahsulotni ommabop qilish istagi axborotga tovar, iste'molchilar nuqtayi nazaridan kelib chiqib yondashish, auditoriyaga qiziq bo'lgan kontentni monetizatsiya qilish uchun zamonaviy auditoriya o'qishga qulay, tasvirlar palitrasi keng, interaktiv, zamon va makon bilan bog'liq bo'lgan materiallar bilan tanishishni istaydi.

Ammo qisqa va shov-shuvli axborotlarni ma'qul ko'rgan auditoriya ko'pchilikni tashkil qilishi so'rovnomalar orqali aniqlandi.

6. Publitsistika 2.0 istilohi O'zbekistonda eng ko'p foydalaniladigan ijtimoiy platformalar orqali o'rganilishi zarurligi, hattoki posterlarga izoh sifatida bildirilgan fikrlar ham auditoriyaning kuchli reaksiyasiga, bahsga kirishishiga, uyg'onishiga sabab bo'lishi mumkinligiga guvoh bo'lindi.

7. Ijodiy jarayonlarga uzoq muddat ketishiga qaramay ocherk talablari asosida yaratilgan multimedaviy materiallar o'z dolzarbligini, individual uslubini yo'qotmasligi, agar yuqori saviyada ishlansa yillar davomida ham interaktivligi eskirmaydigan materiallar o'rganildi. An'anaviy janrlarda yaratilgan, o'z

dolzarbligini yo‘qotmagan materiallarni yangi faktlar va multimediyaviy komponentlarni qo‘shish orqali qiziqarli, sifatli kontentlar tayyorlash mumkinligi qayd etildi.

8. Tahlillar orqali milliy mediada multimediyaviy longrid tayyorlash jarayoni, bosqichlari, muammolarini aniqlash uchun tadqiqot doirasida o‘zimiz 3 ta loyiha 12 mingdan ortiq obunachilari mavjud bo‘lgan OAVda nashr etildi, auditoriya fikri va gonorar tarifikatsiyasi o‘rganildi.

Ushbu muammolarni bartaraf etish maqsadida quyidagi taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi.

*Birinchi*dan, har bir internet nashri sifatli va qiziqarli kontentlar sonini ko‘paytirishi, jurnalistlarni raqamli savodxonligini oshirish, zamonaviy kompetensiyalarini shakllantirishi, buning uchun esa internet nashrlari o‘z mutaxassislari malakasini oshirish uchun har yilda bir yoki 6 oy muddatda o‘z ustida ishlashi uchun imkoniyat yaratishi, treninglar tashkillashtirish zarur.

*Ikkinchi*dan, tahririyatlarda multimediyaviy loyihalar bo‘yicha alohida bo‘lim tashkillashtirish yoki laboratoriya ochish zaruriyati. Laboratoriya jurnalistikadagi ilmiy yangiliklar asosida yangi formatlarni o‘rganadi va uni amaliyotga tatbiq etadi. Bo‘lim tashkil etilsa, yillik reja asosida mavzularni oldindan taqsimlash, xodimlarni vazifalar bo‘yicha bo‘lib berish zarur. Bo‘lim tarkibida, arxiv va kerakli manbaalar bilan ishlash uchun alohida, tashkiliy masalalar bo‘yicha xodim (tashkilotlarga xat chiqarish, respondentlar bilan syomka kunini belgilash, loyiha e‘lon qilish muddatini nazorat qilish), fotograf, montajchi, dizayner kabi mutaxassilar zarur bo‘ladi.

*Uchinchi*dan, jurnalistika ixtisosligi bo‘yicha ta‘lim berilayotgan oliy o‘quv yurtlarida “Raqamli jurnalistikada publitsistik janrlar” nomli fan joriy etish, nazariy va amaliy darslar mobaynida an‘anaviy hamda zamonaviy janrlar modifikatsiyasi, vizual kontent bo‘yicha platformalardan foydalanish, kollaborativ ishlash tartibi kabi ko‘nikmalar o‘rgatilishi kerak.

*To‘rtinchi*dan, har bir tahririyatda multimediyaviy loyihalar uchun alohida gonorar tarifikatsiyasini ishlab chiqish. Biz tadqiqot davomida o‘rgangan tahririyatlarimizda gonorar berish tartibi informasion janrlarda tayyorlangan materiallardagi tartibdan kelib chiqilgan. Publitsistik yo‘nalishdagi materiallar uchun har bir surat yoki videokontentlar uchun alohida yondashuv va harajat talab qiladi.

*Beshinchi*dan, mahsulot qanday reklamaga muhtoj bo‘lsa, yaxshi jurnalistik material ham shunday targ‘ibotga muhtoj. Multimediyaviy material e‘lon qilinishidan oldin eng kreativ, e‘tibor tortatidan uslublarda post-prodakshn kontentlar uzatib, auditoriyani tayyorlab olish lozim.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ PhD.03/30.12.2019. Fil. 14.01
ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ
ПРИ УНИВЕРСИТЕТЕ ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ УЗБЕКИСТАНА**

**УНИВЕРСИТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ УЗБЕКИСТАНА**

НАСИМОВА ИРОДА ЗИЁДУЛЛА КИЗИ

**СОВРЕМЕННАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ
ЖАНРОВ**

10.00.09 – Журналистика (филологические науки)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации доктора философии (PhD) по филологии

Ташкент – 2024

Тема диссертации доктора философии (PhD) по филологии зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии за номером № B2022.2.PhD/Fil2672

Диссертация выполнена на базе Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекский, русский, английский (резюме)) размещен на веб-странице Научного совета по адресу (www.uzjoku.uz) и на информационно-образовательном портале «ZiyoNet» (www.ziynet.uz).

Научный руководитель: **Тошпулатова Назира Курбановна**
доктор филологических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Машарипова Тамара Жолдасбаевна**
доктор филологических наук, профессор

Каримов Амрулло Ашурович
доктор филологических наук, доцент

Ведущая организация: **Национальный университет Узбекистана**

Защита диссертации состоится «___» _____ 2024 года в ___ часов на заседании Научного совета PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 при Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана (Адрес: 100147, город Ташкент, Центр-5, дом 88, тел.: (99871) 207-09-06; email: journalism.univer@gmail.com).

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана. (Адрес: 100147, город Ташкент, Марказ-5, дом 88, тел.: (99871) 207-09-06; email: journalism.univer@gmail.com).

Автореферат диссертации разослан «___» _____ 2024 года.

(Протокол реестра № ___ от «___» _____ 2024 года).

Ф.А.Муминов
Председатель Научного совета по
присуждению ученых степеней, д.ф.н., профессор

А.И.Сафаров
Ученый секретарь Научного совета по
присуждению ученых степеней, д.ф.ф.н., доцент

Н.Ф.Муратова
Председатель Научного семинара
при Научном совете по присуждению
ученых степеней, д.ф.н., доцент

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. Развитие интернет-журналистики и технологических факторов в нынешнюю эпоху глобализации напрямую породили эффективную возможность к развитию творческих процессов и интеграции жанров. Поскольку возрос спрос на визуальную и цифровую информацию, в последнее время возможности интернет-СМИ, предлагающих тысячи удобных способов получения информации, еще больше расширяются. В свою очередь, средства массовой информации или источники информации с большой аудиторией и большим количеством подписчиков постоянно совершенствуются в соответствии со временем.

Мировые средства массовой информации провели множество научных исследований процессов изменения, интеграции и трансформации жанров в процессе донесения информации до аудитории современными и выразительными способами и в процессе подготовки медиапродукта. Одним из основных трендов является безупречная передача информации в едином медиаконтенте посредством аудио, видео, фотографий, тематических фонов, инфографики, статистики, фотографий и других визуальных средств. В связи с этим важно провести исследование того, как журналистские жанры адаптируются к интернет-среде, изменениям в форме и содержании журналистики, новым форматам подачи материалов.

В медиаполе нашей страны среди потребителей информации более востребованы короткие текстовые сообщения; формируется способность получать информацию большого объема совместно с мультимедийными средствами. В связи с этим Президент Республики Узбекистан определил приоритетной задачу “социального заказа средствам массовой информации на подготовку и публикацию ежеквартально до 100 материалов с целью широкого разъяснения внутренней и внешней политики страны, осуществляемых широкомасштабных реформ, происходящих в обществе общественно-политических и социально-экономических изменений, сути событий, вызывающих большой интерес общественности³⁸” Исходя из этого, исследование возможностей отображения и воздействия публицистических жанров через новые медиаресурсы, разработка усовершенствованных принципов формата, языка и стиля контента, а также изучение процессов трансформации между жанрами, происходящих благодаря использованию мультимедийных средств в интернет-журналистике, подчеркивает актуальность данной исследовательской работы.

³⁸Постановление Президента Республики Узбекистан “О мерах по поддержке средств массовой информации и развитию сферы журналистики”. – URL: ПП-294-сон 27.06.2022. О мерах по поддержке средств массовой информации и развитию сферы журналистики (lex.uz).

Настоящее исследование в определенной степени способствует реализации данных задач, а также положений, закрепленных в Законе Республики Узбекистан «О средствах массовой информации»³⁹, в Указах Президента Республики Узбекистан от 2 февраля 2019 года «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию информационной сферы и массовых коммуникаций» №УП-5653, «Об утверждении концепции развития системы высшего образования Республики Узбекистан до 2030 года» от 8 октября 2019 года № УП-5847, «Об утверждении концепции развития науки до 2030 года» от 29 октября 2020 года № УП-6097, Указе Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 года № ПФ-60 «О Стратегии развития нового Узбекистана на 2022-2026 годы», в Постановлении «О мерах по поддержке средств массовой информации и развитию сферы журналистики» от 27 июня 2022 года и других нормативно-правовых актах, связанных с данной сферой деятельности.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий в республике. Данное исследование является приоритетным направлением развития науки и технологий в республике: I. «Формирование системы инновационных идей и путей их реализации в социально-правовом, экономическом, культурном, духовно-образовательном развитии информационного общества и демократического государства».

Степень изученности проблемы. Публицистические жанры в Интернет-журналистике изучали зарубежные и узбекские специалисты, но исследования в этой области до сих пор опирались лишь на требования, предъявляемые к традиционным художественно-публицистическим жанрам. В национальной научной среде подтверждением наших умозаключений служат работы таких ученых, как О. Тогаев, Б. Досткораев, М. Худойкулов, А. Мелибоев, Х. Достмухаммад, Сайди Умиров, Н. Касимова, Н. Муратова, М. Нуриддинова, Т.Машарипова⁴⁰.

В связи с появлением мультимедийных инструментов в средствах массовой информации и расширением возможностей обогащения контента в интернет-СМИ вошли такие понятия, как «интернет-публицистика» и «интернет-жанрология». В частности, если в работах Е.П. Прохорова, А.А. Тертычного, Ю.Н. Веремеенко, К.А. Бабиной, С.Г. Корконосенко, В. Выровцевой, Ю.А.

³⁹ Закон Республики Узбекистан «О защите профессиональной деятельности журналиста». URL: <https://lex.uz/docs/9540?otherlang=1>.

⁴⁰ Тогаев О. Ўзбек бадиий публицистикаси. – Т.: Фан, 1973. 63-б. Дўсткораев Б. Очерк жанрининг пайдо бўлиш тарихи, хусусиятлари. Журналистика. Босма оммавий ахборот воситаларида жанрлар ва маҳорат масалалари. Т.: Ўзбекистон, 2019. 370-б. Худойкулов М. Журналистика ва публицистика. Т.: Тафаккур, 2010. 233-б. Мелибоев А. Журналистика: касб, ижод, маҳорат. Ўқув қўлланма. – Т.: Фафур Гулом номидаги нашриёт-матбаа ижодий уйи, 2015. 32-б. Дўстмухаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил. – Тошкент: Янги аср авлоди, 2005. Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. Т.: Арт папер бусинесс МЧЖ, 2012. – 117 б. Muratova N., Qosimova N. va boshqalar. Onlayn jurnalistika va mediada yangi trendlar. J. 7 – Т.: “O’zbekiston” NMIU, 2019. – 113 б. Муратова Н. Журналистика в Интернет: особенности on-line изданий Узбекистана и их функционирование в условиях глобального информационного рынка: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Т.: НУУз, 2011; Муратова Н. Онлайн журналистика: назария ва амалиёт. – Т.: “Қақнус медиа”, 2019. – 144 б. Машарипова Т.Ж. Публицистика ва адабиёт// ЎЗМУ хабарлари. – Тошкент, 2013. № 3. – Б. 212-216.

Барановой, М.В. Калмыкова, Н.С. Адониной⁴¹ освещаются изменения в содержании журналистской деятельности в связи с появлением и развитием современной журналистики, новых медиаресурсов, а также ее соответствие критериям жанра интернет-журналистики, то аспекты возникновения понятия интернет-журналистики, её специфики, возможностей в цифровой среде, форматы, языковые особенности, отличия от традиционной публицистики нашли отражение в изысканиях западных исследователей, таких как Чарльз Форсевилли, Лили Пакетт, Инсук Чой, Элен Бенедикт, Эдит Рогула, Мила Бучик и др.⁴².

Наблюдения и анализ показывают, что художественная журналистика является наиболее адаптированным жанром глобальной сети к новым коммуникативным условиям и успешно используется интернет-публицистами.

Также в качестве теоретического и частично эмпирического источника в исследовании использовались статьи, опубликованные в научных журналах зарубежными учёными. В частности, Котеева А., М.А. Миронова, М.Булаева, А.Климко, М.Горошкова провели отдельные исследования эссе, лонгридов и сторителлинга⁴³. Однако отсутствие комплексных концептуальных исследований по теме современной интерпретации журналистских жанров привело к созданию данного научного труда.

Связь темы исследования с планами научно-исследовательской работы высшего образовательного учреждения, на базе которого выполнена диссертация. Диссертация выполнена в соответствии с планом научной работы Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана в рамках практического проекта на тему “Актуальные проблемы теории, истории и проблематики средств массовой информации”.

Цель исследования. Изучение изменения и адаптации художественно-публицистических жанров в современной онлайн-медийной среде,

⁴¹ Прохоров, Евгений Павлович. Публицист и действительность [Текст]. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1973. – 317 с. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. Учебник для вузов: –М.: Аспект Пресс 2006 г. С.44.

Выровцева, Е. В. Авторский жанр в современных российских СМИ / Е. В. Выровцева // Жанры СМИ: история, теория, практика: сб. материалов VI и VII Всерос. науч.-практ. конф. Самара, 2014. Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учеб. Пособие для бакалавриата и магистратуры/ Е.А. Баранова. – М.: Издательство Юрайт, 2014. Шкондин М.В. Типология периодической печати. Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект- Пресс, 2009. Калмыков А.А. СМИ и современные медиатехнологии / А.А. Калмыков. – М: АСМО-пресс, 2000. Шкондин М.В. Типология периодической печати. Учебное пособие для студентов вузов. — М.: Аспект- Пресс, 2009. Авдоница Наталья Сергеевна, Фокина Ирина Алексеевна Принципы и жанровое разнообразие литературного журнализма // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-i-zhanrovoye-raznoolobrazie-literaturnogo-zhurnalizma> (дата обращения: 15.12.2023)

⁴² Edyta Rogula, Maciej Piasecki, Tomasz Naskręt, “Literary Genre Recognition among Polish Blog Posts” Wrocław University of Science and Technology, 2016.

Mila Bujic, Mikko Salminen, Juho Hamari, Effects of Immersive Media on Emotion and Memory: An Experiment Comparing Article, 360-video, and Virtual Reality, International Journal of Human-Computer Studies, Volume 179, 2023.

⁴³ Екатерина П. Жанрообразование в сетевых сми: технологические и творческие факторы. Дисс.канд. фил. наук. – С., 2014. Змановская А. “Веб документари” как новый мультимедийный формат”: Дисс. на соиск. маг. ст. – М., 2014. Кильпелайнен Е.С. Трансформация профессиональных компетенций журналиста в период цифровизации медиaprостранства: Дисс.канд. фил. наук. – М., 2019. Котаева А. Трансформация жанровой системы в мультимедийной среде (от очерка к лонгриду): Дисс. канд. филол. наук. – М., 2019.

определение интернет-журналистских жанров, их общности с традиционными журналистскими жанрами и исследование их уникальных особенностей.

Задачи исследования:

- изучить этапы возникновения и развития жанра очерка в отечественной публицистике;
- исследовать влияние Интернета на систему традиционных жанров в процессе конвергенции;
- выявить изменения формы и содержания вследствие использования средств мультимедиа в художественно- публицистических жанрах;
- провести анализ журналистских материалов, транслируемых в новом формате в интернет-изданиях в сопоставительном ключе с традиционными журналистскими жанрами;
- классифицировать жанры в интернет-журналистике, определить их особенности и возможности в мультимедийном (лонгрид, сторителлинг, сторимэп) формате;
- проанализировать композиционный состав, методологические особенности и лингвистические возможности публицистических материалов, публикуемых в мировых и отечественных интернет-изданиях.

Объектом исследования является интернет-издание газеты «The New York Times», интернет-ресурсы “ntimes.com”, “theguardian.com”, “lenta.ru”, а также публицистические материалы, публикуемые в национальных изданиях gazeta.uz, оуна.uz.

Предметом исследования являются художественно-публицистические методы, законы и особенности журналистики при исследовании публицистических жанров, публикуемых в печатных и интернет-изданиях.

Методы исследования. Для адекватной организации исследования было использовано несколько методов: эмпирико-теоретический (аналитико-синтетический, историко-сравнительный, структурно-типологический, контент-анализ, моделирование, дедукция и индукция), художественно-публицистический (гиперболический), метафорический (детализация), метономия (эмоциональное состояние), фабула, эмоционально-экспрессивный, диагностический (журналистское наблюдение, методика проектирования, опрос), прогностический (экспертная оценка, обобщение независимых оценок и др.).

Научная новизна исследования состоит в следующем:

- в теорию журналистики привнесено понятие интернет-журналистики, публицистики 2.0., доказано их место и значение в воздействии на общественное мнение;
- благодаря использованию мультимедийных инструментов в интернет-журналистике определено, что между жанрами происходят трансформационные процессы и доказано, что традиционные журналистские жанры стали веб-жанрами онлайн-контента (например, сторителлинг, лонгрид, веб-документальный фильм);

- в процессе коммодитизации СМИ были разработаны современные и совместные методы монетизации журналистских материалов, рассматривающие информацию с точки зрения товара.

- в интерпретации журналистских жанров онлайн-СМИ были выявлены общие и различные аспекты традиционной и интернет-журналистики, своеобразии их формы и содержания, изменения в языке, стиле, а также влияние журналистского мастерства на аудиторию и информационную эффективность.

Практические результаты исследования:

В ходе данного исследования изучалось влияние Интернета на систему традиционных жанров, исследовались изменения формы и содержания вследствие использования мультимедийных инструментов в художественно-публицистических жанрах, проводился сопоставительный анализ журналистских материалов, передаваемых в новом формате с традиционными журналистскими жанрами;

Проанализированы материалы зарубежных и отечественных СМИ в мультимедийном формате (лонгрид, сторителлинг, веб-документальный) и на портале «Oyina.uz» опубликовано 3 документальных мультимедийных лонгрида по данному направлению.

Разработаны предложения и рекомендации для интернет-изданий, действующих в Узбекистане, в частности, для ряда изданий, таких как «gazeta.uz», «oyina.uz», предложено добиваться преемственности и совершенствования таких материалов, повышения интереса читателей к предлагаемому качественному контенту.

Достоверность результатов исследования. Теоретические положения, использованные в работе, взяты из научной литературы и проведено их сопоставление с полученными результатами. Выводы исследования соотнесены с международными и отечественными исследованиями, выбранные научные источники и образцы отечественной и зарубежной практики соответствуют предмету исследования. Выводы научного и практического характера выражаются в том, что они основаны на сравнительных методах, научные идеи и предложения широко используются на практике и одобрены соответствующими организациями.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная и практическая значимость результатов исследования заключается в том, что современные публицистические жанры недостаточно изучены по сравнению с другими жанрами, вследствие этого расширен масштаб научно-теоретических взглядов на онлайн-контент, обоснована актуальность сравнительного анализа традиционных и современных жанров. На конкретных примерах показано, как работают журналисты над материалами для интернет-изданий в Узбекистане, предложена методика подготовки мультимедийных материалов, выявлен механизм и основные этапы подготовки интернет-материалов, даны конкретные рекомендации по подготовке мультимедийных материалов. Достоверность результатов исследования также подтверждена разработкой специальных курсов и учебной

дисциплины «Мультимедийная журналистика», что может быть использовано для выпуска учебной и учебно-методической литературы по данной сфере.

Внедрение результатов исследования. На основе полученных научных результатов по теме современной интерпретации публицистических жанров:

Сделанные выводы о возникновении изменений формы и содержания вследствие использования мультимедийных средств в художественно-публицистических жанрах, положения о классификации жанров в интернет-журналистике, их особенностях и возможностях в мультимедийных форматах (лонгрид, сторителлинг, веб-документальный) были реализованы в деятельности портала «Oyina.uz» (Справка республиканского Центра Духовности и Просвещения №/01/15-193 от 21 февраля 2024 года). В результате оптимизированные версии очерка в мультимедийном (лонгрид, сторителлинг, веб-документальный) формате, который является одним из журналистских жанров, были опубликованы на информационно-аналитическом портале «Oyina.uz» и послужили важным ресурсом для совершенствования навыка журналистов и создателей контента.

Определено, что использование мультимедийных инструментов в интернет-журналистике приводит к трансформационным процессам между жанрами, а также, требует определенного опыта и знаний в создании онлайн-контента. Положения и выводы о классификации жанров в интернет-журналистике, современных тенденциях, используемых в зарубежной журналистике были использованы в деятельности Национального информационного агентства Узбекистана (справка сайта uza.uz №01-23/613 от 6 июня 2024 года). В результате на сайтах изучалась «необходимость организации отдельного отдела или открытия лаборатории мультимедийных проектов». Это помогло улучшить редакционную работу и повысить профессиональное мастерство журналистов;

Выводы о процессе конвергенции журналистских жанров, влиянии Интернета на систему традиционных жанров, рекомендации по внесению изменений формы и содержания за счет использования средств мультимедиа были использованы в деятельности журнала «Ёшлик» Союза писателей Узбекистана (Справка №01-03/304 от 13 марта 2024 года.). В результате в процессе работы были использованы успешные методы создания национального контента и предоставления аудитории качественной визуальной информации, приемы журналистского письма и материалы для сотрудников редакции в современном формате, а также эффективность передачи материалов в мультимедийном стиле;

Выводы и предложения о необходимости запуска процесса коммодитизации в каждом виде СМИ и возможности применения этой тенденции к современным журналистским жанрам были внедрены в деятельность Союза журналистов Узбекистана (Справка Союза журналистов Узбекистана № 02-18/199 от 14 июня 2024 года) В результате она послужила необходимым ресурсом для изучения деятельности редакций в мультимедийной сфере.

Апробация результатов исследования. Результаты исследования обсуждались общественностью посредством выступлений на 2 международных и 5 национальных научно-практических конференциях.

Публикация результатов исследования. Всего по теме диссертации опубликовано 12 научных работ, в том числе 5 статей в научных изданиях, в том числе, в 2 зарубежных журналах, рекомендованных к публикации основных научных результатов докторских диссертаций Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложения и составляет 127 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении диссертации указывается актуальность и востребованность темы, ее соответствие приоритетным направлениям развития науки и техники республики, степень изученности проблемы, связь с планом научных исследований образовательного учреждения, в котором реализуется тема диссертации; описываются цель и задачи исследования, объект и предмет, методы исследования, научная новизна и практические результаты, обосновывается достоверность полученных результатов, практическая значимость, представлены сведения о внедрении результатов исследования в практику, апробации научной работы, опубликованных трудах и структуре диссертации.

В первой главе диссертации на тему «Развитие художественно-публицистических жанров в журналистике» рассмотрены место и роль публицистики в журналистике, ее специфические особенности, охарактеризованы виды публицистических жанров (философские, научные, комические, общественно-политические, художественные). Показано, как в современной теории «меняются» требования к журналистским жанрам в интернет-журналистике, анализируются такие понятия, как жанр, формат и форма, обосновывается возрастающая популярность журналистики 2.0 и всех видов журналистских жанров, анализируются предпосылки модификации очерков, фельетонов, брошюр, эссе, писем интернет-среде.

В научно-теоретической литературе о современных журналистских жанрах в качестве основного предмета работы анализировались материалы публицистических жанров, опубликованные в печатных и интернет-изданиях.

Журналистика – это продукт творческого мышления, дающий быструю и беспристрастную реакцию на общественно-политические, культурно-образовательные процессы, происходящие в обществе, события в глобальном масштабе, затрагивающие сознание, мировоззрение и образ жизни людей. «Она оказывает быстрое воздействие на сознание читателя, формирует общественное мнение о событии или проблеме, помогает ориентироваться в окружающем мире. Журналистика фокусируется на существующих проблемах общества, внимательно наблюдает и анализирует развитие событий. Публицист как наблюдатель — это исследователь, который

воспринимает действительность собственным мышлением и передает ее современникам своими чувствами»⁴⁴. Ввиду этого, значимо разграничивать понятия жанра и формата при анализе традиционных и современных журналистских жанров, в век Интернета, когда в одном материале одновременно совмещаются аудио, видео и текст, важно дать более широкое объяснение этим терминам.

Ученые имеют разные мнения о жанре: жанр – это средство категоризации текстов, существуют критерии их классификации, он основан на определенной цели в процессе создания материала. В зависимости от стиля выражения и сюжета можно определить, к какому направлению оно относится. Хотя некоторые учёные считают жанр материалом, состоящим из совокупности определённых условий, он имеет свою историю формирования и классификации. Некоторые исследователи считают, что у жанров есть свое эволюционное древо. То есть вновь возникающие формы и стили – это естественный процесс, как ветки, выходящие из дерева. В эпоху Интернета термин «формат» используется чаще, чем «жанр», и этот термин объясняется как слово, происходящее из термина «жанр». Чтобы разграничить эти два понятия и оценить содержание материала, необходимо сначала изучить их сущность. Требования к формату – это не то же самое, что характеристики, которым соответствует жанр. По мнению российского исследователя А.Н. Николаевой, «Словоформат входит в состав таких литературно-языковых понятий, как жанр и стиль. Он может включать материалы с определенными компонентами. Жанр – важный внутренний параметр любого текста, а формат по-прежнему измеряется внешними параметрами»⁴⁵. Западный исследователь В. Аксель описывает формат как «материализацию медиапрактики и стандартной возможности, которая направляет и поддерживает эти практики»⁴⁶.

Понятие формата ближе и более понятно практикующим журналистам, чем теоретикам, поскольку оно имеет концептуальные границы. Однако следует отметить, что формат не может выполнять задачу, которую выполняет жанр, он может повысить его эффективность за счет различных компонентов и ресурсов, но не может заменить жанр в целом. Жанр соответствует языку и стилю текста, а формат – общему виду и техническим параметрам материала. «Структура дискурса внутри жанра разрушает традиционные жанровые границы, и вскоре формат станет основным стандартом средств массовой информации»⁴⁷.

В первой главе диссертации на примерах изучаются традиционные и современные характеристики каждого вида журналистских жанров, а также

⁴⁴ Полонский А.В. «Публицистика как особый вид творческой деятельности» Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, vol. 11, no. 1, 2008.

⁴⁵ Иванова Людмила Викторовна. «Жанры и форматы мультимедийной журналистики как учебная дисциплина и методическая проблема» Челябинский гуманитарий, no. 4 (53), 2020, –С.97-104.

⁴⁶ Николаева А.Н. «Речевые жанры как новый формат текстовой журналистики». Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, no. 6, 2010, –pp. 30-35.

⁴⁷ Volmar, Axel: Formats as Media of Cooperation. In: *Media in Action. Interdisciplinary Journal on Cooperative Media*, Jg. (2017), Nr. 2, S. 9-28. DOI: <http://dx.doi.org/10.25819/ubsj/8172>.

то, как они претерпели изменения в сфере национальных СМИ, интернет-изданий и социальных сетей. Поскольку он наиболее отвечает современным журналистским требованиям и имеет множество особенностей и общих моментов, мы сочли необходимым проанализировать жанр эссе в последующих главах, а во втором параграфе первой главы «Роль жанра эссе в художественной публицистике» мы назвали это «современным подходом». В данной части диссертации рассматривается процесс адаптации и интерпретации эссе для интернет-журналистики. Interpretation в английском языке означает «интерпретация», «точка зрения». В Кембриджском словаре это объясняется как «объяснение чего-либо, интерпретация»⁴⁸. Этот термин можно встретить и в других научных и учебных источниках. По мнению российских ученых А.А. Калмыкова и Л.А. Кохановой, проводивших исследования трансформации традиционных жанров в Интернете, анализ мультимедийной природы Интернета, «традиционные СМИ рассматривают Интернет не как конкурента, а как возможность для роста»⁴⁹.

Фактически развитие Интернета и компьютерных технологий расширило сферу влияния и перспективы средств массовой информации. Продолжая следовать всем особенностям традиционной журналистики, онлайн-журналистика обогащается новыми функциями, такими как краткость, актуальность, лаконичность и эффективность. При этом с помощью технологических и выразительных средств она повысила свои возможности до следующего уровня:

Гипертекстуальность – это термин, пришедший со времен онлайн-журналистики. Это форма, которая предоставляет комментарии, дополнительную информацию, пояснения посредством ссылок в тексте в веб-среде, а их правильное использование помогает обеспечить качественное ознакомление с контентом, побуждает читателя лучше понять происходящее. Текстовое поле гипертекстовой ссылки можно расширять до бесконечности. Использование гипертекстовых ссылок служит основой «пруфлинкинга» - то есть надежным источником доказательства достоверности изложенных фактов.

Мультимедиа – особый вид компьютерной технологии, объединяющий визуальную (текст, графику) и динамическую информацию (речь, музыка, видеоклипы, анимация и т. д.), которая может быть представлена с помощью единого интерфейса или элемента управления. Это метод, который помогает передавать информацию техническими средствами, состоит из внешних и внутренних ссылок через определенные ресурсы в контексте интернет-СМИ и служит для повышения выразительного воздействия информации на аудиторию.

Интерактивность – элемент, помогающий аудитории формировать информацию в индивидуальной и развлекательной форме, причем каждый автор материала использует интерактивность через мультимедийные

⁴⁸ Николаева А.Н. «Речевые жанры как новый формат текстовой журналистики». Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, no. 6, 2010, –С. 30-35.

⁴⁹ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/interpretation>

продукты или через определенные ограничения выбора. Интерактивность – это процесс, связанный с передачей большего количества информации, который помогает пользователям получать информацию в понятной и интересной форме. Видео можно включать отдельно в аудио, в отдельную комбинацию в инфографику.

Синтетичность – эта особенность используется как в положительном, так и в отрицательном смысле. Таким образом, композиция веб-материалов способствует формированию новой сложной жанровой палитры в результате сочетания нескольких жанров. С другой стороны, сочетание текста, звука, аудио, видео, статичных изображений может увеличить вес материала.

Вышеперечисленные особенности представляют собой процесс, связанный с совершенствованием технологий, который увеличивает возможности создания объемных, красочных, содержательных материалов. Но это не значит, что традиционные жанры исчезнут, напротив, увеличение средств их формирования будет способствовать их систематизации. В этот экспериментальный период нашего исследования мы сравнили эссе традиционных публицистических жанров и эссе в современном онлайн-формате, включающем в себя особенности эссе. Для этого нами был проведен SWOT-анализ различий в их написании и изложении.

Традиционный и сходящийся SWOT- анализ эссе

Жанр тип	S сильные стороны	W - минусы	O - варианты	T – риски
Традиционный очерк	Использование экспрессивных средств выражения при создании художественного образа; Написание эссе, его интерпретация зависят только от автора	Незнание того, как очерк воспринят аудиторией; актуальность этого до следующего выпуска статьи или передачи; неиспользование мультимедийных средств при раскрытии образа героя материала; отсутствие интерактивной возможности передачи информации	Используя специальную платформу, на основе опубликованного в газете материала, подготовить очерк в новом формате; подготовленный для телевидения очерк использовать в дальнейшем для архивации материала; активизировать восприятие читателя от опубликованного материала в газете в целях устойчивого и длительного его запоминания	Низкий уровень повторного обращения к опубликованному в газете очерку; снижение количества читающих газеты и журналы
Тип СМИ	S сильные стороны	W - минусы	O - варианты	T – риски

Современный конвергентный очерк	Подготовка очерка не одним человеком. А группой сотрудников; использование мультимедийных инструментов для более глубокого раскрытия характера героя или проблемы; Использование в каждом случае платформ последней версии.	В регионах с низкой пропускной способностью интернета читать материал со всеми компонентами мультимедийности сложно; Высокая затратность усилий и продолжительность времени на подготовку одного лонгрида; Автор должен обладать универсальными способностями (быть организатором, уметь визуализировать текст, осуществлять монтаж и т.д.)	Есть возможность удержать внимание аудитория до финала материала; наличие возможности обнаружения и исправления ошибки в тексте; увеличивается продолжительность «жизни» материала (вследствие большого объема данных достигается полная информированность читателей)	Существует риск исчезновения архива; не исключен риск вследствие отсутствия интернета в один из дней может пропасть доступ к материалу
---------------------------------------	---	---	---	--

Ученые, называющие современное конвергентное эссе новым жанром онлайн-журналистики, не считают мультимедийную составляющую его основной особенностью. «Даже когда они передаются без каких-либо фотографий и мультимедийных средств, если последовательность детальная, то это лонгрид»⁵⁰, - считает А.В.Колесниченко. По его мнению, характерными чертами эссе являются систематическое изучение темы, длительное использование источников данных и интеграция в логическом направлении.

Если структура современного текста эссе размещена посредством мультимедийных платформ и максимально использованы интерактивные возможности онлайн-СМИ для раскрытия темы, этот жанр позволяет себя принять как новый формат универсальной журналистики.

Тема современного эссе охватывает вопросы, проблемы, жизнь людей, исторические процессы, необычные и нестандартные события, которые всегда находятся в центре внимания аудитории. Синхронные картинки, анимации, панорамы и инфографика загружаются на сюжет одним вертикальным движением курсора. Отдельно следует отметить, что будь то эссе или мультимедийный материал в другом формате, категорией, управляющей сюжетом и объединяющей компоненты под одной линией, является текст. Если текст обстоятельный, полный, богатый описательными выражениями, глубоко исследованный, имеет тщательно продуманную композицию,

⁵⁰ Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. М.: Юнити-дана, 2005. С. 112.

журналистская работа обязательно будет успешной. Эти особенности, характерные для современного формата эссе, позволяют считать его преемником традиционного жанра «эссе». Но это не значит, что все виды объемного материала следует считать эссе. Если полноценно не используются технологические средства, в материале отсутствует документальность, то даже если используются различные виды жанров, каждый публицистический жанр требует индивидуального подхода.

В ходе анализа мы стали свидетелями того, что форма и содержание традиционного и современного портретного очерка, а также способы выразительности полностью совместимы друг с другом. Различия есть лишь в доведении эссе до внимания читателя. То есть, если традиционное эссе в основном передается посредством слов и текста, то в современном портретном эссе в интернет-СМИ эффектно-образная функция сочетается со словами и компонентами (изображение, звук, методы анимации), привлекающими внимание аудитории. Здесь стоит отметить, что если какой-либо текст сопроводить фото или видео, это не будет мультимедийной журналистской работой. Прежде всего важно, чтобы тема журналистского произведения была выбрана правильно, чтобы в ней были тщательно разработана композиция, использованы факты и доказательства, соблюдена логическая связь документов. Чтобы существенно повлиять на читателя и побудить его прочитать длинный материал, желательно, чтобы каждый компонент, используемый в эссе, был объединен в одну строку. Видео, подходящее фото, фон для видео, соответствующая музыка для фона - можно сказать, что все это удовлетворяет спрос онлайн-аудитории только тогда, когда они связаны друг с другом в цепочку.

Абдулла Каххор, известный писатель и личность, занимающая достойное место в узбекской журналистике, сказал: «Если хороший рассказ имеет долгую жизнь, то и хорошее эссе может иметь долгую жизнь»⁵¹. Можно заключить, что эти мысли писателя применимы и к современным онлайн-эссе.

В третьей главе диссертации, озаглавленной «Интерпретация традиционной журналистики в интернет-СМИ», анализируются особенности эссе в век информационных технологий, его формы, объем, факторы, повлиявшие на его переход в группу мультимедийных форматов, исследованы публицистические особенности мультимедийных жанров.

Постепенный упадок журналистских жанров в медиамире некоторые теоретики связывают с устареванием и размытием характеристик каждого жанра. Другая группа ученых, проводившая исследования современных жанров придерживаются другой точки зрения: «Мы видим, что новые форматы longrid и artdoc (и, вероятно, не последняя модификация) переходят в сеть и обогащаются цифровыми технологиями. Подчеркиваем, что это изменение художественных и публицистических жанров, которые известны давно»⁵². Например, А. Золотухин и Ю. Мажарина сравнивают лонгрид с

⁵¹ Чепмен Н., Чепмен Д. Цифровые технологии мультимедиа. 2-е изд.: пер. с англ. М., 2006. –С.26.

⁵² Антонова В. И. Трансформация типологической и жанровой систем в современной журналистике: по материалам печатных изданий Поволжского региона: автореф. дис. Казань: Казан. гос. ун-т. 2006. –С.177.

художественной публицистикой, точнее, с очерком, и описывают его особенности. Они считают лонгрид «углубленным исследованием социальных процессов, включая длинные повествования, изучающие существование личности»⁵³.

Итак, в чем же заключаются особенности лонгрида, сторителлинга, веб-документального кино и тому подобных мультимедийных форматов? Чем они отличаются от традиционных жанров и какие свойства мультимедийных проектов, схожих с журналистскими жанрами, больше всего выделяются учеными?

Слово «Лонгрид» заимствовано из английского языка («long» означает длинный, «read» - чтение). «Снегопад» (Снегопад или лавина на обочине туннеля) был анонсирован на сайте «Нью-Йорк Таймс» как первый лонгрид в истории журналистики. В текст включены фотографии лыжников, 3D-модель гор, аудио, видео и интерактивная карта шторма. Материал был просмотрен более 3,5 миллиона раз за 6 дней⁵⁴.

Основываясь на компонентах, содержащихся в лонгриде, читатель может стать свидетелем того, что тема или проблема изучена со всех сторон, глубоко прочувствована, и в отличие от материалов традиционных СМИ имеет более уникальное видение, содержит оригинальную, качественную информацию. «Лонгрид следует воспринимать как целостную историю. То есть пользователь, открывший ваш материал, должен войти в раскрытую тему». Еще одной особенностью Longrid является всесторонний анализ рассматриваемой проблемы, а также представление информации различными способами.

Наргис Касимова, доктор филологических наук, отмечает, что существует несколько популярных видов лонгрида.

- портретный лонгрид;
- репортажный лонгрид;
- реконструктор лонгрид⁵⁵.

Портретный лонгрид полностью соответствует особенностям современного портретного очерка, которые были проанализированы в предыдущих главах диссертации. В нем портрет героя, мысли, жизненные выводы выражены на основе мультимедийных компонентов. Читающий ее пользователь должен образно воспринимать героя, составить о нем типическое представление через сочетание слов и образов. Важным отличием портретного лонгрида от портрета-эссе является то, что если раньше эссе писал один журналист, то в лонгриде над материалом могут работать несколько экспертов: дизайнер, фотограф, оператор и т.д. Например, портрет американской певицы Жанель Монэ, опубликованный на сайте pikchfort.com, является ярким примером нашего суждения. Longrid⁵⁶ — это многослойный

⁵³ Котаева А. Р. Трансформация жанровой системы в мультимедийной среде (от очерка к лонгриду) Дисс.канд. фил. наук. – С., 2016. –С.52.

⁵⁴ Онлайн журналистика ва медиада янги трендлар. 7-жилд – Т.: О'zbekiston, 2019. –Б.263.

⁵⁵ Онлайн журналистика ва медиада янги трендлар. 7-жилд – Т.: О'zbekiston, 2019. –Б.263.

⁵⁶ Каррие Баттон “Mind Control” <https://pitchfork.com/features/cover-story/reader/janelle-moana/>

прокручиваемый материал с цветовым балансом, динамической анимацией, изображениями, размещенными с подписями и соответствующими цитатами. Наряду с экскурсом в быт и биографию героя, в лонгриде раскрываются душевные переживания и духовный мир персонажа.

Смена бесцветного фона на красочный фоновый пейзаж указывает на то, что печальные дни позади и мечты сбываются. «Мы обнаружили, что мультимедийные компоненты в арт-доках и лонгридах функционируют как инструменты художественной выразительности»⁵⁷. То есть без художественных выразительных средств и образности, влияющих на особенности лонгридов и других мультимедийных проектов, мы не можем назвать их современной модификацией журналистики. Можно назвать ряд других лонгридов, в которых важным элементом является изображение.

«Шитье мечты всей жизни»⁵⁸, опубликованное на официальном сайте Норвежского совета по делам беженцев nrc.com, является ярким подтверждением нашего мнения. На этом сайте публикуются проблемные очерки о жизни беженцев в современном формате и портреты людей, преодолевших трудности. Организация была создана после Второй мировой войны и занимается предоставлением еды, образования, жилья, юридической помощи и защиты от насилия перемещенным лицам и беженцам разных национальностей.

Тема и содержание материала: Описан жизненный путь, судьба и переживания Гулистан, представительницы сирийских курдов, вынужденную бежать из своей страны из-за войны. Ее жизненный путь проходит от Аль-Хасаки до Дахука. Инфографика и карты высокого уровня показывают, что, несмотря на самолеты, выстрелы и крики, моральные и физические повреждения, спутниками женщины являются швейная машинка, ножницы и рулетка.

Методологические особенности текста: материал изложен от начала до конца на языке героини. Социально-экономическая ситуация в Сирии и жизнь беженцев описаны на фоне женщины, любящей свою профессию и свое предназначение. Даты также упоминаются в связи с политическими процессами.

Жанровый тип: Материал представляет собой смесь портретного и проблемного эссе, но это не повлияло на привлекательность статьи. Портрет женщины олицетворяет образ жизни тысяч женщин-беженцев и показывает, с какими трудностями они могут столкнуться.

Образный смысл: в названии лонгрида («Шитье мечты всей жизни») стремление женщины-иммигрантки к мечте всей жизни выражено через шитье. В самом названии присутствует явление метонимии. Известно, что метонимия – термин, выражающий многозначные слова, и считается явлением, «создающим выражение образа с помощью разных средств

⁵⁷ Шинкарюк Анастасия Александровна Жанровая составляющая основных мультимедийных форматов (лонгрид, артдок) // Журналистский ежегодник. 2017. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovaya-sostavlyayuschaya-osnovnyh-multimediynyh-formatov-longrid-artdok> (дата обращения: 12.12.2023).

⁵⁸ [Sewing her lifelong dream \(nrc.no\)](https://www.nrc.no/ Sewing her lifelong dream (nrc.no))

(сходства, уточнения, образной метафоры)»⁵⁹. Во время лонгрида анимируется карта местности, где проживала женщина-мигрантка, и пройденные пути показаны в виде ножниц, а на части пейзажа написано «Гулистан построила дорогу из Аль-Хасаки в Дамаск».

Передача смысла, основанная на взаимном сходстве между вещами, событиями и явлениями, называется метафорой. Характеристики объекта сравниваются с родственными или совершенно разными персонажами. В этой части и картинка, и текст отражают передачу смысла. Кроме того, блестящие ткани, использованные в качестве фона, расположение ножниц и ленты, добавили привлекательности материалу.

Проект имеет вертикальную структуру, которая открывается на отдельной веб-странице. На задний план были перенесены необходимые детали портновского дела и повышена реактивность материала.

Мультимедийные элементы: 31 фотография, 4 статических фото швейной машинки для фона, 2 видео; 1 итеративная карта, 5 онлайн-ссылок.

Остальные реконструктивные и репортажные жанры лонгрида можно назвать современными интерпретациями информационно-аналитических жанров. Их можно разделить на традиционные жанры в зависимости от графики, стиля исполнения и особенностей материала. Как справедливо отмечено, «Жанры продолжают жить в сети под новыми названиями, и их суть не изменится»⁶⁰.

Слово «сторителлинг» заимствовано из английского языка и означает «рассказывать историю». С помощью историй автор повествует о сложных событиях, не теряя при этом интереса аудитории. Сторителлинг – это особый способ выражения события.

Человечество обменивалось информацией устно до появления письменности. Обмен информацией осуществлялся иногда в официальной, иногда в свободной среде. Происхождение рассказывания историй берет свое начало с наскальной живописи в пещере Шове на юге Франции 30 тысяч лет тому назад. Она повествует и об использовании самодельного оружия при встрече с мамонтами, львами и носорогами, и об использовании самих животных для выживания, и о методах защиты.

Представители крупнейших научных кругов Америки утверждают, что особенности повествования в журналистике связаны с популяризацией течения «новой журналистики» во второй половине XX века. «Новая журналистика» сочетает в себе черты художественной литературы и публицистики, и в 1960-70-х годах XX века появился ряд произведений, отличающихся публицистическим подходом к использованию художественных средств. Писатель Том Вульф, один из основоположников

⁵⁹ Эргашева З. Маъно кўчиш турлари ҳақида назарий маълумот ва уни ўқитиш усулларининг илмий-методик адабиётларда ёритилиши // Ta'lim fidoylari. – ISSN 2180-2130. VOL-1, ISSUE – 1. 2022. – Б.13.!

⁶⁰ Роман Викторович Трофимов. Очерковая журналистика: очерк и его виды в современных СМИ. [Очерковая журналистика: очерк и его виды в современных СМИ \(spravochnick.ru\)](http://spravochnick.ru)

концепции «новой журналистики», утверждает, что «журналистский материал должен быть похож на рассказ и легко читаться»⁶¹.

Легенды, повествования, сказки и рассказы, книги, театральные представления, публичные выступления – рассказывание историй наблюдается повсюду. Есть много разных способов рассказать историю, но какую бы форму она ни приняла, она должна вызывать активную реакцию (гнев, готовность помочь, сочувствие) аудитории. Ввиду того, что есть возможность читать, слушать рассказ или смотреть его на экране, слова «аудитория», «читатель» и «слушатель» могут использоваться как синонимы.

Множество противоречивых статей публикуется американскими учёными о жанре сторителлинга, возникшем благодаря литературной публицистике. В частности, в статье Джоша Ройланда «Под любым другим именем: аргументы в пользу литературной журналистики» говорится: «Художественная журналистика переживает настоящий ренессанс как творческая область. Поначалу это направление отвергалось как абсурдная форма, созданная документальной природой журналистики и воздействующей функцией литературы». Журналист Н. Лайман сравнивает художественную журналистику с архитектурой. Он считает, что какой бы привлекательной она ни была, она должна быть функциональной, и у журналистов должен быть такой же выбор, как и эстетический выбор. Эстетический подход рассматривается в таких аспектах, как структура, описание, изображение и звук⁶². Под термином «эстетический выбор» Леманн понимает компоненты, которые влияют на адресата посредством технологического творчества. Сегодня не хватает одной мощи слова, чтобы привлечь и удержать читателей. Во многом теперь это достигается интеграцией передаваемого материала.

Сейчас под современным стилем сторителлинга во всем мире понимают комплексный стиль. По мере развития социальных сетей, маркетинга и блогерской деятельности составление правильной композиции посредством сторителлинга, наполнение ее яркими деталями и примерами приобретает особое значение. Именно такой подход нужен современному владельцу медиаотрасли, который хочет добиться успеха.

По форме выражения повествование делится на три типа: устное, письменное и мультимедийное (цифровое):

Устное повествование – это публичное выступление. Здесь важна мимика, жесты и эмоции говорящих. Его можно использовать в различных презентациях, тренингах и личном общении;

Письменный стиль повествования – это тип истории, используемый копирайтерами, блогерами, маркетологами, журналистами. Он представлен в виде текстов, привлекающих к медиапродукту более широкую аудиторию.

Мультимедийные (цифровые) истории – используются на веб-сайтах и в цифровой журналистике, в социальных сетях, а также при создании презентаций и видеороликов. Цифровые истории могут быть представлены

⁶¹ Rossiter M. Narrative and Stories in Adult Teaching and Learning // ERIC Digest, 2002. –pp.8.

⁶² Josh Roiland, By Any Other Name: The Case for Literary Journalism. Literary Journalism Studies. [062-091-LJS_v7n2.pdf \(ialjs.org\)](https://www.ialjs.org/v7n2.pdf) Мурожаат вақти: 18.08.2023

по-разному. Существуют также повествования на основе данных и цифровые повествования, относящиеся к онлайн-СМИ, которые являются форматами, наиболее изучаемыми и внедряемыми западными учеными.

Безграничные возможности Интернета позволили «вдохнуть жизнь» в мультимедийные истории. Тексты в них дополнены видеоинтервью, аудиоэффектами, инфографикой. Это не просто текст или аудиовизуальный продукт, а полноценный публицистический материал, который гарантирует, что читатель не отвлечется и не заскучает. Такие комплексные материалы помогают глубже вникнуть в большую тему, донести ее до аудитории как в визуальном, так и в аудиоформате. Эффективное использование мультимедийных элементов и сторителлинга помогает решить редакционные социальные задачи по вовлечению аудитории в сложные, многогранные истории. Здесь может возникнуть вопрос, чем отличается лонграйдинг от сторителлинга, имеющего одинаковую техническую структуру?

Сторителлинг, в отличие от лонгридов, имеет нелинейный формат, а это значит, что читатель может увидеть, прочитать и услышать ту часть истории, которая его интересует. Поэтому каждая часть должна иметь возможность предоставить ему полную информацию. Он включает в себя не только основную информацию, но также статистику по теме и ссылки на другие ресурсы, позволяющие читателю глубже углубиться в тему.

«Веб-документалистика» сегодня входит в число мультимедийных форматов, пользующихся популярностью у современной аудитории благодаря своей сложности, документальному характеру, использованию профессиональных инструментов при изображении даже мельчайших деталей. Этот термин является параметром, указывающим на уровень интернет-изданий и богатство качественного контента в мультимедийной журналистике. Веб-документальный фильм – это художественный документальный фильм, основанный на исторических фактах, реальных событиях или биографиях отдельных лиц. Существуют различные альтернативы этому термину: «веб-документ», «i-doc», «интерактивный документальный фильм», «документальный фильм новых медиа», «трансмедийные документы», «арт-документ». Каждая редакция использует данные термины по своему усмотрению.

Сюжет «веб-документа» формируется согласно сценарию. Чтобы раскрыть суть документальной реальности, заранее устанавливается, с кем сотрудничать. Благодаря его инструментальному характеру можно заранее спланировать, как должна быть построена визуальная композиция. То есть будет ли раскрываться тема через фото или видео, порядок использования фоновой музыки определяется заранее. Также важно, какой инструмент играет главную роль. Можно заранее планировать технологические аспекты документального веб-фильма. Например, необходимо определить, на какой платформе будет создаваться проект, использовать ли анимацию и 3d стили или нет.

Газеты, в отличие от печатной версии, в своем интернет-издании публикуют материалы, обогащенные мультимедийной информацией и

визуальной составляющей. К сожалению, в национальных интернет-изданиях тенденция подготовки качественного мультимедийного контента пока слабая. Лишь издания «gazeta.uz» и «kun.uz» стараются давать информацию в интерактивном формате.

Анализируя материалы «gazeta.uz», мы пришли к выводу, что количество просмотров и интерес аудитории к материалам этого формата оправдывает труд, который затрачивается на него. Попытаемся ответить на вопросы о том, сколько времени уходит на подготовку контента, достаточно ли оплата труда его создателей, какая платформа в Узбекистане оптимальна для размещения материала.

Для начала проанализируем материалы редакции газеты.uz, которая готовит больше всего мультимедийных материалов:

	Тип жанра	Формат	Название материала	Подготовительный период	Количество просмотров (03.07.2023)	Соц.сеть	
1.	Портретный очерк	портрет лонгрид	Бедность - это легко?	1 месяц	5810	109	-
2.	Портретный очерк	портрет лонгрид	Представитель профессии с нелегкой работой, низкой зарплатой и долгой историей	20 дней	13707	20 + 248	5
3.	Путевой очерк	репортаж-лонгрид	Приграничное море	1 месяц	15374	245	6
4.	Портретный очерк	портрет лонгрид	Обузданное время	20 дней	21980	5	-
5.	Репортаж	реконструктивный лонгрид	Как готовится книга?	1 неделя	17135	217	55
6.	Репортаж	репортаж-лонгрид	Как переживают морозы жители Старого города Ташкента?	1 неделя	93671	580	66
7.	Беседа	аналитический лонгрид	Почему мы стремимся в Ташкент?	2 месяца	18600	166	55

Как видно из таблицы, время, потраченное на материалы, различается в зависимости от их жанра. То есть на подготовку репортажа ушло меньше времени, чем на другие лонгриды, а это один из материалов, быстро достигающих внимания публики даже в традиционных жанрах. Жанры, которые занимают немного больше времени в традиционных публикациях, также готовы в долгосрочной перспективе и в онлайн-изданиях. Стоит отметить, что трудозатрат на материал гораздо меньше по сравнению с количеством просмотров. Причину такой ситуации следует искать в

восприятию информации аудиторией, уровне интереса пользователей к материалу, в презентационных навыках редакции или в самом журналистском произведении.

Чтобы посредством анализа определить процесс, этапы и проблемы подготовки мультимедийного лонгрида в отечественных СМИ, в рамках исследования мы апробировали его на практике. Так, в целях оживления исторических процессов в связи с 30-летием принятия Государственного гимна Республики Узбекистан мы подготовили длительную поездку в реконструктивном ключе. Первая попытка была неплохая. Подготовленный лонгрид назывался «Гимн, начинающийся звуками трубы и оставляющий после себя второе стихотворение Орипова»⁶³ и был опубликован на портале oyna.uz. Вот краткая информация об «Oyna.uz».

Oyna.uz – духовно-просветительский портал был создан на основании Постановления Президента Республики Узбекистан № PQ-5040 от 26 марта 2021 года «О мерах по коренному совершенствованию системы духовно-просветительского дела». Помимо новостей о Республиканском центре духовности и просветительства на портале также публикуются аналитические статьи на общественно-политические и исторические темы.

Но вернемся к лонгриду «Гимн, начинающийся звуками трубы и оставляющий после себя второе стихотворение Орипова». Тематика и содержание лонгрида отобразили сцену того времени, реконструировав историческое событие, процессы подбора музыки и текста Государственного гимна Узбекистана, этапы отбора. Рассказывается о критериях, по которым отбирались музыка и стихи, победившие в конкурсе, и о том, как эти процессы происходили в странах Центральной Азии. Платформа shorthand.com впервые использовалась при подготовке этого проекта longrid. Данная платформа имеет вертикальную структуру, которая открывается на отдельной веб-странице. Использование архивного видео в качестве фона указало на историческое содержание материала.

Лонгрид использовал мультимедийные элементы, такие как 13 фотографий, 7 газетных фотографий, 4 коротких видеоролика, подготовленных для фона, 1 инфографику, 1 онлайн-ссылку.

Как долго готовился этот лонгрид и какова была последовательность процессов?

Во-первых, в связи с 30-летием принятия Государственного гимна Республики Узбекистан была проработана идея создания материала, отличного от ранее подготовленных статей по истории принятия Государственного гимна.

Во-вторых, была сформирована команда специалистов: креативный сотрудник для написания, редактирования, работы с архивами, дизайнер, редактор и фотограф для создания качественных визуальных компонентов для размещения текстов в веб-инструментах и создания инфографики.

⁶³ [Karnay ovozi bilan boshlanadigan gimn va Oripovning ikkinchi she'rini ortda qoldirib \(shorthand.com\)](https://shorthand.com)

В-третьих, прежде чем готовить мультимедийный проект, процесс был разделен на три этапа: обучение, подготовка, передача. Каждый из них – это процесс, требующий особого труда и знаний. Для изучения периодов принятия государственного гимна были запланированы задачи и мероприятия, к каким источникам обращаться, где и как собирать архивные документы, у кого брать интервью.

В-четвертых, был определен ряд организационных процессов, связанных с подготовкой темы: в частности, подготовка официального письма, в котором содержалась информация о проекте для надлежащих организаций и т.д.

В-пятых, были отсортированы архивные документы, интервью и фотографии, и на основании документов, было определено, куда и что ставить какую музыку или фотографию использовать, и, наконец, написание сценария.

В-шестых, готовый текст был отредактирован и размещен в сети на платформе, занимающейся оформлением интернет-материалов, подобно тому, как газетный текст размещается в отдельных программах для оформления. Если какие-то источники взяты из самого Интернета, они помещаются в саму программу через гиперссылки и нажимается кнопка публикации.

Количество просмотров на самом сайте всего 1906 (по состоянию на 20.03.2024), а на Telegram-канале около 9 тысяч, количество рефералов – 50. Из-за отсутствия опыта работы на лонгрид-платформах срок готовности материала был продлен до 15 дней.

В рамках исследования в качестве эксперимента были подготовлены еще два материала. В таблице ниже показано, как национальный сегмент Интернета получил мультимедийные проекты. Кстати, важен и объем аудиторского мониторинга публикации, количество подписчиков.

№	Название материала	Описание	Время на создание	Дата	Аудитория / сайт и Социальные сети
1.	Гимн, начинающийся с голоса трубы	О процессах принятия государственного гимна	15 дней	10.12.2022.	1523/8417
2.	О Хаклик Муштуме ⁶⁴	О деятельности журнала «Муштум» в длину в один век	2 месяца	18.02.2023	1726/5435
3.	«Пятно» ⁶⁵	О механизмах пропаганды в период репрессий и трагической судьбе истинных приверженцев национальной идее	2 месяца	09.02.2023.	6123/ 4849

⁶⁴ <http://oyina.uz/uz/статья/1429>

⁶⁵ <https://oyina.uz/uz/статья/2009>

Как видно из таблицы, это очень низкий показатель для портала Ouyina.uz, имеющего 12 тысяч подписчиков, и его творческой команды. Когда мы анализировали материалы Gazeta.uz в цифровом формате, количество просмотров, репостов и комментариев в социальных сетях также было небольшим. Если несмотря на затраченные усилия на подготовку материала, отклик аудитории на него будет низким, формат, каким бы привлекательным он не был, не получит дальнейшего развития. Итак, какие выводы из этого следуют?

Прежде всего, преемственность материалов мультимедийного формата в национальных интернет-изданиях повышает интерес зрителя или читателя к качественному контенту. Для их увеличения, прежде всего, необходимо иметь специальный отдел или команду, работающую в интернет-изданиях, разработать тариф вознаграждения за каждый материал и сформулировать концепцию продажи (монетизации) материала. В зависимости от размера материала это может занять от 2 недель до 2 месяцев максимум при полной концентрации усилий творческой команды. Это зависит от темы, объема и целей работы. Какие особенности следует учитывать редакторам при взимании платы за мультимедийный контент?

Цены на мультимедийный контент варьируются в зависимости от используемой платформы, географического региона и опыта команды, создающей контент. Например, на какой бы платформе ни был создан материал, он работает на основе разных моделей оплаты. Некоторые платформы работают по подписке, другие — по платной услуге в зависимости от количества контента. Дизайнеры, фотографы, видеооператоры, редакторы, художники, иллюстраторы, композиторы и даже режиссеры документальных веб-фильмов работают вместе, чтобы создавать насыщенный и многокомпонентный контент. Их совместные материалы включены во все сервисы. Как монетизировать материал, зависит от каждого редактора. Например, издание «nytimes.com» использует привлекающие внимание заголовки, фотографии и предлагает годовую или ежемесячную подписку на издание тем, кто хочет прочитать материал до конца. В некоторых онлайн-изданиях чтение мультиконтента абсолютно бесплатное, а доходы от рекламы распределяются между создателями материала.

Поскольку аудитория Интернет-СМИ все больше заинтересована в чтении материалов, основанных на целостной концепции, она не просто читает сухую или официальную информацию посредством различных технологических инструментов, компьютеров, смартфонов, гаджетов, но и ощущает события или явления, отраженные в ней в мельчайших деталях. Создание возможности высказать мнение — одна из важных задач, стоящих перед интернет-журналистикой. Для этого типа материалов чаще используется термин «мультимедийная журналистика». Но термин «мультимедиа» отсутствует в примерах журналистики в Интернете — документальных веб-фильмах, лонгридах и повествованиях. Причина в том,

что создание и представление качественного контента — это бремя только для одного журналиста. То есть рождение проекта по одной теме – это результат многолетней работы команды из нескольких журналистов, дизайнеров и художников. На его подготовку может уйти больше месяца, а то и года⁶⁶.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования темы диссертации на соискание ученой степени доктора философии (PhD) филологических наук по теме «Современная интерпретация публицистических жанров» представлены следующие выводы:

1. Ввести в теорию жанров такие понятия, как «интернет-журналистика» и «публицистика 2.0», и включить выработанное в результате исследования определение.

«Интернет-журналистика – это модификация традиционных журналистских жанров, которая расширила возможности имиджа и воздействия за счет новых медиаресурсов в цифровой среде, улучшенных с точки зрения формата, языка и стиля».

«Публицизм 2.0 – это форма традиционной журналистики для социальных сетей, в которой проблема социальной значимости – это направление, выражающее мнение публичной сферы, выраженное в высказываниях в форме смысло-открытого текста или диалога».

2. В период, когда весь мир становится глобальным и выбор аудитории расширяется применительно ко всем сферам, было определено, что каждое средство передачи информации (блог, теле/радиоканал, печатные издания, сайты) должно иметь способность работать в конвергентном режиме. В то время как один или несколько онлайн-форматов совершенствуют свою деятельность и расширяют аудиторию посредством социальных сетей, масштабные издания в национальном сегменте Интернета на данном этапе терпят неудачу.

Отсутствие исследований трансформации журналистских жанров не может быть причиной их исчезновения. Национальные и зарубежные СМИ, а также блоги показали, что характеристики жанров расширились и совершенствовались на всех этапах технологического развития. Доказано, что технический фактор в расширении направлений журналистики имеет революционный характер.

3. Синтез и гибридизация жанров изменили способы подачи материала. Теперь учитывается внутренний и внешний состав жанров. Основной причиной этого является, прежде всего, беспрецедентный рост информационных средств и источников. В ходе исследования из традиционных жанров мы больше ориентировались на эссе, из мультимедийных форматов – на лонгриды. Любой материал, отражающий особенности эссе, будь то сетевой текст или радиозапись, считается документальной литературой. На основе изученной научной литературы

⁶⁶ <https://www.nytimes.com/subscription/all>

сопоставлены особенности лонгрида с эссе, изучено его постепенное совершенствование. Выяснилось, что мультимедийные компоненты представляют собой совершенно новые формы представления информации. Очерки, существующие в классической, традиционной публицистике, появляются в зарубежных интернет-изданиях в новой форме и стиле, с более разнообразными и впечатляющими компонентами.

4. Интернет-журналистика, продолжая следовать всем особенностям традиционной журналистики, дополнительно обогащается новыми функциями, такими как гипертекстуальность, синтез, интерактивность. Ввиду этого, каждый журналист должен обладать такими компетенциями, как цифровая грамотность, креативность при подготовке мультиконтента, навыками поисковой оптимизации, а также оперативностью и беспристрастностью.

5. Процесс коммодитизации СМИ, то есть стремление сделать продукт популярным, подойти к информации с точки зрения потребителей, монетизировать тот контент, который интересен аудитории и легко читается современной аудиторией требует широкой палитры изображений, использования интерактивности, качественных материалов, обусловленных простарненными и временными рамками.

Тем не менее, опросы показали, что большая часть аудитории предпочитает короткие и сенсационные новости.

6. Была обоснована необходимость изучения концепции публицистики 2.0 через наиболее используемые социальные платформы в Узбекистане, и выявлено, что даже мнения, выраженные в виде комментариев к постерам, могут вызвать бурную реакцию, дискуссии среди аудитории.

7. Определено, что мультимедийные материалы, созданные на основе традиционных эссе, не теряют своей актуальности и индивидуального стиля, даже если требуют длительных затрат времени на творческие процессы, а материалы, подготовленные на высоком уровне, и с годами не теряют интерактивности. Выявлено, что подготовить интересный, качественный контент можно, добавляя к материалам, созданным в традиционных жанрах и не потерявшим своей актуальности, новые факты и мультимедийные компоненты.

8. В рамках исследования посредством анализа с целью выявления процессов, этапов и проблем подготовки мультимедийного лонгрида были опубликованы 3 собственных проекта диссертанта в отечественных СМИ с более чем 12 тысячами подписчиков, а также изучено мнение аудитории и ценообразование.

Нижеприведенные положения и выводы, выявленные в ходе диссертации, позволили выработать следующие предложения и рекомендации по оптимизации интерпретации публицистических жанров.

Во-первых, каждое интернет-издание может увеличить количество качественного и интересного контента, повысить цифровую грамотность сотрудников, сформировать у них современные компетенции, для чего им рекомендуется эффективно использовать возможности работать над собой в

течение года или 6 месяцев, а также в целях повышения квалификации своих специалистов проводить тренинги.

Во-вторых, необходимо организовать в редакциях отдельный отдел или открыть лабораторию мультимедийных проектов. Лаборатория призвана изучать новые форматы, основанные на научных инновациях в журналистике, и применять их на практике. Во вновь созданном подразделении необходимо заранее распределить темы, исходя из годового плана, и разделить сотрудников соответственно функциональным обязанностям. В отдел для работы с архивами и необходимыми ресурсами необходимы такие специалисты, как сотрудник по организационным вопросам (оформление писем организациям, назначение даты встречи с респондентами, контроль сроков анонсирования проектов), фотографы, монтажники, дизайнеры.

В-третьих, следует учить предмету «Публицистические жанры в цифровой журналистике», модификации традиционных и современных жанров во время теоретических и практических занятий на факультетах журналистики, использованию платформ визуального контента, навыкам совместной работы.

В-четвертых, разработать отдельный тариф для мультимедийных проектов в каждой редакции. Порядок выплаты гонораров в редакциях отечественных СМИ, который мы изучили в ходе исследования, был выведен из порядка в материалах, подготовленных в информационных жанрах. Для журналистских материалов каждый фото- или видеоконтент требует отдельного подхода и стоимости.

В-пятых, хороший журналистский материал нуждается в продвижении так же, как продукт нуждается в рекламе. Прежде чем публиковать мультимедийный материал, необходимо подготовить аудиторию, транслируя контент постпродакшн максимально креативно и увлекательно.

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

NASIMOVA IRODA ZIYODULLA KHIZI

MODERN INTERPRETATION OF PUBLICITY

10.00.09 – Journalism (philological sciences)

ABSTRACT
of the Dissertation of the Doctor of Philosophy (PhD) on Philological Sciences

The theme of the doctoral (PhD) dissertation in philological sciences was registered by the Supreme Attestation Commission № B2022.2.PhD/Fil2672.

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

The abstract of the doctoral dissertation was posted in three languages (Uzbek, Russian, English (resume) languages on the website of the Scientific Council at www.uzjoku.uz and on the website of “Ziyonet” Information and Education portal at www.ziyonet.uz.

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

Official opponets: **Masharipova Tamara Zoldasbaevna**
Doctor of philological sciences (DSc), professor

Karimov Amrullo Ashurovich
Doctor of Philological Sciences (DSc), associate professor

Leading organizations: **National University of Uzbekistan**

The defense of the dissertation will be held at the meeting of the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan Ph.D.03/30.12.2019.Fil.14.01 on “___” “___” 2024, at ___ at (Address: Center-5/88. 100017, Tashkent city, Republic of Uzbekistan. Tel.: (99871) 207-09-06; email: info@jmcu.uz).

The doctoral dissertation can found in the Information-source center of the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan (Address: Center-5/88. 100147, Tashkent city, Republic of Uzbekistan. Tel.: (99871) 207-09-06; email: info@jmcu.uz).

The abstract of the dissertation was distributed on "___" _____, 2024.
(Register Protokol № _____ of _____ “___” 2024).

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

A.I. Safarov

Scientific secretary of the
Scientific Council on Award of Scientific
Degrees, Ph.D., Associate professor

N.F. Muratova

Chairman of the Scientific Seminar of the
Scientific Council on Award of Scientific
Degrees, Doctor of Philological Sciences

INTRODUCTION (Dissertation abstract)

The purpose of the research is to study the journalistic text editing, the editor's technique of working with the text, the unique and different aspects of editing of the editorial schools formed in the national press, to study the professional foundations of the relationship between the author and the editor in editorial offices, and to develop practical recommendations for improving the work of editors.

The task of research are:

- to study the stages of emergence and development of essay genre in national journalism;
- researching the influence of the Internet on the traditional system of genres in the process of convergence;
- researching the changes in form and content due to the application of multimedia tools to literary journalistic genres;
- analysis of journalistic materials transmitted in a new format in online publications and comparison with traditional journalistic genres;
- classification of genres in internet journalism and determination of their features and possibilities in multimedia (longrid, storytelling, storymep) format;
- to analyze the compositional structure, methodological features and linguistic possibilities of publicistic materials published in world and national internet publications.

The object of the research are “ntimes.com”, “theguardian.com”, “lenta.ru” newspaper “The New York times” in the world and national internet segments. organizes materials related to publicistic genres published on “gazeta.uz” and “daryo.uz” sites from our national publications.

The scientific novelty of the research is:

- the gradual development of the concept of artistic-journalistic genres within the genres of journalism, their interpretation, classification of genres, their peculiarities, the demands placed on them, and their role and importance in the formation of social opinion were proved;

- due to the use of multimedia tools in Internet journalism, it was determined that the processes of transformation between genres take place and that this requires specific experience and knowledge in creating online content;

- new formats of online content to traditional journalistic genres (such as storytelling, longread, web - documentary) proved to be web genres;

- in the interpretation of journalistic genres to online media, the common and different aspects of traditional and internet journalism, their form and content, changes in language, style, and the effect of skill issues on the audience and information effectiveness were proven.

Implementation of research results. Based on the conclusion and practical suggestions developed in connection with the research of the topic of modern interpretation of journalistic genres:

Changes in form and content due to the use of multimedia tools in artistic journalistic genres, classification of genres in Internet journalism and their features and possibilities in multimedia (longread, storytelling, web-documentary) formats are related to the activity of the “Oyina.uz” portal. implemented (Reference No. /01/15-193 dated February 21, 2024 of the Center for Spirituality and Enlightenment of the Republic). As a result, is an optimized version of an essay in a multimedia (long-read, storytelling, web-documentary) format, which is one of the journalistic genres, published on the information-analytical portal “Oyina.uz” and serves as an important resource for improving the skills of journalists and creative content.

Classification of genres in internet journalism, suggestions on modern trends used in foreign internet publications were used in the website of the National Information Agency of Uzbekistan is uza.uzinternet publication (“uza.uz” internet publication No. 01-23/613 dated June 6, 2024). As a result, the sites studied the “need to organize a separate department or open a laboratory for multimedia projects”. This helped improve editorial work and enhance the professional skills of journalists;

In the process of the convergence of journalistic genres, the influence of the Internet on the traditional system of genres, the recommendations regarding the introduction of changes in form and content due to the use of multimedia tools were used in the activity of the “Youth” magazine. /Reference No. 304). As a result, the work process included successful methods of creating national content and providing the audience with high-quality visual information, journalistic writing techniques and materials for editorial staff in a modern format, as well as the effectiveness of transmitting materials in a multimedia style;

Conclusions about the problems of journalistic skill in interpreting journalistic genres online were used by The Association of Journalists of Uzbekistan. (Reference No. 02-18/199 of the Union of Journalists of Uzbekistan dated June 14, 2024) As a result, it served as a necessary source for studying the activities of editorial offices from a multimedia perspective.

Publication of research results A total of 12 scientific works on the topic of the dissertation, including 5 articles in scientific publications recommended for publication of the main scientific results of doctoral dissertations of the Higher

Attestation Commission under the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan, including 3 republican and 2 foreign journals.

Structure and scope of the study. The dissertation consists of an introduction, three chapters, a conclusion, a list of used literature and an appendix. The length of the dissertation is 127 pages.

E'LON QILINGAN ISHLAR RO'YXATI
LIST OF PUBLISHED WORKS
I bo'lim (I chast; I part)

1. Nasimova I.Z. Publicistic genres in the age of modern technology: exposure or necessity? JournalNX – A multidisciplinary peer reviewed journal. ISSN No: 2581 – 4230. Impact factor: 7.223. Volume 8, Issue 12, December, 2022. P.: 312-315.
2. Nasimova I.Z. Raqamli media davrida janr va format masalasi. Xorazm Ma'mun akademiyasi axborotnomasi. ISSN 2091-573X. 2023. B. 81-84. (10.00.00.No-21).
3. Nasimova I.Z. An'anaviy va zamonaviy ocherkning mushtarakligi va o'ziga xosligi. Namangan davlat universiteti ilmiy axborotnomasi. ISSN: 2181-0427. 2023. B. 356-361. (10.00.00.No-26)
4. Nasimova I.Z. An'anaviy va tarmoq ocherki xususiyatlari. //Science and scientific research in the modern world-online conference. (24th April, 2024) – Turkey. Issue 4. P. 96-101. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11649493>.
5. Nasimova I.Z. The role of multimedia elements in the preparation of portrait longrid// “International scientific innovation research conference” (3th October, 2024) – Issue 9. P. 31-34.
6. Nasimova I.Z. Ocherk tavsifi va tasnifidagi o'zarishlar. O'zbekiston Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti tomonidan o'tkazilgan “Reallikni raqamli transformatsiyasi” mavzusida o'tkazilgan Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi. 2022. B. 1080-1084. <https://doi.org/10.24412/2181-1385-2022-2-1080-1084>.
7. Nasimova I.Z. Jurnalistikada publitsistikaning o'rni va zaruriyati. //Zamonaviy taraqqiyotda ilm-fan va madaniyatning o'rni Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi. 15-son. 2022. B. 155-158.
8. Nasimova I.Z. Hajviy, falsafiy va badiiy publitsistika: tadrij va tahlil. // Zamonaviy taraqqiyotda ilm-fan va madaniyatning o'rni Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi. 18-son. 2022. B. 274-278.

II bo‘lim (II chast; II part)

- 9.** Nasimova I.Z. Milliy internet nashrlarida sifatli multimediyaviy kontent tayyorlash masalasi. International journal of media and communications in Central Asia. P-ISSN: 3030-3265. Volume, 4 2024.
- 10.** Nasimova I.Z. Storitelling publitsistika janr sifatida // O‘zJOKU “Ommaviy axborot vositalarida til va uslub masalasi: tahlil, tasnif, qiyos” mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. 2022. B. 319–324.
- 11.** Nasimova I.Z. Publicistic genres in the age of modern technology: exposure or necessity? Open Access Repository, 8 (12), 312–314. 2022. <https://doi.org/10.17605/osf.io/fyj3w>.
- 12.** Nasimova I.Z. The role and importance of the essay genre in artistic journalism. Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences, 1 (9), 73-76.2021.
- 13.** Nasimova I.Z. Modern views of artistic publicist essays. Евразийский журнал академических исследований, 1(7), 38–40. 2021.
- 14.** Nasimova I.Z. Coverage of current social issues in the essay. Евразийский журнал академических исследований, 1(7), 19–22. 2021. <https://in-academy.uz/index.php/ejar/article/view/346>
- 15.** Nasimova I.Z. Publicity as an Integral Creative Activity. Journal of Ethics and Diversity in International Communication; Vol. 2 No. 8 Journal of Ethics and Diversity in International Communication; 61-64. 2022.