

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**МИРЗО УЛУҒБЕК НОМИДАГИ
ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИ**

**ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТИ
“УСЛУБИЯТ, ТАҲРИР ВА ИНТЕРНЕТ ЖУРНАЛИСТИКАСИ”
КАФЕДРАСИ**

ФОТИМА МАДРАХИМОВА САЙДАЛИЕВНА

**ЎЗБЕКИСТОНДА НОДАВЛАТ ГАЗЕТАЛАРИНИНГ
ИНТЕРНЕТ ВЕРСИЯЛАРИ**

5320100 – Журналистика

Бакалавр даражасини олиш учун ёзилган

МАЛАКАВИЙ БИТИРУВ ИШИ

**Илмий раҳбар:
С. Азимова**

ТОШКЕНТ 2014

МУНДАРИЖА

КИРИШ	3-7
I БОБ. Газета интернет муҳитида: тарихи ривожланиш босқичлари	8-34
1.1. Дунё газеталарининг интернетдаги чиқиши ва Ўзбекистон тажрибаси.....	8-25
1.2. Матбуот нашрлари ва уларнинг электрон нусхалари.....	25-34
II БОБ. Интернет нашрларининг анъанавий нашрлар билан ҳамоҳанглиги ва уларнинг жамият ҳаётида тутган ўрни	35-55
2.1. Интернет газеталарда мақолаларни узатиш усуллари.....	35-44
2.2. “Суғдиёна” www.sugdiyona.uz , “Даракчи” www.darakchi.uz ҳамда “Бекажон” www.bekajon.uz газеталарнинг анъанавий ва веб-сайтларининг қиёсий таҳлили.....	44-55
ХУЛОСА	56-61
Фойдаланилган адабиётлар рўйхати	62-64
ИЛОВАЛАР	65-76

**Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети
Журналистика факультети талабаси Фотима Мадрахимова
Сайдалиевнанинг “Ўзбекистонда нодавлат газеталарининг интернет
версиялари” мавзусидаги малакавий битирув ишига**

ТАҚРИЗ

Ҳозирги кунда мамлакатимизнинг турли минтақаларида Ўзбекистон нодавлат нотижорат ташкилотлари Миллий ассоциацияси, Фуқаролик жамиятини ўрганиш институти, Мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди каби жамоат ташкилотлари томонидан ахборот-ресурс марказлари ташкил қилинган ва фаолият кўрсатмоқда.

Ишнинг киришда мавзунинг долзарблиги, объекти ва предмети, мақсад ва вазифалари, ўрганилганлик даражаси очиб берилган. Малакавий битирув иши икки боб, тўрт фаслдан иборат бўлиб, хусусан, ҳар бир боб тартиб билан ишланган, бунда аввал бевосита назарияга кейин таҳлилий қисмига ўтилган.

Талаба Фотима Мадрахимова “Ўзбекистонда нодавлат газеталарининг интернет версиялари” мавзусини ўрганишда бугунги куннинг энг муҳим ва долзарб мавзуни кўтарганлигидан далолат. Мавзу яхши ўрганилиб, изланганлиги, кўплаб адабиётлардан фойдаланилганлиги ишнинг назарий ва таҳлилий қисимларида сезилиб турубди. Ишда мавзунинг долзарблиги очиб берилиб, мақсад ва вазифалари аниқ белгилаб олинган.

Омманинг маънавиятини ривожлантиришга ижобий таъсир этаётган электрон нашрлар диплом ишида анча чуқур таҳлил этилган. Бу Фотима Мадрахимова танланган мавзуни анча мукамал ўрганганидан далолат беради. Ўзбекистонда фаолият юритаётган Интернет ОАВларнинг барча функциясини ўзида жамланишини ишни ўрганилиш давомида анча таҳлиллар ва мисоллар билан исботлаб берилган. Шу боисдан ҳам, ишни жиддий қизиқиш билан ўқиб чиқдим ва Фотима Мадрахимовага ушбу мавзу доирасида ўз кузатувларини давом эттиришини таклиф этаман.

Ишнинг хулоса қисмида тахлилнинг асосий натижалари келтирилган бўлиб, улар умумлаштирилган ҳолатда берилган. Битирув малакавий ишини тайёрлаш жараёнида Ф.Мадрахимова электрон нашрлардаги манбаларни бирма-бир ўрганган ҳолда, мақолаларни тахлилини анъанавий матнлар билан солиштирган ҳолда ҳам амалга оширди.

Мазкур малакавий битирув ишининг мазмунидан кўринадикки, интернет ОАВлар жамият ҳаётида муҳим бир йўлбошчи ва маслаҳатчи ҳамроҳ эканлиги ўз исботини топган. Муҳими, бу иш қисқа мудатда ёзилмаган, мавзунини талаб даражасида ёритиш учун узоқ муддат давомида материал йиғилган.

Ишни ўқиб, унча жиддий бўлмаган баъзи бир камчилликлардан ҳам холи эмаслиги кузатилди. Ишда баёнчилик устунлик қилган. Аммо булар ишнинг умумий қийматини туширмайди. Юқоридаги камчиликлар фақат кўрсатма сифатида қабул қилинса мақсадга мувофиқ бўлади. Иш ДАК талабларига тўлиқ жавоб беради ва уни ижобий баҳолаша бўлади.

“Оммавий алоқалар ва
реклама” кафедраси
доценти

Г.У.Нишоновна

КИРИШ

Бугунги кунда замонавий ахборот коммуникация технологиялари, фан ва техниканинг илғор ютуқлари, хусусан, интернет тизими турли давлатлар ва минтақалар ўртасидаги чегара ҳамда тўсиқларни очиб бераётгани интернет журналистика ривожига улкан ҳисса қўшаётганлигини билдиради. Албатта, бундай пайтда интернет ва ОАВдан юқори тезлик талаб этилади. Президентимиз И.А.Каримов “Жаҳон миқёсида воқеалар шиддат билан кечаётган бир пайтда замонавий ахборот коммуникацион технологиялардан, интернетнинг беқиёс имкониятларидан фойдаланишга тайёр бўлиш матбуот, ахборот ва медиа тармоқлари, жумлалдан, телевидение ва радио соҳасида хизмат қилишга ўзини бағишлаган, етук мутахассис бўлишга аҳд қилган ва бу соҳада ўз келажагини кўрмоқчи бўлган оммавий ахборот воситалари ходимларининг фаолият мезонига айланиши зарурлигини барчамиз яхши англаймиз”¹ – дея, таъкидлаб ўтганди.

Мамлакатимизда компьютер ва ахборот технологиялари, телекоммуникация ва ахборот узатиш тармоқлари, интернет хизматларини ривожлантириш, уларни дунё стандартларига етказиш ва шу асосда ахборотлашган жамият сари жадал интилиш мақсадида кенг қўламли ислохотлар амалга оширилмоқда.

“Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқуқрлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш Концепцияси” да Ахборот соҳасини ислоҳ қилиш, ахборот ва сўз эркинлигини таъминлаш борасидаги устувор йўналишларида юртимизда, аввало, оммавий ахборот воситаларини ривожини таъминлайдиган мустаҳкам қонунчилик базасини яратилганлиги, оммавий ахборот воситаларининг эркин ва жадал ривожланишини таъминлашга қаратилга ўнга яқин қонун ҳужжатлари қўбул қилинганлиги қайд этилди.

¹ Каримов И.А. Юксак маънавият – енгилмас куч. –Т.: Маънавият, 2008. - Б.116.

Жумладан, интернет журналистикасини ҳам миллий ахборот бозоридаги улуши ортиб бораётгани, фойдаланувчиларнинг айна йўналишда берилаётган маълумотларга талаби ошаётганлигини кўрсатади. Натижада, UZ домени остида яратилаётган сайтларнинг ҳам сони ортиб бормоқда. Шу билан бирга, газеталарнинг ҳам интернет версиялари ишлаб чиқилиб, фойдаланувчиларга қатор қулайликларни яратмоқда. Масалан, газетанинг эски сонидан нашр этилган ва сизга жуда манзур бўлган бирор бир мақолани қайта ўқимоқчисиз. Лекин газетанинг қоғоз нусхасини топа олмадингиз. Хўш, бунинг учун газета таҳририятига бориб, сизга керакли бўлган сонни архивдан топиб беришларини илтимос қилишингиз шарт эмас. Чунки мазкур газетанинг интернет версиясидан бир неча сонияларда излаб топишингиз мумкин. Газетанинг эски сонларида чиққан мақолалар мос рукнларга жойлаштирилади. Мақола муаллифи ёки сарлавҳани келтиришингизнинг ўзи кифоя. Бу фақат бир устунлиги, тадқиқот ишимда газеталарнинг интернет версиялари фаолиятини ўзига хос хусусиятларини атрофлича ёритишга ҳаракат қиламиз.

Мамлакатимиз бўйлаб нашр этириладиган матбуот нашрларининг интернетдаги версиялари бир неча йиллардан буён фаолият олиб бормоқда. Уларнинг ҳар бирини талаб даражасида деб айта олмаймиз. Шунинг ҳам таъкидлаб ўтиш жоизки, йил сайин уларнинг сони ошиб, такомиллашиб бормоқда. Бу эса электрон нашрлар олдига ахборот бозорида қўйиладиган талабларига жавоб бериш вазифасини қўяди.

Мавзунинг дорзарблиги. Ҳозирги кунда интернет алоҳида оммавий ахборот воситалари турига айланиб улгурди. Бу кўп фойдаланувчиларни жалб эта олган веб-порталлар, блоглар ҳамда веб-сайтлар фаолиятида яққол кўринади. Шу билан бирга, бошқа турдаги оммавий ахборот воситаларини ҳам қамраб олмақда ва улар замирида ўсиб, мустаҳкамланиб бормоқда. Интернет матбуот соҳасини ҳам ўзлаштирмоқда. Яъни, бугунга келиб, деярли ҳар бир газета ёки журналнинг веб-сайти мавжуд. Улар, ўз навбатида,

газетанинг имижи, реклама, обуна ва бошқа бир қатор масалаларни ҳал қилишга кўмаклашмоқда.

Битирув малакавий ишининг мақсад ва вазифалари. Ўзбекистонда кўплаб обуначиларни ўзига жалб эта олган “Суғдиёна”, “Даракчи” ҳамда “Бекажон” газеталарининг интернетдаги веб-версияларининг ютуқ ва камчиликларини ўрганиш, мавжуд муаммоларга ечим излаш ва босма кўринишдаги ва электрон вариантдаги нашрларнинг ўзаро мувофиқлигини ўрганиш. Мақсадимиздан келиб чиққан ҳолда, олдимизга қуйидаги вазифалар қўйдик:

- Нашрларнинг тарихи ва бугунги фаолиятини ўрганиш;
- Газета босма нашрининг хусусиятларини ўрганиш;
- Газета электрон нашрининг хусусиятларини аниқлаш;
- Босма нашр билан электрон нашрни қиёсий таҳлил қилиш;
- Мавжуд камчиликларни ўрганган ҳолда газета интернет версиялари фаолиятини яхшилаш.
- Жойлаштирилаётган мақолаларга фойдаланувчилар томонидан билдирилаётган муносабат ва қўйилаётган талабларни ўрганиш.

Мавзунинг методологик асослари. Ушбу тадқиқот Президент асарларига, услубий қўлланмаларга, соҳа бўйича мутахассисларнинг турли хил китобларига, интернетда эълон қилинган материалларга таяниб, қиёсий таҳлил ва мониторинг орқали ўрганилади.

Ушбу ишда **тадқиқот объекти** сифатида “Суғдиёна” www.sugdiyona.uz, “Даракчи” www.darakchi.uz ҳамда “Бекажон” www.bekajon.uz газеталарининг интернетдаги веб-версиялари, **ишнинг предмети** сифатида газета ва веб-нашрларнинг жанр хусусиятлари, таркиби, тузилиши, журналистик фаолият намуналари, реклама имкониятлари олинган.

Тадқиқот ишининг илмий янгилиги шундан иборатки, танланган мавзу ҳозиргача ўрганилмаган, танлаган объектларимиз нисбатан кўпроқ обуначилар ва фойдаланувчиларга эга бўлган нодавлат газеталар ва уларнинг

веб-нашрлари ҳисобланади. Шу кунга қадар давлат газеталарининг интернет версиялари ўрганилиб, нодавлат газеталарнинг интернет версиялари эътибордан четда қолган. Уларнинг дунё миқёсида ўз мавқеига эга бўлган электрон нашрлар даражасига кўтарила олиш имкониятларини ўрганиш, доимо янги тажриба ҳисобланади. Нодавлат газеталарнинг интернет версияларида кузатилаётган камчиликларни аниқлаб, уни бартараф этиш йўллари мисоллар орқали исботлаб бериш тадқиқот ишимнинг яна бир янгилиги ҳисобланади.

Тадқиқотнинг назарий ва амалий аҳамияти. Ишнинг назарий ва амалий аҳамияти бевосита унинг илмий янгилигига боғлиқ.

Тадқиқот иши юзасидан олинган натижалар, тавсиялар ва муҳим маслаҳатлар нафақат газеталарнинг веб-нашрлар, балки бошқа тармоқларда ишлаб, бевосита интернет журналистикани ривожлантириш борасида иш олиб бораётган мутахассислар учун ҳам муҳим қўлланма бўлиши мумкин.

Шунингдек, газеталарнинг интернет муҳитига кириб боргунгача бўлган даврни ўрганиш, ҳозирги ҳолатини аниқлаш ва ютуқ ва тажрибаларини ҳали интернет нашри мавжуд бўлмаган газеталарга қўллаш. Бундан ташқари, ўрганилган материаллар ва хулосаларни жамлаб, улардан маъруза ва амалий машғулотларда фойдаланиш мумкин.

Мазкур тадқиқотимизни ўрганилганидан келиб чиқиб, ишда келтириб ўтилган тавсия ва хулосалар интернет журналистика бўйича таълим олаётган талаба, битирув малакавий иши тайёрлаётган тадқиқотчилар учун зарур аҳамиятга эга. Битирув малакавий ишини муваффақиятли ҳимоя қилгач, унинг натижаларини бирон-бир илмий тўплам ёки республикамизнинг илмий журналларининг бирида эълон қилишни олдимизга мақсад қилиб қўйганмиз.

Битирув малакавий ишининг тузилиши. Мазкур битирув малакавий иши кириш, икки боб (бобларда иккитадан фасл ўз ифодасини топган), хулоса ва фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат.

Ишнинг кириш қисмида тадқиқот ишининг долзарблиги, ўрганилганлик даражаси, янгилиги, мақсад ва вазифалари, объекти ва

предмети, ишнинг назарий-методологик асослари, тадқиқот натижаларининг назарий ва амалий аҳамияти, тузилиши ҳақидаги маълумотлар ўз аксини топган.

Биринчи боб “Газета интернет муҳитида: тарихи ривожланиш босқичлари” номланиб, унда дунё газеталарининг интернетдаги чиқиши ва Ўзбекистон тажрибасига мисоллар орқали таҳлил этилган. Шунингдек, матбуот нашрлари ва уларнинг электрон нусхалари тадқиқ қилинган.

Иккинчи бобда эса босма ва электрон нашрнинг ўзига хос жиҳатлари, фарқли томонлари ўрганилиб чиқилган. Бир нечта нодавлат газеталарининг интернет версиялари қиёсий таҳлил қилиниб, уларда жойлаштирилаётган мақолаларни бериш усуллари, сарлавҳа танлаш маҳорат даражаси ҳам ўрганилган.

Хулоса қисмида эса тадқиқот объектининг ўрганилганлик даражасидан келиб чиқиб, тадқиқотчи томонидан чиқарилган фикр-мулоҳазалар ҳақида баён этилган.

I БОБ. ГАЗЕТА ИНТЕРНЕТ МУҲИТИДА: ТАРИХИ РИВОЖЛАНИШ БОСҚИЧЛАРИ

1.1 Дунё газеталарининг интернетдаги чиқиши ва Ўзбекистон тажрибаси

“Интернетга эҳтиёжнинг бир қанча сабаблари бор эди. Биринчидан, Интернетнинг бу каби ахборотларни тақдим этишдаги тезкорлиги ва иқтисодий қулайлиги ан нашрларимизнинг мавзу кўламини кенгайтиришга хизмат қилди. Иккинчидан, бизда Интернетга уланиш эндигина амалга оширилаётган бир пайтда, хорижий йирик ахборот агентликлари ва ОАВларининг веб-нусхалари сифатли ва тезкор фаолиятини йўлга қўйиб бўлганди. Демак, мамлакат ОАВ учун Интернет улкан ахборот манбаи бўлиб хизмат қилгани тарихда шу аснода муҳрланди”².

Газеталарнинг Интернетга чиқишини 3 босқичга бўлиш мумкин:

- 1994-1998-йиллар;
- 1999-2004-йиллар;
- 2005-2009-йиллар.

Газеталарнинг Интернетга чиқиш жараёнида биринчи тажрибани Америкада чоп этиладиган газеталар ўтказишди. Улар 1994 йилнинг охирига келиб 10 та газетанинг веб-сайтини яратишга эришишди. Булардан San Francisco Examiner/Chronicle, Mercury News, Raleigh News & Observer ларни мисол тариқасида келтиришимиз мумкин. Бутунжаҳон газеталар ассотсацияси маълумотларига кўра 1996 йилга келиб Америка Қўшма Штатларида 175 та кунлик газета ўз веб-сайтига эга бўлди³.

Биринчи босқичда веб-сайтлар таҳририят ва таҳририят ходимлари ҳақида маълумот бериш билангина шуғулланган. Хабарлар, мақолалар, шарҳлар ва газетада нашр этилаётган бошқа материаллар камдан кам ҳолларда веб-саҳифаларга қисқа хабар кўринишида жойлаштирилган.

² Қудратхўжаев Ш. Интернет ва ахборот хизматлар, фойдаланиш асослари. Ўқув қўлланма. –Т.: Истиклол.: 2013. –Б.5.

³ <http://www.uza.uz>

Газеталарнинг интернет версияларини шаклланишида, уларнинг бошқа ОАВ билан ҳамкорликда on-line хизматлар ташкил этилганлиги муҳим роль ўйнади дейишимиз мумкин. Америка олимлари Election Line ахборот каналида 1996 йил АҚШда учта йирик медиакомпаниялар – The Washington Post, Newsweek ва ABC компаниялари ўзаро ҳамкорликда маълумотларни жойлаштириш Интернет хизматини мисол қилиб келтиришимиз мумкин.

1996 йилга келиб, сайтлар Президент фармонлари ва қарорларини ҳам тезлик билан газеталарнинг интернет версияларида ёрита бошлашган.

Веб-нашрларнинг жадал ривожланиб бораётган пайтида, афсуски газеталар бир қанча моддий-иқтисодий муаммоларга дуч келишган. Сабаби, реклама берувчилар интернетга мурожаат қилишмаган. Натижада, газета веб-нашрлари даромад олмаган.

Россия оммавий ахборот воситалари интернет оламига биров кечроқ кириб келган. Евгений Горновнинг “Рум интернет соломаси” китобида биринчи бўлиб “Учительская газета” ўз электрон вариантыни яратганлиги таъкидлаб ўтилган. Унинг ҳозирда мунтазам равишда янгиланиб борилаётган сайтининг “Архив” бўлимида унинг илк кўринишини кўришингиз мумкин. Лекин у биров зерикарли, чунки сайтнинг дизайни устида ишланмаган, суратлар ва видеолардан умуман фойдаланилмаган, навигациялар ва қўшимча хизматлар ҳам йўқ, фақатгина газетадан кўчириб олинган матнлардан иборат ҳолос. Шундай бўлса ҳам матнларнинг ўзи ҳам катта информацияни етказиш имкониятига эга бўлган. Бу босқичда Россияда Интернетга хусусий лойиҳалар жойлаштириш ҳолларини кўплаб кузатиш мумкин. “РОМАН”, “Журнальный зал”, “Тенег” каби журнал типдаги нашрлар, “Русская литература” каби архив ва каталоглар, “Библиотека Мошкова” каби кутубхоналар, шунингдек илк информацион каналлар (“Россия-онлайн”, “Национальная служба новостей”) ҳам ташкил этилди.

Босма оммавий ахборот воситаларининг Интернетга чиқишини иккинчи босқичи 1999-2004 йилларга тўғри келади. Мазкур босқичда Интернет информацион канал сифатида намоён бўлди ҳамда анъанавий

оммавий ахборот воситалари билан рақобатлаша бошлади. Аудитория унга тўлақонли мукамал ахборий манба сифатида қарай бошлади ва унинг аудиторияси борган сари кўпайиб борди. Бу босқичнинг энг аҳамиятли жиҳати Интернетнинг анъанавий оммавий ахборот воситаларининг рақобатчисига айланаётганлигида эди.

Бу босқичда Интернет тўлиқ ахборий манба ва ахборот агентлиги кўринишига эга бўлди.

Биринчи босқичда газеталарнинг Интернет сайтлари visit-card вазифасини бажарга бўлса, энди у босма нашрда чоп этилган барча материалларни бутун дунёга тарқата бошлади. Газеталарнинг вақтида сотилмай қолиши эътиборга олиниб, фақатгина материаллар босма матбуотда чоп этилгандан кейингина электрон нашрга жойлаштирилар эди. Бу эса бошқа давлатларга хизмат сафари ёки дам олиш учун кетганларга интернет орқали информация олиш имкониятини берган.

Бу босқичда газеталарнинг Интернет нашрлари интернет имкониятларидан тўлиқроқ фойдаланишга эришдилар. Улар мавзуга оид турли хил суратлар ҳамда графикалардан фойдаланишган. Бу эса, ўз навбатида, мақола мазмунини етказиб берувчи асосий шаклга айланиб борди. Шу билан бирга, Интернетга янги интерактив хизматлар қўшила бошлади. Бунга мисол қилиб, муҳокама имкониятини, овоз беришни, рейтингни, таҳририятга электрон хат орқали юбориш имкониятларини келтириш мумкин. Бундай режимда ишлаш веб-сайтларнинг ҳам, газеталарнинг ҳам ривожланишига, аудиториясининг кенгайишига ёрдам берди.

2005 йилга келиб, газеталарнинг Интернет-аудиторияси сезиларли даражада кўпайганини кўришимиз мумкин. Айнан шу йилга келиб, босма ОАВ сайтлари дастлабки таҳририят Интернет – бўлимларидан жиддий фарқ қиладиган тўлақонли оммавий ахборот воситаси сифатида оммалаша бошлади. Ҳаттоки, энг кичик газеталарнинг сайтлари ҳам қўллаб-қувватлашга эҳтиёж сезмай қўйди.

Бу даврга келиб, медиа бирлашмалар газета саноатининг инқирозини ва газеталарнинг on-line версияси ўқувчиларининг ўсиш динамикасини босма нашр сотувининг ўсиши билан солиштириб бўлмас халқаро масштабда ўсганлигини очикча муҳокама қила бошлади. Халқаро газета ассоциацияси берган баҳога кўра, 1999 йилдан 2005 йилгача бўлган муддат ичида газеталарнинг Интернетдаги аудиторияси бутун дунё бўйича 350 %га, газеталарнинг сотилиши эса 4,75 %га ўсган⁴. Бу қиёсий маълумотлар ассоциациянинг 2005 йилдаги йиғилишида эълон қилинган.

Ҳозирга келиб, Интернет барча Оммавий ахборот воситаларини қамраб олди. Айни жиҳатни ҳисобга олиб, экспертлар қуйидагиларни қайд этишмоқда:

биринчидан, ихчам ахборот ташувчи провайдерлардан фаол фойдаланиш: мобил телефонлар, коммуникаторлар, чўнтак компьютерлар ва бошқалар;

иккинчидан, ўзига хос оммавий алоқа воситаларини назарда тутувчи ва турли медиа платформаларни бажарувчи турли белгили вербал тизимлар, фото, аудио ва видео;

учинчидан, босма нашрдан Интернетга реклама ва эълонларни ўтказиш.

Ўтган йиллар давомида тўпланган тажрибаларни бир жойга жамлаганда, газета ходимларининг газета веб-сайтларини яратишда, моделлаштиришда иккита стратегиясини кўришимиз мумкин.

1. **Print-first** – бунда веб-сайтнинг аҳамияти газетадан кейинги иккинчи ўринга қўйилади ва унга босма нашрга қўшимча сифатида қаралади.
2. **Web-first** – бунда print-firstга тескари равишда асосий эътибор газетага эмас, балки веб-сайтга қаратилади. Газета эса иккинчи даражали ҳисобланади. Бугунги кунда хориждаги кўплаб кундалик газеталар бу моделдан фойдаланишмоқда. Унга кўра материаллар биринчи веб-сайтда

⁴ [http:// www.un.org/ru/](http://www.un.org/ru/).

эълон қилинади, on-line тарзда аудитория билан муҳокама қилинади ҳамда шу асосида материаллар тайёрланиб газетада чоп этилиб тарқатилади⁵.

Таҳририятдаги амалиёт аксарият ҳолларда бу икки принципни биргаликда олиб боради. Масалан, атига бир йил ичида Интернет-ОАВ топ ўнталигига киритилган “The New York Times” босма нашридан ҳам кўра, Интернет вариантыга кўпроқ эътибор қаратади. Веб-сайтга газетадагидан ҳам кўпроқ маълумот жойлаштирилади. Веб-сайтнинг яна бир аҳамиятли жиҳати шундаки, веб-сайтда видео, аудио ва инфографик материаллар ҳам бериб борилади. Газета бош муҳаррири Артур Сулзбергер ўз таҳририяти www.uz сайтининг 2014 йил апрел оyi ҳолатига кўра жамлаган статистика бўйича тайёрланган⁶. (1- илова)

Юртимиздаги оммавий ахборот воситалари 2002 йилдан бошлаб Интернетда ўз веб-сайтларини ташкил қила бошлашди. Уларнинг аксарияти таҳририят ҳақидаги маълумотларнигина тақдим этишга мўлжалланган веб-ваколатхона кўринишида яратилган бўлиб, натижада бизнинг ОАВмиз Интернетда ўзини таништира бошлади.

“Мазкур босқичда бир қанча камчиликлар ҳам кўзга ташланар эди. Хусусан, тезкорлик ва сифат борасида оқсашлик; веб-саҳифалар Интернетнинг хусусиятларини инобатга олмаган ҳолда, иш фаолияти анъанавий ОАВ сингари тузилишга эга бўлганлиги; Интернет ресурслари соҳасида назарий ва амалий билим, кўникмаларнинг етишмаслиги; веб-сайтга жойлаштирилган маълумотларнинг ўқиш учун мураккаб ва ноқулай тартибда жойлаштирилгани; журналистлар учун Интернетдан фойдаланиш имкониятларининг чекланганлиги ва шу сабабдан айрим таҳририятларда ахборот вакууми сақланганини келтириб ўтиш мумкин. Мазкур жиҳатларнинг баъзилари ҳозирда ҳам намоён бўлмоқда”⁷.

⁵ Под редакцией М.М. Лукиной. Интернет – СМИ. Теория и практика. – М.: АСПЕКТ-ПРЕСС. 2010. -С.184.

⁶ <http://www.uz>. Milliy qidiruv tizimi. Jamlangan statistika. Resurslarni tillari bo'yicha taqsimlanishi.

⁷ Қудратхўжаев Ш. Интернет ва ахборот хизматлар, фойдаланиш асослари. Ўқув қўлланма. –Т.: Истиклол, 2013. -Б.15.

Интернетнинг глобал кўламда ёйилиши ва унинг ўзига хос виртуал ахборот бозорига айланиши минтақавий ва миллий ОАВ эътиборига ўз аудиториясини интеграциялаш ва кенгайтириш учун янги воситаларни ҳавола этди. Интернетнинг потенциал имкониятлари амалда дарҳол баҳоланди ва 1996 йилдан бошлаб, давлат ва жамоат тизимларининг тармоққа уланиши бошланди. Аммо республика оммавий ахборот воситалари глобал тармоқни ўзлаштиришни 2002 йилдан бошладилар. Мазкур жараённинг тезлашувига 2002-2010 йилларда компьютерлаштиришни ва ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш бўйича Миллий Дастур кўмаклашдики, мазкур Дастурда тармоқ миллий сегментини ривожлантириш йўналишлари белгилаб берилган.

Гарчанд ўзбек сегменти - Uzneta провайдерлар кўрсатадиган ахборот хизматларининг анчайин шаклланган ва ташкиллашган тизимига айланган бўлса-да, самарали ва тезкор тўлдирилиши нуқтаи назаридан унинг ахборот захиралари оптималлашиши, Интернет-ОАВлар бирмунча шаклланиши тақозо қилинади. Uzneta ривожланишининг биринчи босқичи қизиқишлари умумий инсонларни бирлаштирган кўп сонли лойиҳаларнинг пайдо бўлиши ва Ўзбекистон ҳақидаги тарихий, маданий саҳифаларни ҳавола этиши билан тавсифланган эди. 2002 йилда анъанавий ОАВ ўз электрон версияларини яратиш орқали виртуал маконни фаол ўзлаштира бошлашди. Бу тажриба ҳамиша ҳам муваффақиятли кечавермади, малакали ходимлар етишмаслиги, янги медиа бозори эҳтиёжларидан беҳабарлик ва Интернет-нашрлар фаолият юритишининг ўзига хосликларини билмаслик кўзга ташланди.

Доимий асосда тезкор янгиланадиган ахборотларни ҳавола этадиган қатор ахборот порталлари ва ихтисослашган сайтларнинг, хусусан, «UZreport», «Infocom.uz» ва бошқа кўплаб сайтларнинг пайдо бўлиши мазкур йўналишдаги жиддий қадам бўлди⁸.

Яқин-яқингача Ўзбекистон журналистикасининг Интернетда намоён бўлишини ўрганиш учун амалий мисоллар етишмасди. Аммо охириги

⁸ Рашидова Д., Н. Муратова. Интернет журналистика. -Т., 2007.-Б.47 .

йилларда мамлакатда Интернет оммавий ахборот воситалари кескин кўпайди, глобал тармоқда анъанавий оммавий ахборот воситаларининг электрон нусхалари пайдо бўлди, Интернет ОАВнинг янги медиа тури вужудга келди, журналистик фаолиятнинг алоҳида йўналиши бўлмиш Интернет журналистика фаоллашди.

2013 йил 1 ноябрь ҳолатига кўра, агентлик томонидан рўйхатга олинган, оммавий ахборот воситаларининг умумий сони 1377 тани (720 таси газета, 286 таси журнал, 16 таси ахборотнома-бюллетень, 4 таси ахборот агентлиги, 67 таси телевидение, 34 таси радио, 253 таси веб-сайтлар) ташкил этди.

Шу ўринда ҳозирда оммавий ахборот воситаларининг 40 фоиздан зиёди маълум бир соҳага ихтисослашганлигини алоҳида қайд этиб ўтишимиз лозим⁹.

Яна бир манбага назар ташлар эканмиз, 2013 йил январ ҳолатига кўра Интернетнинг UZ ҳудудида 16,3 мингта веб-сайт мавжуд бўлиб, шулардан 196 таси расман ОАВ сифатида рўйхатдан ўтказилган. Интернет ОАВ миллий ахборот маконининг алоҳида ва мустақил сегменти сифатида шаклланди. Дунё бўйича ва Ўзбекистонда веб-журналистика мислсиз суръатларда ривожланиб бориши муносабати билан, бу масалани ўрганиш, тадқиқ қилиш замон талабига айланди¹⁰. 2014 йил бошида Uz domenда 9,815 миллион интернет фойдаланувчилари бўлган бўлса, ҳозирга келиб бу кўрсаткич 10,089 миллион фойдаланувчига етди¹¹.

Мутахассисларнинг фикрича, Интернетга уйдан уланиш ривожланган мамлакатларда умумий қамров даражасига етмоқда. 2014 йил охирига бориб дунёдаги барча оилаларнинг 44 фоизиди интернетга уланиш имконияти бўлади. Ривожланаётган давлатларда бу ҳол ҳар учинчи оилага тўғри келади.

⁹ Юнусов А. Оммавий ахборот воситалари ихтисослашувининг долзарб аҳамияти // Олий журналистика курсларида ихтисослашув масалалари. –Т.: Фафур Гулом, 2013. –Б.4.

¹⁰ Қудратхўжаев Ш.Т. Интернет ва ахборот: хизматлар, фойдаланиш асослари. –Т., 2013.–Б.4.

¹¹ www.Uzrepoet.com.

Тараққий этган мамлакатларда 78 фоиз оилалар интернетдан фойдалана олади¹².

Шундай қилиб, Интернет - оммавий ахборот воситаларининг алоҳида, электрон техникага асосланган бир турига айланди, у турли мавзулардаги ахборотларни йиғиш ва уларни компьютерлар тармоғи орқали тарқатиш ва уни бевосита матбуот - яъни босма сўз воситаси деб бўлмаса-да, у оммавий ахборот воситаси сифатида матбуот қонунларига асосланиб иш кўради.

“ОАВ тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонунининг 4 моддасида “Оммавий ахборотни даврий тарқатишнинг доимий номга эга бўлган ҳамда босма тарзда (газеталар, журналлар, ахборотномалар, бюллетенлар ва бошқалар) ва (ёки) электрон тарзда (теле-, -видео-, кинохроникал дастурлар, умумфойдаланишдаги телекоммуникация тармоқларидаги веб-сайтлар) олти ойда камида бир марта нашр этиладиган ёки эфирга бериладиган шакли ҳамда оммавий ахборотни даврий тарқатишнинг бошқа шакллари оммавий ахборот воситасидир”, деб белгиланган. Қонунинг 3-бобига кўра Интернет нашрларини ОАВ сифатида рўйхатдан ўтказиш муассиссининг ихтиёрига кўра амалга оширилади¹³.

Тарихнинг кўрсатишича, интернет-ресурслар ва ҳатто ОАВларнинг интернет-муқобилларини ҳамма вақт ҳам интернет-ОАВларга тааллуқли бўлган дея олмаймиз. Бугунги Интернет-нашрларнинг илк кўринишлари электрон эълонлар тахталари (BBS) ва янгиликлар гуруҳлари (Newsgroups) бўлган. Улар Интернетнинг илк йилларида пайдо бўлиб, мавзусига кўра тақсимланган ва вақти-вақти билан янгилаб турилган. Кейинчалик интернет-ОАВлар спектри ғайриоддий тарзда кенгайди ва Интернетда анъанавий медиа-тузилмалар ҳамда ўзига хос тармоқли тизимлар ажралиб кўрина бошлади. АҚШда биринчи электрон газета 1990 йилда пайдо бўлиб, «The Electronic Club» деб номланган. Шундан сўнг оммавий нашрларнинг электрон намуналарини яратиш борасида ҳақиқий портлаш юз берди (The

¹² www.google.co.uz.

¹³ Муратова Н. ва бошқалар. Босма оммавий ахборот воситалари таҳририятлари учун қўлланма. - Т., 2008.-Б.83.

Wall Street Journal, Los Angeles Times, etc.). Рақамларнинг кўрсатишича, агар 1995 йилнинг бошида электрон газеталар сони 100 та бўлган бўлса, 1996 йил бошида улар сони 815 тага етади, 1996 йил ўрталарида эса 1115 та бўлган. 1999 йилда AJRNewslink компаниясининг маълумотлар базасида 4925 та тармоқ газеталари бор эди. Улар орасида фақатгина электрон шаклдаги нашрлар ҳам анчани ташкил қиларди. Журналларнинг электрон кўринишлари (Businessweek, Editor & Publisher, etc.), Ахборот агентликларининг, телерадиокомпанияларнинг сайтлари яратила бошланди. Телерадиокомпанияларнинг интернет-лойиҳаларига нисбатан босма ОАВларнинг электрон намуналари анча муваффақият қозонди¹⁴.

“Интернетнинг ривожини журналистикада ахборот коммуникацион технологияларнинг кенг қўлланилиши натижасида рўй бераётган конвергенция жараёни замонавий ОАВнинг ижодий фаолиятига сезиларли ўзгаришлар олиб келаётгани айтиш ҳақиқат. Шу боис Ўзбекистондаги газеталар Интернетда ўз веб-версияларини яратишлари, замонавий бозор стратегиясини зарурий элементи, деб ҳисоблайди. On-line Publisher Association маълумотларига кўра, Интернетда энг оммавийлашган сайтлар анъанавий ОАВ электрон сайтларидир. Масалан, Буюк Британиядаги бундай сайтларга BBCнинг www.bbc.co.uk.com, “TheFinancial Times”нинг www.ft.com, “The Daily Telegraph”нинг www.telegraph.com каби электрон манзиллари киради. Худди шундай бозорни АҚШ медиа бозорида ҳам қўллади мумкин. “The New York Times”, “«The Washington Post»”, “The Los Angeles Times”, “The Wall Street Journal” каби йирик нашрлар ахборот сайтларининг лидерлари ҳисобланади”. Сўнгги тадқиқотлар интернетда ўз саҳифасига эга бўлган газеталар ўқувчиларнинг сони, уларнинг қўғоз вариантыга қизиқишини янада ортганлигини кўрсатмоқда. Хусусан, “The Media Audit” компаниясининг ўтказган тадқиқотларига кўра, веб-муҳитда

¹⁴ Қосимова Н.С. Интернет журналистиканинг технологик асослари. -Т.:ART PAPER BUSINESS MCHJ, 2012. -Б.23-24.

электрон нусхасига эга бўлган газета ва журналларнинг ўқувчилари сони тобора ошиб бормоқда¹⁵.

Шу ўринда бир нарсага эътиборингизни қаратсак. Телевидение ихтиро қилинганда, босма матбуотнинг буткул йўқолиб кетилиши башорат қилинганди. Лекин матбуот шу кунга қадар ҳам ўз ўрнини сақлаб келмоқда.

Оммавий ахборот воситаларининг босқичма-босқич тарзда он-лайн кўринишга ўтаётганлиги, электрон нашрлар пайдо бўлаётганлиги, шунчаки замонавийлик учун сунъий равишда яратилаётгани йўқ. Аксинча, аудитория веб нашрларда мавжуд қулайликлардан фойдаланишни хоҳлагани учун, яъни талабнинг борлиги учун ишлаб чиқилмоқда.

Ўзбекистонда «Народное слово», «Правда Востока», «Зеркало XXI» газеталари биринчилардан бўлиб ўзларининг электрон нусхаларини яратишга киришдилар. Аммо барча босма нашрларда ҳам (хатто ўзининг веб-сайтига эга бўлганларида ҳам) Интернет нусха раҳбарият томонидан етакчи деб қаралмаслиги ҳолати кузатилади. Бу нарса газетанинг босма нусхасидаги барча материалларнинг ҳам веб-сайтга жойлаштирилмаслигида, веб-саҳифа мунтазам янгилаб борилмаглигида кўринади¹⁶.

Анъанавий ОАВнинг аксарияти, потенциал афзалликлардан фойдаланишга интилган ҳолда, мазкур жараёнга жиддий ёндошмоқдалар, бироқ муаммо шундаки, ҳамма нашрларнинг ҳам бунга имконияти йўқ. Кўплаб ОАВ мазкур муаммони ҳал этиш учун турли ташкилотларга – грант берувчиларга мурожаат қиладилар. Масалан, Интернет-нашрлар ресурсларини оптималлаштириш ишига Мустақил ОАВ ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш Жамоатчилик фонди (www.mmf.uz) ҳам катта ҳисса қўшмоқда. Фақат 2006 йилнинг ўзида 40 дан зиёд пойтахт ва минтақалар газета ва журналларига уларнинг электрон версияларини ривожлантиришга ёрдам кўрсатилди. Улар қаторида www.mirnovostey.uz ;

¹⁵ Н.Муратова. ОАВ ва интернет. Конвергенция ва замонавий журналистиканинг янги кўринишлари.// Ўзбекистон матбуоти, 2005. №4. -Б. 41.

¹⁶ Қосимова Н.С. Интернет журналистиканинг технологик асослари. -Т.:ART PAPER BUSINESS MCHJ, 2012. –Б. 23-24.

www.turkiston.uz; www.mahalla.uz; termizokshomi.uz ва бошқаларни, шунингдек www.gorizont.uz; www.gazeta.uz сингари Интернет-нашрларни кўрсатиш мумкин.

Аммо, юқорида таъкидланганидай, уларнинг Интернет ресурслари канчалик ривожланганлиги даражасини акс эттирадиган жамоатчиликка маълум бўлган самарали статистика мавжуд эмас. Интернет-нашрларнинг тематикаси ҳақида сўзлаганда, ахборот ва кўнгилочар сайтларнинг устуворлиги тенденцияси мавжудлигини таъкидлаш лозим, бу аксарият ҳолларда кўпчилик сайтларда таҳлилий материалларнинг йўқлигига олиб келмоқда. Партиялар, парламент фаолиятига бағишланган махсус рукнларнинг мавжуд эмаслиги мазкур мавзуларнинг ёритилишини фақат ахборот-хроника даражасига тушишига олиб келади. Масалан, қатор сайтларни таҳлил қилиш шундай хулосага олиб келадики, Парламент фаолияти тўғрисида ахборот бериш кўпинча нима? қаерда? қачон? сўроқларигагина жавоб берадиган қуруқ хроникага айланиб қолади¹⁷.

Газеталарнинг интернет версиялари, дастлаб давлат газеталари томонидан ишлаб чиқилди. Маълумотларни ўз вақтида янгиланмаслик, сайтда ишлашнинг ноқулайлиги, мақолаларнинг нотўғри жойлаштирилиши ва бир қатор камчиликлар деярли ҳамма газеталарнинг веб-версияларида яққол кўзга ташланар эди. Бугунги келиб, мазкур камчиликлар секин-аста бартараф этиб келинмоқда. Чунки, дастлабки интернет версияларини ишлаб чиқишдан мақсад – фақатгина дунё тажрибасини ўзлаштириш эди. Секин-асталик билан газеталарнинг интернет версиялари реклама хусусиятини ўзида мужассамлаштиргани ҳамда интернетнинг ўта оммалашиб кетганидан, уларнинг веб-версияларига ҳам етарлича аҳмият берила бошланди. Қуйидаги марказий газеталарнинг интернетдаги веб-сайтлари юқорида келтирилган камчиликларни бартараф этиш устида ишлаётганликларини эътироф этиш мумкин.

¹⁷ Рашидова Д.К. СМИ в Интернет и освещение законодательной деятельности Интернет-журналистикой. (ЕвропЭйд дастури доирасидаги «Ўзбекистондаги ислохотларни янада чуқурлаштириш» Лойиҳаси) -Т., 2006. –Б.12-13.

Шулардан, “Маърифат” газетаси сайтини таҳлил этишимиз мумкин. “Маърифат” ижтимоий-сиёсий газета бўлганлиги учун уни дизайнини яратишда бачканаликка йўл қўйилмаган. Аксинча, жиддий услубдан фойдаланилган. Сайтнинг юқори қисмига туширилган ой, ер шари, қуёш ва китоб сураatlари газетанинг кенг қамровли, зиё таратувчи, ижтимоий мақолаларга бой эканлигини билдириш билан бирга рамзий маънони ҳам ифодалаб турибди. Маълумот олишни ҳам талабга жавоб берадиган даражада бажариш амалга оширилган деб айтиш мумкин.

Бу веб-нашрга қанча қарасангиз ҳам кўзингиз унчалик толиқмайди, мониторинг таъсиридан ташқари, албатта. Чунки ҳаво ранг ва оқ ранглардан маҳорат билан унумли ва кўпроқ фойдаланилган. Ҳаво ранг азалдан сокинлик ва тинчликни билдиради. Оқ ранг эса покликни. Улар биргаликда ажойиб жуфтлик ҳосил қилишган десак муболаға бўлмайди. Асабийлашиб турган фойдаланувчига озгина бўлса ҳам психологик хотиржамлик бахш этади. Сарик, кулранг ва яшил ранглар ҳам веб-нашрнинг дизайнига ўзгача жозиба бахш этиб турибди. Уни классик услубда безатилган сайтнинг ёрқин элементи дейиш мумкин. Одатда, сарик ва кулрангдан фойдаланиш ноўрин, чунки улар одамларни ўзидан итарди ва кўзни тез чарчатади. Бу ерда эса сарик рангдан озроқ фойдаланиб, акс таъсирга эришилган. Хулоса қилиб айтганда, ҳаворанг, оқ, сарик, яшил, кўк ва кулранглардан унумли фойдаланиш орқали ранглар мутаносиблигига эришилган. Шрифтлар ҳам тўғри танланган. Сайт бўйлаб ҳаракатланиш қулай. Лекин, камчилик сифатида анимацион элементларни йўқлигини келтириш мумкин.

Реклама тижорат манбаи сифатида веб-нашр ва веб-сайтларда бирламчи ўринда туради. Бу веб-нашрнинг катта камчиликларидан ҳисобланади. Мақолалар тез кўз югуртирилиб, аниқ тасаввур ҳосил қилишга мўлжалланган. Сабаби, биринчидан уларни экранда ўқиш учун қулай, иккинчидан деярли барча биринчи абзацлар ким?, нима?, қаерда?, нима учун? саволларига жавоб беради.

Истиқлол йилларида фуқароларнинг ахборот соҳасидаги ҳуқуқ ва эркинликларини таъминлаш, медиа тизимини жадал равнақ топтириш, уларнинг жаҳон андозалари даражасида фаолият кўрсатиши учун зарур барча имкониятларни яратишга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси, ўнга яқин қонун ҳужжатлари бу йўналишда муҳим ҳуқуқий асос бўлиб хизмат қилмоқда. Шунга мувофиқ, 2007 йилда Ўзбекистон Мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фондининг ёрдами билан нодавлат газеталарнинг Интернетдаги манзиллари ишга туширилди.

Тадқиқотимизнинг Ўзбекистонда фаолият юритаётган нодавлат газеталар веб-сайтларини таҳлилга қаратилганлиги сабабли, “Суғдиёна” ва “Даракчи”, “Бекажон” газеталарининг интернет версияларини малакавий битирув ишининг асосий объекти сифатида ўтгандик. Бу газеталар ўз атрофига кўп сонли фойдаланувчиларни қамраб олган. Мазкур газеталарнинг веб-нашрлари мустақил равишда ишлаб, фақат газета чиқадиган кунда эмас балки тез-тез янгиланиб туради. Қамрови кенг ҳамда янгиликларни тарқатиш тезлиги билан ажралиб туради. Улар ҳақда кейинги бобда батафсил маълумотларга эга бўласиз.

Босма нашрларнинг электрон вариантларини ишлаб чиқиш жараёни жадаллашиб кетгани сабабли, улар ҳуқуқий жиҳатдан ўрганилиб, қонун ҳужжатларига тегишли қўшимчалар киритилди. “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Қонуннинг 3-боби 27-моддасида “Даврий босма нашрнинг электрон шакли. Даврий босма нашрнинг электрон шакли даврий босма нашрни тарқатиш усулларида биридир. Тегишли даврий босма нашрнинг босма ва электрон шакллариининг мазмуни айнан бир хил бўлган ҳамда қонун ҳужжатлари талабларига риоя этилган тақдирда, даврий босма нашр таҳририяти даврий босма нашрнинг электрон шаклини мустақил оммавий ахборот воситаси сифатида рўйхатдан ўтказмасдан тарқатишга ҳақлидир.

Даврий босма нашрнинг босма шаклида мавжуд бўлган реклама хабарларининг электрон шаклдан олиб ташланиши ва (ёки) бутунлай ёки қисман алмаштирилиши, шунингдек электрон шаклда ифодаланган материаллар ҳажмининг босма шаклидагига нисбатан қисқартирилиши мазмуннинг айнан бир хиллиги бузилиши деб қаралмайди.

Даврий босма нашр таҳририяти даврий босма нашрнинг электрон шакли тарқатилиши тўғрисида рўйхатдан ўтказувчи органни ёзма шаклда хабардор қилиши шарт”, деб белгиланган¹⁸. Интернетнинг ОАВ сифатидаги бир қанча ўзига хос жиҳатлари мавжуд. Хусусан:

- тармоқнинг глобал миқёсга эга экани;
- маълумотлар узатишдаги тезкорлик;
- иш жараёнининг марказлаштирилмаганлиги;
- ҳамма учун очиқлиги;
- фойдаланувчи томонидан назорат қилиниши;
- иқтисодий жиҳатдан қулайлиги¹⁹.

Айнан мазкур хусусиятлар Интернетдан фойдаланувчилар сонининг йилдан-йилга ортиб боришига сабаб бўлмоқда. Интернет журналистиканинг ривожини Ўзбекистон Республикаси миқёсида йилдан-йилга кўпаяётган босма ОАВларнинг web-саҳифаларида ҳам кўришимиз мумкин. Мазкур жараёнга юртбошимиз ўз фикрини билдириб, шундай дейди: "Бугун биз яшаётган шиддатли XXI асрда замоннинг ўзи, ҳаётимизга кескин суръатлар билан кириб келаётган глобаллашув жараёнлари Ўзбекистон оммавий ахборот воситалари ва журналистлар аҳли олдида бизнинг эзгу мақсадимиз бўлган демократик давлат, кучли фуқаролик жамияти барпо этиш йўлида ҳолат муҳим, долзарб вазифа ва талабларни қўймоқда"²⁰. Албатта, Интернет тизимида ва у орқали ахборот тақдим этаётган ОАВда мултимедиалик,

¹⁸ “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонуни (янги таҳрирда).- Т.: Ўзбекистон, 2007. –Б.62.

¹⁹ Муратова Н. ва бошқалар. Босма оммавий ахборот воситалари таҳририятлари учун қўлланма. -Т., 2008.-Б.83.

²⁰ Ўзбекистон Республикаси Президентининг матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги// Халқ сўзи, 2009 йил 26 июнь.

интерактивлик ва тезкорлик биринчи даражага кўтарилади, шунингдек, анъанавий ОАВ web-саҳифаларнинг мазмуни, ўзига хос дизайни, ундаги фаолият юритаётган журналистларнинг маҳорати айнан Интернет нашрлар ўқувчиларини уларга жалб этишда муҳим аҳамият касб этади. Бугунги кунда мутахассислар ахборот технологияларининг асосий белгиси сифатида маълумотни қайта ишлаш жараёнининг муайян босқичларга бўлинишини эътироф этадилар. Бу эса, ўз навбатида, ушбу жараённинг батамом тартибга солиниши ва уни автоматлаштирилган ҳолга ўтказилиши учун янги имконият яратиб берди. Ҳозирда журналистикани ахборот технологияларисиз тасаввур қилиш қийин. ОАВнинг қайси турига назар ташламанг, ахборотни истеъмолчига узатиш жараёнида, айнан ахборот технологияларидан кенг фойдаланилаётганлигининг гувоҳи бўламиз.

Сўнгги йилларда электрон нашрлар ва уларнинг ривожига дунё миқёсида берилган таъриф ва таснифлар кўплаб адабиётларда учрайди. Хорижий ва рус олимларининг ҳам у ҳақидаги фикрлари ҳам бисёр. Бу борада мамлакатимиз олимлари ҳам изланишлар олиб бормоқдалар. Масалан, Ш.Т.Қудратхўжаев, Ф.А.Мўминов, Д.Рашидова, Н.Қосимова, Н.Муратова²¹ каби мутахассисларнинг бу соҳадаги тадқиқотларини келтириш мумкин.

Анъанавий ва шу давргача энг асосий оммавий ахборот воситаларининг учлиги матбуот, радио ва телевидениени ўзида қамраб олган ушбу веб-тармоқ имкониятларидан самарали фойдаланиш эса журналист кадрлардан айнан замонавий ва тобора ривожлананиб бораётган веб-тармоқда юқори савияда фаолият юритишни тақазо қилмоқда.

²¹ Ш.Т.Қудратхўжаев. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. -Т.: Ўзбекистон, 2011; Рашидова Д., Муратова Н. Интернет журналистика. -Т., 2007; Рашидова Д. Интернет в Узбекистане: возможности и проблемы. -Т.,2003; Замонавий журналистика. Т.: «MRC-Tashkent»; Босма ОАВ таҳририятлари учун қўлланма. //Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат Фонди, -Т., 2007; Рашидова Д. Информационные технологии и интерактивная Интернет журналистика. – Т., 2003; Рашидова Д. Интернет как источник журналистской информации. -Т.: ТашГУ, 1999; Луғат-маълумотнома: журналистика, реклама, паблик рилейшнз. 1700 та атама. – Муаллифлар ҳайъати: Ф.П.Нестеренко, М.Казем, Я.М.Маматова ва б. – Т.: Зар қалам, 2003.

Яна бир муҳим жиҳат Интернет тизимида янгиланиш масаласи. Электрон ОАВларнинг Интернет нашрлари ва умуман, Интернет журналистика доимий янгиланиб туришни тақозо этади, бунда ахборотлар ҳар соатда, ҳатто, ҳар дақиқада янгиланган турилиши мумкин. Бу ўринда энди аниқ бир кун воқеаларини эмас, балки аниқ битта тадбирнинг, воқеанинг боришини тезкор ёритиш назарда тутилади. Бундай долзарбликнинг унча имконияти мавжуд:

1. Эркин янгиланиш - материал тайёр бўлишига қараб янгиланади.
2. Белгиланган даврийлик асосида янгиланиш - сайт, айтилик, кунга ёки ҳафтада бир марта янгиланади.
3. Сурункали янгиланиш - хабар ва янгиликлар келиб тушишига қараб сайтга жойлаштириб борилади.

Айрим Интернет нашрларда мазкур долзарбликнинг ҳар учала шакли қўлланилишини кўриш мумкин. Масалан, сайтдаги айрим рукнлар ҳафталаб ва ойлаб ўзгаришсиз қолади, бошқа блоглар белгиланган қатъий даврийлик асосида янгиланган борилади, янгиликлар рукни эса доимий янгиланиб туради.

Бугун мамлакатимизда воқеликни ҳолис, ошқора ва фаол ёритиш учун оммавий ахборот воситаларига барча шароит ва имконият яратиш, уларнинг моддий-техник базасини мустаҳкамлаш, соҳага замонавий ахборот-коммуникация технологияларини изчил жорий этиш борасида кенг қўлланма ишлар амалга оширилмоқда²².

Маълумотларни тезкорлик билан кенг оммага етказётган интернет журналистикаси бугунги ахборот маконида алоҳида ўринга эга. Юртимизда ўтказилаётган турли ижодий танлов ва лойиҳаларда интернет журналистикаси ижодкорлари фаолиятига алоҳида эътибор берилиб, халқимизнинг ахборотга бўлган эҳтиёжини қондиришда электрон нашрлар фаол иштирок этаётир.

²² Азимова С. Интернетнинг ОАВ сифатидаги ўзига хослиги. //Ўзбекистон Миллий Университетининг 95 йиллигига бағишланган “Оммавий ахборот воситаларида тил, услуб ва таҳрир масалалари” мавзuidaги илмий-амалий конференция материаллари. –Т.: Университет, 2013. -Б.88-91.

Интернет журналистикасини янада ривожлантириш, миллий менталитетимизга мос веб сайтларни сифатини ошириш, айниқса тасвирий воситалардан самарали фойдаланиш устивор вазифалардан биридир. Интернетда ҳар қандай ахборотни тарқатиш, ундан фойдаланувчилар камровини кенгайтиришда тасвирни роли жуда катта. Тасвир Интернет тармоғида расмий ёки норасмий сайт бўлсин исталган веб сайтда ўқувчини санокли сонияларда ундан батафсил фойдаланиш ёки фойдаланмаслик учун қарор чиқаришга асосий сабаб бўлади.

Интернетда ахборот тарқатувчи (ҳар қандай шахс)лардан фарқли равишда журналистлар веб-тармоқда маълумот жойлаштиришда касб одоби ва журналист этикасига алоҳида эътибор қаратади. Айнан шу жиҳати билан Интернет аудиториясини “соф” ахборотлар билан таъминлаши туфайли Интернет журналистикаси ажралиб туради. Бунга эса, ўз навбатида, бир қанча омиллар сабаб бўлади. Биринчидан, веб-тармоққа ахборот жойлаштираётган журналист ва ўша веб-тармоқнинг манфаати туради. Бу манфаатлар эса бир мамлакат умуман бутун дунё тараққиётига хизмат қилиши билан изоҳланади. Журналист яқка шахсларга ҳам, жамият манфаатларига ҳам дахлдор касб соҳиби ҳисобланади. Бу билан унинг бурчи, вазифаси, масъулияти бир неча баробар ортади”²³.

Дунё тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, Интернет миллий контентидаги хавфсиз ва ижобий муҳитга интернет-саводхонлик, тармоқ фойдаланувчиларининг этикаси, уларнинг таҳдидлар тўғрисидаги, Интернетдаги хавфлардан ҳимояланиш йўлларида хабардорлик даражаси, хавфсиз Интернет билан ишлашни таъминлайдиган техник механизмларни яратиш орқали эришилмоқда.

Ишонч билан айтиш мумкинки, жамиятимиз тараққиёти, уни янада ривожланишида бошқа омиллар билан бир қаторда интернет журналистикасининг ҳам ўз ўрни ва яҳамияти мавжуд. Интернет нашрлар

²³ Дўстмуҳаммад Х. Оммавий ахборот воситаларини ривожлантиришнинг демократик андозалари. – Т.: Ўзбекистон, 2005. – Б.24-25.

истикболда ҳам республикаимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигига хизмат қилаверади.

1.2 Матбуот нашрлари ва уларнинг электрон нусхалари

Ахборот технологияларининг ривожланиши журналистиканинг янги йўналишини юзага келтиради. Аудитория учун янги имкониятлар яратилади. Бизнинг келажак интернетда, интерактив форматда, ижтимоий тармоқлардадир. Аммо, бундан беш йил аввал башорат қилинганидек, менимча, матбуот ўлмайди. Келажакда у нашрнинг ихтисослашуви сифатида сақланиб қолади²⁴.

Шиддат билан ривожланаётган ахборот асри ҳар бир оммавий ахборот воситасини турли медиа платформаларда ахборот тарқатишга мослашиб фаолият юритишини талаб этмоқда. Анъанавий кўринишдаги босма нашрлар ТВ ва радио каналлар эндиликда, икки муҳит талабларини инобатга олган ҳолда, ўзининг фаолиятида жиддий ўзгаришларни сезмоқда. Интернетда ахборот тарқатишнинг ўзига хос хусусиятлари бу жараёнга тўғридан-тўғри таъсир кўрсатмоқда.

Дунё олимлари ва тадқиқотчилари томонидан on-line ОАВ хусусиятларига оид бир қанча концепциялар ишлаб чиқилди. Хусусан, матнларнинг Интернет-ОАВда чоп этилиш жараёни хусусиятлари, веб-нашрлардаги медиаматериалларга хос жиҳатлари америкалик олимлар томонидан аниқланди²⁵.

Миллий матбуотимизнинг интернетда шаклланишининг рамзий хронологияси кўриб чиқилганда, уларнинг глобал тармоқни босқичма-босқич забт этганига гувоҳ бўлиш мумкин. Дастлабки босқичда таҳририятлар томонидан Интернет анъанавий нашрни бойитиш мақсадида қўлланилган ва ундан олинган халқаро ҳаёт масалаларига оид маълумотлар зағетанинг бош

²⁴ Ортикова Ю. Глобаллашув даврида ОАВ масъулияти. // Ўзбекистон матбуоти, 2012. 4-сон. –Б 70.

²⁵ Муратова Н. Интернетнинг медиа табиати: анъанавий ОАВ фаолиятини ўзгартираётган жиҳатлар. // Давр, ахборот, интернет: янгиланиш тенденциялари ва истикболлари. (Илмий-амалий анжуман материаллари).-Т., 2014.-Б.33.

саҳифасида алоҳида рукн остида берилган эди. Миллий телевидение ва радиоканаллар учун эса, у халқаро шарҳловчи ва хориждаги мухбирларнинг етишмаслиги муаммосини ҳал этиш воситаси ҳамда рўй берган воқеаларни тезкор ёритишга кўмаклашувчи манба бўлиб хизмат қилган. Биринчидан, Интернет бу каби ахборотларни тақдим этишдаги тезкорлиги ва иқтисодий қулайлиги анъанавий нашрларимизнинг мавзу кўламини кенгайтиришга хизмат қилади. Иккинчидан, бизда Интернетга уланиш эндиgina амалга оширилаётган бир пайтда, хорижий йирик ахборот агентликлари ОАВларининг веб-нусхалари сифатли ва тезкор фаолиятини йўлга қўйиб бўлганди. Демак, мамлакат ОАВ учун Интернет улкан ахборот манбаи бўлиб хизмат қилгани тарихда шу аснода муҳрланди.

2002 йилдан бошлаб, мамлакат ОАВ бевосита Интернетда ўз веб-сайтларини ташкил эта бошлади. Уларнинг аксарияти кўп жихатдан таҳририят ҳақидаги маълумотларниgina тақдим этишга мўлжалланган веб-ваколатхона кўринишида яратилган бўлиб, натижада бизнинг ОАВимиз Интернетда ўзини таништира бошлади. Тўғри, мазкур босқичда бир қанча камчиликлар ҳам кўзга ташланар эди. Хусусан, тезкорлик ва сифат борасида оқсашлик; веб-саҳифалар Интернетнинг хусусиятларини инобатга олмаган ҳолда, иш фаолияти анъанавий ОАВ сингари тузилишга эга бўлганлиги; Интернет ресурслари соҳасида назарий ва амалий билим ва кўникмаларнинг етишмаслиги; веб-сайтга жойлаштирилган маълумотларнинг ўқиш учун мураккаб ва ноқулай тартибда жойлаштирилгани; журналистлар учун Интернетдан фойдаланиш имкониятларининг чекланганлиги ва шу сабабдан айрим таҳририятларда ахборот вакууми сақланганини келтириб ўтиш мумкин. Мазкур жихатларнинг баъзилари ҳозирда ҳам намоён бўлмоқда²⁶.

Шу кунларга келиб, таҳририятлар ўз веб-сайтларини ваколатхона кўринишидан ўзгартириб, анъанавий нашрни тўлдириб, босма нашр билан баробар янгиланувчи электрон восита сифатида қўллай бошлашди. Эндиликда газета ва журналлар ўз электрон нусхасини биров ўзгача

²⁶ Қудратхўжаев Ш. Интернет ва ахборот: хизматлар, фойдаланиш асослари. -Т., 2013. -Б.5.

кўринишда интернет саҳифаларига кира бошлади. Гарчи, бундай ишлаш асосларини ҳали барча ОАВ тўлиқ қўллашга эришмаган бўлса-да, тахририятлар орасида етакчилар ҳам йўқ эмас. Дунё бўйича Интернет ОАВ ривожланиш суръатларини кузатган ҳолда айтиш мумкинки, кейинги жараёнларда матбуот Интернетни ўзининг асосий наشري учун қўшимча каналга эмас, балки ОАВ мазмунини тўлиқ етказиб бера оладиган тўлақонли ахборот воситаси даражасига кўтарилди.

Зеро, мамлакатимизда Интернетни ва Интернет журналистикани ривожлантириш давлат даражасида қўллаб-қувватланмоқда. Ўтган вақт мобайнида тегишли қонунлар, қарорлар ва бошқа меъёрий ҳужжатлар қабул қилиниб, мустаҳкам ҳуқуқий пойдевор яратилди. Мисол учун 2007 йилга қадар амалда бўлган Ўзбекистон Республикаси “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Қонунда “Газеталар, журналлар, ахборотномалар, бюллетенлар, ахборот агентликлари, телевидение (кабелли, эфир-кабелли телевидение) ва радиоэшиттиришлар, ҳужжатли кино электрон ахборот тизими, шунингдек, доимий номга эга бўлган, давлат тасаруфидаги, мустақил ва бошқа оммавий даврий нашрлар” оммавий ахборот воситалари ҳисобланган бўлса, 2007 йилнинг 16 январидан кучга кирган янги тахрирдаги “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Қонунда мазкур таърифга “умумфойдаланишдаги телекоммуникация тармоқларидаги веб сайтлар” ҳам қўшилди. “...бугунги кунда ахборот тарқатишнинг тезкор усули бўлмиш Интернет журналистикасини ривожлантириш бўйича ҳам кенг имкониятлар яратилмоқда. Бунинг исботини юртимизда юздан ортиқ оммавий ахборот воситаси Интернет журналистика бўйича махсус фанлар ўқитилаётгани. Шу йўналишда ижод қилаётган журналистлар сони тобора кўпайиб бораётгани мисолида яққол кўриш мумкин”²⁷.

Масалан, қуйидаги марказий газеталарнинг интернетдаги веб-сайтлари иш фаолиятини келтириш мумкин. “Халқ сўзи” газетаси сайтини таҳлил

²⁷ Каримов И.А. Республикаси Президентининг матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги. // Халқ сўзи, 2009 йил

етишимиз мумкин. “Халқ сўзи” ижтимоий-сиёсий газета бўлганлиги учун уни дизайнини яратишда бачканаликка йўл қўйилмаган. Аксинча, жиддий услубдан фойдаланилган. Сайтнинг юқори қисмига туширилган ой, ер шари, куёш ва китоб суратлари газетанинг кенг қамровли, зиё таратувчи, ижтимоий мақолаларга бой эканлигини билдириш билан бирга рамзий маънони ҳам ифодалаб турибди. Маълумот олишни ҳам талабга жавоб берадиган даражада бажариш амалга оширилган деб айтиш мумкин.

Бу веб-нашрга қанча қарасангиз ҳам кўзингиз унчалик толиқмайди, мониторинг таъсиридан ташқари албатта. Чунки ҳаво ранг ва оқ ранглардан маҳорат билан унумли ва кўпроқ фойдаланилган. Ҳаво ранг азалдан сокинлик ва тинчликни билдиради. Оқ ранг эса покликни. Улар биргаликда ажойиб жуфтлик ҳосил қилишган десак муболаға бўлмайди. Асабийлашиб турган фойдаланувчига озгина бўлса ҳам психологик хотиржамлик бахш этади. Сарик, кулранг ва яшил ранглар ҳам веб-нашрнинг дизайнига ўзгача жозиба бахш этиб турибди. Уни классик услубда безатилган сайтнинг ёрқин элементи дейиш мумкин. Одатда, сарик ва кулрангдан фойдаланиш ноўрин, чунки улар одамларни ўзидан итарди ва кўзни тез чарчатади. Бу ерда эса сарик рангдан озроқ фойдаланиб, акс таъсирга эришилган. Хулоса қилиб айтганда, ҳаворанг, оқ, сарик, яшил, кўк ва кулранглардан унумли фойдаланиш орқали ранглар мутаносиблигига эришилган. Шрифтлар ҳам тўғри танланган. Сайт бўйлаб ҳаракатланиш қулай. Лекин камчилик сифатида анимацион элементларни йўқлигини келтириш мумкин.

Архив менюсини босганингизда, “Маърифат” газетасининг on-line шаклининг эски вариантыни чиқариб берилади. Биласизми, мана шу кўринишда инфорацион архитектура нисбатан тушунарлироқ яъни соддароқ тайёрланган.

Обуна ва RSS-тасма менюларига кириш имкони йўқ. Чунки улар ҳали битказилмаган. Чап тарафга жойлаштирилган мақолалар анонси менюсида янги ва долзарб мавзудаги мақолаларни тезда топиш имконияти кенг. Фойдаланувчи Бош саҳифа ҳамда Саҳифалар менюси билангина чекланиб

колади. Менюлар номи ва улардаги бўлимлар борасида бироз ишлаш керак. Реклама блоклари учун сайтда жой етарли бўлса ҳам бирорта рекламани учратмадим. Демак, ҳомийлар жалб этила олинмаган. Реклама тижорат манбаи сифатида веб-нашр ва веб-сайтларда бирламчи ўринда туради. Бу веб-нашрнинг катта камчиликларидан ҳисобланади. Мақолалар тез кўз югуртирилиб, аниқ тасаввур ҳосил қилишга мўлжалланган. Сабаби, биринчидан уларни экранда ўқиш учун қулай, иккинчидан деярли барча биринчи абзацлар ким?, нима?, қаерда?, нима учун? саволларига жавоб беради.

Веб-нашрнинг номи аниқ ва лўнда қилиб танланган. Рукн номлари ҳам 1-3 сўздан ошмаган, мақолалар мазмунига тўлиқ мос келади. Рукнларнинг ҳам мақолалар сарлавҳалари ҳам фойдаланувчида савол туғдирмайдиган қилиб танланган. Чунки улар таркибида калит сўзлар ҳам берилган. Ушбу сарлавҳалар кўпроқ илмий-ижтимоий услубда ёзилган. Улар қисқа ва аниқ бўлишига қармай, ноаниқлик ҳодисасини келтириб чиқармайди.

Бугунги кунда Интернет, авваламбор, янги ОАВ тури, анъанавий ахборот воситаларининг ўзига хос қоришмаси сифатида босма матбуот, радио ва телевидениенинг устивор ва кучли жиҳатларини жамлаб юзага келган янги ахборот ва коммуникация воситаси экан, у анъанавий ОАВни батамом инкор эта оладими? Бундай мунозарали мулоҳазалар хориж олимлари томонидан ҳам билдирилган МДУ журналистика факультети профессори Я.Н.Засурский ўз мақолаларида: “Интернет газетани йўқ қилмоқда. Ҳозир ОАВ икки версия: қоғоз ва “рақамда” чоқмоқда. Бу журналистикани йўққа чиқарадими, ёки...?” – деган саволни ўртага ташлади. Албатта, бу вазиятда анъанавий ОАВ ва янги ОАВ конвергенцияси муаммоси юзага чиқмоқда. Лекин, бу баҳслар қанчалик “қизғинлик” ва “эхтирос” билан кўтарилмасин, унда охирги нуқтани вақт қўйиши тайин²⁸.

²⁸ С.Азимова. Интернет журналистика ва унинг ҳуқуқий асослари. Ўқув-услубий мажмуа. -Т., 2013.-Б.58.

Мазкур фикрни тўлдирадиган бўлсам, матбуот ҳеч қачон ўлмайди. У фақатгина келажакда замон талабларига мослашган ҳолда ўз қиёфасини, шаклини ўзгартиради, яъни он-лайн нашрга ўтиш билан. Ҳозирда газеталар ва уларнинг интернет версиялари биргаликда фаолият олиб бормоқда. Келажакда газеталарнинг фақатгина интернет версиялари етакчилиқни қўлга олади деган фаразлар йўқ эмас.

Интернет ўқувчи учун ахборотга бўлган ўз эҳтиёжларини яқка тартибда қондириш имкониятини беради. Бу тармоқнинг кўплаб интерфаол имкониятлари орқали амалга оширилади. Интернет ўқувчига ахборот излаш, олиш, ахборот алмашиш, ўз фикрини билдириш, муҳокамаларда, шу жумладан, қонунлар лойиҳалари муҳокамасида қатнашиш, шунингдек ўз ахборот маҳмулотини тайёрлаш имконини беради.

Интернетдаги ОАВ сайтларининг, хусусан, газета веб нашрларининг функциялари қуйидагилардан иборат:

- Интернетда анъанавий нашрнинг электрон вариантини жойлаштириш;
- Visit card вазифасини ўтайдиган ташкилот ҳақида маълумот берувчи корпоратив саҳифани очиш;
- ОАВ мухлис ва ўқувчи билан интерактив алоқа боғлашга хизмат қилувчи хизматларни йўлга қўйиш;
- Газета имижини яратиш;
- Газета ҳақидаги жамоатчилик фикрини мунтазам ўрганиб бориш;

Бугунги кунда Uznetнинг медиа секторида икки тоифадаги нашрларни кузатиш мумкин.

Биринчиси – ўзларининг электрон намуналари билан бутунжаҳон ўргимчак тўрига кириб борган анъанавий ОАВларнинг эволюцияси натижасида юзага келган.

Иккинчиси – асл тармоқли бўлиб, аввал бошдан веб-технологиялар базасида юзага келди ва айни пайтда ҳам Интернет маконида фаолиятини давом эттирмоқда.

Биринчи тоифани анъанавий ОАВларнинг эквивалент нусхалари ёки “клонлар”и. Одатда, “клон” қуйидагича яратилади: газетанинг кундалик нусхаси олиниб, веб-сайтга жойлаштирилади. Бу ўринда мазкур интернет-нашрнинг на мақсадга мувофиқлиги, на иқтисодий томонлари, на аудиторияси эътиборга олинмайди. Газета чиқариладиган кунгина веб сайт янгиланади. Ўзбекистондаги аксарият газета ва журналлар аллақачон ўзларининг тармоқдаги нусхаларига эга. “Клон”ларнинг яна бир муаммоси материалларнинг интернет аудиторияга мослаштирилмасдан жойлаштирилишидадир. Агар газета ёки журналда кенг маъноли сарлавҳа ва рукнлар одатий ҳол ҳисобланса, интернет-сайтда улар аниқ бўлиши талаб этилади. Битта саҳифада катта матннинг берилиши ҳам уни ўқишни қийинлаштиради.

Унда мақолалар хат бошиларга ажратилмасдан, майда ҳарфларда жойлаштирилади. Бирорта ҳам материалга суратлар илова қилинмайди. Фақат камдан кам нашрларгина тармоқнинг интерактив имкониятларидан самарали фойдаланишмоқда: мақолаларда линклар, RSS-жўнатиш имконияти мавжуд бўлади, форумда мақолаларни таҳлил ва муҳокама қилиш мумкин. Бунинг боиси шуки, Ўзбекистон ОАВлари ҳали ўзларининг Интернетдаги иштирокларининг бутун аҳамияти ва заруратини, ўзлари учун сайт нега кераклигини тўла англаб етишганича йўқ. Амалда интернет-нусхани яратиш касбий ёндошувни ва маълум сарф-харажатларни талаб қилади. Аслида таҳририятда веб-сайтни ишлатиш, янгिलाб бориш ва унда жойлаштириш учун материаллар тайёрлаш билан шуғулланадиган махсус бўлим фаолият олиб бориши керак.

Шу ўринда таъкидлаш лозимки, Ўзбекистонда фаолият юритиб келаётган нодавлат газеталарнинг интернет версиялари орасида мазкур турга мансублари йўқ. Чунки, нодавлат газеталари сайт имкониятларидан тўлиқ фойдаланишни мақсад қилиб қўйганлар. Улардаги кўнгилочар материаллар тез тез янгиланганида, фойдаланувчиларга ижтимоий тармоқлар орқали

хабар берилади. Шу билан ўз аудиториясини мунтазам кенгайтириб боришга интилишади.

Тармоқдаги нашрларнинг иккинчи категориясини Интернетда пайдо бўлган ва оффлайн нусхаларга эга бўлмаган медиалойиҳалар ташкил қилади. Ушбу категорияда иккита алоҳида гуруҳни ажратиб кўрсатиш мумкин:

1) Ахборот порталлари—кўптармоқли интернет-хизматлар бўлиб, улар ахборотнинг узлуксиз оқими билан бир вақтда мавзулар, жанрлар ва сервисларнинг турли туман бўлишини назарда тутди. UzReport.com иқтисодий ахборот порталини мана шу категорияга киритиш мумкин.

2) Электрон газета ва журналлар. Улар оффлайн-нашрларга тақлидан маълум график асосида янгиланган турилади, янгилик характеридаги материалларга нисбатан таҳлилий материаллар кўпроқ жойлаштирилади. Ўзбекистоннинг ижтимоий-сиёсий ва социал-иқтисодий ҳаётига бағишланган Gazete.uz (www.gzt.uz) тармоқ газетаси бунга ёрқин мисол бўла олади.

Босма ОАВларнинг интернет-нашрлари ва умуман интернет-журналистика доимий янгиланиб туришни тақозо этади, бунда ахборотлар ҳар соатда, ҳатто ҳар дақиқада янгиланган турилиши мумкин. Бу ўринда энди аниқ бир кун воқеаларини эмас, балки аниқ битта тадбирнинг, воқеанинг боришини тезкор ёритиш назарда тутилади. Бундай долзарбликнинг учта имконияти мавжуд:

1. Ёркин янгиланиш — материал тайёр бўлишига қараб янгиланади.
2. Белгиланган даврийлик асосида янгиланиш — сайт, айтилик, кунига ёки ҳафтада бир марта янгиланади.
3. Сурункали янгиланиш — хабар ва янгиликлар келиб тушишига қараб сайтга жойлаштириб борилади²⁹.

Айрим интернет-нашрларда мазкур долзарбликнинг ҳар уччала шакли қўлланилишини кўриш мумкин. Масалан, сайтдаги айрим рукнлар ҳафталаб ва ойлаб ўзгаришсиз қолади, бошқа блоглар белгиланган қатъий даврийлик асосида янгиланган борилади, янгиликлар рукни эса доимий янгиланиб туради.

²⁹ <http://www.google.uz>

Интернет хотиранинг чекланмаган ҳажмини таклиф этади. Янгилашиш навбатма навбат амалга ошириб борилади, эски ахборотларни эса кириб (очиб) ўқиш қулай бўлган шаклда архивлаштириб бориш мумкин. Архив таҳририят умумий маҳсулотининг, исталган пайтда фойдаланиш мумкин бўлган таркибий қисмига айланиб қолади. Шу билан бирга архивларда зарур материалларни излаб топиш осон бўлиши учун уларни саналар, мавзулар ва бўлимлар бўйича қидириш тизими йўлга қўйилган.

Интернет ОАВда глобаллик, конвергенция, интерфаоллик, гиперматнлилик, архивларнинг мавжудлиги, мультимедиа каби кўринишлар анъанавий ОАВ фаолиятида инқилобий ўзгаришларнинг сабабчиси бўлмоқда. Интернет муҳитида турли медиа имкониятларнинг бирлашиши сабабли, ОАВ материалларнинг турли ОАВ лар орқали тарқатиш имкониятлари яратилмоқда, бу жараёни биз конвергенция деб атаёмиз. ОАВ таҳририятига маълум материални турли кўринишларда чоп этиш талабларидан келиб чиқиб ўзгариш киритилишини талаб этмоқда. Шу жумладан интернет нашрларга ҳам. Бунда ахборот билан ишлаш тартиби ҳам ўзгариб, таҳририятдан тайёр “media product” чиқарилганлигига қадар босиб ўтиладиган аввалги ижодий ва ташкилий жараёнлар бир томондан мураккаблашади, иккинчи томондан соддалашади.

Шу тариқа, веб-технологиялар имкониятлари ҳамда глобал тармоқнинг кўп функцияли табиати масс-медиа ахбороти билан ишлаш усули ва механизмларини ўзгартирмоқда. Қолаверса, гиперматнли контент нуқтаи назаридан керакли бўлган мазмун ва шакл бериш керакки журналистга қўйилаётган талабларга кўра улардан турли ОАВ учун материал тайёрлаш кўникма ва малакаларига эга бўлиш талаб этилади. Бугунги кунда мамлакатда санокли медиатузилмкаларгина мультимедиавийлик, интерактивлик, конвергентликнинг тўлиқ комплексини ўзида бирлаштиради. Ваҳоланки, жаҳон материалларини тақдим этишнинг буткул янги, ҳодисани нафақат қатор матбуот жанрларини яхлитлаб ёритишга имкон берувчи шакллар пайдо бўлди-ки, улар ахборот етказишнинг мутлоқо янги ва

кутилмаган усуллари сифатида намоён бўлади. Деман, ОАВ тахририятларидаги ижодий жараёнда ҳам қатор ўзгаришларни кузатишимиз мумкин.

II БОБ. ИНТЕРНЕТ НАШРЛАРИНИНГ АНЪАНАВИЙ НАШРЛАР БИЛАН ҲАМОҲАНГЛИГИ ВА УЛАРНИНГ ЖАМИЯТ ҲАЁТИДА ТУТГАН ЎРНИ

2.1 Интернет газеталарда мақолаларни узатиш усуллари

Ҳозирги кунда Интернетга энг тезкор ОАВ тури сифатида қаралмоқда, ҳатто ундан олдин энг тезкор ОАВ ҳисобланган ОАВ турларидан радио ҳам ҳозирда кўпгина ахборотлар интернетдан (масалан, Ўзбекистонда) олиб узатмоқда. Бунга сабаб радиостанцияларда кўпчилик ҳолларда овозларни монтаж қилишга кетадиган вақт маълумотни тезда узатишга имкон бермайди. Анъанавий ОАВлар хорижий ахборотларни узатишда интернетчалик бутун сайёрани камраб олишга қурби етмайди. Интернетда эса кўпгина расмий ва норасмий ахборот сайтлари бир-бирлари билан доимо ахборот алмашиб турадилар. Масалан, интернет орқали Ўзбекистонда содир бўлаётган энг сўнгги ахборотларни узатиб, дунёнинг исталган бурчагидан янги ахборотларни қабул қилиш имкониятига эгамиз. Ахборот алмашуви бундан ҳам тезлашиб, осонлаши кетадиган бўлса ахборот агентликларининг фаолият юритишларига эҳтиёж қолмаслиги ҳам мумкин.

Интернет журналистда ўйлаб, фикрлаб ўтиришга унчалик ҳам кўп вақт ажрата олмайди, бу ОАВнинг асосий устунлиги – оперативлигидир. Шунингдек, у қоғозда чоп этиладиган материалга нисбатан универсал ёзиши керак, негаки интернет аудиторияси географик чегараларга эга эмас. Шундай экан, уни ҳар хил ёш ёки ижтимоий қатлам вакили ўқиши мумкин. Дунё бўйлаб анъанавий ОАВ янги медиалар рақамли мультимедиа технологияларининг кучли таъсирини сезмоқда.

Шу маънода, бугунги кунда мамлакат медиа муҳити ўзининг хилма-хиллиги билан эътиборга лойиқ. Оммавий ахборот воситалари ривожланиб Интернет муҳитини тобора забт этмоқда. Интернетдан фойдаланишнинг биринчи қадамлари 1996 йил ҳукумат миқёсида йирик дунёвий матбуот нашрлари, теле ва радиокомпаниялар ва ахборот агентликлари томонидан тақдим этилаётган халқаро ахборот манбаи билан етакчи маҳаллий ОАВни

таъминлаш орқали бошланган эди. Бугун эса веб-муҳитда мамлакат телевидениеси радиоэшиттиришлари бевосита узатилмоқда. Аммо конвергенция жараёни техник имкониятларни қўллашда ҳали забот этилмаган имкониятлардандир.

Интернет нашрларда ахборотлар асосан ахборот агентликларидан келиб тушади. Дунёдаги деярли барча мамлакатларда ахборот агентликлари мавжуд. Аммо улар орасида энг йириклари ҳамда дунёдаги аксарият босма ва электрон оммавий ахборот воситалари манба сифатида фойдаланадиган ахборот агентликлари бармоқ билан санарли. Улар қуйидагилар: АҚШнинг “Ассошетед-Пресс” ва “Юнайтед Пресс Интернешнл”, Франциянинг “Франс-Пресс”, Буюк Британиянинг “Рейтер”, ҳамда Россиянинг “ИТАР-ТАСС” ахборот агентликларидир. Масалан, “Ассошетед-Пресс” Европа давлатлари ахборот бозорини 80 фоизгача манба ва материаллар билан таъминлайди. Ёки “ИТАР-ТАСС”ни оладиган бўлсак, бугунги кунда дунёнинг бешта қитъасидаги 67 та давлатда ҳамда Россиянинг барча ҳудудларида унинг 134 та бўлим ва мухбирлар тармоқлари ишлаб турибди.

Артемия Лебедев дизайн-студиясининг арт-директори Тема Лебедевнинг фикрича, яқин 10 йилликда ҳозирги ахборот агентликлари ўз ишлаш принципларини ўзгартириши аниқ. “Интерфекс”, “ИТАР ТАСС” каби катта ахборот агентликлари кичик доирадаги мижозлари учун бепул бўлиши ва улар келажакда фақат махсус ахборотлар (масалан, банк кўрсаткичлари ёки бошқа эксклюзив материаллар) учунгина пул талаб қилиш мумкин. Баъзи кичик ахборот агентликлари эса умуман интернет билан рақобат қила олмайди³⁰.

Ривожланган давлатларда асосий янгиликлари Интернетда қидирадилар, газета ва телевидениедан эса уларга маҳаллий экспертлар томонидан берилган шарҳларни қидирилади. Сабаби, улар интернетда

³⁰ Дадахонова А. Интернетда журналистик фаолият юртишнинг ўзига хосликлари. // Давлат, ахборот, интернет: янгиланиш тенденциялари ва истикболлари. Илмий-амалий семинар материаллари. -Т.: ЎзДЖТУ, 2014. -Б22-23.

керакли бўлган ахборотларни калит сўзларни киритиб бутун дунё ахборотлари ичидан осонгина топа олиш мумкин. Ҳар бир ОАВ сайтида кидирув тизими бўлиши шарт, негаки ўқувчи у ёки бу сайтга фақат янгиликлар ўқиш учун эмас, балки бошқа манбаларни топиш учун ҳам киришлари мумкин. Бу эса 40-50 саҳифадан иборат газетадан ахборот кидиришдан осонроқ. Хўш, босма газеталардан интернет газеталар нимаси билан фарқ қилади? Экспертлар интернетда берилган маълумотлар иложи борица интернетнинг барча хусусиятларидан фойдаланиши керак деб ҳисоблайдилар. Буларга гиперматнларнинг* ва бошқа мультимедианинг* ишлатилишини мисол қилиш мумкин. Шунинг учун интернетда ишловчи ҳар бир журналсит интернетнинг барча хусусиятларидан бохабар бўлиши керак. Замонавий ОАВ эса анъанавий ОАВ нинг фаолиятини янада кучайтиришга кодирлигини кўрсатади. Келажакди ахборот алмашувининг кучайиши ва бу соҳадаги рақобат туфайли янги медиа билан биргаликда анъанавий ОАВ ҳам ривожланиб кетаверади³¹. Интернет технология нашрлар фаолият юритишининг шундай шарт-шароитларини юзага келтирадики, уларда ҳудудий чегаралар бартараф бўлади. Бир томондан, нашрлар учун – бу кам сарф-харажат билан глобал аудиторияга чиқишнинг нодир имконияти, бошқа томондан, кескин рақобат шароитида яшаб қолиш ва ўқувчига керак бўлиш учун анча куч сарфлаш лозим бўлади. Шу муносабат билан, сайтни тезкор тўлдиришнинг, мазмунан турли-туманликнинг, тармоқнинг интерфаол салоҳиятидан фойдаланишнинг, маркетинг тадқиқотлари ўтказишнинг ва аудиториянинг эҳтиёжларига ўз вақтида жавоб беришнинг аҳамияти каттадир.

Интернетда ахборот фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари бор. Иоганн Гутенберг XVII асрда ихтиро этган биринчи босма полиграфия машинаси том маънода журналистиканинг пайдо бўлишига туртки бўлган. Ушбу ҳодиса илк матбуот нашрларига асос солди. Илгари инсонлар бирор-бир воқеа-

*Интернетдаги бошқа электрон ҳужжатларга боғланадиган электрон матн.

*Матн, расм, овоз ва тасвир каби ахборот узатиш воситаларининг бирлашуви.

³¹ www.ziynet.uz

ходиса ҳақида жарчилар ёки махсус тарқатилган қўлёзма варақалардан огоҳ бўлишган, кейинчалик, босма машинада чоп этилган босма манбалар, дастлабки ўзига хос газеталар орқали хабардор қилинганлар.

Компьютерлаштириш жараёнига қадар амал қилган газетани ишлаб чиқариш технологияси билан компьютер технологиясига асосланиб ҳозирги ишлаб чиқаришни қиёслайдиган бўлсак, жараённинг қанчалик осонлашганини кўришимиз мумкин (2-илова).

Аудиторияни жалб этиш ва сайт рейтингини оширишда самарали дизайннинг ҳам аҳамияти оз эмас. Канадалик руҳшунос олимларнинг татқиқотлари яқунларига кўра, «онлайн ресурсларнинг яратувчилари яхши тасаввур уйғотиш учун секунднинг йигирмадан бирича вақтга эгадирлар». Яъни сайтаг ташриф буюрувчи веб-ресурс тўғрисида, унинг даражаси ҳақида илк тасаввурга эга бўлиши ва саҳифада қолиш-қолмаслик масаласида бир қарорга келиши учун шунча вақт кифоядир. Тажрибалар пайтида, «Хулқ-атвор ва ахборот технологиялари» (Behaviour & Information Technology) журналининг хабар беришича, кўнгиллилар томонидан 50 миллисекунд мобайнида сайтлар визуал баҳолаш учун қараб чиқилган. Кейин уларга сайтлар уларни янада батафсил тадқиқ этиш учун тақдим қилинган. Натижада шундай хулосага келиндикки, дастлабки ва кейинги хулосалар бири-бирига мос келади.

Интернетда мақолаларнинг жойлаштиришда ўзига хос хусусиятлари, анъанавий журналистика маърузавий андоза деб аталадиган йўлни амалда қўллайди, бунда ахборот бир йўналишда манбадан истеъмолчига томон ҳаракатланади. Бугун у ўз ўрнини интерфаол журналистикага бўшатиб бермоқда. Интерфаол журналистика ахборот яратувчи ва аудитория ўртасида юксак даражада ўзаро ҳамкорликни йўлга қўядики, у оммавийликдан индивидуаллик сари ҳаракатланади.

Яхши интернет нашрни яратиш учун, албатта дизайнга алоҳида эътибор қаратиш лозим, расм ёки графикадан фойдаланиш зарур. Шундай фойдали саҳифалар борки, уларда графикага жуда ҳам кам жой ажратилган

ёки, умуман, графикасиз. Шу билан бирга, шундай сайтлар борки, ичи фойдасиз бир неча мегабайтли расмлар билан тўла. Web-саҳифа учун ёки оддий бир проект учун ҳам услуб (style) энг керакли хусусиятлардан биридир. Бу фойдаланувчининг эсида қолиши ва шу ҳақида сўз кетганида биринчи бўлиб дизайн услуби ёдига тушиши лозим.

Саҳифа яратаётган web-дизайнер шундай бир саҳифа яратиши лозимки, у жамиятнинг умумий қизиқиши доираси бўлиши, айти кунда аудитория учун жуда ҳам муҳим масалаларни кўтариб чиқиши керак. Ана ўшанда сайт мижозлари кўпчиликлари ташкил этади. Дизайнер сайт яратаётган пайтда саҳифанинг мақсад, вазифаларини аниқ қилиб олмоғи яхши самара беради.

Саҳифа дизайни биринчи мартаба кирган ҳар бир инсонда ажойиб таассурот қолдириши керак. Бу жуда ҳам муҳим. Айти мана шу восита туфайли ушбу одамнинг ташрифи ҳам биринчи, ҳам охириги мартаба бўлиб қолмайди.

Интернет ўқувчи учун ахборотга бўлган ўз эҳтиёжларини яқка тартибда қондириш имкониятини беради. Бу тармоқнинг кўплаб интерфаол имкониятлари орқали амалга оширилади. Интернет ўқувчига ахборот излаш, олиш, ахборот алмашиш, ўз фикрини билдириш, муҳокамаларда, шу жумладан, қонунлар лойиҳалари муҳокамасида қатнашиш, шунингдек ўз ахборот маҳмулотини тайёрлаш имконини беради.

Интернет журналистика тармоқнинг технологик имкониятлари туфайли ўзига хос тавсифларга эга бўладики, бу уни журналистик амалиётнинг анъанавий доирасида қараш (масалан, таҳририятларнинг мавжуд эмаслиги) ва тартибга солиш имконини бермайди.

Қидириш ва аудитория билан ўзаро ҳаракат қилишнинг самарали усуналари, манбаларга чиқиш имкониятини берувчи «линк»ларнинг (бошқа саҳифалар ва сайтларга ўтишнинг ҳаволалари) салоҳияти – буларнинг бари сезиларли даражада жамоатчилик билан алоқалар жараёнини осонлаштирадики, бу қонунчилик соҳаси учун жуда муҳимдир. Мавжуд ресурсларга таяниб ва мухбирлик пунктларини ташкил этиш ҳамда

таъминлашга кўшимча сарф-харажатлар қилмасдан, глобал тармоқ ҳонун яратувчи тизимлар учун жамоатчилик сўровларига ва юзага келаётган муаммоларга тезкор жавоб беришнинг самарали усуллари ишлаб чиқиш имкониятини яратиш имкониятлари билан тавсифланади.

Интернет нашрларни уч турга ажратиб таснифлаш мумкин, айти пайтда, глобал тармоқ ва кескин рақобат шароитида босма нашрлар, ТВ ва радио ўртасидаги чегаралар бир қадар йўқолишини назарда тутиш лозим. Асосий тенденция – ижодий, ахлоқий ва бошқа меъёрлар нуктаи назаридан мумкин бўлган ҳамда аудиторияни жалб этиш ва ушлаб туриш имконини берадиган барча усул ва усулалардан имкон қадар кенг фойдаланишдир. Интернет журналистика нисбатан янги ва шиддат билан ривожланаётган йўналишдир. Ҳозирги пайтда унинг назарий асосларини яратишга уринишлар қилинмоқда, аммо ҳозирча Интернетнинг глобаллиги, мультимедиавийлиги, интерфаоллигига боғлиқ бўлган қатор объектив сабабларга кўра бу уринишлар шартлилигича қолмоқда.

Интернет ОАВ беш ёки ундан кўп тилдаги версияларига эга бўлиши мумкин. Қоида тариқасида, биртилли ва иккитилли версиялар энг кўп тарқалган. Бу жуда муҳим омил, чунки айнан тил янада кенг аудиторияга чиқиш имкониятини беради. Географик жиҳати Интернет шароитида аҳамияти йўқоладиган ҳудудий чегаралар нуктаи назаридан муҳим эмас, миллий, минтақавий ва халқаро вакиллик ҳамда аудиторияни қамраб олиш жиҳатидан эътиборга моликдир. Айти пайтда давлатга, сиёсий партияларга, тижорат ташкилотларига, медиа ва мустақил тизимлага тегишли нашрлар ажратиб кўрсатилади.

Аксарият сайтларнинг яна бир камчилиги улар томонидан мультимедиавийлик усулаларидан, яъни ахборотни барча форматларда – матн, видео, аудио, графика ва ҳоказо усулларда ҳавола этишдан етарли фойланилмаслигидир. Сайтларнинг кўпчилиги глобал тармоқнинг нодир имкониятларидан, жумладан ўзаро интерфаол муносабатлари воситаларидан фойдаланмайди. Ютуққа эришиш ва сайт рейтингини ошириш йўлида муҳим

кадам аудитория билан интерфаол мулоқот қилишнинг электрон почта, форумлар, меҳмонлар китоби, виртуал клублар, on-line кўприклар, рейтинглар, анкета сўровлари шакллари сингари усулларидан фойдаланишдир. Айнан шу усуллар аудиториянинг эҳтиёжларини самарали ўрганишда, ўқувчиларга ўз фикрини билдириш ва у ёки бу муаммонинг муҳокама этилишида қатнашиш имкониятини беришда устуворлик касб этади.

Интернетнинг ўзига хос хусусиятларидан бири – ахборотни мониторингдан қабул қилиш хусусиятида. Тадқиқотчи С.Г.Машкованинг ёзишича, Интернет-нашрдан ахборотни визуал қабул қилиш жараёни анъанавий босма матбуотга нисбатан 25 фоизга секинроқ кечади³². Шу сабабли ўқувчи мониторингдан катта ҳажмдаги матнларни ўқишдан қочиб, материалга кўз югуртириб чиқиш билан чекланадилар. Ўқувчилар веб-матнни кўпинча кўз югуртириб ўқиб чиқишига яна бир сабаб унинг гиперматн узатиш хусусиятидир. Ўқувчилар кўплаб ахборотлар ичидан ўзига керагини танлаб олиб ўқийди. Баъзи ривожланган мамлакатларга хос иқтисодий омил билан боғлиқ яна бир муаммо бор: Интернетдан фойдаланиш вақти аудитория учун қимматли бўлиб, ўқувчилар веб-материални узок ўқиб ўтиришмайди. Қисқа вақт ичида кўпроқ ахборот қабул қилишга интиладилар. Бу эса веб-нашрга матнларни қисқа муддатта ўқиб чиқишга мос қилиб ёзишни талаб қилади. Веб-нашрларга ахборотларни қисқа, ихчам, содда, лўнда ва тезкорлик билан тайёрлаш талаби матн тилига бир қанча талаблар кўяди. Анъанавий босма нусхаларга узатилган материални электрон нусхаларга жойлаштиришдан аввал интернетнинг хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда мослаштириб қайта ёзиш мумкин. Мутахассисларнинг фикрича, босма нусхага тайёрларган материални электрон нусхага узатишдан аввал 50 фоизга қисқартириш лозим³³.

³² Машкова С. Интернет-журналистика. Уч.пособие. -Тамб.: ТамГТУ, 2006.-С.22

³³ www.ziyounet.uz.

Веб-нашрлардаги матннинг асосий юки сарлавҳа, дастлабки ва охириги бандлар, шунингдек ҳар бир банднинг биринчи жумласига тушади. Ҳар бир банд алоҳида тугалланган маънога эга бўлиши, жумлалар структураси содда тузилиши керак. Сабаби - мураккаб сўз, ибора, жумлалар ўқуви уиун монитор экранда ўқишда қийинчилик туғдириши мумкин. Сарлавҳа ости сарлавҳалардан фойдаланган ҳолда матнни кичик қисмларга ажратиш, муҳим аҳамиятга эга сўз, жумла, бандларни алоҳида ажратиб кўрсатиш мақсадга мувофиқ. Ҳарфлар ҳамда фон ранги ўқиш учун қулай бўлиши керак.

Интернетнинг хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда, веб-матнга қўйиладиган талаблар:

1.Веб-матн ҳажми у қадар катта бўлмаслиги керак. 5-7 минг белгидан ошмаган матн ўқиш учун қулай саналади.

2.Онлайн-матн кичик қисм ва бўлимчаларга бўлиниши керак. Матндаги баъзи муҳим сўз, ибора, жумлаларни ажратиб кўрсатиш орқали киши диққатини матнгажалб этиш мумкин.

3.Интернет-матн бу гиперматндир. Шунинг учун ҳавола бериш имкониятидан фойдаланган ҳолда узлуксиз ахборот узатиш мумкин³⁴.

Хўш, ўзбек матбуоти электрон нусхалари босма ПР-матнларни интернетнинг хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда веб-кенгликка мослаштириб узатяптими? Буни аниқлаш учун "Адолат", "Миллий тикланиш", "Ўзбекистон овози", "XXI аср" партия газеталари ҳамда "Хуррият" мустақил газетасининг 2011-2013 йил давомида босилган ҳар биридан жами 30 та ПР-материаллар ўрганилиб, шундай ҳулосага келиндики, босма нусхада чоп этилган ПР-материаллар электрон нусхага мослаштириб ёзилмай, балки босма нусхадаги материлларни айнан такрорлайди. Электрон нусхалардаги материаллар босма қоғозда ўқишга мўлжалланиб, веб-ўқувчининг монитордан ахборотни қабул қилиш хусусиятлари ҳисобга олинмаган, юқоридаги каби веб-матн тайёрлаш қонун-қоидаларига амал

³⁴ Саъдуллаева О. Босма нашрлар электрон нусхаларида ПР-матнлар тили. // Давр, ахборот, интернет: янгиланиш тенденциялари ва истиқболлари. (Илмий-амалий анжуман материаллари).-Т., 2014.-Б.33.

килинмаган. Босма нусхада ажратиб кўрсатилган сарлавҳа остида сарлавҳалар веб-нусхада ажратиб кўрсатилмаган. Босма газеталардаги материал ўртасида алоҳида ром ичида ажратиб кўрсатилган матнлар электрон нусхада ҳам шундай тарзда алоҳида ром ичида ажратиб кўрсатилиши ўрнига, аксинча материал матни кетидан узатилган.

Баъзиларида, ҳатто, ром ичидаги матнни электрон нусхада умуман узатмаслик ҳолатига ҳам дуч келинди. Мисол учун, "Хуррият" газетасининг 2011 йил 28 декабрь (№52) сониди "Малакали мутахассис - давр қаноти" сарлавҳали материалида Тошкент темир йўл муҳандислари институти ҳақида ҳикоя қилиниб, материалнинг босма нусхасида ром ичида узатилган институт ҳақидаги факт ва рақамлар веб-нусхада умуман олиб ташланган³⁵

Бугунги кунда ўзбек веб-нашрлари ҳақида билдирган қуйидаги фикрларини тасдиқлайди: "Одатда босма матбуотнинг веб-манбаларига босма газетанинг электрон шаклдаги иловаси сифатида қаралади, аслида веб-нусхалар алоҳида, маълум даражада мустақил (ташкилий, бадий, технологик жиҳатдан) фаолият юритишлари керак. Босма нашрларнинг интернет-нусхаси қуйидаги тартибда иш юритиши керак: бир ахборот манбаи - икки таҳририят. Бириси - одатий босма нашрнинг таҳририяти бўлса, иккинчиоли иxtисослашган интернет-таҳририят бўлиб, у қўлга киритилган ахборотни веб-тизимга мослаштиради"³⁶.

Тўғри, электрон нусхаларда босма газеталардаги матнни айнан берилишининг бошқа сабаби ҳам бор. Яъни, Ўзбекистон Республикасининг "Оммавий ахборот воситалари тўғрисида"ги Қонунининг 27-моддасида "Даврий босма нашрнинг электрон шакли даврий босма нашрни тарқатиш усулларида биридир.

³⁵ Саъдуллаева О. Босма нашрлар электрон нусхаларида ПР-матнлар тили. // Давр, ахборот, интернет: янгиланиш тенденциялари ва истиқболлари. (Илмий-амалий анжуман материаллари).-Т., 2014.-Б.33.

³⁶ Муратова Н.Ф. Журналистика в интернет: особенности on-line изданий Узбекистана и их функционирование в условиях глобального информационного рынка. Автореферат дис. на соис. уч. ст. канд. фил. наук. 2011.-Б.12.

Журналистлар интернетда ёки бошқа анъанавий ОАВ да ишлашларидан қатъий назар бирор-бир йўналишлар ихтисослашган ҳолда фаолит юритишлари лозим, шундагина ОАВда берилаётган материалларнинг сифати ошади.

2.2. “Суғдиёна” www.sugdiyona.uz, “Даракчи” www.darakchi.uz ҳамда “Бекажон” www.bekajon.uz газеталарнинг анъанавий ва веб-сайтларининг қиёсий таҳлили

On-line нашрларнинг анъанавий босма ОАВлари билан даврийлик жиҳатдан қиёслаганда айрим камчиликларни кузатишимиз мумкин. Шу ўринда нодавлат газеталар “Суғдиёна” www.sugdiyona.uz, “Даракчи” www.darakchi.uz ҳамда “Бекажон” www.bekajon.uz газеталарнинг анъанавий ва веб-сайтларининг қиёсий таҳлили қилишга ҳаракат қилдик. Нодавлат нашрларни таҳлили натижасида мамлакатда кўпроқ ҳафталик нашрлар чоп этилаётганини кузатилади, иккинчи ўринда ҳафтада икки ёки уч маротаба чиқувчи газеталар туради. Мазкур параметрни Интернет нашрларга тўғридан-тўғри қўллаб бўлмайди, негаки On-line медиа моҳиятига кўра кундалик, ҳаттоки соатлик хусусиятга эга. Ўзбек сайтлари ўрта ҳисобда кунига 2-3 марта янгиланади, у ёки бу сиёсий, маданий, ижтимоий, иқтисодий жараёнларнинг фаоллашуви даврида бу кўрсаткич 5-7 мартага етади. Мазкур, динамикани меъёрида деб ҳисоблаш мумкин, негаки аксарият миллий нашрларида мақолани чоп этишдан аввал маълумотларни қайта текшириш сиёсати қўлланади, воеқаларнинг ёритилиши эса қўшимча ахборотларни ўрганиши талаб этади. Шу тариқа, янгиликлар ва хабарлар сайтлари энг тезкор манба саналади.

“Суғдиёна” нодавлат нашрини таҳлил қиладиган бўлсак, аёлларни, жумладан қизларни, уй бекаларини, олима аёлларни ҳамда қарияларимизни бирлаштира олган газета – бу “Суғдиёна” биринчи аёллар газетасидир. У аёлларга тегишли бўлган барча мавзуларни қамраб олган. Бу билан мазкур газетани эркаклар ўқимади деган фикрдан йироқдамиз.

“Сугдиёна” газетаси аёллар журнали номи остида фаолият юритади. Уни портал дейишимиз ҳам мумкин. Чунки сайт газета материалларининг ўзи билан чекланиб қолмаган. У фақат газетанинг анонсларининг кўрсатиб, уни реклама қилиш учун хизмат қилади. Энг қизиқ мақолаларга анонс бериш орқали газета обуначиларини ва харидорларини жалб қилишга хизмат қилади.

Газетанинг янги ва ўтган сонларида берилган материаллар билан батафсил танишиб чиқишнинг имкони йўқ. Улар тегишлилиги жиҳатидан ўрганилиб, кичик рукнчаларга тақсимланиб жойлаштирилади. Масалан: бирор бир санъаткордан олинган интервью “sugdiyona news” рукнининг интервью кичик рукнига жойлаштирилади. Гўзаллик кичик рукнига эса аёллар ташқи кўриниши, пардози ва бошқа шунга ўхшаш мавзуларда чиқарилган маълумотлар жойланади. Умуман олганда, газетада нашр қилинган ҳамма маълумотларни сайтдан топишингиз мумкин. Фақат рукнлар орқали топиш лозим. Ўтган сонда чиққан мақолалар, бироз кейинроқ жойлаштирилар экан.

Сайтнинг энг яхши томони, фойдаланувчиларни фикр қолдириш имконияти мавжудлигидир. Икки томонлама алоқанинг мавжудлиги, сайт учун ижобий ўзгаришларни юзага келтиришга хизмат қилади.

Яна шуни алоҳида таъкидлаб ўтиш керакки, мазкур сайт материалларини кўчириб олишнинг имкони йўқ. Сайт барча имкониятларини ишга солиб, жойлаштирилган маълумотларни қўриқлайди. Веб-сайтнинг энг пастки қисмида барча материаллар sugdiyona.uz сайтига тегишли бўлиб, Ўзбекистон Республикасининг “Муаллифлик ҳуқуқи ва турдош ҳуқуқлар” қонуни билан ҳимояланган. Сайт материалларини кўчириб олиб, матбуотда ёки бирорта сайтда чоп этиш қатъиян ман этилади”, деган огоҳлантирувчи ёзув қолдирилган. (Зилова)

Сайт фақат ўзбек тилида фаолият юритади. Сайт қуйидаги рукнларга эга:

1. sugdiyona news

- шоу бизнес
- дунёда нима гап
- интервью
- машхур аёллар

2. Гўзаллик

- соч парвариши
- тана ва юз парвариши
- қўл ва оёқ парвариши
- спорт ва фитнес
- чиройли қомат
- мода ва шоппинг

3. Менинг оилам

- қайнонажон
- фарзандлар ва биз
- шахсий тажриба
- менинг уйим
- ўзлигингни англа
- ҳуқуқингизни биласизми
- карьеристка

4. 9 ойлик бахт

- режалаш
- ҳомиладорлик
- туғруқдан сўнг

5. Болажоним

- чақалоқ
- эмизиш
- 1-3 ёшгача
- 3-7 ёшгача
- ўсмирлар

- болалар шифокори

6. Соғ бўлинг

- генеколог ҳузурида
- сексепотолог ҳузурида
- уролог ҳузурида
- ўзим ўзимга табиб
- мурожаат қилдингиз

7. Пазанда

- рецептлар
- ҳаммаси ошхона учун

8. Одамлар орасида

- турфа тақдирлар
- менинг ҳаётим
- ҳаётӣй воқеа
- ҳаётӣй репортаж

9. Турфа фикрлар

- эркаклар аёллар ҳақида
- аёллар эркаклар ҳақида
- макрнинг 41 туяси

Видео ва клипларни кўриш имконияти ҳам мавжуд. Лекин узилишлар бўлиб, танлаган клипни мазза қилиб кўришнинг иложи йўқ.

Мазкур сайт дизайни аёллар табиатига хос қилиб ишланган. Пушти рангни кўпчилик қизлар яхши кўради. Нафислик ва нафосат ифोरини бериб тургандек гўё. Сайтда ҳаракатланиш ҳам осон.

“Суғдиёна” газетасидаги “ўзимиз ҳақимизда” гиперўлланмасида ҳеч қандай маълумот киритилмаган.(4-илова)

“Суғдиёна” газетаси мақолаларни мавзу ва жанрига кўра рукнларга жойлаштириб боради. Рукнлар номига кўра ўзимиз қидирган мақолани топишимиз мумкин. Лекин, ўтган сонда чиққан материалларни дарҳол

батафсил ўқиш имконияти йўқ. Қидирув хизмати орқали топишга муяссар бўлсак ҳам, тўлиқлигича ўқий олмаймиз. Чунки газетанинг тўлиқ сони ҳали жойлаштирилмаган бўлади. Газетанинг янги сони нашр қилиниши билан, ўтган сондаги материаллар билан танишиш учун ўша сон ҳеч қандай ўзгаришларсиз сайтга жойлаштирилиши керак. Чунки фойдаланувчи ўзига керакли нарсани вақтида топмаса, унда ишончсизлик ҳисси пайдо бўлади. Ўтган сон номли рукн ҳам киритиш керак менимча. Газетанинг 2014 йил 17 сони матбуот дўконларида сотувга чиққанидан кейин ҳам шу йилнинг 15-16 сондаги материаллар билан батафсил танишишнинг иложи бўлмади. Чунки газетанинг интернет нашрини янгилашаётганда, ўтган сон материалларини жойлаштирилмайди. Фақатгина 2013 йилнинг 41 сонидан берилган бир нечта мақолаларни сайтдан топишга муваффақ бўлди. Рукнлар орасидан қидиришга тўғри келди. Бу эса жуда кўп вақтни олади. Яна шуни айтишимиз керакки, мақолалар газетада қандай нашр этилган бўлса шундай жойлаштирилган. Интернет сайтларида мақолалар жойлаштириш талаблари бажарилмаган. (5-илова)

Кейинги мақолада ҳам матнлар ўзгаришсиз берилган бўлиб, фвақтгина бошқа суратлардан фойдаланилган.

Газетада “калейдоскоп” (бизнинг мониторинг) рукни бўлиб, унда қизиқарли, долзарб мавзулардаги саволлар ўртага ташланиб, жавоблар фоизларда берилади. Масалан: Ярашиш томон ким биринчи қадам ташлайди? Сочини ўстиролмай хуноб бўлаётганлар ўқисин..., туғруқ жараёни ҳақида. Жуда қизиқарли рукн. Лекин мазкур рукн орқали берилган маълумотларни газетанинг интернет версиясидан топишни иложи йўқ.

“Даракчи” газетаси энг оммабоп газеталардан ҳисобланади. Шиори “Бутун олам кафтдек намоён”. Мазкур газета 1999 йил 21 мартдан бошлаб чоп этилмоқда. 2007 йил 6 сентябрда интернет нашри сифатида рўйхатдан ўтган. Муассис “Darakchi Media Press” МЧЖ. Ҳафтанинг пайшанба куни чоп этилади, нархи 1400 сўм. Ҳажми 7 босма табоқ, А-4 формат, Адади 76200. Бош муҳаррир Рустам Жабборов.(6-илова)

Darakchi.uz Ўзбекистон ва хориж ҳаётига оид сиёсий, иқтисодий, ижтимоий воқеа-ҳодисалар, спорт, маданият, кино, шоу-бизнес оламидаги тезкор янгиликларни етказишга ихтисослашган ахборот-қўнғилочар сайт ҳисобланади. Бундан ташқари, ҳозирда барча вилоятлар, Тошкент шаҳри ҳокимликлари ва Қорақалпоғистон Республикаси Вазирлар Кенгаши Интернет тармоғида ўз “ваколотхоналари” расмий веб-сайтларига эга. Ҳар бир жабҳада бўлгани каби, электрон ҳукумат концепциясининг муҳим улушини ташкил қилувчи ҳокимият веб-сайтлари фаолиятида ҳам бир қатор ютуқлар ҳамда камчиликлар мавжуд. Давлат ташкилотлари веб-сайтлари орқали аҳолини янгиликлар, эълонлар, меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар ва бошқа статистик қўшнишдаги маълумотлар билан таъминлаб бориш, албатта, жуда муҳим вазифа ва бу электрон ҳукумат концепциясининг бошланғич тамойилларидан бири ҳисобланади. (7-илова)

Газета барча соҳага оид материалларни камраб олади.

Газета рукнлари:

- Менинг манзилим Ўзбекистон
- 2014 йил Соғлом бола йили
- Янги асар
- Изқувар кундалиги
- Газета сериали
- Ғаройибот
- Ширинтой
- Мунажжимлар башорати
- Танаффус
- Техника ғаройиботлари
- Тафсилот
- Эркин минбар
- Ҳуқуқингизни биласизми?
- Бизнес
- Бугуннинг мавзуси

- Реклама
- Шоу бизнес
- Устоз шогирди
- Юзма-юз (интервью)
- Таҳлил (журналист кузатуви)
- Учрашув (интервью)
- Юрагимда сақлаганларим (хаётий воқеалар)
- Ибратли дунё
- Саломатлик
- Сизнинг адвокатингиз
- Сўраган эдингиз
- Хотира
- Фотолойиҳа

Мазкур газетанинг “Сизнинг адвокатингиз” рукнида бериб бориладиган материаллар darakchi.uz сайтида фуқаро мурожаати хизмати орқали юборилган саволларга асосланади. Иш юзасидан таҳририят томонидан тегишли жойларга хат юборилиб, фуқаро мурожаатлари ўрганилади ва газетада нашр эттирилади. Бирор бир муаммоли вазият юзага келган бўлса, мутахассислар жалб этилади. Мазкур ҳолатни газета ва унинг интернет сайти билан ўзаро ҳамкорлигини билдиради. Ҳам обуначилар саволларига асосланган жавоблар олишади, ҳам газетага бўлган ишонч ошади. Натижада, бу газетанинг адади кундан-кунга ўсиб боради.

Газета хабар, интервью, репортаж, мақола, шарҳ жанрларидан кўпроқ фойдаланади. Ҳикоялар, янги асар, газета сериали газетанинг j қисмини эгаллайди. Тили халқчил, содда, тушунарли.

Газетанинг дизайни хусусида сўз юритсак, газета фотомухбир ва интернет суратларидан фойдаланилади.

Газетанинг халқ орасида оммалашиб кетгани учун ҳам, унинг реклама берувчилари талайгина. Унинг ҳар бир сониди 20га яқин рекламалар берилади. Баъзи рекламалар битта саҳифани тўлалигича қоплайди.

Газета яна “Даракчи БИЗНЕС MARKET” ҳафталик реклама маълумотномасини ҳам нашр эттиради. У 3 босма табоқ, А-2 форматда ва адади 24000. Бош муҳаррир Юлия Галиева. Ундан қуйидаги реклама рукнлари жой олган:

- Жалюзи
- Саломат бўлинг
- Об-ҳаво
- Хусусий эълонлар
- Ўқишга марҳамт
- Судоку
- Афиша
- Чегирмалар

www.darakchi.uz сайти мавзу кўламига кўра политематик, яъни мавзу кўлами кенг, бир нечта йўналишларни қамраб олган. Жанр хусусиятига кўра кўнгилочар веб-сайт. Тегишлилик тамойилига асосан медиакомпанияларга тегишли.

Сайт дизайни. Сайт кўнгилочар дизайн услубида яратилган. Сайтдаги ранглар асосан оқ кўк, қизил ранглардан фойдаланилган. Шрифтлар ҳам мутаносиб танланган. Шрифтлар учун асосан тўқ кўк, сарлавҳалар учун қизил ва сариқ ранглар танланган. Сайтдаги рукнлар номини ҳар хил ранглар билан ажратилган. Масалан, “Маданият” рукни учун тўқ қизил ранг, “Шои-бизнес” учун пушти ранг, “Спорт” яшил, “Турфа олам” учун эса ҳаво ранг ва ҳоказолар.

Агар ҳар хил шрифтлардан фойдаланилганда унинг яхлитлигини бузиши мумкин эди. Суратлардан унумли фойдаланилган. Сайт дизайнида оқ ранг етакчилик қилади, бошқа ранглардан оз-оздан фойдаланилган.

Шуни ҳам алоҳида таъкидлаб ўтиш керакки, сайтда рекламалар жойлаштирилмаган. Реклама берувчиларни сайтда ўз рекламаларини жойлаштираётганликларига сабаб, веб сайт унчалик оммалашмагандек.

Кейинги ўринда сайтнинг информацион архитектурасини кўриб чиқамиз.

Мазкур сайтни қуйидаги тармоқлар орқали ҳам кузатиш мумкин.

[1. Facebook.com/ Даракчи_uz](https://www.facebook.com/Даракчи_uz)

[2. Twitter.com/ Даракчи_uz](https://twitter.com/Даракчи_uz)

[www. Даракчи.uz](http://www.Даракчи.uz) нинг информацион архитектураси:

- ▶ Нашр номи юқорида берилган;
- ▶ Логотипда қидирув хизмати учун жой ажратилган;
- ▶ Сайт фақат ўзбек тилида ишланган;
- ▶ Асосий меню юқорида жойлашган;
- ▶ Корпоратив меню эса саҳифанинг пастки қисмида жойлашган.

Сайтнинг ўнг томони навигацион элементларга ажратилган. Унда янгиликлар, профилга кириш, мурожаат кабилар жойлаштирилган.

Юқорида таъкидлаб ўтганимиздек сайтнинг интерактив имкониятлари мавжуд. Буни сайт орқали юборилган фуқаролар мурожаатларида кўриш мумкин.

Изоҳлар қолдириш. Баъзи сайтларда изоҳ қолдириш имконияти бўлмайти ёки бўлса ҳам рўйхатдан ўтиш талаб қилинади. [www. Даракчи.uz](http://www.Даракчи.uz) да эса изоҳ қолдириш учун рўйхатдан ўтиш шарт эмас. Фақат электрон почта бўлса етарли.

Сайтнинг асосий саҳифаси билан мақола учун ажратилган саҳифани солиштирадиган бўлсак, улар деярли фарқ қилмайти. Фақатгина асосий контентгина ўзгарган холос. Сайт шапкасида ҳам, ўнг томондаги устунда ҳам ўзгариш йўқ.

“Бекажон” газетаси ҳафтанинг пайшанба ва жума кунлари нашрга чиқадиган ягона газета. Шиорлари “Бекажон оилавий газета” ва “Замон билан ҳамнафас”. Мазкур газетанинг пайшанба сони 2002 йил 2 апрелдан чиқа бошлаган. Муассис “Эрудит” МЧЖ. Нархи 1200 сўм. Ҳажми 8 босма табоқ, А-4 формат, Адади 59000. Бош муҳаррир Тоҳир Малик, муҳаррир Наргиза Розикова.(8-илова)

Газета рукнлари:

- Янгиликлар
- Юртимизда
- Аёллар сайёраси
- Кутилган суҳбатдош (интервью)
- Кун мавзуси
- Ҳеч эсимдан чиқмайди
- Маиший мактаб
- Реклама
- Азизим
- Лахзалар кадри
- Рухий тест
- Ҳётӣй репортаж
- Бир гўзал севги
- Янги асар
- Ҳукуқингизни биласизми?
- Таниш чехра
- Мушоира
- Реклама ва эълонлар
- Саломатлик сирлари
- Ҳамма ўқисин
- Макрми-тадбир?
- Газета сериали
- Биздан олисларда
- Бетакрор бўлинг
- Бола саломатлиги
- Янги ҳикоя
- Жаҳон адабиёти
- Билиб қўйган яхши
- Голливуд

- Муштарийлар минбари
- Мунажжимлар башорати
- Болажоним-беғуборим (Фотоколлаж)

Жума кунги сони ҳам жуда қизиқарли материалларни камраб олган. Адади бироз камроқ бўлсада, ўз обуначиларига эга. Асосий нашр пайшанба кундаги сон, жума кунги нашр эса қўшимча. Шунини алоҳида таъкидлаш керакки, мазкур икки нашр бир-бирига рақобатчи.

Мазкур газетанинг жума сони ҳам 2002 йил 2 апрелдан чиқа бошлаган Муассис “Эрудит” МЧЖ. нархи 1200 сўм. Ҳажми 8 босма табоқ, А-4 формат, Адади 29700. Бош муҳаррир Тохир Малик, муҳаррир Дифуза Зарипова.

Газета рукнлари қуйидагиларни ўз ичига олади: (9-илова)

- Ассалому алайкум (хабарлар)
- Бизнинг форум
- Кўнгил сарҳади
- Дийдор
- Маслаҳатингизга муҳтожман
- Саришта бека
- Ҳикоя
- Шеърят
- “Бекажон” ошхонаси
- Қайнона-келин
- Янги қисса
- Синоат
- Бекажон-дугонажон
- Сирлашамиз
- Мини интервью
- Мухлис ва юлдуз
- Ёш оналарга
- Концертдан репортаж
- Таниш чехра (интервью)

- Шифокор хузурида
- Рухий тест
- Касбим-фахрим
- Давомли қисса
- Шахсий фикр
- Фарзандим
- Танаффус
- Бу қизик
- Дугоналар форуми
- Мунажжимлар башорати
- Ўътиборингиз учун раҳмат

“Ўътиборингиз учун раҳмат” рукнида газета ўқувчиларининг, газетада нашр этилаётган материалларга муносабати бериб борилади. Газета веб-сайтидан ҳам хат йўллаш имконияти мавжуд.

www.bekajon.uz сайти мавзу кўламига кўра политематик, яъни мавзу кўлами кенг, бир нечта йўналишларни қамраб олган. Жанр хусусиятига кўра кўнгилочар веб-сайт. Тегишлилик тамойилига асосан медиакомпанияларга тегишли.(10-илова)

Интернет нашр логотипида иккала сон тасвири туширилган, яъни пайшанба ва жума сонларининг веб-сайти битта. Мақолаларнинг ҳаммаси сайтга жойлаштирилмас экан. Бир нечта газеталардан мақолалар номини киритиб, қидирув тизимига мурожаат қилдик, лекин, натижа бўлмади. Ёки қидирув хизмати устида ишлаш керак.

Веб-сайтларнинг аксариятида янгиланиш тезлигининг суствлиги, материалларнинг Интернет аудиториясига мослаштирмасдан жойлаштирилиши, суратларнинг камлиги ва рекламаларнинг етишмаслиги каби муаммоларни учратишимиз мумкин.

ХУЛОСА

Ахборот асри сифатида талқин этилаётган янги юз йилликда ахборот-коммуникация технологиялари, хусусан интернетнинг шиддат билан ривожланиб бораётганлиги инсоният тараққиётига янгича мазмун ва моҳият олиб кирмоқда. Давлат ва жамият ривожланишининг мазкур янгича шакли “электрон” борлиқ кўринишида характерланиб, унинг келажагини алоқа тармоқлари орқали бутун дунёни ягона ахборот майдонига айлантираётган интернет хизматлари хал қилмоқда. Интернет давлатлар ва халқлар ўртасидаги ахборот алмашувини мисли кўрилмаган даражада тезлаштирди, дунёни инсоният учун том маънодаги янги глобал маконга айлантирди.

«Рақамли келажак Маркази» лойиҳасининг раҳбари профессор Джеффри Коул (Jeffrey Cole) қайд этадики, «ривожланган мамлакатларда Интернет телевидение ва радиони ҳам ортида қолдириб, асосий ахборот манбаига айланди». Бу хулосалар – дунёнинг 25 мамлакатидан 2000-2500 респондент иштирокида ўтказилган сўровларнинг натижаларидан келиб чиқиб олинган. Истеъмолчиларнинг аксарияти ахборот олиш учун «Интернетдан бошқа ҳеч ерга мурожаат қилмаган»лигини айтган³⁷. Мазкур тенденциянинг юзага келишининг сабаби сифатида экспертлар технологияларнинг шиддатли тарзда ривожланганлигини, бу тармоққа тезда уланиш имкониятини ва қидириш тизимларининг самарадорлигини таъминлаганлигини, қидирув тизимларидан жавобни «узоғи билан ўн лаҳза ичида олиш» мумкин бўлганлигини тилга олганлар³⁸.

Жамиятда мавжуд ҳар бир соҳани интернет ўзида мужассамлантирмоқда, хусусан, газеталарни. Газеталарнинг электрон шаклда ҳам фаолият олиб бориши жаҳон тажрибаси орқали ўзлаштирилди ва ўзини оқлай олди. Интернет версияларнинг афзаллиги шундаки, қидирув хизмати орқали газетада нашр этилган материалларни топиш мумкин. Бунинг

³⁷ <http://www.lenta.ru>

³⁸ <http://www.rianovosti.ru>

учун албатта, матбуот дўконларини, газета архивларини титкилашни ҳожати бўлмайди.

Бундан ташқари, газеталарнинг веб-нашрларида икки томонлама алоқа ўрнатилган. Фойдаланувчи материал билан танишиши билан, изоҳ қолдиради. Бошқа ўқувчиларнинг фикрларини ҳам билиши мумкин.

Тадқиқотимиз давомида “Суғдиёна” газетасининг www.sugdiyona.uz, “Даракчи” газетасининг www.darakchi.uz ҳамда “Бекажон” газетасининг www.bekajon.uz газеталарининг интернетдаги веб-версиялари ўрганиб, қуйидаги хулосаларга келдик:

- Сайтлар ҳар ҳафта газета чиқариладиган куни қисман янгиланади;
- “Суғдиёна”, “Даракчи”, “Бекажон” газеталарининг веб нашри ўз услубига ҳамда дизайнига эга;
- Мазкур газеталар иккинчи турга мансуб бўлиб, яъни off-line-нашрларга тақлидан маълум график асосида янгиланган турилади, янгилик характеридаги материалларга нисбатан таҳлилий материаллар кўпроқ жойлаштирилади;
- Газета нашрлари ҳамда интернет версияларида мақолалар матни айнан бир хил берилади;
- Интернет версияларда газета ва унинг мухбирлари, ижодий жамоа ҳақида тўлиқ маълумот берилмаган. Электрон нашр газета имижини яратишда иштирок этар экан, ижодий жамоа ҳақидаги маълумотлар ҳам тўлиқ жойлаштирилиши керак;
- Ҳар уччала электрон нашрларда рўйхатдан ўтишда бир қанча ноқулайликлар мавжуд;

Ўзбекистондаги нодавлат газеталарнинг интернет версияларини ўрганиб чиқиб, уларнинг янада таъсирчан, самаралироқ бўлиши учун қуйидаги тавсияларимизни беришни лозим деб топдик:

- ✚ “Суғдиёна”, “Даракчи” ҳамда “Бекажон” газеталарининг интернет версияларини бошқа тилларда ҳам жойлаштириш. Бу билан чегара билмас интернет маконида, фойдаланувчилар сонини ошириш мумкин.

Жаҳон миқёсида тан олинган интернет газеталар билан рақобатлаша олиш учун, авваламбор фойдаланувчилар сонини ошириш керак. Улар аудиториясини, фақат ўзбекларгина эмас, балки бошқа миллат вакиллари ҳам ташкил этиши лозим.

- ✚ Газетанинг интернет версиясида бирор бир воқеа-ҳодиса ёритилаётган бўлса, фақатгина матн ва суратлардан эмас, балки аудио ва видео материаллардан ҳам фойдаланиш лозим. Газета веб-сайтлари интернетдан жой олган экан, демак унинг ҳамма имкониятларидан тўлиқ фойдаланиши керак.
- ✚ Газета ҳақидаги жамоатчилик фикрини мунтазам ўрганиб бориш учун, сайтга қисқа социологик сўровларни жойлаштириш мақсадга мувофиқ, ва шу асосда мақолалар тайёрлаш ҳам мумкин. Мақолалар мазмуни ва матни қанчалик халққа яқин бўлса, унинг ўқувчилари ҳам шунчалик кўп бўлади.
- ✚ Интернет нашрларига “кун янгилиги” рукнини ҳам қўшиш орқали, кунлик, ишончли маълумотларни бериб бориш. Улар ҳақидаги батафсил маълумотлар газета нашр этириладиган кунда газеталарда босилаверади. Натижада, газета анонси сайтларда ҳар куни янгиланаверади.
- ✚ “Суғдиёна” газетасининг www.sugdiyona.uz сайтида ўтган сонда нашр этилган мақолаларни батафсил ўқиш имконияти йўқ. Газетанинг янги нашри босилганидан сўнг, дарҳол ўтган сонда чиққан журналистик материалларни батафсил ўқиш имконияти йўлга қўйилиши лозим.
- ✚ Нодавлат газеталарда ёритилаётган мақолалардан дидактиклик руҳиятни йўқотиш. Бу орқали ўқувчиларга танбەҳ бериш эмас, уларга тўғри хулоса чиқаришлари учун реал объектив воқеаларни акс эттириш керак бўлади. Хулоса чиқаришни доимо унинг ўзига қўйиб бериш лозим.
- ✚ Газеталарни сайтга жойлаштираётганда, мақолаларни айнан кўчириш эмас балки, интернет саҳифаларида ўқишга қулай ҳамда биринчи

абзацда материалнинг “қаймоғи”ни кўрсата билиш маҳоратини шакллантириш лозим.

✚ “Суғдиёна”, “Даракчи” ҳамда “Бекажон” газеталарининг ҳар бир сониди йигирмага яқин реклама ва эълонлар бериб борилади. Интернет нашрларида эса, рекламалар жуда оз. Веб-сайтларда ҳам рекламалар бериб борилиши, интернет нашрнинг янада молиявий жиҳатдан қўллаб қувватланишига ҳамда аудиторияни ошишига олиб келади.

✚ Газета ва уларнинг веб-сайтлари орасида рақобат руҳини уйғотиш керак. Рақобат бор жойда ўсиш ҳам бўлади. Агарда шунга эришилса, веб-сайтларнинг орқада қолиш ҳолатларига чек қўйилган бўлар эди.

✚ “Бекажон” газетасининг веб-сайтининг дизайнини ўзгартириш керак. Логотипи ҳам оддийгина кизил рангда катта шрифтларда ёзилган газета номининг ўзи. Газета шиори ҳам тепароқ жойга ёзилган, холос. Янги рамзий маънони англатувчи логотип ўйлаб топиш зарур. Сайтга жойлаштирилган суратларнинг ҳажми жуда катта. Эътибор суратга тушиб, матнга эътибор берилмайди. Сайтда жойлаштирилган материаллар, жумладан суратлар ва матнлар орасида бўш жойлар қолиб кетган. Натижада, сайтда тартибсизлик бордек туюлади.

✚ “Бекажон” газетасининг пайшанба ва жума сонлари бир-бирига рақобатчи бўлса, демак, уларнинг веб-сайтлари ҳам алоҳида бўлиши зарур.

Миллий журналистикани бу руҳда ривожлантиришни давом эттириш жараёнида таълим олаётган ёш журналистларга тараққиётнинг барча янгиликлари, ўзгаришларнинг барча хусусиятлари ўргатилади, соҳа жуда жадал ва тез ривожланиб бормоқда. Демак, амалиётчи журналистларнинг маҳоратини чархлаш ва янги технологиялар соҳасида кўникмаларини ошириш учун ОАВ ходимларининг малакасини ошириш борасида анча ишлар қилиниши лозим. Мазкур вазифани амалга ошириш учун соҳани янада чуқурроқ ўрганиш, доимий изланишлар ва тадқиқотлар олиб бориш керак.

Токи, бунинг натижаси ўлароқ, информацион соҳада мамлакат ОАВнинг ахборот маҳсулотлари глобал майдонда, дунё бозорида ўз ўрнини топсин.

Хулоса ўрнида айтишимиз мумкинки, борган сари Ўзбекистондаги нодавлат газеталарнинг сони ортиб бормоқда. Уларга қўйиладиган талаблар ҳам, рақобат ҳам ошмоқда. Нодавлат газеталарнинг кўпчилиги кўнгилочар бўлгани сабабли ҳам, унинг ижодкорлари эркинроқ, менимча. Давлат сиёсати ва шунга ўхшаш мураккаб мақолалар чоп этилмайди, деярли. Лекин, жамият ҳаёти, ундаги оғриқли нуқталар, фойдали маслаҳатлар, шифокор тавсиялари, гўзаллик сирлари, хориж янгиликлари ва шунга ўхшаш қизиқ материаллар бериб борилади. Танқидий мақолалар ҳам анчагина, кўпи шоу-бизнес билан боғлиқ. Уларнинг веб-сайтлари ҳам айти жихатларни ҳисобга олганда, ўз фойдаланувчиларини жалб қила олади. Лекин, ахборотни тез ва биринчи бериш масаласига ҳали ҳам эътибор суст. Ҳаттоки, ўтган сонда нашр этилган мақолаларни топишнинг иложи бўлмаяпти. Жойлаштирилса ҳам баъзилари киритилади.

“Суғдиёна” газетасининг www.sugdiyona.uz, “Даракчи” газетасининг www.darakchi.uz ҳамда “Бекажон” газетасининг www.bekajon.uz газеталарининг интернетдаги веб-сайтлари ҳар ҳафтда қисман эмас тўлиқ янгиланганида, фойдаланувчилар сони ортиб, веб-сайтларга ҳам реклама берувчлар топиларди.

Бундан ташқари, газета дизайни устида ишлаётганда сайт бўйлаб ҳаракатланишни ўта мураккаблаштириб бориш ярамайди. Бу ҳолатни “Суғдиёна” газетасининг веб-сайтида учратиш мумкин.

Журналистикага нисбатан интерактивлик қўлланилганда "инсон-инсон" занжири эмас, балки "инсон - машина" занжиридаги ўзаро муносабат тушунилади ва бу жараёнда фойдаланувчи олдида танлаш имконияти бўлади ва у ахборотларни ажратиб олиши ҳамда электрон почта e-mail ёрдамида унга муносабат билдириши, маълумотлар банки ва архивни ўрганиши, интернет сўровлар, овоз бериш жараёнлари ва рейтингларда қатнашиши, ўйинлар ва дастурларни юклаб олиши мумкин.

Интернет ўз моҳияти жиҳатидан тўлиқ, равишда ахборотдан иборатдир. Ушбу фикримизни битирув малакавий ишида таҳлил этилган масалалар ҳам исботлаб турибди. Бу ўринда Ўзбекистонда фаолият юритаётган интернет нашрларнинг ўзига хос хусусиятлари куйидагилардан иборат эканлигини кўрамиз.

- 1.Электрон нашр журналистлари томонидан қўлланилган демократик ва плюралистик тамойиллардир;
- 2.Интернет нашрларнинг ранг баранглиги ва объективлиги;
- 3.Улардаги материалларда таҳлилийликнинг мавжудлиги³⁹.

Интернет нашрларнинг мазмуни, моҳияти, дизайнига фойдаланувчи нуқтаи назаридан баҳо берадиган бўлсак, (факт ва далилларни йиғиш, фактларни бир тизимга солиш, уларни содда тилда бериш, материалнинг жанрий хусусиятига эътибор бериш) улар малакавий битирув ишида берилганидек, журналистиканинг барча қоидаларига асосланган ҳолда ва Интернет журналистикасидаги веб-дизайнга эътибор берилган равишда сайтларга жойлаштирилган. Бундай материаллардан турли хил тоифадаги фойдаланувчилар маълумот олишлари мумкин, шунингдек, улар ёритилаётган сайтга қараб, таҳририят позициясидан келиб чиққан ҳолда (Ўзбекистан ташқи сиёсати тамойилларига риоя қилган ҳолда!) ўзгартирилиши мумкин.

Мамлакатимизда мавжуд интернет ОАВ, турли хил веб-сайтларнинг камчилик ва ютуқлари тўғрисида жуда кўп гапириш мумкин. Ўйлайманки, яқин келажакда барча камчилик ва муаммолар бартараф этилади.

³⁹ Носик А. СМИ русского интернета: теория и практика // Интернет для журналиста / Под ред. А. Носика, С. Кузнецова. М.: Галерея, 2001. -С.132 .

ҲОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ:

I. Расмий ҳужжат ва материаллар:

1.1. “Ахборот коммуникацион технологиялари ва компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ҳақида” ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2002 йил 30 майдаги ПҚ – 3080-сонли Қарори.

1.2. “Компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ва ахборот коммуникация технологияларини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида” ги Вазирлар Маҳкамасининг 2002-2010 йилларда компьютерлаштириш ва ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш дастури. 2002 йил.

1.3. «Ахборотлаштириш тўғриси» даги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қонуни. 2003 йил 11 декабр.

1.4. Ўзбекистон Алоқа ва ахборотлаштириш агентлигининг 2008 йил 26 майдаги 115-сонли буйруғига асосан UZ зонасида доменларни рўйхатга олиш ва фойдаланишнинг янги тартиби.

1.5. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистонда ОАВларни рўйхатга олиш тартиби тўғрисидаги Низомга ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш тўғрисида” ги Қарори. 2007.

II. Ўзбекистон Республикаси Президентини И.А.Каримовнинг асарлари:

2.1. Каримов И.А. Юксак маънавият – енгилмас куч. – Т.: Маънавият, 2008. - 176 б.

2.2. Каримов И.А. Энг асосий мезон – ҳаёт ҳақиқатини акс эттириш. – Т.: Ўзбекистон, 2009. - 24 б.

2.3. Каримов И.А. “Оммавий ахборот воситалари кунига байрам табриги” //Халқ сўзи, 2013 йил 28 июнь.

2.4. “Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси”. Президент

И.А.Каримовнинг Ўзбекистон Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси. 2010 йил 12 ноябр.

2.5 Каримов И.А. Ўзбекистон мустақилликка эришиш оstonасида. – Т.:Ўзбекистон, 2012.

III. Асосий адабиётлар:

3.1.Дўстмуҳаммад Х. Оммавий ахборот воситаларини ривожлантиришнинг демократик андозалари. – Т.: Ўзбекистон, 2005.

3.2.Қосимова Н.С. “Интернет журналистиканинг технологик асослари” Т.:ART PAPER BUSINESS MCHJ, 2012. – 196 б.

3.3.Симонович С., Мураховский В., Евсеев Г. Новые возможности Интернета. Санкт-Петербург. 2008.

3.4.Рашидова Д.Қ., Муратова Н.Ф. Интернет журналистика. Т.: Журналистларни қайта тайёрлаш халқаро жамоатчилик маркази, 2007.

3.5.Марахимов А., Раҳмонқулова С. Интернет ва ундан фойдаланиш асослари. Т., 2001.

3.6.Левин А. Интернет. Санкт-Петербург. 2008.

3.7.Муратова Н. Ўзбекистонда анъанавий ОАВ ва Интернет медиа: фаолият олиб бориш хусусиятлари, ахборот бозорида татгун ўрни. (доклад)// Материалы Республиканского Медиафорума “Мамлакат босма оммавий ахборот воситалари фаолиятида замонавий ахборот коммуникация технологияларининг ахамияти ва Интернет ресурсларни ривожланиш омиллари», Т., 2007.

3.8.Рашидова Д.К. Особенности формирования интернетовской журналистики и специфика Интернет в качестве глобального СМИ. Т., 2006.

3.9.Рашидова Д.К. Информационной технологии и интерактивная Интернет журналистика Т.: НУУЗ, 2003.

3.10 .Рашидова Д. Интернет в Узбекистане: проблемы и возможности. - Т., 2002.

3.11 .Интернет журналистика // Мақолалар тўплами. -Т.: НУУЗ, 2003.

3.12 .Крупнов А.Е. Интернет справочная книга руководителя. М. 1998.

3.13.Қудратхўжаев Ш.Т. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш. Услубий қўлланма – Т.: Чинор ЭНК, 2010.

3.14.Қудратхўжаев Ш.Т. Интернет: тарихи, тузилиши, хавфсизлик масалалари. Услубий қўлланма. – Т.: Чинор ЭНК, 2010.

3.15.Қудратхўжаев Ш.Т. Интернет: яратилиши, тарихи, техник хавфсизлик масалалари. ўқув-услубий қўлланма. - Т.: Ўзбекистон, 2011.

3.16.Қудратхўжаев Ш.Т. Интернет ва ахборот: хизматлар, фойдаланиш асослари.Ўқув қўлланма. -Т.: Истиқлол, 2013.

3.17.Давлат, ахборот, интернет: янгиланиш тенденциялари ва истиқболлари.// Илмий-амалий семинар материаллари.-Т.: ЎзДЖТУ, 2014.

3.18.Азимова С. Интернет журналистика ва унинг ҳукукий асослари. Ўқув-услубий мажмуа. –Т., 2013.

3.19.Ахборот-коммуникатсион технологиялари. Изоҳли луғат.-Т., 2010.

3.20.Муратова Н. Журналистикада компютерлаштириш, веб-дизайн асослари.(Маърузалар матни).

3.21.Оммавий ахборот воситаларида тил, услуб ва таҳрир масалалари (республика ИИ илмий-амалий конференция материаллари). – Т., 2013.

3.22 .www.sugdiyona.uz

3.23 .www.darakchi.uz

3.24 .www.bekajon.uz

IV. Интернет манбалар:

4.1.<http://www.gov.uz>

4.2.<http://www.uza.uz>

4.3.<http://www.statistics.uz>

4.4.<http://www.uzreport.uz>

4.5.<http://www.mail.uz>

4.6.<http://www.google.uz>

4.7.<http://www.infocom.uz>